

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah PT. Asuransi Allianz Banjarmasin

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 Jakarta.

Di Banjarmasin mulai membuka kantor pada tahun 2004, di Simpang Telawang. 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). Melalui kantor ini Allianz melayani customernya yang memiliki berbagai keperluan seperti pendaftaran asuransi allianz, asuransi kesehatan dan asuransi jiwa. Saat ini allianz sudah memiliki layanan yang berbasis syariah dengan nama Asuransi Allianz Syariah, sehingga customernya bisa memiliki pilihan yang lebih banyak dalam mengelola asuransinya.

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. Pangeran 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 pengoperasian secara online dan hampir paperless, maka operasional kantor Allianz Pangeran 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).

2. Profil PT. Asuransi Allianz Banjarmasin

Nama Instansi : PT. Allianz Pangeran Samudera

Alamat : Jl. Pangeran Samudera No. 16 Banjarmasin, 70248

Telepon : (05511) 3358278

Website : <https://www.allianz.co.id>.

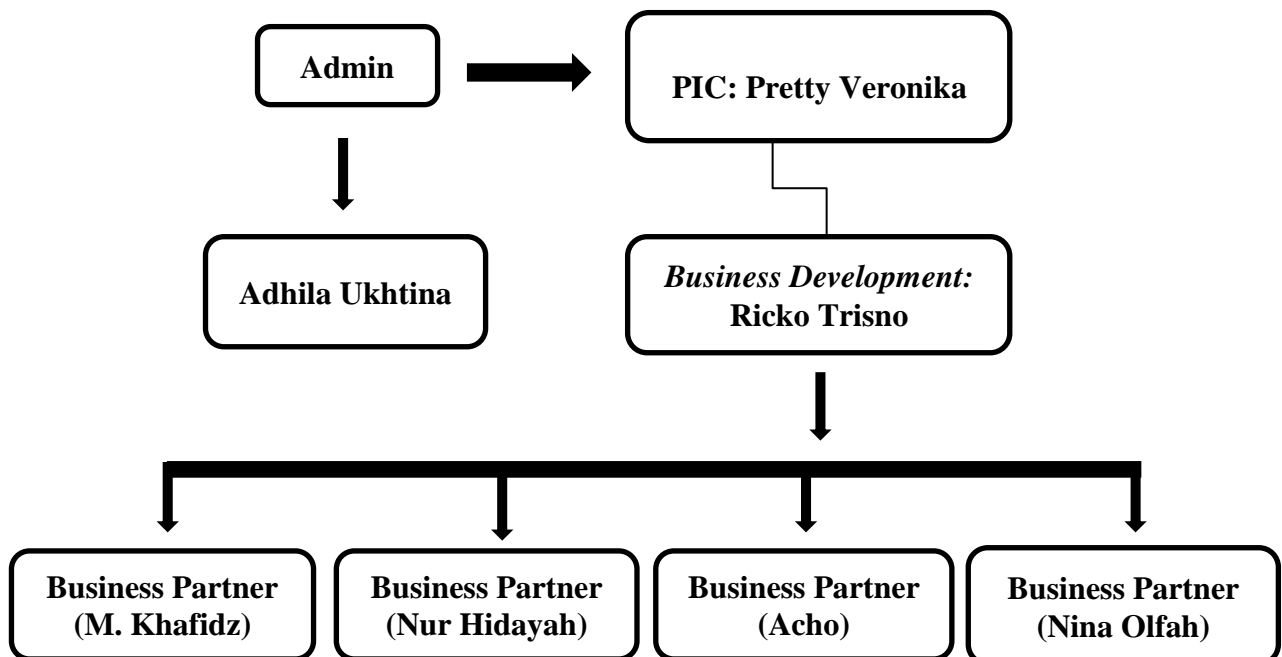
3. Visi dan Misi PT. Allianz

- a. Visi Asuransi Allianz adalah pilihan utama, merk terpercaya yang memberikan pelayanan dan pengalaman tak terlupakan.
- b. Misi Asuransi Allianz adalah dikenal sebagai penyedia perlindungan asuransi dan solusi keuangan dengan budaya kinerja tinggi untuk mencapai keuntungan yang berkelanjutan.

4. Struktur Organisasi Allianz

Gambar 4.1

Struktur Organisasi di Kantor PT. Asuransi Allianz Banjarmasin



Sumber: Data diolah oleh penulis, 2023

5. Keunggulan PT. Allianz Life

Berikut ini beberapa keunggulan dari Allianz, diantaranya:

- a. Allianz memiliki tingkat pengembalian klaim yang tinggi bahkan menjadi nomor satu perusahaan Asuransi dengan tingkat pengembalian klaim yang sangat baik.
- b. Asuransi Kesehatan Allianz Life menjadi asuransi kesehatan yang terbaik karena memberikan layanan rawat inap, rawat jalan, rawat melahirkan atau rawat gigi dengan fasilitas kesehatan yang terbaik dan melakukan pembayaran klaim dengan layanan cashless melalui aplikasi Allianz Hospital Assistant, sehingga nasabah dan keluarganya tidak perlu takut memikirkan biaya perawatan rumah sakit.
- c. Prosedur pengajuan klaim yang cepat dan mudah diakses.
- d. Produk asuransi yang beragam sesuai dengan kebutuhan nasabah.
- e. Allianz memiliki banyak jaringan kerja sama baik Rumah sakit, Perbankan, Lembaga Pemerintah, Club Sepak Bola dan masih banyak lagi.

6. Produk-Produk Asuransi Allianz

- a. Produk Allianz Jiwa Syariah

- 1) Allisya Protection Plus

Allisya Protection Plus merupakan produk asuransi jiwa syariah dengan program asuransi unit linked syariah yang memberikan perlindungan yang disertai dengan potensi nilai investasi. Metode dan

jumlah pembayaran kontribusi sesuai rencana keuangan. Adapun manfaat-manfaat tambahan yang ditawarkan dalam produk ini sebagai berikut:

- a) Perlindungan 3 paket penyakit kritis sesuai kebutuhan, hingga 168 kondisi penyakit kritis.
- b) Santunan komprehensif jika didiagnosis pertama kali terhadap 100 kondisi penyakit kritis.
- c) Pembebasan dalam membayar uang kontribusi (pembayaran kontribusi oleh Allianz) jika pembayar terdiagnosa penyakit kritis atau mengalami cacat karena sakit/ kecelakaan.
- d) Penggantian biaya rawat inap, ICU, dan pembedahan selama masa perawatan di Rumah Sakit karena sakit maupun kecelakaan.
- e) Santunan untuk meninggal dunia, cacat tetap sebagian serta cacat tetap total karena kecelakaan.

