

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Produk Asuransi Siagakoe

Asuransi *Siagakoe* dirancang untuk memberikan perlindungan kepada nasabah terhadap resiko-resiko cidera akibat kecelakaan yang berlaku untuk individu atau untuk keluarga. Batas usia yang dijamin yaitu, anak-anak 1 (satu) tahun sampai dengan 17 (tujuh belas) tahun, sedangkan dewasa 18 (delapan belas) tahun sampai dengan 60 (enam puluh) tahun. Adapun manfaat dari asuransi *siagakoe* ini ialah :

1. Jaminan meninggal akibat kecelakaan
2. Jaminan cacat tetap akibat kecelakaan
3. Jaminan biaya pengobatan akibat kecelakaan

Plus :

1. Santunan biaya pemakaman akibat kecelakaan
2. Santunan biaya ambulans Santunan biaya *expatriasy* (biaya untuk membawa jenazah yang meninggal di luar negeri)
3. Santunan biaya *proteche* (biaya untuk bantuan alat gerak akibat cacat tetap kecelakaan)
4. Santunan pengurusan dokumen/surat diberikan sebesar Rp. 50.000 (dibayarkan Bersama pembayaran klaim)

Di samping itu, asuransi *siagakoe* ini, memiliki pengecualian risiko diantaranya:

1. Kelainan bawaan
2. Bunuh diri atau usaha mencederai diri
3. Ikut dalam kegiatan perang, kudeta demonstrasi, huru-hara, pemogokan dan tawuran

4. Kecelakaan akibat pengaruh meminum alkohol, narkotik, obat bius atau psikotropik
5. Terkena radiasi, kontaminasi, oleh radioaktif
6. Berpartisipasi dalam lomba atau kegiatan olahraga professional
7. Psikotis, kelainan mental / *stress*

B. Analisis Faktor-faktor Strategi Bersaing Pada Pemasaran Produk Asuransi Siagakoe

1. Data Responden

Adapun Responden tersebut antar lain:

- a. Mohamad Ardabili sebagai Kepala Kasie Teknik Keuangan Personalia dan Umum PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang Tugas dan Wewenang Kepala Kasie Teknik Keuangan Personalia dan Umum :
 - Membawahi seorang staf, kasir, dan bertanggung jawab kepada kepala cabang
 - Memebuat laporan keuangan
 - Menerima transaksi pembayaran premi
- b. Muji Raharjo sebagai agen yang ada di BUMIDA cabang Serang
Tugas agen merupakan mencari nasabah dan mempromosikan produk.

2. Data Penelitian

Produk *siagakoe* merupakan produk pengembangan dari produk asuransi Kecelakaan Diri. Tujuan dari produk *siagakoe* adalah untuk lebih menjangkau nasabah-nasabah individu dan keluarga yang menginginkan perlindungan yang *comprehensive* atas segala resiko kecelakaan terhadap diri dan keluarganya.

C. Harga Produk Asuransi Siagakoe

Siagakoe suatu produk yang memang banyak diminati oleh para calon nasabah dan salah satu produk unggulan yang ada di BUMIDA karena biaya polis yang cukup terjangkau dan menjamin suatu resiko kecelakaan selama 24 jam penuh dimanapun berada.

Dalam penentuan harga untuk produk siagakoe telah ditetapkan perhitungannya oleh kantor pusat BUMIDA, sehingga untuk seluruh layanan maupun kantor cabang telah memberlakukan harga yang sama. Adapun harga dari produk ini adalah sebagai berikut :

Gambar 1.1 Table Harga Produk Siagakoe

MANFAAT / JAMINAN ASURANSI <i>Siagakoe</i>		PILIHAN PAKET				
		PS 1 (Rp.)	PS 2 (Rp.)	PS 3 (Rp.)	PS 4 (Rp.)	PS 5 (Rp.)
1	Jaminan Meninggal Akibat Kecelakaan	22,000,000	32,000,000	42,000,000	52,000,000	62,000,000
2	Jaminan Cacat Tetap Akibat Kecelakaan	22,000,000	32,000,000	42,000,000	52,000,000	62,000,000
3	Jaminan Biaya Pengobatan Akibat Kecelakaan	2,200,000	3,200,000	4,200,000	5,200,000	6,200,000
P L U S						
4	Santunan Biaya Pemakaman akibat kecelakaan maupun meninggal dunia biasa	750,000	1,000,000	1,250,000	1,500,000	1,750,000
5	Santunan Biaya Ambulans	250,000	350,000	450,000	550,000	650,000
6	Santunan Biaya Expatriasy	1,000,000	1,500,000	2,000,000	2,500,000	3,000,000
7	Santunan Biaya Proteche	1,000,000	1,500,000	2,000,000	2,500,000	3,000,000
8	Santunan Pengurusan Dokumen kecelakaan & kematian	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
9	Santunan Rawat Inap akibat kecelakaan maks 7 hari/th	150,000	200,000	250,000	300,000	350,000
10	No Claim Bonus	10 % dari Premi Renewal	10 % dari Premi Renewal	10 % dari Premi Renewal	10 % dari Premi Renewal	10 % dari Premi Renewal
11	Biaya Administrasi			GRATIS		
PREMI ASURANSI		Rp.	Rp.	Rp.	Rp.	Rp.
Individu	Umum	115,000	165,000	215,000	265,000	315,000
	Khusus	105,000	149,000	194,000	239,000	284,000
K.0	Umum	225,000	324,000	423,000	522,000	621,000
	Khusus	203,000	292,000	381,000	470,000	559,000
K.1	Umum	330,000	477,000	624,000	771,000	918,000
	Khusus	297,000	430,000	562,000	694,000	827,000
K.2	Umum	430,000	624,000	818,000	1,012,000	1,206,000
	Khusus	387,000	562,000	737,000	911,000	1,086,000
K.3	Umum	525,000	765,000	1,005,000	1,245,000	1,485,000
	Khusus	473,000	689,000	905,000	1,121,000	1,337,000

