

Analisis Strategi Agent Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah di PT. Prudential Syariah Cabang Binjai

Ali Rahman ^{1✉} **Yusrizal** ²

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstrak

Asuransi merupakan salah satu acuan untuk memenuhi kebutuhan dan perasaan aman dalam menghadapi ketidakpastian yang mungkin timbul dalam kehidupan masyarakat serta risiko yang akan dialami oleh perusahaan. Asuransi merupakan salah satu sarana finansial (keuangan) kehidupan rumah tangga, baik dalam menghadapi risiko kematian maupun dalam menghadapi risiko harta benda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan agen dalam mempertahankan loyalitas nasabah di PT Prudential Syariah Cabang Binjai. Dalam hal ini untuk mengungkapkan persoalan secara mendalam dan menyeluruh, metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa observasi, wawancara dan data sekunder berupa artikel-artikel, jurnal, dan media online. Kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis dan dibahas untuk menjawab permasalahan yang diajukan. Dari hasil penelitian strategi mempertahankan loyalitas nasabah yang dilakukan agen adalah memperkuat strategi pemasaran dimana strategi pemasaran dilakukan agen yaitu personal selling (penjualan pribadi) dimana metode personal selling dalam memasarkan produknya harus memilih dan menilai prospek, melakukan pendekatan, prestasi, mengatasi keberatan, dan penutup. Strategi lain yang dilakukan agen adalah dengan mendapatkan kepercayaan dari nasabah, jika nasabah sudah percaya dia akan mempertahankan loyalitas pada asuransi, dan agen menjaga komunikasi dan hubungan yang baik terhadap nasabah. Dan strategi lain dalam mempertahankan loyalitas agen harus aktif dan bertanggung jawab dan mendalami ke 6 peran sebagai agen yaitu sebagai inisiator, sebagai konektor, sebagai komunikator, sebagai motivator, sebagai edukator dan sebagai adminisator.

Kata Kunci: Strategi Mempertahankan Nasabah, Agen, Loyalitas Nasabah

Copyright (c) 2023 Ali Rahman

✉ Corresponding author :

Email Address : alirahmanwae19@gmail.com

PENDAHULUAN

Dewasa ini Perkembangan jasa keuangan syariah keuangan syariah Indonesia menunjukkan perkembangan baik. Selama tahun 2017, industri jasa keuangan (IJK) syariah Indonesia mengalami pertumbuhan yang ditunjukkan dari peningkatan kinerja keuangan industri perbankan syariah, industri pasar modal syariah dan industri keuangan non- bank (INKB) syariah. Perbaikan kinerja tersebut antara lain dipengaruhi oleh kondisi perekonomian nasional yang stabil dan berdampak kepada perbaikan kinerja IJK syariah. Keuangan syariah Indonesia masih mempunyai banyak potensi terus berkembang. Dengan keunikan yang dimilikinya, keuangan syariah dipercaya mampu mewujudkan keselarasan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan

lingkungan hidup. Namun masih banyak tantangan dihadapi dalam pembangunan nasional dan menyejahterakan masyarakat. Untuk itu, integrasi dan sinergi semua pihak yang terkait keuangan syariah diperlukan agar proses pengembangan keuangan syariah berjalan lebih cepat dan berkelanjutan. Salah satu yang mendorong laju keuangan syariah adalah asuransi. Pada data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2015 mencatat pertumbuhan asset total perasuransian syariah hingga Juni 2015 sebesar 24,06%.

Penempatan dana investasi yang dikelola perasuransian syariah pun mengalami kenaikan sebesar 27,59%. Sedangkan kontribusi (premi syariah) naik sebesar 15,59% dibandingkan tahun 2014. Hal ini juga di dukung oleh kepercayaan dan juga optimisme akan kondisi ekonomi ke depan yang dapat mempengaruhi kinerja sumber daya manusia di industri keuangan syariah. Selain itu kontribusi aktif dari investor baik lokal maupun mancanegarapun sangat diperlukan dalam meningkatkan pangsa pasar asuransi syariah di Indonesia. Tentunya dengan dukungan pemerintah dalam membantu perusahaan asuransi mengembangkan pangsa pasarnya.