2) Allisya Maxi Fund Plus

Allisya Maxi Fund Plus merupakan program asuransi jiwa syariah unit link syariah dengan solusi proteksi disertai potensi nilai investasi maksimal jangka panjang. Adapun keunggulan dari produk ini adalah: potensi nilai investasi jangka panjang dari 100% alokasi kontribusi tunggal, tanpa adanya ujah akuisisi dan top up, tersedia pilihan jenis dana investasi sesuai kebutuhan, dan tersedia bagi surplus underwriting/ bagi hasil (jika ada) dari dana peserta berdasarkan perhitungan keuangan perusahaan asuransi.

3) Allisya Care Premier Plus

Allisya Care Premier Plus merupakan jenis asuransi berbasis syariah yang memberikan perlindungan kesehatan. Adapun keunggulan dari produk ini sebagai berikut:

- a) Pembayaran biaya dalam perawatan sesuai tagihan dengan fasilitas cashless rumah sakit.
- b) Beragam pilihan plan dengan perlindungan hingga seluruh dunia.
- c) Terdapat manfaat alternative inpatient care dan perawatan HIV/AIDS.
- d) Pembayaran perawatan dan biaya transplantasi serta biaya donor transplantasi organ dibayarkan sesuai dengan tagihan.
- e) Peralatan medis yang tahan lama dan anggota tubuh artifisial merupakan manfaat tambahan.
- f) Dilengkapi dengan berbagai macam layanan.

b. Produk Allianz Non Syariah

- 1) Allianz Pasti, yaitu produk yang memberikan solusi perlindungan kematian dan penyakit kritis terhindar dari ketidakpastian, agar kondisi finansial dan keluarga di masa depan terjamin.
- 2) SmartLink *Maxi Fund* plus, yaitu produk asuransi jiwa yang sekaligus memberikan keuntungan investasi dari polis asuransi jiwa yang dimiliki.
- 3) SmartLink *Flexi Account* plus, yaitu produk asuransi jiwa dengan solusi perlindungan maksimal disertai nilai investasi dari polis asuransi jiwa yang dimiliki.

- 4) *SmartLink New Flexi Account*, yaitu produk asuransi jiwa unit link dari Allianz yang memberikan solusi perlindungan dan asset finansial agar terhindar dari risiko yang tidak pasti di masa depan.

B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan oleh peneliti dengan cara wawancara, peneliti mendapatkan data-data yang berhubungan dengan strategi pelayanan agen asuransi syariah dalam mempertahankan loyalitas nasabah di PT. Asuransi Allianz Banjarmasin dari para informan.

Tabel 4.1
Identitas Informan

| No | Nama | Usia | Jabatan | Masa Jabatan |
|----|---------------------|------|-----------------------------|--------------|
| 1. | Ricko Trisno | 50 | Agen & Business Development | 17 tahun |
| 2. | Muhammad Wailan H | 23 | Agen | 4 tahun |
| 3. | Anida Ishlah | 44 | Agen | 13 tahun |
| 4. | M. Khafidz Arifin | 45 | Agen & Business Partner | 5 tahun |
| 5. | Efriadi Muhammad | 30 | Agen | 5 tahun |
| 6. | Sri Purwati | 47 | Agen | 11 tahun |
| 7. | Yuni | 37 | Agen | 1 tahun |
| 8. | Nur Hidayah | 48 | Agen & Business Partner | 15 tahun |
| 9. | Mirwan Fadilah, SE. | 44 | Agen | 2 tahun |

Sumber: Data diolah, Mella Selvia, 2023

1. Strategi Pelayanan Agen Asuransi Syariah dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah di PT. Asuransi Allianz Banjarmasin

Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan melakukan penelaahan secara mendalam terhadap hasil penelitian mengenai strategi pelayanan agen asuransi syariah dalam mempertahankan loyalitas nasabah di PT. Asuransi Allianz Banjarmasin. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa informan, maka dapat diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

Asuransi syariah merupakan salah satu bisnis yang tidak terlepas dari persaingan. Persaingan ketat yang dihadapi oleh masing-masing lembaga memaksa pihak manajemen untuk merancang strategi agar nasabah tetap loyal. Karena itu pada asuransi syariah diperlukan adanya kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas para pemegang polis. Artinya perusahaan asuransi syariah harus dapat mencari solusi tepat dalam bertahan dan menarik pelanggan, salah satunya dengan membuat sebuah strategi.

Strategi merupakan peranan yang sangat penting untuk keberhasilan suatu perusahaan. Strategi ialah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Begitupun halnya dengan kualitas pelayanan khususnya pada perusahaan jasa, maka strategi dalam hal pelayanan merupakan faktor

yang sangat penting karena menyangkut suatu penilaian yang bersumber dari pelanggan apakah memutuskan untuk tetap membeli ulang produk atau tidak.

Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Jika pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka sebuah pelayanan tersebut dianggap berhasil, namun sebaliknya jika pelayanan yang diberikan kurang memuaskan maka pelayanan dianggap buruk. Dengan demikian hal ini akan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dan kelayalitasannya kepada perusahaan.

Menurut para agen asuransi allianz banjarmasin, pelayanan merupakan faktor yang sangat penting. Karena cara untuk menciptakan kepuasan pelanggan yaitu dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin agar meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan. Disamping memiliki kemampuan dalam menjual atau memasarkan produk, tentunya sebuah pelayanan merupakan penunjang bagi agen dalam menjual produk perusahaan.

Strategi pelayanan yang diberikan para agen asuransi allianz banjarmasin ini pastinya terbentuk dari pelatihan khusus yang diberikan oleh perusahaan dan juga pastinya berasal dari skill yang mereka miliki seperti bagaimana cara masing-masing agen membangun komunikasi maupun menjalin hubungan. Walaupun perusahaan merupakan tonggak utama dalam memberikan pelatihan pelayanan, akan tetapi pengembangannya tetap kembali kepada diri masing-masing dan kemauan diri untuk berubah menjadi lebih maju. Banyak para agen di asuransi allianz yang memiliki sifat introvert,

pemalu dan bahkan tidak pandai dalam berbicara apalagi menjelaskan langsung kepada calon nasabah. Akan tetapi hal tersebut bukan menjadi penghambat bagi seorang agen yang memiliki sifat introvert karena apabila memiliki keinginan yang kuat untuk bergerak maju, karena sifatnya pelatihan itu ada yang bisa dilatih dan ada yang bisa berkembang sendiri. Pada dasarnya semua pelayanan perusahaan itu sama, masing-masing kantor diberikan buku panduan dan prosedur yang sama dalam hal pelayanan, namun tidak semua hasil yang keluar itu sama. Tergantung dari bagaimana masing-masing kantor atau poin utamanya adalah sumber daya manusia yang ada didalamnya itu sendiri mengelola dengan baik atau tidak. (Ricko, 2023)

Strategi pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya perusahaan asuransi, sebab dengan memberikan pelayanan yang terbaik para nasabah akan merasa puas sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan. Dengan begitu maka akan membangun sebuah kelayalitan nasabah. (Ricko, 2023)

Di dalam perusahaan asuransi, pada dasarnya yang dijual adalah pelayanan dan kepercayaan karena asuransi artinya melayani. Perusahaan asuransi khususnya allianz ini tidak hanya menitik beratkan pada penjualan produk saja, namun selalu menjaga dan menjual pelayanan yang bagus kepada nasabah mereka. Apa gunanya bila strategi pemasaran yang digunakan itu baik namun dalam hal pelayanan kurang memuaskan maka sama saja seperti menghancurkan perusahaan itu sendiri. Karena faktor penting dari sebuah perusahaan adalah kualitas pelayanan. (Yuni, 2023)

Tujuan para agen bergabung di perusahaan asuransi allianz banjarmasin ini adalah niat pertamanya yaitu untuk menolong. Jadi menolong dijadikan sebagai strategi yang digunakan dalam melayani nasabah. Karena jasa pertama yang ditawarkan dalam perusahaan asuransi adalah pertolongan. Dengan niat utama untuk menolong tersebut maka para agen selalu siap melayani dan membantu nasabah kapan saja jika terjadi hal didalam asuransinya, kecuali sedang sakit atau sedang berada diluar kota maka pelayanan tersebut akan tetap berjalan namun akan dialihkan bisa kepada admin atau orang terdekat yang bisa diandalkan. Hal-hal baik yang dilakukan oleh agen dan kesiap sediaan mereka dalam bekerja dan cepat tanggap ketika dibutuhkan menjadi penilaian khusus bagi nasabah sehingga membangun hubungan yang lebih dekat dan lebih baik yang pada akhirnya mereka akan menetap pada perusahaan asuransi allianz banjarmasin, walaupun banyak perusahaan-perusahaan asuransi lain banyak yang menawarkan jasa dan produk yang sama baiknya dengan perusahaan asuransi allianz. (Anida, 2023)

Strategi pelayanan yang digunakan menurut agen asuransi allianz adalah selalu menjaga komunikasi dengan para nasabah. Komunikasi bisa dilakukan dengan cara bertemu langsung maupun menyapa melalui via WhatsApp, Email, Telepon maupun media sosial lainnya. Ketika nasabah masih bingung dengan produk yang dijual dan belum paham akan hal tersebut maka akan banyak pertanyaan yang diajukan oleh nasabah, maka pertanyaan yang diajukan tersebut kita harus bisa menjawab sebisa mungkin dan jangan mengabaikan pertanyaan dari para calon nasabah maupun nasabah yang sudah

berasuransi, baik itu melalui media online ataupun secara langsung. Ketika ada kendala yang terjadi pada nasabah para agen harus proaktif dalam menanyakan hal tersebut, karena dengan begitu para nasabah akan merasa sangat terbantu. (Wailan, 2023) Menjelaskan dengan jelas tentang produk dan konsep asuransi.

Hal penting yang juga diperhatikan dalam pelayanan yaitu menjelaskan sedetail mungkin tentang produk yang ingin ditawarkan sampai nasabah mengerti dan paham tentang konsep produk tersebut. Dan seorang agen harus menjelaskan dulu tentang seperti apa itu asuransi, bagaimana mekanisme pertanggungannya dan seperti apa syarat klaimnya agar tidak terjadi kesalahpahaman. Para agen asuransi allianz banjarmasin ketika memprospek calon nasabah untuk berasuransi selalu menjelaskan dengan detail dan selalu sesuai dengan prosedur yang berlaku, mereka tidak mengatakan bahwa ikut asuransi akan untung, asuransi adalah tabungan, asuransi adalah investasi dan lain sebagainya yang memberikan tawaran keuntungan. Namun mereka akan menjelaskan fakta hidup, dan bagaimana uang premi yang mereka bayarkan setiap bulan ketika calon nasabah sakit maupun akan tetap sehat sampai masa usia pertanggungannya habis. (Mirwan, 2023)

Cepat respon atau siap dihubungi kapanpun merupakan strategi yang sangat penting dalam melayani nasabah, sebagai seorang agen kita harus mempunyai standar pelayanan masing-masing. Ketika ada keterlambatan dalam hal pelayanan, maka agen asuransi harus menjelaskan diawal pada nasabah maupun calon nasabah bahwa ada kendala yang terjadi apabila ada

keterlambatan dalam merespon supaya menghindari adanya kesalahpahaman. (Purwati, 2023)

Membuat nasabah senang dan puas ketika dilayani menjadi prioritas yang penting bagi agen asuransi allianz banjarmasin. Membuat nasabah senang tidak hanya dilakukan dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan. Memperingati hari-hari penting nasabah dijadikan para agen sebagai strategi pelayanan yang mereka gunakan, hari-hari penting yang dimaksud itu adalah seperti para agen selalu memperingati serta memberikan ucapan kepada nasabah yang meliputi hari ulang tahun nasabah entah itu anak maupun pasangannya, hari ulang tahun pernikahan nasabah, pindah kantor, naik jabatan dan hari-hari penting lainnya. Menurut agen, dengan begitu para nasabah akan merasa diperhatikan dan akan membuat mereka merasa lebih dekat dengan para agen. (Hidayah, 2023). Agen allianz banjarmasin selalu membangun hubungan jangka panjang terhadap nasabah maupun calon nasabah yang baru ingin bergabung. Cara agen dalam menjaga hubungan baik ini yaitu secara berkala agen berkunjung ketempat nasabah 2 bulan sekali, agen allianz banjarmasin sangat menghindari pengunjungan jikalau hanya ada perlunya saja.

Strategi pelayanan agen lainnya yaitu membangun hubungan jangka panjang yang baik. Menjaga hubungan yang baik juga menjadi faktor penting untuk memperluas jaringan asuransi. Cara menjaga hubungan baik ini agen asuransi bisa secara berkala pergi berkunjung ketempat nasabah 2 bulan sekali, dan menghindari pengunjungan ketika hanya ada perlunya saja. Ketika bertemu

dengan nasabah, hal-hal yang dibicarakan pun tidak harus tentang asuransi allianz. Banyak hal yang bisa dibicarakan dalam hal membangun hubungan ini seperti membicarakan hobi maupun kesukaan dari si nasabah, mengikuti alur pembicaraan nasabah, dan siap mendengarkan kisah nasabah apabila mereka bercerita. Dengan begitu maka nasabah akan merasa nyaman dengan agen yang juga loyal terhadap dirinya dan akhirnya menetap untuk terus membeli polis asuransi secara berkelanjutan kemudian mereka juga akan mereferensikan agen maupun perusahaan asuransi itu sendiri kepada teman, keluarga dan orang banyak. (Efriadi, 2023)

Strategi pelayanan agen dalam rangka mempertahankan loyalitas nasabah yang cukup menarik perhatian penulis yaitu mematahkan paradigma masyarakat yang mengatakan bahwa klaim asuransi itu susah, alasan utama mengapa banyak orang yang tidak ingin berasuransi dikarenakan persepsi masyarakat diluar sana yang memang sudah menjadi hal yang tidak asing lagi mengatakan bahwa asuransi itu susah klaim. Selama semua ketentuan sesuai dengan isi polis yang berlaku, maka para agen asuransi allianz banjarmasin siap untuk membantu melayani nasabah ketika ingin klaim. Namun para agen tidak menggaransikan bahwa permohonan klaim tersebut langsung dibayar karena pasti ada ketentuan didalam asuransi tersebut dan yang paling penting harus sesuai dengan masa tunggu. (Khafidz, 2023)

Strategi pelayanan yang digunakan para agen asuransi allianz ini dari dulu sampai sekarang itu sama, namun seiring dengan berjalannya waktu dan

semakin bertambahnya pengalaman yang didapatkan tentunya strategi ini akan terus berkembang dan terasah oleh masing-masing agen.

Berdasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan dari para informan PT. Asuransi Allianz Banjarmasin. Adapun beberapa strategi yang digunakan agen PT. Asuransi Allianz Banjarmasin dalam mempertahankan loyalitas nasabah, yaitu sebagai berikut:

a. Menolong dijadikan sebagai niat utama

Dengan niat utama untuk menolong maka para agen selalu siap melayani dan membantu nasabah kapan saja jika terjadi hal didalam asuransinya. Hal-hal baik yang dilakukan oleh agen dan kesiap sediaan mereka dalam bekerja dan cepat tanggap ketika dibutuhkan menjadi penilaian khusus bagi nasabah sehingga membangun hubungan yang lebih dekat dan lebih baik yang pada akhirnya mereka akan menetap pada perusahaan asuransi allianz banjarmasin.

b. Menjaga komunikasi

Menjaga komunikasi dengan nasabah merupakan bagian dari strategi agen allianz, karena komunikasi merupakan hal penunjang antara agen dan nasabah untuk berinteraksi dalam hal kepengurusan asuransi. Komunikasi bisa dilakukan dengan cara bertemu langsung maupun menyapa melalui via WhatsApp, Email, Telepon maupun media sosial lainnya.

c. Menjelaskan tentang mekanisme produk dan konsep asuransi

Para agen asuransi allianz banjarmasin ketika memprospek calon nasabah untuk berasuransi selalu menjelaskan dengan detail dan selalu sesuai

dengan prosedur yang berlaku, para agen tidak mengatakan bahwa ikut asuransi akan untung, asuransi adalah tabungan, asuransi adalah investasi dan lain sebagainya yang memberikan tawaran keuntungan. Namun mereka akan menjelaskan fakta hidup, dan bagaimana uang premi yang mereka bayarkan setiap bulan ketika calon nasabah sakit maupun akan tetap sehat sampai masa usia pertanggung jawaban habis.

- d. Cepat respon. Cepat respon atau siap dihubungi kapanpun merupakan strategi yang sangat penting dalam melayani nasabah.
- e. Memperingati hari-hari penting nasabah. Membuat nasabah senang dan puas ketika dilayani menjadi prioritas yang penting bagi agen asuransi allianz banjarmasin. Membuat nasabah senang tidak hanya dilakukan dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan. harihari penting yang dimaksud itu adalah seperti para agen selalu memperingati serta memberikan ucapan kepada nasabah yang meliputi hari ulang tahun nasabah entah itu anak maupun pasangannya, hari ulang tahun pernikahan nasabah, pindah kantor, naik jabatan dan hari-hari penting lainnya.
- f. Membangun hubungan jangka panjang. Menjaga hubungan yang baik menjadi faktor penting untuk memperluas jaringan asuransi. Cara menjaga hubungan baik ini agen asuransi secara berkala pergi berkunjung ketempat nasabah 2 bulan sekali, dan menghindari pengunjungan ketika hanya ada perlunya saja. Ketika bertemu dengan nasabah, hal-hal yang dibicarakan pun tidak harus tentang asuransi allianz.

- g. Mematahkan paradigma masyarakat Sebagian besar masyarakat masih anti terhadap asuransi, dan banyak juga yang memandang negatif asuransi terutama dalam hal penyelesaian proses klaim, karena banyak masyarakat yang berasumsi bahwa klaim di asuransi adalah hal yang sulit dan banyak juga yang berasumsi bahwa perusahaan asuransi sering terjadi gagal klaim. Agen Allianz Banjarmasin berusaha untuk mematahkan paradigma masyarakat yang berpikir demikian terhadap asuransi dengan cara akan siap membantu nasabah ketika ingin melakukan proses klaim sampai berhasil selama semua ketentuan sesuai dengan isi polis yang berlaku. Namun agen Allianz tidak menggaransikan bahwa permohonan klaim tersebut langsung dipenuhi karena pasti ada ketentuan didalam polis asuransi tersebut dan yang paling penting adalah harus sesuai dengan masa tunggu.

2. Kendala Agen Asuransi Syariah dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah di PT. Asuransi Allianz Banjarmasin

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa agen asuransi allianz banjarmasin, mereka menjelaskan bahwa kendala itu selalu ada namun kendala-kendala yang dihadapi tidak mematahkan visi dan misi para agen untuk bisa mempertahankan loyalitas nasabah. Kendala-kendala yang dihadapi oleh agen allianz disini sebagian besar merupakan kendala yang bersumber dari nasabah. Adapun kendala agen dalam mempertahankan loyalitas nasabah di allianz adalah sebagai berikut:

a. Nasabah sulit dihubungi

Nasabah sulit dihubungi merupakan salah satu kendala dari agen asuransi, karena ketika ada hal penting yang ingin disampaikan dan dijelaskan tentang asuransi maka akan menghambat pekerjaan agen dalam memberikan informasi.

b. Perubahan peraturan tentang produk.

Ada kalanya nasabah merasa produk yang dulu sudah tidak bagus dan nasabah juga merasa produk yang ditawarkan kepadanya kurang dan ingin mengupgrade polis dengan pertanggungan yang lebih besar. namun ditengah jalan nasabah tidak memiliki biaya untuk membayar premi asuransi.

c. Perubahan situasi dan kondisi keuangan nasabah yang tidak bisa dikontrol.

Perekonomian menjadi kendala utama bagi nasabah maupun agen asuransinya. Apabila perekonomian nasabah tidak ada hambatan dan lancar maka juga tidak ada kendala bagi para agen dalam mempertahankan loyalitas nasabah. seperti terjadinya covid-19 kemarin dan menimbulkan bisnis mereka menjadi turun, para agen harus bisa menerima keadaan nasabah dan agen juga harus sambil mengingatkan kepada nasabah apabila memang perekonomiannya sudah meningkat dan selagi sehat mereka menyarankan nasabah untuk berasuransi kembali di allianz karena para nasabah juga sudah paham tentang produk yang ditawarkan.

d. Kompetitor perang harga

Banyaknya pesaing dari perusahaan asuransi lain yang menawarkan harga produk serendah mungkin sehingga mereka mendapatkan market share atau pangsa pasar. Banyaknya pesaing dari perusahaan asuransi lain yang menawarkan jasa asuransi dengan harga pembayaran premi yang murah.

e. Janji yang lupa ditepati

Janji yang lupa ditepati dalam hal ini adalah kelupaan dari seorang agennya bukan dari nasabah. Misalnya ketika seorang agen memiliki janji kepada nasabah maupun calon nasabah tetapi agen lupa akan janji tersebut maka akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk berasuransi.

f. Citra buruk perusahaan lain

Citra buruk dari perusahaan lain maksudnya adalah adanya kabar kurang baik dari perusahaan lain yang pernah mengalami kendala seperti gagal klaim, manajemennya bangkrut yang membuat para nasabah marah kepada perusahaan tersebut namun hal itu berimbas kepada perusahaan lain yang berjalan dengan baik dan tidak tahu apa-apa tentang masalah tersebut. Para nasabah menyama-nyamakan perusahaan yang bermasalah dengan perusahaan yang baik-baik saja.

g. Nasabah mendapat informasi negatif tentang asuransi

Ketika nasabah maupun calon nasabah mendapatkan informasi yang buruk terkait asuransi, perasaan cemas timbul pada diri mereka terhadap perusahaan. Informasi negatif yang mereka terima bukan hal

negatif dari perusahaan asuransi allianz. Namun adanya informasi miring diluaran sana tentang asuransi sehingga menimbulkan perasaan takut dari nasabah yang membuat hal tersebut terjadi dan nasabah menjadi lebih berhati-hati. Informasi yang mereka terima bisa berasal dari berita-berita di internet dan pengalaman dari orang lain. Untuk calon nasabah yang baru saja ingin membeli produk namun mendengar hal-hal negatif tentang asuransi maka bisa saja membuat mereka membatalkan untuk berasuransi di PT. Asuransi Allianz Banjarmasin. Begitupun halnya dengan nasabah yang sudah berasuransi di allianz, ketika mendapatkan informasi yang kurang baik membuat nasabah untuk mempertimbangkan apakah kedepannya akan membeli polis lagi atau tidak. Akan tetapi kembali kediri masing-masing agen mampu atau tidak mempertahankan itu semua bahwa allianz itu beda.

C. Analisis Data

1. Strategi Pelayanan Agen Asuransi Syariah dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah di PT. Asuransi Allianz Banjarmasin

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang diharapkan tergantung pada kualitas SDM atau sumber daya manusia yang merupakan faktor penting yang paling dominan bagi perusahaan. Sumber daya manusia memegang peranan penting dalam suatu perusahaan, sebab perusahaan tidak akan maju dan berkembang tanpa ditunjang oleh kemampuan sumber daya manusianya sekalipun perusahaan tersebut

mempunyai sarana dan prasarana yang lengkap dan canggih. Di dalam perusahaan jasa, khususnya perusahaan asuransi, yang menjadi ujung tombak keberhasilan perusahaan adalah peranan dari seorang agen asuransi yang akan menjual produk dari perusahaan tersebut. Pembahasan yang akan dibahas pada bab ini adalah tentang strategi agen PT. Asuransi Allianz Banjarmasin dalam mempertahankan loyalitas nasabah.

Berdasarkan analisis data, para agen Asuransi Allianz Banjarmasin sangat menjaga pelayanannya kepada nasabah. Karena menurut mereka inti dari asuransi adalah melayani dan jiwa dari asuransi adalah memberikan pelayanan. Cara meningkatkan kualitas perusahaan asuransi dan mengembangkan perusahaan tidak hanya berfokus pada strategi-strategi yang berkaitan dengan bagaimana cara memasarkan maupun menjual produk atau jasa tersebut. Meningkatkan kualitas perusahaan salah satunya bisa dilakukan dengan cara memperbaiki kualitas jasa atau kualitas pelayanannya.

Agen PT. Asuransi Allianz Banjarmasin masing-masing mempunyai standar pelayanan yang berbeda-beda, karena setiap orang memiliki cara tersendiri dalam mempertahankan nasabah. Standar pelayanan merupakan ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Di dalam memberikan pelayanan tentunya juga diperlukan sebuah strategi khusus dari agen asuransi dalam rangka mempertahankan loyalitas nasabah.

Maka dari itu, para agen asuransi allianz banjarmasin membuat strategi pelayanan untuk menarik minat calon nasabah maupun mempertahankan loyalitas nasabah yang sudah berasuransi di perusahaan allianz, beberapa strategi pelayanan yang digunakan yaitu:

a. Menolong dijadikan sebagai niat utama

Berdasarkan analisis, menolong dijadikan agen asuransi allianz sebagai strategi pelayanan yang menurut mereka mampu untuk mempertahankan loyalitas nasabah. Dengan niat menolong maka para agen akan selalu siap membantu nasabah jika ada hal yang terjadi pada asuransinya, karena hal tersebut juga merupakan bagian dari pelayanan seorang agen terhadap nasabah. Adanya niat menolong, maka para agen asuransi allianz banjarmasin dengan sepenuh hati selalu melayani dan membantu nasabah sehingga membuat nasabah nyaman dan tertarik untuk tetap berasuransi di allianz.

b. Menjaga komunikasi

Berdasarkan analisis, menjaga komunikasi merupakan strategi yang juga sangat penting oleh agen asuransi allianz banjarmasin karena menunjang hubungan antara agen dan nasabah. Hal penting dari sebuah bisnis yaitu selalu menjaga komunikasi. Agen allianz banjarmasin selalu menjaga komunikasi dengan nasabah yang dilakukan dengan cara bertemu langsung dan juga menyapa melalui media via WhatsApp, Email, Telepon

maupun media sosial lainnya. Komunikasi yang terjadi tidak hanya sebatas menanyakan kabar, namun agen harus mengkomunikasikan apakah ada kendala atau ada hal yang belum dipahami oleh nasabah terhadap produk yang telah dibeli.

c. Menjelaskan tentang mekanisme produk dan konsep asuransi.

Berdasarkan analisis, hal penting yang juga diperhatikan oleh agen asuransi allianz dalam melayani yaitu menjelaskan sedetail mungkin tentang produk yang ingin ditawarkan sampai nasabah mengerti dan paham tentang konsep produk dan konsep asuransinya. Hal ini sejalan dengan teori dimensi strategi pelayanan yaitu Responsiveness (ketanggapan), tanggap memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti. Jika terdapat pelanggan yang kurang mengerti dengan prosedur yang diterapkan oleh perusahaan, maka pihak yang memberikan pelayanan harus memberikan pengertian sebaik mungkin dan sejelas mungkin sehingga pelanggan akan mengerti.

Agen asuransi allianz banjarmasin akan menjelaskan secara detail dan jelas tentang konsep asuransi dan seperti apa mekanisme produknya. Para agen tidak menjelaskan bahwa ikut asuransi akan untung, asuransi adalah tabungan, asuransi adalah investasi dan lain sebagainya yang memberikan tawaran keuntungan. Namun mereka akan menjelaskan fakta hidup, dan bagaimana uang premi yang mereka bayarkan setiap bulan

ketika calon nasabah sakit maupun akan tetap sehat sampai masa usia pertanggung jawaban habis.

d. Cepat Respon

Berdasarkan analisis, menurut agen asuransi allianz banjarmasin selalu cepat respon atau siap dihubungi kapanpun merupakan strategi yang sangat penting dalam melayani nasabah. Pelayanan ini sejalan dengan teori Realibility (kehandalan), yaitu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, ketepatan waktu, tidak ada kesalahan, sikap simpatik dan lain sebagainya. Cepat respon dan siap dihubungi kapanpun memiliki hubungan positif dengan keinginan nasabah untuk membeli ulang produk/jasa.

Dimensi realibility ini memiliki indikator salah satunya memiliki standar pelayanan yang jelas. Agen asuransi allianz banjarmasin mempunyai standar pelayanan masing-masing yang jelas. Ketika ada keterlambatan dalam hal pelayanan, maka agen asuransi harus menjelaskan diawal pada nasabah maupun calon nasabah bahwa ada kendala yang terjadi apabila ada keterlambatan dalam merespon supaya menghindari adanya kesalah pahaman.

e. Memperingati hari-hari penting nasabah

Berdasarkan analisis, memperingati hari-hari penting nasabah merupakan strategi pelayanan yang dilakukan oleh agen allianz

banjarماسin. Hari penting yang dimaksud adalah dengan memberikan mereka ucapan selamat atas ulang tahun nasabah, hari ulang tahun pernikahannya, pindah kantor, naik jabatan dan hari-hari penting nasabah lainnya. Hal tersebut bertujuan untuk mempererat hubungan antara nasabah dan agen supaya lebih dekat, dan nasabah juga merasa diperhatikan. Agen allianz banjarماسin sewaktu-waktu juga bisa memberikan hadiah kecil kepada nasabahnya pada saat dirayakannya hari-hari penting dari nasabah.

Hal ini sejalan dengan teori Empati, dimana empati merupakan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan pelanggan dan pengetahuan agen tentang pelanggan secara akurat dan spesifik sehingga menimbulkan keloyalitan dari nasabah terhadap perusahaan.

f. Membangun hubungan jangka panjang

Berdasarkan analisis, menjaga hubungan yang baik menjadi faktor penting bagi agen dengan tujuan untuk memperluas jaringan asuransi. Agen allianz menjelaskan, pada saat berkunjung kerumah nasabah pun, hal-hal yang dibicarakan oleh agen tidak harus tentang asuransi. Ada banyak hal yang biasanya dibicarakan para agen ketika berkunjung ketempat nasabah seperti membicarakan hobi maupun kesukaan dari si nasabah, mengikuti alur pembicaraan nasabah, dan siap mendengarkan kisah nasabah apabila mereka bercerita. Terkadang nasabah juga sering mengajak agen untuk berolahraga bersama, makan bersama dan masih banyak kegiatan lainnya,

apabila agen allianz tidak sibuk, maka mereka tidak akan menolak tawaran dari nasabah. Dengan begitu maka nasabah akan merasa nyaman dengan agen yang juga loyal terhadap dirinya dan akhirnya menetap untuk terus membeli polis asuransi secara berkelanjutan kemudian mereka juga akan mereferensikan agen maupun perusahaan asuransi itu sendiri kepada teman, keluarga dan orang banyak.

g. Mematahkan paradigma masyarakat

Berdasarkan analisis, salah satu alasan besar masyarakat yang anti terhadap asuransi adalah karena mendengar banyaknya kabar miring tentang asuransi dan juga terhadap proses klaimnya. Dengan munculnya persepsi masyarakat tersebut, maka tugas seorang agen dibutuhkan disini untuk memberi pemahaman kepada masyarakat. Hal ini sesuai dengan teori tentang Tugas Agen Asuransi, dimana salah satu tugasnya adalah menjelaskan betapa pentingnya asuransi bagi masyarakat, menjelaskan tentang apa, siapa dan bagaimana kinerja perusahaan asuransi dan yang paling penting dapat dipercaya baik oleh perusahaan maupun masyarakat.

Agen asuransi allianz banjarmasin mengatakan selama semua ketentuan sesuai dengan isi polis yang berlaku, maka para agen asuransi allianz banjarmasin siap untuk membantu melayani nasabah ketika ingin klaim untuk mematahkan paradigma masyarakat yang mengatakan bahwa asuransi itu susah klaim. Namun para agen tidak menggaransikan bahwa permohonan klaim tersebut langsung dibayar karena pasti ada ketentuan

didalam asuransi tersebut dan yang paling penting harus sesuai dengan masa tunggu.

Pernyataan diatas juga sejalan dengan teori Assurance (jaminan dan kepastian), yaitu pengetahuan, sopan santun dan kemampuan pegawai perusahaan dalam menumbuhkan rasa percaya para konsumen. Kemampuan perusahaan allianz dalam memberikan jaminan pelayanan serta menimbulkan kepercayaan dan keyakinan terhadap agen yang ingin mematahkan paradigma masyarakat merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dan dilakukan karena akan menimbulkan rasa aman pada pelanggan maupun masyarakat mengenai asuransi sehingga akan tercipta kualitas pelayanan yang diharapkan.

2. Kendala Agen Asuransi Syariah dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah di PT. Asuransi Allianz Banjarmasin

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan pengertian kendala adalah halangan rintangan dengan keadaan yang membatasi, menghalangi atau mencegah pencapaian sasaran. Menurut W.J.S Poerwadarminta dalam bukunya Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi ketiga (2006 : 563) bahwa kendala adalah halangan, rintangan. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa kendala adalah suatu keadaan yang membatasi, menghalangi, atau mencegah tercapainya sasaran. Namun melalui kendala-kendala itulah yang membuat agen PT. Asuransi Allianz Banjarmasin berusaha

semaksimal mungkin untuk memutar otak dalam mencari strategi khususnya dalam hal pelayanan agar bisa mempertahankan loyalitas nasabah.

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa informan yaitu agen PT. Asuransi Allianz Banjarmasin, bahwa dibalik semua pencapaian yang telah didapatkan pasti selalu ada kendala yang terjadi. Adapun beberapa kendala yang dihadapi oleh agen PT. Asuransi Allianz Banjarmasin dalam mempertahankan loyalitas nasabah, yaitu sebagai berikut:

a. Nasabah sulit dihubungi

Berdasarkan analisis, agen asuransi allianz menjelaskan sering mengalami kesulitan dalam menghubungi nasabah. Informasi-informasi terbaru yang ingin disampaikan tentang asuransi yang dimiliki oleh nasabah terkadang tertunda untuk disampaikan. Misalnya ada informasi perubahan peraturan ataupun ada hal lain yang mendesak, maka menjadi kendala bagi agen asuransi allianz ketika nasabah sulit untuk dihubungi sehingga menimbulkan perbedaan kesesuaian yang telah disepakati diantara pihak penanggung dan tertanggung. Kendala ini berasal dari nasabah itu sendiri, bukan kendala dari agen.

b. Perubahan peraturan tentang produk

Berdasarkan analisis, kendala yang sering juga terjadi pada agen allianz dalam mempertahankan loyalitas nasabah yaitu adanya perubahan peraturan tentang produk dimana kendala ini berasal dari nasabah yang merasa produk yang telah ia gunakan tidak bagus lagi, kurang cukup untuk

kebutuhan perlindungannya dan ingin mengupgrade atau mengganti polis dengan pertanggungan yang lebih besar.

Dalam hal ini ada kesesuaian teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, yaitu dari segi *kualitas produk*, dimana kualitas produk yang lebih baik akan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Namun, para agen menjelaskan kebanyakan dari nasabah seperti kejadian yang telah dijelaskan tidak mampu dan tidak memiliki biaya untuk membayar premi asuransi yang akhirnya membuat nasabah untuk tutup polis.

c. Perubahan situasi dan kondisi keuangan nasabah yang tidak bisa terkontrol

Berdasarkan analisis, perekonomian menjadi kendala utama bagi nasabah maupun agen asuransi. Jika perekonomian nasabah bermasalah maka akan menjadi kendala yang paling serius bagi agen allianz. Para agen menjelaskan, seperti saat terjadinya pandemi covid kemarin banyak nasabah di PT. Asuransi Allianz Banjarmasin yang bisnis maupun usahanya menjadi turun, juga banyak para nasabah yang tutup polis karena tidak bisa meneruskan pemabayaran premi sedangkan pemenuhan kebutuhan juga lebih besar. Akan tetapi hal tersebut tidak bisa dikontrol oleh semua pihak, dan agen asuransi allianz juga tidak bisa berbuat sesuatu akan hal itu.

Akan tetapi para agen asuransi allianz selalu mengingatkan dan mengatakan kepada nasabah apabila perekonomiannya sudah mulai

membalik dan meningkatkan maka para agen menyarankan kepada nasabah agar bisa berasuransi kembali karena menurut agen para nasabah juga sudah paham tentang produk asuransinya dan juga tidak sulit untuk agen menjelaskan kembali tentang produk yang ingin ditawarkan.

d. Kompetitor perang harga

Berdasarkan analisis, sering terjadi kompetitor perang harga antar perusahaan asuransi. Para pesaing tersebut memiliki strategi yang cukup bagus untuk menarik minat calon nasabah, mereka akan menempatkan harga serendah mungkin atau bisa juga menyamakan harga dari perusahaan pesaing untuk menarik nasabah walaupun mereka harus menjual produk dengan harga yang murah, namun tetap dalam kualitas yang cukup baik.

Hal ini sesuai dengan teori faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu dari segi *harga*, artinya sudah pasti orang akan menginginkan barang yang bagus dengan harga yang lebih murah dan bersaing. Dengan banyaknya tawaran yang diberikan oleh pesaing dalam meyakinkan calon nasabah, akhirnya membuat nasabah tertarik untuk bergabung menjadi nasabah di perusahaan tersebut dan menjadi kendala bagi agen Allianz dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya.

e. Janji yang lupa ditepati

Berdasarkan analisis, sering terjadi bahwa agen asuransi allianz banjarmasin terkadang juga sering lupa terhadap janji yang ia buat

mengingat bahwa tidak ada manusia yang sempurna dimuka bumi ini dan tidak lepas dari kekurangan dan kesalahan. Dalam hal ini janji yang lupa ditepati merupakan kelupaan dari seorang agennya bukan dari nasabah. Misalnya ketika agen memiliki janji kepada nasabah maupun calon nasabah tetapi agen lupa akan janji tersebut maka akan mempengaruhi minat maupun keputusan nasabah untuk berasuransi maupun membeli produk pada agen yang bersangkutan.

f. Citra buruk perusahaan lain

Berdasarkan analisis, banyak nasabah maupun calon nasabah yang mendapatkan kabar kurang baik terhadap perusahaan lain yang pernah mengalami kendala seperti gagal klaim, manajemennya bangkrut sehingga membuat para nasabah marah kepada perusahaan yang bersangkutan. Namun hal itu juga berimbas kepada perusahaan lain yang berjalan dengan baik.

Berdasarkan analisis, dalam hal ini ditemukan adanya ketidakpercayaan nasabah terhadap perusahaan asuransi, walaupun citra buruk tersebut hanya merupakan segelintir dari perusahaan yang bermasalah. Agen asuransi allianz menjelaskan, bahwa nasabah menyamakan perusahaan yang bermasalah dengan perusahaan yang memang tidak pernah terjadi masalah dan selalu berjalan dengan lancar sebagaimana mestinya.

Berdasarkan analisa diatas, terdapat kesesuaian teori mengenai faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu tentang *Turst* atau kepercayaan, yaitu kemauan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi. Artinya ketika kemauan seorang dalam mempercayakan perusahaan relatif rendah, ditambah dengan adanya citra buruk perusahaan yang membuat nasabah ragu, maka akan mempengaruhi minat maupun loyalitas nasabah terhadap perusahaan.

g. Nasabah mendapat informasi negatif tentang asuransi

Berdasarkan analisis, banyaknya informasi simpang siur yang negatif terhadap perusahaan asuransi membuat persepsi negatif juga bagi kebanyakan nasabah asuransi. Informasi yang mereka terima bersumber dari para oknum-oknum asuransi yang tidak bertanggung jawab, informasi tersebut mereka dapatkan dari berita-berita di internet dan bisa juga dari pengalaman orang lain di perusahaan lain yang mereka dapatkan.

Dalam hal ini, penulis melihat adanya kesesuaian teori *History With Company* (pengalaman dengan perusahaan), yaitu sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan yang dapat membentuk perilaku. Dimana, hal ini sesuai dengan teori yang disebutkan bahwa pengalaman merupakan hal yang dapat membentuk perilaku seseorang ketika mendapat informasi negatif yang mereka terima serta yang didapatkan dari pengalaman orang lain terhadap perusahaan sehingga membuat nasabah maupun calon nasabah

untuk mempertimbangkan apakah akan tetap berasuransi di perusahaan allianz atau tidak, dan juga tidak menutup kemungkinan bahwa sebagian dari mereka memutuskan untuk berhenti berasuransi di perusahaan allianz. Pengalaman pada perusahaan yang dimaksud disini bukan pengalaman seseorang tentang Allianz Banjarmasin, melainkan pengalaman yang nasabah dapatkan dari orang lain. Namun, para agen allianz banjarmasin menjelaskan hal tersebut dikembalikan kepada diri masing-masing agen apakah mampu atau tidak membuktikan kepada nasabah bahwa allianz itu beda dan dapat dipercaya sehingga agen allianz mampu untuk mempertahankan loyalitas nasabahnya.