

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang hasil dari data-data yang diperoleh dari data primer dan sekunder. Data penelitian diambil dari hasil wawancara dengan responden. Data tersebut merupakan data pokok dimana hasil analisis ditunjang dengan data sekunder yang diambil dari beberapa sumber pustaka untuk memperkuat hasil analisis.

Data yang diperoleh merupakan data responden dan data penelitian. Data responden adalah data yang dipandang relevan dengan masalah yang diidentifikasi, sedangkan data penelitian adalah jawaban dari pertanyaan yang diberikan peneliti. Hasil penelitian yang akan dijelaskan yaitu mengenai strategi pemasaran produk asuransi pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda Cabang Serang.

A. Gambaran Produk *Rumahkoe*

Produk *rumahkoe* merupakan produk umum yang ditunjukkan untuk masyarakat luas yang memiliki rumah tinggal

dan menginginkan perlindungan dari resiko kebakaran, kerusakan, pencurian, dan bencana alam.

a. Ketentuan Paket Rumah*koe*

- 1) Bangunan bersifat permanen, dinding beton/tembok (tidak mudah terbakar dan atap genteng/asbeb/seng)
- 2) Bangunan hanya digunakan untuk tempat tinggal (tidak ada usaha lain), dengan kanan, kiri, belakang adalah rumah tinggal permanen (seperti poin 1) atau kanan, kiri, belakang bukan rumah tinggal dengan jarak minimal 7,5 m.
- 3) Santunan diberikan bila rumahm tinggal tidak bias dipergunakan sama sekali karena habis terbakar.
- 4) Penggantian kerugian yang disebabkan karena risiko bencana alam harus disertai dengan surat keterangan dari kelurahan setempat.
- 5) Penggantian untuk santunan meninggal dunia karena terbakar pada saat rumah terbakar harus disertai dengan surat keterangan meninggal dunia dari kelurahan setempat.

- 6) Depan rumah terdapat jalan yang bisa dilalui kendaraan roda 4/ kendaraan pemadam kebakaran.
 - 7) Pada bangunan bertingkat, maka luas bangunan merupakan jumlah dari luas bangunan masing-masing lantai.
 - 8) Nilai santunan yang diberikan berdasarkan kerugian nyata yang diderita tertanggung (berdasarkan kwitansi yang sah) maksimal sebesar benefit dan merupakan nilai maksimal yang diterima tertanggung selama 1 tahun periode asuransi.
 - 9) Santunan letusan gunung berapi berlaku untuk lokasi objek pertanggung dengan jarak minimal 10 km dari puncak gunung.
 - 10) Dikecualikan untuk santunan gempa bumi tanpa menimbulkan tsunami.
 - 11) Santunan meninggal dunia akibat kebakaran berlaku any one accident and aggregate whole period.
- b. Yang Dijamin Dalam Paket *Rumahkoe*
- 1) Kerugian Sesuai PSAKI

Perluasan Jamninan:

- 2) Risiko huru-hara
- 3) Risiko kerusakan
- 4) Santunan akibat bencana alam: Banjir (ketinggian > 30 cm), angin topan, tanah longsor, letusan gunung berapi dan tsunami.
- 5) Santunan biaya sewa rumah.
- 6) Santunan kecurian akibat pembongkaran.
- 7) Santunan meninggal dunia karena terbakar bagi tertanggung pada saat rumahnya terbakar.
- 8) Santunan meninggal dunia bagi satu orang pembantu tertanggung karena terbakar pada saat rumah terbakar.
- 9) Santunan biaya pembersihan puing - puing.
- 10) Santunan biaya pemadam kebakaran.
- 11) Santunan tanggungjawab hukum terhadap pihak ket-3 yang dirugikan akibat terjadinya kebakaran pada rumah yang diasuransikan.
- 12) Santunan risiko tertabrak kendaraan terhadap rumah tertanggung.

c. Yang tidak dijamin dalam paket *Rumahkoe*

- 1) Bangunan tidak digunakan sebagai rumah tinggal
- 2) Rumah yang berada di daerah/Provinsi Maluku
- 3) Pemilik/pengguna rumah tinggal sudah memiliki polis kebakaran atau bangunan yang akan diasuransikan.

d. Pengajuan klaim *Rumahkoe*

Hal-hal yang perlu dilakukan jika ingin mengajukan klaim adalah sebagai berikut:

- 1) Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 terdekat dari rumah Selambat-lambatnya 3 x 24 jam kerja.
- 2) melakukan pengisian formulir klaim
- 3) Melengkapi surat surat atau dokumen persyaratan pengajuan klaim.
- 4) Klaim dianggap kadaluarsa jika selama 6 bulan pemegang polis atau keluarganya tidak melengkapi dokumen persyaratan klaim.

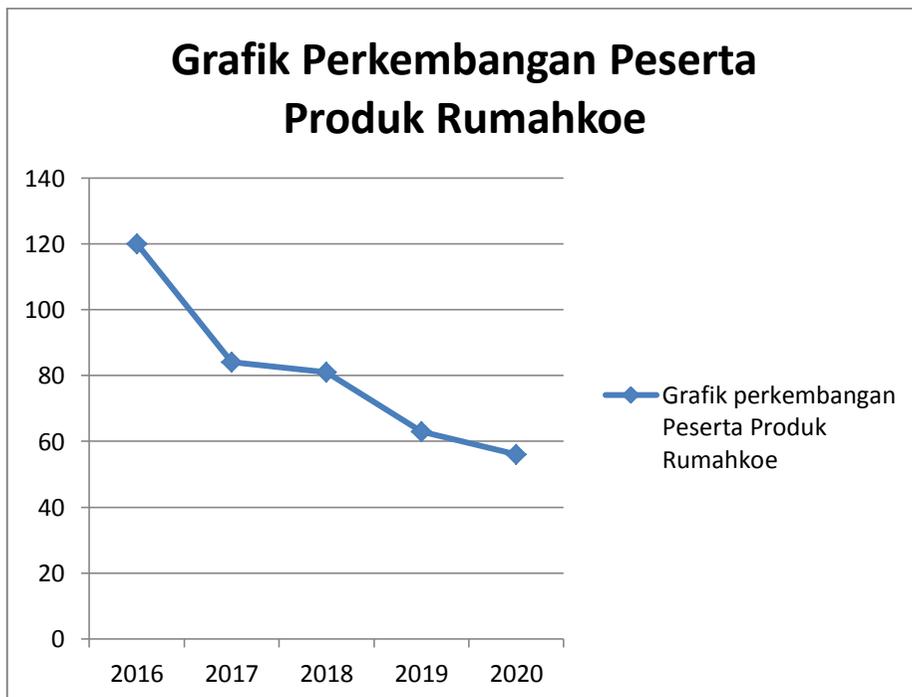
e. Data Jumlah Peserta Produk Asuransi *Rumahkoe*

Jumlah peserta produk asuransi *rumahkoe* PT.
Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang

pada tahun 2016 sebanyak 120 peserta, tahun 2017 sebanyak 84 peserta, tahun 2018 sebanyak 81 peserta, tahun 2019 sebanyak 63 peserta, tahun 2020 sebanyak 56 peserta. Data tersebut dapat digambarkan dengan grafik sebagai berikut:¹

Gambar 4.1

Grafik Perkembangan Peserta Produk Rumahkoe



¹ Mohamad Ardabili Kepala Kasie Teknik Keuangan Personalia dan Umum PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang, *Wawancara*, Tanggal 15 Maret 2021.

B. Strategi Pemasaran Produk Rumahkoe Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang

Setiap perusahaan Pastinya memiliki strategi dalam memasarkan produknya untuk menarik minat calon pembeli/nasabah. Sama halnya dengan PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabaang Serang. Kegiatan pemasaran pada asuransi merupakan salah satu faktor utama dan sebagai kunci keberhasilan dalam bisnis asuransi. Untuk itu strategi pemasaran dalam suatu perusahaan sangat memiliki peran penting sebagai penggerak pasar guna mendapatkan loyalitas nasabah.

Dari hasil penelitian berupa wawancara diperoleh informasi strategi pemasaran khusus produk Rumahkoe sebagai berikut.

1. Strategi Pemasaran Melalui Agen

Dalam melakukan pemasaran produk rumamh~~koe~~, PT. BUMIDA Cabang Serang melakukan strategi pemasaran melalui agen. Sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan

agen asuransi yaitu Bapak Muji Raharjo selaku agen dari BUMIDA Cabang Serang pada hari Kamis tanggal 25 Maret 2021, Bapak Muji menjelaskan sebelum melakukan pemasaran agen asuransi harus sudah menguasai produk yang akan mereka tawarkan kepada calon nasabah. Sebagai agen asuransi harus memiliki modal untuk berbicara dengan baik kepada calon nasabah, agen harus mengetahui dengan jelas mengenai segala manfaat dan juga keuntungan yang akan didapatkan dari produk asuransi yang ditawarkan.

Pastikan agen memiliki pengetahuan dan keyakinan yang baik mengenai produk yang akan dipasarkan. Dengan begitu agen akan lebih mudah menjelaskan pada calon nasabah. Jika agen sudah memenuhi hal itu agen bisa terjun ke lapangan untuk melakukan proses pemasaran.

Dalam memasarkan produk asuransi rumah*koe* dilakukan dengan cara *door too door* atau dari rumah ke rumah, melalui media sosial seperti WhatsApp, menyebarkan brosur, dengan cara tersebut agen dapat melakukan pendekatan dengan masyarakat dan mengobrol dan

menjelaskan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat khususnya pada produk *rumahkoe*, agen menjelaskan secara rinci dan jelas sehingga calon nasabah merasa puas dengan penjelasan yang diberikan oleh agen karena biasanya dengan begitu calon nasabah akan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan oleh agen tersebut.²

Produk *Rumahkoe* bisa diikuti oleh semua kalangan karena produk ini ditunjukkan untuk semua masyarakat yang ingin menjamin atau menginginkan perlindungan dari suatu resiko yang mungkin akan terjadi, dengan pengecualian rumah tersebut tidak didalam gang yang tidak bisa dilalui oleh kendaraan roda empat seperti mobil pemadam kebakaran.

Dalam memasarkan produk pasti selalu ada kendala atau kelemahannya. Kelemahan yang dirasakan oleh tenaga pemasaran dalam memasarkan produk asuransi *rumahkoe* adalah dalam memasarkan produk asuransi tidak selalu mendapatkan tanggapan yang positif dari masyarakat, kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pentingnya

² Muji Raharjo, Agent PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang, *Wawancara*, Tanggal 25 Maret 2021.

berasuransi. Terkadang agen sudah menjelaskan dengan jelas tetapi masih tidak mengerti dan tidak tertarik untuk membeli produk asuransi.

Agen sangat berperan penting dalam proses pemasaran produk asuransi yang ada pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 cabang Serang sehingga dapat mempengaruhi jumlah peserta.

Adapun prosedur dalam melakukan pendaftaran Asuransi Rumah*koe* adalah sebagai berikut:

- a) Siapkan berkas yang diperlukan seperti KTP/KK
- b) Mengisis data yang telah disediakan, seperti identitas yang mencakup calon peserta, data rumah tinggal yang akan diasuransikan, memilih paket dan periode.

C. Kinerja Agen Dalam Memasarkan Produk Rumah*koe* Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda Cabang Serang.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti mengenai kinerja agen dalam pemasaran produk rumah*koe* PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang. Pada perusahaan

yang bergerak dibidang jasa sudah pasti untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen. Sebelum seorang agen terjun langsung ke lapangan diperlukan proses perencanaan terlebih dahulu untuk melakukan pendekatan dengan masyarakat.

Agen merupakan posisi yang secara langsung berhadapan dengan nasabahnya dan dalam memasarkan produk kepada calon nasabahnya, serta mampu dalam menciptakan kepuasan nasabah melalui produk yang ditawarkan dan pelayanan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan, dan diharapkan oleh calon nasabah. Karena itu, setiap agen asuransi harus bisa menguasai setiap produk asuransi, memiliki pengetahuan tentang asuransi dan bisa memahami karakter setiap nasabah yang ditemui, sehingga agen dapat mengetahui apa saja produk yang dibutuhkan atau yang sesuai dengan calon nasabahnya.

Sebagian besar agen merupakan mitra bagi perusahaan asuransi, maksudnya agen merupakan bukan pegawai tetap yang setiap bulannya mendapatkan gaji dari perusahaan. Pendapatan agen didapatkan berdasarkan hasil penjualan yang diperoleh.

Pada dasarnya kinerja agen akan maksimal jika komisi yang didapat dari produk itu sendiri jumlahnya cukup besar.

Dikarenakan hasil yang didapat dari produk rumahkoe ini termasuk kecil maka agen jarang melakukan pemasaran pada produk rumahkoe. jadi, semakin besar komisi yang didapatkan agen maka semakin giat agen dalam melakukan pemasaran produk.³

³ Mohamad Ardabili Kepala Kasie Teknik Keuangan Personalia dan Umum PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang, *Wawancara*, Tanggal 15 Maret 2021.