Asuransi syariah secara terminologi adalah tolong menolong dan secara umum asuransi adalah sebagai salah satu cara untuk mengatasi terjadinya resiko dalam kehidupan, dimana manusia dihadapkan kemungkinan bencana yang dapat menyebabkan hilangnya atau kurangnya nilai ekonomi seseorang, baik terhadap diri sendiri, keluarga atau yang diakibatkan oleh meninggal dunia, kecelakaan, sakit, dan usia tua.

Salah satu peran yang paling penting bagi pemahaman nasabah adalah agen asuransi, sebab berkembang atau majunya sebuah perusahaan itu tergantung oleh keberhasilan seorang agen dalam bisnis asuransi. Oleh karena itu, agen asuransi diharapkan dapat memahami dan mengerti peran serta kedudukan, tugas dan serta tanggung jawab dalam mengembangkan bisnis asuransi. Agen pemasaran adalah salah satu penentu kesuksesan dan juga menjaga citra perusahaan asuransi di mata masyarakat. Agen pemasaran asuransi syariah tidak boleh ragu dan keliru dalam melakukan promosi, memberikan informasi serta menjual produk (keuangankita, 2018).

Pihak agen sebagai sumber daya manusia yang menawarkan produk secara langsung kepada masyarakat atau konsumen untuk menghindari penyesalan dan kekecewaan, meski teknologi telah sempurna tetapi tanpa adanya keagenan maka sulit tercapai tujuan organisasi. M. Wahyu (2001:6) mengemukakan bahwa agen merupakan ujung tombak keberhasilan pencapaian asuransi syariah. Pemasaran pada asuransi jiwa syariah lebih diperlukan kemampuan merekrut, membina dan mengembangkan personal selling yaitu komunikasi langsung antara penjual dengan calon nasabah sangat berguna untuk membentuk pemahaman nasabah terhadap produk, sehingga pihak nasabah tertarik untuk membeli produk tersebut.

Salah satu strategi dalam mempertahankan loyalitas nasabah adalah dengan memperkuat personal selling agen. Personal selling merupakan sebuah interaksi secara langsung sama satu pembeli atau lebih untuk persentasi serta memberikan informasi, menghandel pertanyaan-pertanyaan dan menerima suatu pembelian. dan memberikan pelayanan yang dilakukan agen selaku bagian dari sumber daya manusia salah satunya agen asuransi harus dididik dan dilatih agar memiliki kemampuan untuk memasarkan produk dengan cara terbaik sehingga dapat mempertahankan loyalitas nasabah. Banyak isu yang tersebar dengan menurun nya jumlah nasabah

asuransi membuat asuransi syariah berusaha mempertahankan loyalitas yang telah ada dan berusaha membuat nasabah menjadi loyal terhadap asuransi. Loyalitas yang tinggi mencerminkan kepuasan yang tinggi dari nasabah ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu produk atau jasa asuransi syariah. Kepuasan untuk mengadopsi atau menolak timbul setelah nasabah menggunakan produk tersebut dan timbul rasa suka dan tidak suka terhadap produk tersebut. Menurut Hurriyanti mendefinisikan loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian atau transaksi produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi agar nasabah menjadi loyal salah satu faktornya adalah terjalinnya hubungan baik antara agen pemasar dengan nasabah. Sehingga terjalin hubungan yang bisa membuat nasabah tetap loyal sesuai dengan target keinginan yang dicapai.

Terkait mempertahankan nasabah, agen melakukan beberapa strategi dalam mempertahankan nasabah. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Strategi Agen Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah di PT. Prudential Syariah Cabang Binjai."