Sumber : PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967

D. Strategi bersaing pada pemasaran produk asuransi siagakoe

Setiap perusahaan pastinya memiliki strategi dalam memasarkan produknya untuk menarik minat calon pembeli/nasabah. Sama halnya dengan PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 cabang Serang. Berikut merupakan strategi yang dilakukan oleh PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 cabang Serang.

Asuransi umum bumiputera muda cabang Serang merupakan asuransi kerugian yang melakukan segmentasi pasar dalam mempromosikan dan mencari nasabahnya. Proses segmentasi ini, dibagi agar dapat memudahkan dalam proses pencapaian target. Adapun segmentasi BUMIDA cabang Serang yaitu : korporasi dan non korporasi (ritel). Korporasi targetnya adalah instansi pemerintahan sedangkan non korporasi targetnya adalah perorangan.

Strategi yang dipakai oleh Asuransi umum bumiputera muda 1967 cabang Serang dengan cara :

1. *Personal Selling*

Merupakan interaksi antara individu yang saling bertemu maka yang bertujuan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Adapun bentuk kegiatan ini yang dilakukan oleh BUMIDA cabang Serang seperti promosi secara *door to door*, baik itu antar nasabah maupun antar agen ke nasabah yang sudah pernah bergabung di grup Bumiputera atau yang belum tergabung. dengan cara tersebut agen dapat melakukan pendekatan dengan masyarakat dan menjelaskan produk yang seharusnya dibutuhkan oleh masyarakat khususnya pada produk *siagakoe*, karena produk ini menjamin terhadap suatu resiko kecelakaan selama 24 jam penuh dimanapun berada.¹

2. *Periklanan*

Merupakan salah satu kegiatan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan omset penjualan dengan cara mempengaruhi secara tidak langsung menggunakan media.

¹ Muji Raharjo, Agen PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang, *Wawancara*, Serang, 25 Maret 2021.

Adapun kegiatan promosi dengan bentuk periklanan BUMIDA antara lain, melalui media sosial.

Selain itu agen harus mengetahui produk *knowledge* untuk 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.

Setiap agen-agen pemasaran BUMIDA cabang Serang, selalu diberikan pengarahan dan training-training dalam memasarkan produk-produk yang telah luncurkan oleh perusahaan tersebut. Perusahaan ini selalu melakukan evaluasi terhadap kinerja mereka setiap hari Jum'at sesuai dengan koordinasi kepala seksi Pemasaran.

E. Proses Pengajuan Klaim

Bila terjadi suatu risiko yang menyebabkan klaim peserta, sesegera mungkin memberikan laporan kepada pengelola secara tertulis dalam waktu 3 hari dan selanjutnya dalam waktu 7 hari menyampaikan tuntutan ganti rugi memuat besarnya kerugian yang diderita.

Dokumen yang harus dilengkapi adalah sebagai berikut :

1. Mengisi formulir dan ditanda tangani oleh peserta dan dokter yang merawat
2. Melampirkan dokumen pendukung yaitu :
 - a. Untuk perawatan di rumah sakit, puskesmas, balai pengobatan berupa kwitansi atau rincian pengobatan
 - b. Untuk meninggal dunia berupa surat keterangan kelurahan atau kepolisian atau dokter atau rumah sakit

- c. Untuk biaya ambulan berupa kwitansi ambulan dan pihak rumah sakit
 - d. Untuk biaya repatriasy berupa kwitansi pengangkutan jenazah dari intansi yang berwenang
 - e. Untuk biaya proteche berupa surat rujukan dari dokter dan kwitansi pembelian alat bantu tersebut
3. Batas berkas klaim maksimum adalah 90 hari dari tanggal kejadian atau kerugian.

F. Data Jumlah Peserta Produk Siagakoe

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 cabang Serang, jumlah peserta pada produk asuransi siagakoe pada tahun 2016 sampai 2020 adalah :

Gambar 2.2 Jumlah Peserta Asuransi Siagakoe

Tahun	Jumlah Peserta
2016	669
2017	624
2018	547
2019	591
2020	527

Sumber : *PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967*

Perkembangan jumlah peserta asuransi siagakoe di PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 cabang Serang mengalami penurunan dan kenaikan. Penurunan disini disebabkan karena banyaknya peserta yang sudah menutup polis. Sedangkan kenaikan yang terjadi di pengaruhi oleh pemasaran agen yang sukses memasukan peserta baru di PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang.