

BAB IV

ANALISIS STRATEGI MEMPERTAHANKAN

LOYALITAS PESERTA ASURANSI PADA PRODUK

MAHASISWAKOE

Bab ini membahas mengenai uraian dan analisis data-data yang diperoleh dari data primer dan sekunder penelitian. Data penelitian ini adalah hasil wawancara. Data tersebut merupakan data pokok dimana analisisnya ditunjang oleh data sekunder yang didapat dari hasil observasi di lapangan dan beberapa sumber pustaka untuk memperkuat dan memperdalam hasil analisis. Data yang diperoleh terdiri dari dua macam, yaitu data responden dan data penelitian.

A. Gambaran Umum Produk Asuransi mahasiswa*koe*

Produk mahasiswa*koe* ini adalah untuk menyesuaikan kebutuhan masyarakat khususnya pada tingkat mahasiswa (diatas SMA atau sederajat). Dengan premi per orang per tahun yang dapat di sesuaikan dengan kebijakan pihak pengambil keputusan.

Asuransi mahasiswa*koe* merupakan salah satu produk dari asuransi syariah yang memberikan jaminan bagi para pelajar

dari semua resiko kecelakaan yang berakibat cacat bahkan yang mengakibatkan meninggal dunia.

Adapun sasaran yang di tuju untuk produk mahasiswakoe adalah:

1. Peserta pendidikan perguruan tinggi formal atau sekolah tinggi
2. Peserta pendidikan non formal (lembaga khusus) minimal berstatus mahasiswa atau umum).

Manfaat produk yang di berikan dalam paket produk mahasiswakoe adalah sebagai berikut:

1. Santunan risiko meninggal dunia akibat kecelakaan.
2. Santunan risiko cacat tetap akibat kecelakaan
3. Santunan risiko biaya pengobatan akibat kecelakaan (perkejadian)
4. Santunan biaya rawat inap (maksimal 7 hari pertahun)
5. Santunan biaya pemakaman akibat kecelakaan
6. Pilihan rumah sakit
7. Kuitasni biaya pengobatan
8. Setiap 25 peserta siswa atau mahasiswa

9. Pemberian ID card (dapat berfungsi sebagai kartu siswa atau mahasiswa)

10. Potongan untuk sekolah (minimal 100 siswa atau mahasiswa)

Ketentuan-ketentuan asuransi mahasiswa*wakoe* :

1. Polis peserta untuk setiap sekolah

Untuk setiap satu lembaga pendidikan di buat 1 polis. Apabila terdapat perbedaan periode pertanggungan antara kelas atau tingkat pada lembaga, maka polis dapat di buat lebih dari 1. Penerbitan polis lebih dari satu untuk nama lembaga yang sama hanya di perkenankan untuk mengakomodir adanya perbedaan pertanggungan.

2. Prosedur penutupan

Setiap permintaan penutupan asuransi syariah mahasiswa*wakoe* dan siswa*wakoe* harus mengisi surat permintaan penutupan asuransi (SPPA) yang mengatasnamakan intitusi atau sekolah peserta.

a. SPPA di lampiri nama peserta yang meliputi

1) Nama peserta

2) Tanggal lahir

- 3) Kelas/ jurusan/angkatan/nomor induk siswa atau mahasiswa
 - b. Untuk kemudahan dan kecepatan pembuatan kartu, data peserta yang di kirimkan berbentuk softcopy
 - c. Usia yang dapat di jamin untuk asuransi syariah siswako di batasi mulai umur 3 tahun sampai dengan 20 tahun untuk siswa, dan 18 sampai dengan 65 tahun untuk guru gratis (bila ada)
 - d. Usia untuk asuransi syariah mahasiswakoe yang dapat di jamin di batasi mulai umur 18 tahun sampai dengan umur 65 tahun.
3. Pengecualian
- Risiko yang di kecualikan secara langsung maupun tidak langsung akibat dari:
- a. AIDS, ARC dan segala akibatnya, termasuk penyakit yang di tularkan melalui hubungan seksual.
 - b. Kelainan bawaan
 - c. Bunuh diri atau usaha diri atau mencederai diri.

B. Analisis Produk Mahasiswakoe

Analisis dari produk mahasiswakoe yaitu produk mahasiswkoe adalah salah satu produk dari asuransi syariah yang memberikan jaminan atau asuransi khususnya bagi pelajar atau mahasiswa dari semua resiko, baik dari kecelakaan yang berakibat cacat bahkan sampai meninggal dunia.

Kemudian manfaat dari produk mahasiswakoe itu sendiri di antaranya:

1. Peserta didik atau mahasiswa akan mendapatkan santunan resiko meninggal dunia berakibat kecelakaan.
2. Santunan resiko cacat tetap akibat kecelakaan
3. Santunan resiko biaya pengobatan akibat kecelakaan
4. Peserta didik atau siswa mendapatkan biaya rawat inap (maksimal 7 hari)
5. Santunan biaya pemakaman akibat kecelakaan
6. Pilihan rumah sakit

Hal-hal yang harus kita ketahui dan di perhatikan jika peserta mengalami resiko dan ingin mengajukan klaim yaitu:

1. Segera melaporkan kepada pengelola selambat- lambatnnya dalam waktu 3x24 jam kerja setelah keluar dari rumah sakit atau klinik dan meninggal dunia
2. Mengisi formulir klaim asuransi kecelakaan diri atau mengisi asuransi kesehatan (ASKES) biasa, tergantung jenis klaim yang terjadi, yang di tangani pleh kepala sekolah (untuk kliam di bawah Rp. 100.000)
3. Melampirkan dokumen pendukung yaitu:
 - a. untuk resiko perawatan di rumah sakit, puskesmas, balai pengobatan berupa: kuitansi pengobatan (asli atau copy yang di legalisir oleh rumah sakit atau klinik)
 - b. untuk resiko perawatan di bawah Rp.100,000 ,copy dapat di legalisir di keppala sekolah yang bersangkutan.
 - c. Untuk meninggal dunia berupa surat keterangan dari kelurahan atau kepolisian, bisa juga dari dokter atau rumah sakit
4. Batas pengajuan berkas klaim maksimal adalah 30 hari dari tanggal kejadian

5. Klaim dianggap kadaluarsa, jika selama 6 bulan pemegang polis atau keluarga tidak melengkapi dokumen persyaratan klaim.

Dari produk mahasiwkoe ini mempunyai kekuatan (*strength*) serta sasaran atau peluang (*opportunity*) yang ada di produk ini, diantaranya:

- a. Pelayanan klaim yang baik, mudah, simple dan prosesnya tidak di persulit.
- b. Premi produk mahasiswakoe yang terjangkau, hanya dengan membayar sebesar Rp, 15,000,00 per tahun dengan benefit yang memuaskan
- c. Setiap 25 peserta didik perusahaan akan memberikan cover asuransi untuk 1 orang pengajar atau staf dengan benefit yang sama.
- d. Adanya pendidikan perguruan tinggi formal atau sekolah tinggi
- e. Adanya pendidikan non formal (lembaga khusus) minimal berstatus mahasiswa.

Sedangkan kendala pada produk mahasiswakoe ini yaitu kelemahan (*weaknes*) serta ancaman (*threat*) diantaranya:

- a. Tidak menggunakan system kartu
- b. Tidak adanya ketertarikan siswa atau mahasiswa terhadap produk mahasiwakoe
- c. Kurang gencarnya promosi yang di lakukan perusahaan tentang produk mahsiswakoe
- d. Adanya perusahaan asuransi BPJS
- e. Kurang kesadaran siswa atau mahasiswa akan pentingnya berasuransi terhadap produk mahasiswakoe.

Hasil dari analisis di atas bahwa startegi mempertahankan loyalitas peserta Asuransi pada produk mahasiswkoe sudah cukup baik dengan mengamnbil 3 kompenen diantaranya: pelayanan klaim yang baik, mudah, simple dan prosesnya cepat tidak di persulit, premi yang terjangkau hanya dengan membayar Rp,15,000,00 pertahundengan benefit yang memuaskan, setiap 25 peserta didik perusahaan akan memberi cover asuransi untuk 1 orang pengajar atau stafdengan benefit yang sama.

C. Strategi Yang Telah di Terapkan Oleh Perusahaan Bumipetera Muda 1967 Cabang Serang

Adapun strategi yang telah di terapkan oleh perusahaan Bumipetera Muda 1967 Cabang Serang terhadap produk mahasiswakoe ini agar peserta atau nasabah tetap loyal yaitu: dalam penyelesaian klaim dan pelayanan polis yang sangat baik, karena kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang di harapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan atau peserta

D. Analisis SWOT Dalam Mempertahankan Loyalitas Peserta Asuransi Pada Produk Mahasiswakoe

1. Analisis SWOT

- a. *Strenght* (Kekuatan) produk mahasiswakoe
 - 1) Pelayanan klaim produk mahasiswakoe yang baik, mudah, simple dan prosesnya cepat tidak di persulit
 - 2) Premi produk mahasiswakoe yang terjangkau, hanya dengan membayar sebesar Rp 15,000,00 per tahun dengan Benefit yang memuaskan

- 3) Setiap 25 peserta didik perusahaan akan memberikan cover asuransi untuk 1 pengajar atau staf dengan benefit yang sama.
- b. *Weakness* (Kelemahan) produk mahasiswakoe
- 1) Tidak menggunakan sistem kartu
 - 2) Tidak adanya ketertarikan siswa atau mahasiswa terhadap produk mahasiswakoe
 - 3) Kurang gencangnya promosi yang di lakukan perusahaan tentang produk mahasiswakoe melalui media yang tersedia
- c. *Opportunity* (Peluang) produk mahasiswakoe
- 1) Adanya Pendidikan perguruan tinggi formal atau sekolah tinggi
 - 2) Adanya Pendidikan non formal (lembaga kursus) minimal berstatus mahasiswa
- d. *Threath* (Ancaman) produk mahasiswakoe
- 1) Adanya Asuransi BPJS¹⁴

¹⁴ Ardi Wahyudi, kasie Pemasaran, PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda Cabang serang 1967 ,wawancara pribadi, hari senin. Pada tanggal 8 aplir 2019

- 2) Kurangnya kesadaran siswa atau mahasiswa akan pentingnya berasuransi terhadap produk mahasiswakoe

2. Evaluasi Faktor Internal (Matriks IFE)

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor internal yang terdapat pada perusahaan. Matriks IFE disusun berdasarkan hasil identifikasi dari kondisi lingkungan internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh PT. Bumiputera muda 1967 Cabang Serang.

Tabel 4.2
Penilaian Faktor Internal PT. Bumiputera Muda 1967
Cabang Serang

Faktor Internal	Bobot (X)	Rating (Y)	Bobot X Rating
Kekuatan (S)			
1. Pelayanan klaim yang baik, mudah, simple dan prosesnya cepat tidak di persulit	0,20	3	0,6
2. Premi yang terjangkau, hanya dengan membayar sebesar Rp 15,000,00 pertahun dengan benefit yang memuaskan	0,15	2	0,3

3. Setiap 25 peserta didik perusahaan akan memberikan cover asuransi untuk 1 orang pengajar atau dengan benefit yang sama	0,20	3	0,6
Kelemahan (W)			
1. Tidak menggunakan system kartu	0,10	3	0,3
2. Tidak adanya ketertarikan siswa terhadap produk mahasiswakoe	0,20	3	0,6
3. Kurang gencarnya promosi yang di lakukan perusahaan tentang produk mahasiswakoe melalui media yang tersedia	0,15	2	0,3
TOTAL	1,00		2,7

Berdasarkan matriks IFE diatas didapatkan total nilai skor terbobot sebesar 2,7. Jika nilai skor terbobot di atas 2,50 menandakan bahwa secara internal perusahaan pada posisi kuat. Sebaliknya, jika nilai skor terbobot di bawah 2,50 menandakan perusahaan pada posisi lemah.¹⁵ Dengan nilai skor terbobot sebesar 2,7 dapat disimpulkan bahwa perusahaan pada posisi kuat. Kondisi tersebut menunjukkan faktor internal

¹⁵ Yulita Veranda Usman dan Wiwi Yaren, "Analisis Strategi Pemasaran Perumahan Bekasi Timur Regensi 3", *Jurnal Sistem Industri*, Vol. 7, No. 1, (2013), 91.

PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang relatife lebih kuat dalam memanfaatkan kekuatan yang di miliki dan mampu mengatasi kelemahannya.

3. Evaluasi Faktor Eksternal (Matriks EFE)

Matriks EFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor eksternal yang terdapat pada perusahaan. Matriks EFE disusun berdasarkan hasil identifikasi dari kondisi lingkungan eksternal perusahaan berupa peluang dan ancaman yang dimiliki oleh PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang.

Tabel 4.3
Penilaian Faktor Eksternal PT. Bumiputera Muda
1967 Cabang Serang

Faktor Eksternal	Bobot (X)	Rating (Y)	Bobot X Rating
Peluang (O)			
1. Adanya pendidikan perguruan tinggi formal atau sekolah tinggi	0,15	3	0,45
2. Adanya pendidikan non formal (lembaga khursus) minimal berstatus mahasiswa	0,20	3	0,6

Ancaman (T)			
1. Adanya perusahaan asuransi BPJS	0,15	3	0,45
2. Kurangnya kesadaran siswa atau mahasiswa akan pentingnya berasuransi terhadap produk mahasiswako	0,20	2	0,4
TOTAL	0,7		1,9

Berdasarkan EFE diatas didapatkan total skor terbobot sebesar 1,9 Hal ini menunjukkan PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang mampu merespon faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman. Apabila skor total dari matriks EFE sebesar 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon dengan sangat baik peluang-peluang yang ada dan menghindari ancaman-ancaman dari pasar industrinya. Sementara jika skor total 1.0 menunjukkan bahwa produk mahasiswako tidak memanfaatkan peluang-peluang yang ada atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.¹⁶

¹⁶ Yulita Veranda Usman dan Wiwi Yaren, “Analisis Strategi Pemasaran Perumahan Bekasi Timur Regensi 3”, 92.

4. Matriks SWOT

Kombinasi dari faktor internal dan eksternal perusahaan disusun secara sistematis dan terstruktur sehingga menghasilkan empat macam strategi. Strategi yang terbentuk yaitu Strategi S-O, W-O, S-T, W-T.

Berikut akan diuraikan analisis dengan matriks SWOT. Matriks SWOT ini akan menghasilkan 4 (empat) set kemungkinan alternatif strategi yang dapat digunakan PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang, sebagai strategi mempertahankan loyalitas peserta.

Berikut ini berdasarkan analisis matriks SWOT, strategi yang diusulkan dalam pengembangan PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang, adalah dengan mempertimbangkan analisa sebagai berikut:

a. Strategi SO (Kekuatan-Peluang)

Strategi ini memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal perusahaan.¹⁷ Setelah melihat kekuatan

¹⁷ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, 84.

berupa Pelayanan klaim yang baik, mudah, simple dan prosesnya cepat tidak di persulit, Premi yang terjangkau, hanya dengan membayar sebesar Rp 15,000,00 per tahun dengan Benefit yang memuaskan, Setiap 25 peserta didik perusahaan akan memebrikan cover asuransi untuk 1 pengajar atau staf dengan benefit yang sama. dengan begitu perusahaan harus mempunyai:

- 1) Memberikan rasa aman dan percaya kepada peserta dalam klaim sesuai dengan prosedur
- 2) Dengan premi yang terjangkau peserta bisa mendapatkan asuransi pendidikan dengan benefit yang besar,
- 3) Memberikan keuntungan kepada pihak sekolah dengan mendapatkan bonus asuransi untuk 1 orng jika merekrut 25 peserta.

b. Strategi WO (Kelemahan-Peluang)

Strategi ini memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Perusahaan mempunyai peluang pangsa yang cukup

besar, tetapi dilain pihak perusahaan harus mengatasi kendala atau kelemahan internal. Adapun kelemahan-kelemahannya antara lain tidak menggunakan sistem kartu, Tidak adanya ketertarikan siswa atau mahasiswa terhadap produk mahasiswakoe, Kurang gencangnya promosi yang di lakukan perusahaan tentang produk mahasiswakoe melalui media yang tersedia dan PT BUMIDA dapat menggunakan cara yang efektif yaitu:

- 1) Memberikan pemahaman tentang pentingnya berasuransi kepada peserta didik atau mahasiswa

c. Strategi ST (Kekuatan-Ancaman)

Strategi ini menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi ancaman eksternal. Setelah melihat kekuatan Pelayanan klaim yang baik, mudah, simple dan prosesnya cepat tidak di persulit, Premi yang terjangkau, hanya dengan membayar sebesar Rp 15,000,00 per tahun dengan Benefit yang memuaskan, Setiap 25 peserta didik perusahaan akan memebrikan cover asuransi untuk 1 pengajar atau staf dengan benefit

yang sama. Untuk mengatasi masalah ini PT BUMIDA dapat melakukan:

- 1) Dengan premi yang terjangkau dan klaim yang mudah merupakan modal utama untuk bersaing dengan asuransi BPJS

d. Strategi WT (Kelemahan-Ancaman)

Strategi ini merupakan taktik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal, di mana perusahaan harus menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.¹⁸ Melihat kelemahan berupa tidak menggunakan sistem kartu, Tidak adanya ketertarikan siswa atau mahasiswa terhadap produk mahasiswakoe, Kurang gencangnya promosi yang di lakukan perusahaan tentang produk mahasiswakoe melalui media yang tersedia. Untuk mengatasi masalah ini PT BUMIDA melakukan :

¹⁸ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, 84.

- 1) Mensosialisasikan Prosedur dan manfaat asuransi pendidikan pada masyarakat agar mahasiswa tertarik kepada asuransi pendidikan

5. **Evaluasi Matriks Internal Eksternal (Matriks IE)**

Matriks IE disusun berdasarkan kondisi lingkungan internal dan eksternal produk mahasiswa yang digabungkan dari matriks IFE dan matriks EFE. Berdasarkan hasil analisis faktor internal menggunakan matriks IFE diperoleh skor terbobot sebesar 2,7. Sedangkan hasil analisis faktor eksternal menggunakan matriks EFE diperoleh skor terbobot sebesar 1,9. Berdasarkan dari dua nilai tersebut PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang dalam memasarkan produknya menempati posisi pada sel I. Strategi yang dapat diambil yaitu *Growth Strategy* dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, atau meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Usaha yang dapat dilakukan adalah dengan cara

meminimalkan biaya (*minimize cost*) sehingga dapat meningkatkan profit.

Gambar 4.3 Matriks Internal – Eksternal (Matriks IE)¹⁹

		IFE			1.0
		Kuat (3,0-4,0)	Sedang (2,0-2,99)	Lemah (1,0-1,99)	
E F E	Kuat (3,0-4,0)	I	II	III	4.0
	Sedang (2,0-2,99)	IV	V	VI	3.0
	Lemah (1,0-1,99)	VII	VIII	IX	2.0
					1.0

Strategi pertumbuhan melalui kegiatan bisnis yang tidak saling berhubungan dapat dilakukan jika perusahaan menghadapi *competitive position* yang tidak begitu kuat (*average*) dan nilai daya tarik industrinya sangat rendah. Kedua faktor tersebut memaksa perusahaan itu melakukan usahanya kedalam perusahaan lain. Tetapi pada saat perusahaan tersebut mencapai tahap matang, perusahaan yang hanya memiliki *competitive position* rata-rata

¹⁹Freddy Rangkuti “Analisi SWOT teknik membedah kasus bisnis ,h. 95.

cenderung akan menurun kinerjanya. untuk itu strategi diversifikasi konglomerat sangat di perlukan. Tekanan strategi ini lebih pada sinergi financial daripada product market sinergi (seperti yang terdapat pada strategi di versifikasi konsentris)