A. Pengertian Agen

Seorang spesialis adalah seorang individu yang disetujui dan disebut sebagai "perwakilan" untuk menyelesaikan kegiatan yang sah "untuk" seorang individu yang memberikan otoritas hukum penuh, pada akhir hari ia menangani otoritas hukum. Artinya, apa yang diputuskan oleh pengacara adalah merugikan otoritas hukum dan umumnya hak istimewa dan komitmen yang timbul dari kegiatan tersebut menjadi kebebasan dan komitmen pengacara. Biasanya, pameran perlindungan dilakukan melalui delegasi organisasi yang dikenal sebagai spesialis. (Nugraho, 2022)

Mengenai Agen Asuransi, pada Bab 1 Ketentuan Umum Pasal 1 ayat 28 dalam undang-undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang perasuransian disebutkan bahwasanya agen asuransi adalah orang yang bekerja sendiri atau bekerja pada badan usaha, yang bertindak untuk dan atas nama perusahaan asuransi atau perusahaan asuransi syariah dan memenuhi persyaratan untuk mewakili perusahaan asuransi atau perusahaan asuransi syariah memasarkan produk asuransi atau produk asuransi syariah. (Presiden RI, 2014)

Berdasarkan UU No. 2 tahun 1992 tentang perasuransian, agen asuransi didefinisikan sebagai seorang atau badan hukum yang kegiatannya memberikan jasa asuransi untuk dan atas nama penanggung. Kemudian setiap agen asuransi hanya dapat menjadi satu agen dari satu perusahaan asuransi, dan agen asuransi wajib memiliki perjanjian keagenan dengan perusahaan asuransi yang diageni. Secara umum terdapat dua jenis agen asuransi, yaitu agen independen dan agen yang dipekerjakan oleh perusahaan asuransi. Agen independen adalah perusahaan mandiri yang berizin dan membantu memasarkan produk-produk asuransi atas dasar komisi. Sedangkan agen yang dipekerjakan oleh perusahaan asuransi adalah individu yang bekerja berdasarkan gaji dan/atau komisi. Agen asuransi terdaftar dan berlisensi agar dapat menjual produk asuransi.

Agen asuransi merupakan penghubung antara konsumen dengan perusahaan asuransi. Para agen bertugas untuk menolong individu, keluarga, perusahaan, ataupun lembaga untuk merencanakan hingga akhirnya memilih polis asuransi sesuai kebutuhan. Agen asuransi juga akan mendampingi proses pengenalan dan pemilihan polis guna melindungi kehidupan pribadi, keluarga, kesehatan, dan kesejahteraannya

dimasa depan. Menjadi seorang agen asuransi syariah harus memiliki beberapa modal dasar sikap, yaitu : rasa bertanggung jawab, mandiri, kreatif, selalu optimis dan tidak mudah putus asa, jujur dan dapat dipercaya, sabar dan tidak panik ketika mengalami kegagalan. Juga harus memiliki kemampuan dasar seperti pengetahuan akan produk, keterampilan dan kemampuan lobi, penampilan, jaringan bisnis, akhlak dan kepribadian, sehingga seorang agen mampu memasarkan, mensosialisasikan dan mengedukasikan produk asuransinya.

B. Loyalitas Nasabah

Loyalitas konsumen merupakan wujud kesetiaan konsumen terhadap produk atau jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dimana kecenderungan dari konsumen untuk membeli secara terus menerus ini merupakan sikap yang positif bagi perusahaan (Putranto 2022)

Dengan melakukan pembelian secara berulang kali dan merekomendasikannya kepada orang lain secara tidak langsung sudah membantu perusahaan dalam memasarkan produknya. (Utari & Darminta, 2022)

Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun , pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Siregar 2018)

Loyalitas merupakan satu kata yang menggambarkan kesetiaan atau kepatuhan terhadap organisasi, gerakan, atau individu. Loyalitas pelanggan mempunyai perilaku dan mencakup preferensi, kesukaan, dan iktikad dimasa mendatang (Lovelock, 2010:76). Loyalitas nasabah adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali terhadap produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa mendatang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi menyebabkan adanya perubahan perilaku.

Menurut Griffin menyatakan "loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit". Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih.

Sedangkan Loyalitas menurut Tjiptono adalah situasi dimana nasabah bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyediaan jasa atau produk) dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten

Berdasarkan beberapa definisi loyalitas nasabah di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah adalah keinginan pelanggan untuk setia secara mendalam dengan komitmen meskipun pengaruh situasi yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap produk atau jasa sepanjang waktu dan ada sikap yang baik untuk merekomendasikan orang lain untuk membeli produk atau jasa tersebut.

Dalam konteks loyalitas digunakan untuk melukiskan kesetiaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang-ulang, secara eksklusif, dan secara sukarela merekomendasikan penggunaan produk dan jasa perusahaan kepada orang lain. Loyalitas pelanggan merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan oleh pihak perusahaan serta untuk tetap menjadi pelanggan dari perusahaan tersebut. Ciri-ciri nasabah yang loyal yaitu mempunyai polos lebih

dari satu dan polis tidak ditutup (tidak lapse), melakukan pembayaran ulang secara teratur dan memberikan referensi kepada orang lain.

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan jenis penelitian literature review dan wawancara. Literatur review yaitu mengumpulkan informasi atau karya karya tulis yang bersifat kepustakaan. Wawancara dengan agen di PT.Prudential Cabang Syariah Binjai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Startegi Agen Pt.Prudential Syariah Cabang Binjai Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak dedi chandra selaku agen PT. Prudential Cabang Binjai mengungkapkan bahwa :

“Peran agen adalah fungsi agen sebagai tenaga pemasar, dimana peran agen melayani nasabah, berupaya untuk selalu berkomunikasi kepada nasabah dengan cara memperkuat hubungan atau relasi dengan nasabah dan membantu nasabah agar kesinambungan pertanggung jawaban tercapai dengan cara memberikan ucapan selamat atas apa yang menimpah nasabah baik ketika nasabah berulang tahun, adanya prestasi nasabah dan lainnya. sebagai seorang agen harus konteks atau tetap berhubungan baik, bersatu dengan nasabah nya bahwa nasabah inget dan percaya terhadap agen nya bahwasannya agen tersebut masih aktif, mempertahankan pelayanan yang baik terhadap nasabah sehingga dapat mengetahui tingkat kepuasan nasabah agar membuat nasabah menjadi loyal dan tindak lanjuti penjualan untuk memastikan bahwa pelanggan puas dengan produk yang ditawarkan”.

Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis menyimpulkan bahwa Peran agen asuransi PT. Prudential Syariah Cabang Binjai dalam mempertahankan loyalitas nasabah yaitu:

- 1 Sebagai inisiator, Mereka para agen menjalankan perannya dengan membuat janji untuk melakukan suatu kunjungan tanpa ada perintah dari orang lain untuk mempromosikan produk jasa yang dijual dengan begitu akan mempermudah untuk memasarkan produk jasanya. Alasan agen sebagai inisiator supaya mereka memiliki tanggung jawab untuk meraih kesuksesan.
- 2 Sebagai konektor, Agen sebelum berbicara jauh tentang produknya, para agen mengenalkan identitas pribadinya ke calon nasabah, seperti mereka agen yang memiliki lisensi, dengan begitu keberadaan agen tidak diragukan oleh masyarakat dan pasti masyarakat akan percaya. Dengan kepercayaan seorang nasabah akan mengambil polis dan akan menjalin hubungan jangka panjang. Alasan agen sebagai konektor yaitu supaya mereka di percaya oleh masyarakat luar dengan lisensi keagenannya yang resmi.
- 3 Sebagai komunikator, Komunikator adalah orang yang menyampaikan suatu pesan atau informasi kepada orang lain untuk suatu tujuan tertentu. Dalam hal ini, agen asuransi dituntut memiliki keterampilan mengomunikasikan produk maupun informasi lain untuk meyakinkan prospek agar membeli produk asuransi dari dirinya. Komunikasi dapat berjalan dengan baik apabila antara agen asuransi dengan prospek terjalin hubungan yang baik dan saling percaya. Karena itu,

keterampilan membangun hubungan dan kepercayaan dengan prospek sangat penting bagi seorang agen asuransi.

- 4 Sebagai Motivator, Peran agen asuransi sebagai motivator adalah untuk meminta dan mendorong prospek dalam mengambil keputusan membeli produk yang ditawarkan. Sebagai motivator seorang agen asuransi harus mampu meyakinkan bahwa produk asuransi tersebut merupakan solusi atas masalah yang dihadapi dan sesuai dengan kebutuhan atau keinginan prospek atau calon nasabah.
- 5 Sebagai edukator , Dalam proses penjualan, seorang agen asuransi tidak bisa memaksakan prospek untuk membeli produk asuransi yang ditawarkan. Yang bisa dilakukan agen asuransi adalah menunjukkan adanya masalah menyangkut nilai ekonominya. Selain membantu prospek mengenali masalah dibidang keuangannya, sebagai edukator agen asuransi juga memberikan nasihat, saran, maupun rekomendasi untuk menggunakan produk asuransi yang ditawarkan sebagai solusinya.
- 6 Sebagai administrator, Agen asuransi adalah orang yang melaksanakan peraturan, prosedur maupun kebijakan dari perusahaan yang diwakili dalam penjualan asuransi. kegiatan agen asuransi sebagai administrasi penutupan penjualan asuransi jiwa. Peran administrator agen asuransi juga dapat berarti mengelola kegiatannya dalam administrasi yang baik.

Berdasarkan wawancara Bapak Candra Gunawan, agen asuransi di PT. Prudential Syariah Cabang Binjai mengatakan bahwa: "strategi agen yang dilakukan salah satu nya yaitu pelayanan dan menjaga hubungan dengan nasabah, dimana para agen harus memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah, memenuhi kebutuhan nasabah, apa keperluan nasabah dan berilaturahmi ke tempat nasabah". Dari penjelasan di atas menurut bapak gunawan yaitu agen dalam memberikan pelayanan berkualitas untuk nasabah dan agen harus cepat tanggap terhadap apa yang dibutuhkan nasabah, usahakan mengerti dan memahami kebutuhan pelanggan secara cepat dan tepat, agen harus lebih dulu berusaha untuk mengerti kemauan pelanggan dengan cara mendengar penjelasan, keluhan atau kebutuhan pelanggan secara baik agar pelayanan terhadap keluhan atau keinginan yang diharapkan pelanggan tidak salah. Termasuk juga memberikan jalan keluar yang diinginkan. Ini menunjukkan bahwa agen benar-benar tertarik pada masalah dan memberikan kesempatan nasabah untuk mengungkapkan keluhannya. Dengan menjaga hubungan pada nasabah, nasabah akan percaya dan tetap mempertahankan asuransinya.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi agen PT Prudential Syariah Cabang Binjai dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya adalah dengan menjalankan ke 6 indikator peran agen yaitu, Inisiator, Konektor, Komunikator, Motivator, Edukator, dan Administrator. Selain ke-6 indikator strategi mempertahankan loyalitas nasabah adalah pelayanan dan menjaga hubungan dengan nasabah.

Strategi Agen Asuransi PT. Prudential Syariah Cabang Binjai Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Dedi chandra selaku agen di PT. Prudential Life Assurance Cabang Binjai mengungkapkan bahwa :

"Strategi yang saya gunakan yaitu tetap mengsosialisasikan, mempromosikan produk-produk yang ada di asuransi syariah dalam memasarkan produk seorang agen wajib memberikan informasi yang benar, tidak palsu dan tidak menyesatkan

kepada pemegang polis atau peserta mengenai risiko, manfaat, kewajiban dan pembenaan biaya terkait dengan produk asuransi syariah yang kita tawarkan sesuai undang-undang nomor 40 tahun 2014 tentang perasuransian pasal 31(2) jika agen tidak memenuhi hal tersebut agen telah melanggar *Principle Of Utmost Good Faith* (prinsip iktikad baik), memberikan pelayanan, kalau ada yang mau masuk di datengin langsung jika gagal di prospek ulang lagi, dan di follow up sampai calon nasabah masuk. dan selalu menghubungi nasabah agen tersebut agar jalinan komunikasi antara agen dan nasabahnya tidak boleh terputus supaya nasabah tidak lari dari perusahaan kita dan tetap bertahan di asuransi kita”.

Dari penjelasan diatas menurut Bapak dedi strategi pemasaran yang dijalankan oleh para agen adalah dengan terus melakukan sosialisasi, promosi, dan tetap menjual produk-produk asuransi dan tetap menghubungi nasabah agar terjalin komunikasi yang baik sehingga membentuk ikatan emosional yang kuat dengan nasabah sehingga nasabah merasa nyaman dan percaya.

Hasil wawancara terhadap Ibu rukhayyah, salah satu agen asuransi di PT. Prudential Syariah Cabang Binjai mengatakan bahwa : “Strategi yang saya gunakan yaitu, sebagai agen harus tetap belajar dan belajar lagi agar tetap profesional media belajar yang saya gunakan yaitu melalui media sosial, belajar dengan para senior saya dan mengikuti berbagai seminar agar meningkatkan skill, karena seorang agen sangat berperan untuk kelangsungan polis nasabah, dan di masa globalisasi seperti ini kita menggunakan startegi dengan memanfaatkan sosial media, startegi lain nya yaitu sosialisasi, dan juga referensi dari nasabah”.

Dari penjelasan diatas menurut Ibu rukhayyah strategi pemasaran yang digunakan itu lebih memanfaatkan kecanggihan zaman, seperti penggunaan sosial media, dan juga pendekatan kepada lingkungan sekitar tempat tinggal. Untuk strategi pemasaran dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya menanyakan referensi langsung kepada nasabahnya.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran agen PT. Prudential Syariah Cabang Binjai dalam mempertahankan loyalitas nasabah yaitu menggunakan startegi personal selling (penjualan pribadi) yaitu penjualan secara langsung atau terjun lapangan, melalui sosial media, pelayanan yang dilakukan dengan etika yang baik, sesuai prinsip syariah dan transparansi dalam menyampaikan produk asuransi di media, adapun proses dari personal selling (penjualan pribadi).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam mempertahankan loyalitas, strategi pemasaran yang digunakan oleh informan diatas adalah dengan meminta referensi kepada nasabahnya. Dari strategi pemasaran ini dapat memunculkan Action Loyalty. Action Loyalty adalah secara sukarela dan eksklusif (kesadaran sendiri) merekomendasikan produk/jasa suatu perusahaan kepada keluarga, teman, relasi, dan kelompok masyarakat lainnya. Apabila nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan kepada agen terhadap nasabahnya, maka secara sukarela nasabahnya akan merekomendasikan kepada keluarga terdekatnya dan teman-temannya untuk menggunakan jasa asuransi yang sama.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari hasil wawancara beberapa informan di atas dalam strategi mempertahankan loyalitas nasabah adalah dengan meningkatkan strategi pemasaran atau marketing agen yang mereka gunakan adalah dengan cara pendekatan,

presentasi, mengatasi keberatan dan menutup penjualan . Strategi pemasaran ini digunakan dalam metode Personal Selling. Dalam perusahaan asuransi sebelum menjual produk seorang agen perlu memilih dan menilai prospek terlebih dahulu apakah cocok atau tidak dengan produk yang hendak ditawarkan. Apabila dirasa sudah cocok baru agen tadi melakukan pendekatan, setelahnya baru mempresentasikan produk yang akan mereka tawarkan kepada prospek. Karena tidak semua prospek akan langsung percaya kepada apa yang telah seorang agen asuransi sampaikan, maka seorang agen asuransi perlu mempelajari bagaimana cara mengatasi keberatan dari seorang prospek. Setelah langkah-langkah diatas telah dilakukan, selanjutnya seorang agen perlu melakukan penutupan

Strategi agen dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya adalah dengan menjalankan dan mempertajam ke-6 indikator peran agen yaitu sebagai inisiator, sebagai konektor, sebagai Komunikator, sebagai Motivator, sebagai Edukator, dan sebagai Administrator. Seorang agen dituntut agar memiliki keterampilan public speaking komunikasi produk maupun informasi lain untuk menyakinkan prospek agar membeli produk asuransi dari dirinya. Komunikasi ini bisa berjalan dengan baik apabila antara agen dengan prospek terjalin hubungan yang baik dan saling percaya, sehingga bisa memunculkan kepuasan nasabah yang berujung kepada Loyalitas. Cara nya adalah dengan terus melatih kemampuan berkomunikasi yang baik. Karena menciptakan nasabah yang loyal adalah inti dari setiap bisnis. Loyalitas nasabah muncul karena adanya kepuasan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Dan agen dalam memasarkan produk agen harus memberikan informasi mengenai risiko, manfaat, kewajiban dan pembebanan biaya dengan informasi yang akurat dan tidak menyesatkan sesuai aturan undang-undang nomor 40 tahun 2014 tentang perasuransian pasal 31(2) dan peraturan OJK nomor:69/POJK.05/2016. Dengan informasi yang akurat tidak akan menyebabkan kerugian bagi nasabah dan nasabah akan mempertahankan loyalitasnya.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

- 1 Bagi PT.Prudential Syariah Cabang Binjai harus lebih banyak merekrut agen-agen yang mampu menciptakan dan meningkatkan loyalitas nasabahnya, agar perusahaan terus berjalan walaupun diserang isu-isu yang sudah memprioritaskan perusahaan dan menyebabkan citra baik perusahaan dimasyaraka. Karna berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan peneliti kepada para agen asuransi agen asuransi sudah menjalankan strategi mempertahankan loyalitas nasabah dengan mengembangkan strategi pemasaran agar nasabahnya tetap loyal. Agent harus mematuhi segala peraturan dan menjaga citra perusahaan dimata masyarakat. Dan para agent yang bergabung di perusahaan harus mengikuti pelatihan dan training dengan baik dan mematuhi segala kode etik serta peraturan yang berlaku, agar bisa memasarkan atau menjual produk-produk kepada masyarakat.
- 2 Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dilanjutkan dengan mengembangkan peneliti-peneliti lainnya yakni peneliti mengenai analisis strategi agent dalam mempertahankan loyalitas nasabah.

Referensi :

- Dini, Nur Haq, Iza Hanifuddin. (2020). "Analisis Strategi Pemasaran Agen Asuransi Jiwa Bersama (Ajb) Bumiputera Cabang Ponorogo Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah" skripsi- Ekonomi dan Bisnis islam, ponorogo.
- Fitrah, A. T., & Aslami, N. (2022). Peran Agen Dalam Menentukan Perencanaan Pemasaran dan Meningkatkan Minat Nasabah terhadap Produk Asuransi Syariah. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(1), 25-33.
<https://doi.org/10.47467/mk.v21i1.872>
- Lovelock, C. (2010). *Pemasaran Jasa Manusia, Tekonolgi, Strategi Perspektif Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Nugraho, M. F. (2022). *Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi pemasaran pada BRI Life*. 2(2), 1534-1547.
- Presiden RI. (2014). UU RI No.40 Tahun 2014 tentang Perasuransian. *Www.Ojk.Go.Id*, 1-46.
https://www.ojk.go.id/Files/201506/1UU402014Perasuransian_1433758676.pdf
- Utari, W., & Darminta, M. Y. (2022). Strategies To Maintain Customer Loyalty In Indonesia's Pandemic. *Jurnal Ekbis*, 23(1), 285.
<https://doi.org/10.30736/je.v23i1.1156>
- Susi, Susanti. (2018). "Penerapan Strategi Promosi Asuransi Takaful Keluarga Cabang Bengkulu Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah" Skripsi- Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam, Bengkulu.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono (2007), *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia