



ANALISIS MANAJEMEN RESIKO ASURANSI PRATAMA DAN RETIREPLAN(BANCASSURANCE) PERUSAHAAN AIA FINANCIAL PADA BANK BCA (STUDI KASUS BANK BCA KCP KAS RUNGKUT MADYA SURABAYA)

**Andri Hermawan¹, Syifaul Islamiyah², Shafa Aqila³,
Sonia Maylany⁴, Ida Ayu Nuh Kartini⁵**

*andrihermawan290993@gmail.com¹, Syifaismyh21@gmail.com², Shafaqilah10@gmail.com³,
soniamay57@gmail.com⁴, nuhkartini@untag-sby.ac.id⁵
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*

Abstract. *This study aims to analyze risk management in the marketing of bancassurance products, specifically the Pratama and Retireplan insurance products offered by AIA Financial through Bank BCA KCP Kas Rungkut Madya Surabaya. Using a qualitative case study approach, the research identifies various key risks, such as moral hazard, operational, legal, and reputational risks, which potentially affect customer trust. The findings reveal that risk management has been implemented through strict selection procedures for prospective customers and prudent fund management. However, significant challenges arise in educating customers about the Retireplan product, which requires a deep understanding of its long-term benefits. Recommendations include enhancing customer education through agent training, more structured communication, and leveraging digital technology to improve transparency. This study contributes to strengthening risk management practices in bancassurance in Indonesia and improving customer satisfaction and trust in insurance products.*

Keywords: *Bancassurance, Risk Management, Customer Education*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen risiko dalam pemasaran produk bancassurance, khususnya asuransi Pratama dan Retireplan yang ditawarkan AIA Financial melalui Bank BCA KCP Kas Rungkut Madya Surabaya. Dengan pendekatan kualitatif berbasis studi kasus, penelitian ini mengidentifikasi berbagai risiko utama, seperti risiko moral hazard, risiko operasional, risiko hukum, serta risiko reputasi yang berpotensi memengaruhi kepercayaan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen risiko telah diterapkan melalui prosedur seleksi ketat terhadap calon nasabah dan pengelolaan dana yang hati-hati. Namun, tantangan signifikan muncul dalam edukasi nasabah terkait produk Retireplan, yang memerlukan pemahaman mendalam tentang manfaat jangka panjangnya. Rekomendasi mencakup peningkatan edukasi melalui pelatihan agen, komunikasi yang lebih terstruktur, serta pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan transparansi. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkuat praktik manajemen risiko bancassurance di Indonesia serta meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap produk asuransi.

Kata Kunci: Bancassurance, Manajemen Risiko, Edukasi Nasabah

PENDAHULUAN

Bancassurance telah berkembang menjadi salah satu inovasi penting dalam industri keuangan global, menggabungkan layanan perbankan dan asuransi dalam sebuah kemitraan strategis yang saling menguntungkan. Model bisnis ini memungkinkan perusahaan asuransi untuk memanfaatkan jaringan luas bank dalam menjangkau nasabah, sementara bank memperoleh manfaat tambahan dengan menawarkan produk asuransi kepada pelanggan mereka. Menurut Widhianti dan Reykasari (2023), melalui model bancassurance, bank tidak hanya berperan sebagai lembaga keuangan yang menawarkan produk tabungan dan pinjaman, tetapi juga sebagai saluran distribusi yang memungkinkan perusahaan asuransi menjangkau lebih banyak nasabah. Hal ini memanfaatkan basis nasabah yang sudah ada di bank, yang meningkatkan efisiensi pemasaran produk asuransi. Meskipun model ini menguntungkan, namun kesuksesannya bergantung pada manajemen risiko yang baik untuk menghindari potensi masalah yang dapat timbul dari kesalahpahaman antara nasabah dan pihak yang terlibat dalam distribusi produk.

Dalam praktiknya, model bancassurance menghadirkan berbagai risiko yang perlu dikelola dengan hati-hati, seperti risiko operasional, hukum, dan reputasi. Menurut Sutanto et al. (2020), risiko operasional sering kali terkait dengan ketidakefektifan dalam penyampaian informasi produk kepada nasabah atau ketidakmampuan staf bank dalam menjelaskan manfaat serta ketentuan-ketentuan polis asuransi secara jelas. Risiko hukum juga menjadi perhatian utama dalam kerja sama ini, mengingat adanya kemungkinan perbedaan interpretasi antara peraturan yang mengatur perusahaan asuransi dan lembaga keuangan, yang dapat menyebabkan masalah kepatuhan hukum. Selain itu, risiko reputasi yang buruk akibat salah pengelolaan atau komunikasi yang buruk antara kedua pihak dapat memengaruhi kepercayaan nasabah terhadap institusi yang terlibat. Oleh karena itu, pendekatan yang sistematis dan terstruktur dalam manajemen risiko diperlukan untuk memitigasi potensi masalah yang dapat merugikan kedua belah pihak dan nasabah.

Kerja sama antara AIA Financial dan Bank BCA untuk memasarkan produk Asuransi Pratama dan Retireplan merupakan contoh penerapan model bancassurance di Indonesia. Produk asuransi ini ditujukan untuk memberikan perlindungan finansial yang komprehensif kepada masyarakat, yang semakin sadar akan pentingnya perencanaan

keuangan jangka panjang. Meskipun produk ini memiliki potensi pasar yang luas, tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana menyampaikan pemahaman yang tepat mengenai manfaat dan risiko produk kepada nasabah. Priyanto dan Setyaningrum (2021) menekankan bahwa edukasi yang tepat tentang produk sangat penting untuk menghindari ketidaksesuaian harapan antara nasabah dan penyedia layanan. Tanpa edukasi yang memadai, nasabah mungkin tidak memahami sepenuhnya apa yang mereka beli, yang berpotensi menurunkan tingkat kepuasan dan kepercayaan terhadap produk tersebut. Selain itu, produk bancassurance cenderung lebih kompleks dibandingkan produk perbankan tradisional, yang menambah tantangan dalam mengedukasi nasabah.

Cabang Bank BCA KCP Kas Rungkut Madya Surabaya dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu cabang yang memiliki potensi pasar yang baik dalam distribusi produk bancassurance. Surabaya, sebagai salah satu kota besar di Indonesia, memiliki tingkat literasi finansial yang relatif tinggi dibandingkan dengan wilayah lainnya. Rachman dan Syahrial (2020) mengungkapkan bahwa di kota-kota besar seperti Surabaya, produk bancassurance mendapat respon positif karena tingkat kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perlindungan finansial semakin meningkat. Hal ini menjadikan Bank BCA KCP Kas Rungkut Madya Surabaya sebagai tempat yang tepat untuk mempelajari dinamika pemasaran produk asuransi melalui jalur bancassurance. Cabang ini juga memiliki pengalaman panjang dalam bekerja sama dengan AIA Financial dalam menawarkan produk asuransi, sehingga memberikan konteks yang kaya untuk analisis lebih mendalam mengenai manajemen risiko yang diterapkan dalam kerja sama ini.

Kolaborasi antara Bank BCA dan AIA Financial mengharuskan kedua institusi untuk mengelola berbagai aspek operasional, termasuk pengelolaan risiko yang timbul dari hubungan bisnis yang kompleks ini. Widhianti dan Reykasari (2023) menekankan pentingnya komunikasi yang jelas dan saling memahami antara kedua pihak, agar produk dapat dipasarkan dengan efektif tanpa menimbulkan masalah hukum atau ketidakpuasan nasabah. Pengelolaan risiko yang buruk dalam kerja sama ini, seperti kegagalan dalam mengatasi keluhan nasabah atau kurangnya pemahaman mengenai produk, dapat merusak reputasi kedua institusi. Oleh karena itu, setiap keputusan yang diambil oleh Bank BCA atau AIA Financial harus memperhatikan dampak yang mungkin timbul, baik itu dari sisi operasional, hukum, atau reputasi.

Regulasi yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga memainkan peran penting dalam menjaga keberlanjutan model bancassurance di Indonesia. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016), pedoman yang mengatur kerjasama bancassurance harus memastikan bahwa kedua pihak mematuhi ketentuan hukum yang berlaku, serta menerapkan prinsip kehati-hatian dalam setiap transaksi yang melibatkan nasabah. Sutanto et al. (2020) menyebutkan bahwa setiap kebijakan yang dibuat oleh OJK bertujuan untuk meningkatkan stabilitas sistem keuangan dan melindungi kepentingan nasabah. Kepatuhan terhadap regulasi ini juga sangat penting untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap industri asuransi dan perbankan, terutama dalam hal transparansi produk dan kejelasan hak serta kewajiban nasabah.

Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai manajemen risiko yang diterapkan dalam pemasaran produk bancassurance di Bank BCA KCP Kas Rungkut Madya Surabaya. Priyanto dan Setyaningrum (2021) menyarankan bahwa pendekatan kualitatif, melalui wawancara mendalam dan observasi, memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang lebih mendalam mengenai pengalaman nasabah serta implementasi strategi mitigasi risiko oleh bank dan perusahaan asuransi. Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai dinamika internal yang terjadi dalam manajemen risiko di sektor bancassurance, serta bagaimana kedua pihak mengelola tantangan yang muncul selama proses pemasaran.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi risiko-risiko yang terkait dengan pemasaran produk bancassurance, serta mengevaluasi strategi mitigasi risiko yang diterapkan oleh AIA Financial dan Bank BCA. Rachman dan Syahrial (2020) menyatakan bahwa pemahaman mendalam tentang risiko yang dihadapi oleh institusi keuangan dan asuransi sangat penting untuk merumuskan strategi mitigasi yang efektif. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi yang dapat digunakan oleh kedua institusi dalam meningkatkan efektivitas kerja sama bancassurance mereka serta mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan oleh risiko yang ada.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan baru yang bermanfaat bagi pengembangan model bancassurance di Indonesia. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori manajemen

risiko dalam konteks bancassurance yang lebih luas, serta menawarkan rekomendasi praktis untuk meningkatkan keberhasilan pemasaran produk asuransi melalui kerja sama dengan bank (Sutanto et al., 2020).

Tinjauan Pustaka

Bancassurance: Konsep dan Perkembangannya

Bancassurance, sebagai kerjasama antara bank dan perusahaan asuransi, telah berkembang menjadi model distribusi produk asuransi yang signifikan di berbagai negara, termasuk Indonesia. Menurut Arifianto dan Subagyo (2019), model ini memberikan manfaat bagi kedua pihak: bank mendapatkan pendapatan dari komisi penjualan, sementara perusahaan asuransi dapat memperluas jangkauan pasar mereka melalui jaringan bank. Sementara itu, riset oleh Abdullah dan Suharto (2020) mengungkapkan bahwa bancassurance memungkinkan akses yang lebih mudah bagi nasabah untuk mendapatkan produk asuransi tanpa harus pergi ke agen asuransi. Di Indonesia, sektor ini mulai berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi digital dan peningkatan kesadaran masyarakat tentang pentingnya perlindungan finansial (Sutanto, 2021).

Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa ada tantangan dalam penerapan model bancassurance, khususnya dalam hal pengelolaan risiko. Suryana et al. (2021) mengungkapkan bahwa kesuksesan bancassurance sangat bergantung pada komunikasi yang jelas dan efektif antara pihak bank dan perusahaan asuransi. Nasabah harus mendapatkan pemahaman yang cukup mengenai produk yang mereka beli, agar tidak timbul ketidakpuasan yang dapat merugikan reputasi kedua institusi tersebut. Oleh karena itu, pelatihan dan edukasi yang terus-menerus untuk para petugas bank dan agen asuransi sangat penting dalam menjalankan model ini dengan baik.

Manajemen Risiko dalam Bancassurance

Manajemen risiko menjadi aspek yang sangat penting dalam model bancassurance. Karena melibatkan dua industri yang berbeda—perbankan dan asuransi—kedua pihak harus dapat mengidentifikasi dan mengelola berbagai risiko yang muncul. Sebagaimana dijelaskan oleh Supriyanto dan Hadi (2020), risiko dalam bancassurance meliputi risiko operasional, risiko hukum, dan risiko reputasi. Risiko operasional, misalnya, berkaitan dengan kemungkinan adanya kesalahan dalam pemrosesan klaim atau pengelolaan data nasabah yang tidak akurat. Sementara itu, risiko hukum

berhubungan dengan kepatuhan terhadap peraturan yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan regulator lainnya, seperti yang disarankan oleh OJK (2016) dalam regulasinya mengenai bancassurance.

Lebih jauh lagi, menurut Yuliana dan Handayani (2021), risiko reputasi sangat penting dalam bisnis bancassurance. Citra bank dan perusahaan asuransi bisa rusak jika nasabah merasa dirugikan akibat produk yang tidak sesuai dengan ekspektasi mereka. Oleh karena itu, strategi mitigasi risiko yang baik menjadi kunci dalam menjaga hubungan baik dengan nasabah dan mengurangi dampak negatif yang dapat merugikan kedua institusi. Implementasi sistem manajemen risiko yang terintegrasi juga dapat membantu mengidentifikasi potensi masalah sebelum menjadi lebih besar (Sutanto, 2021).

Produk Asuransi Pratama dan Retireplan dalam Bancassurance

Produk asuransi Pratama dan Retireplan merupakan dua produk utama yang ditawarkan melalui model bancassurance di Bank BCA, bekerja sama dengan AIA Financial. Asuransi Pratama dirancang untuk memberikan perlindungan dasar terhadap nasabah, sedangkan Retireplan berfokus pada penyediaan dana pensiun jangka panjang. Menurut Suryana et al. (2021), kedua produk ini sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat Indonesia yang semakin sadar akan pentingnya memiliki perlindungan finansial di usia tua. Selain itu, produk Retireplan juga dapat memberikan manfaat pensiun yang lebih fleksibel, memungkinkan nasabah untuk merencanakan keuangan mereka lebih matang.

Namun, meskipun produk tersebut memiliki banyak keunggulan, tantangan yang dihadapi dalam penerapannya adalah kurangnya pemahaman nasabah mengenai detail produk tersebut. Abdullah dan Suharto (2020) mencatat bahwa ketidaktahuan nasabah tentang fitur produk bisa berisiko menurunkan kepuasan mereka terhadap produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, sangat penting bagi pihak bank dan perusahaan asuransi untuk memberikan edukasi yang lebih mendalam kepada nasabah mengenai manfaat, syarat, dan risiko yang terkait dengan produk-produk ini.

Risiko yang Dihadapi dalam Distribusi Bancassurance

Distribusi bancassurance tidak terlepas dari berbagai risiko yang harus dikelola dengan hati-hati. Seperti yang dijelaskan oleh Dwijayanti dan Irwanto (2020), beberapa risiko yang dihadapi oleh bank dan perusahaan asuransi dalam distribusi produk asuransi meliputi risiko informasi yang salah atau kurang jelas, risiko pengelolaan data nasabah, dan risiko kesalahan dalam pengambilan keputusan terkait penjualan produk. Dalam banyak kasus, ketidakcocokan antara ekspektasi nasabah dan kenyataan yang mereka terima dapat menyebabkan masalah besar yang berpotensi merusak hubungan antara nasabah dan institusi.

Selain itu, risiko reputasi sangat penting untuk diperhatikan. Yuliana dan Handayani (2021) menambahkan bahwa apabila terjadi keluhan dari nasabah yang tidak puas dengan produk asuransi, hal tersebut dapat merusak citra bank dan perusahaan asuransi di mata publik. Oleh karena itu, penting bagi Bank BCA dan AIA Financial untuk menjaga komunikasi yang jelas dan transparan dalam setiap proses penjualan produk bancassurance agar nasabah merasa puas dan tidak merasa tertipu.

Manajemen Risiko yang Efektif dalam Bancassurance

Manajemen risiko yang efektif sangat diperlukan untuk memitigasi potensi risiko yang ada dalam penerapan model bancassurance. Sebagai contoh, Dwijayanti dan Irwanto (2020) menyarankan penggunaan sistem teknologi informasi yang canggih untuk memantau dan mengelola data nasabah secara efektif. Dengan teknologi ini, bank dan perusahaan asuransi dapat mengidentifikasi tanda-tanda potensi masalah atau risiko lebih dini dan dapat segera mengambil tindakan mitigasi. Selain itu, penting juga bagi kedua pihak untuk memiliki sistem pelaporan yang jelas agar segala masalah dapat diatasi dengan cepat dan tepat.

Menurut Sutanto (2021), selain teknologi, pelatihan bagi para karyawan bank dan agen asuransi mengenai produk-produk yang ditawarkan adalah bagian integral dari strategi manajemen risiko. Tanpa pemahaman yang baik tentang produk, nasabah mungkin akan merasa bingung atau kecewa dengan produk yang mereka pilih, yang dapat meningkatkan risiko ketidakpuasan dan klaim yang tidak tepat.

Peran Otoritas Jasa Keuangan dalam Bancassurance

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memiliki peran yang sangat besar dalam memastikan bahwa bancassurance di Indonesia berjalan sesuai dengan ketentuan hukum dan melindungi kepentingan nasabah. Sebagai regulator, OJK menetapkan aturan yang mengatur kerjasama antara bank dan perusahaan asuransi dalam mendistribusikan produk asuransi. Menurut OJK (2016), regulasi ini bertujuan untuk menjaga integritas pasar dan melindungi konsumen dari praktik yang merugikan. Dalam konteks bancassurance, OJK memberikan pedoman yang jelas mengenai pembagian komisi, prosedur penjualan, dan kewajiban transparansi kepada nasabah.

Sutanto (2021) juga menekankan bahwa OJK melakukan pengawasan terhadap implementasi bancassurance agar semua pihak yang terlibat, baik bank maupun perusahaan asuransi, mematuhi standar yang ditetapkan. Ini bertujuan untuk menjaga keberlanjutan sektor asuransi dan kepercayaan masyarakat terhadap kedua sektor tersebut. Dengan adanya regulasi yang jelas, diharapkan dapat menciptakan sistem yang lebih transparan dan mengurangi risiko yang tidak diinginkan dalam distribusi produk asuransi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus untuk menganalisis manajemen risiko produk asuransi Pratama dan Retireplan yang ditawarkan melalui bancassurance oleh AIA Financial di Bank BCA KCP Kas Rungkut Madya Surabaya. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai praktik manajemen risiko yang diterapkan dalam produk bancassurance. Studi kasus ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena yang terjadi di lapangan dengan cara yang lebih rinci dan holistik, serta mengidentifikasi tantangan dan strategi yang dihadapi dalam implementasi manajemen risiko dalam produk asuransi tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen risiko yang diterapkan oleh AIA Financial dalam pengelolaan produk bancassurance Pratama dan Retireplan di Bank BCA KCP Kas Rungkut Madya Surabaya telah dilakukan dengan memperhatikan

beberapa risiko utama yang sering muncul dalam industri asuransi. Salah satu risiko utama yang mendapat perhatian khusus adalah risiko moral hazard, di mana perusahaan memastikan bahwa calon nasabah yang mendaftar dalam produk asuransi menjalani seleksi yang ketat. Seleksi ini melibatkan pemeriksaan kesehatan dan verifikasi informasi untuk memastikan bahwa nasabah yang diterima memiliki profil risiko yang sesuai. Selain itu, terdapat juga risiko adopsi yang dihadapi perusahaan, terutama pada produk Retireplan yang lebih kompleks. Produk ini memerlukan pemahaman yang mendalam dari pihak nasabah agar mereka dapat membuat keputusan yang benar dalam memilih paket asuransi yang sesuai dengan kebutuhan jangka panjang mereka. Meskipun prosedur seleksi nasabah sudah cukup baik, kesulitan tetap muncul dalam memberikan edukasi yang cukup tentang produk Retireplan, mengingat produk tersebut lebih sulit dipahami oleh sebagian besar nasabah yang lebih terbiasa dengan produk asuransi jiwa atau kesehatan yang lebih sederhana.

Selain risiko moral hazard dan adopsi, manajemen risiko likuiditas juga menjadi hal yang sangat penting dalam pengelolaan produk bancassurance ini. AIA Financial memastikan bahwa dana yang diterima dari premi nasabah dapat dikelola dengan bijak dan dapat digunakan untuk pembayaran klaim apabila dibutuhkan. Hal ini dicapai dengan menjaga tingkat likuiditas yang sehat di portofolio investasi dan memastikan bahwa alokasi dana dilakukan dengan pertimbangan matang agar dapat meminimalisir potensi ketidakmampuan membayar klaim. Walaupun pengelolaan dana ini sudah dilakukan dengan hati-hati, beberapa nasabah menyatakan ketidakpuasan karena mereka merasa bahwa hasil yang dijanjikan oleh produk Retireplan baru dapat terlihat dalam jangka panjang, sedangkan mereka menginginkan keuntungan yang lebih cepat. Hal ini menunjukkan pentingnya komunikasi yang lebih efektif dalam hal ekspektasi nasabah mengenai produk investasi jangka panjang tersebut.

Di sisi lain, meskipun manajemen risiko kredit yang terkait dengan produk ini sudah diatur dengan baik melalui berbagai mekanisme penjaminan dan proteksi, risiko ketidakpahaman terhadap produk asuransi tetap menjadi tantangan yang besar. Banyak nasabah yang memilih produk Retireplan karena mereka tidak sepenuhnya memahami cara kerja produk tersebut, terutama terkait dengan komponen-komponen yang ada di dalamnya, seperti manfaat investasi, biaya administrasi, dan potensi risiko investasi. Ketidakpahaman ini terkadang menimbulkan kekecewaan atau ketidakpuasan pada

nasabah yang merasa bahwa hasil dari investasi mereka tidak sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan tingkat pemahaman nasabah terkait produk ini agar mereka dapat merasa lebih nyaman dan puas dengan keputusan yang mereka buat, sekaligus meminimalisir ketidakpuasan yang bisa timbul akibat kurangnya informasi yang jelas.

Pembahasan

Penerapan manajemen risiko dalam produk bancassurance Pratama dan Retireplan di AIA Financial yang dijalankan melalui Bank BCA KCP Kas Rungkut Madya Surabaya menunjukkan upaya yang matang dan terstruktur untuk mengelola risiko-risiko utama yang ada dalam industri asuransi. Salah satu risiko utama yang berhasil diminimalisir melalui prosedur seleksi ketat terhadap calon nasabah adalah risiko moral hazard. Melalui seleksi yang mencakup pemeriksaan kesehatan dan latar belakang nasabah, AIA Financial berusaha untuk memastikan bahwa hanya nasabah dengan profil risiko rendah yang dapat mengakses produk-produk mereka. Langkah ini sangat penting untuk menghindari adanya klaim yang tidak sesuai dengan ketentuan polis yang dapat membebani perusahaan asuransi secara finansial. Namun, meskipun seleksi ini sudah cukup baik, masalah moral hazard tidak pernah benar-benar bisa dihilangkan sepenuhnya, karena ada faktor-faktor eksternal yang terkadang di luar kendali perusahaan, seperti perilaku nasabah yang berubah seiring waktu.

Namun demikian, tantangan terbesar yang dihadapi oleh AIA Financial adalah dalam hal edukasi nasabah mengenai produk Retireplan. Produk ini menawarkan manfaat jangka panjang yang tidak selalu dapat dipahami dengan mudah oleh nasabah yang lebih terbiasa dengan produk asuransi yang lebih langsung, seperti asuransi jiwa atau kesehatan. Oleh karena itu, banyak nasabah yang merasa kurang puas karena mereka tidak melihat hasil yang cepat dari produk Retireplan. Padahal, produk ini memang dirancang untuk memberikan manfaat dalam jangka panjang. Ketidakpuasan ini biasanya muncul karena ekspektasi nasabah yang tidak sesuai dengan karakteristik produk, yang menekankan pada investasi jangka panjang dengan hasil yang baru akan terlihat setelah beberapa tahun. Oleh karena itu, AIA Financial perlu meningkatkan upaya edukasi kepada nasabah dengan cara yang lebih terstruktur dan komunikatif untuk menjelaskan manfaat produk jangka panjang ini.

Selanjutnya, terkait dengan manajemen risiko likuiditas, AIA Financial telah berhasil memastikan bahwa dana yang diterima dari premi nasabah dikelola dengan bijak. Perusahaan ini menjaga kestabilan alokasi dana investasi dengan tujuan untuk memenuhi kewajiban pembayaran klaim dengan lancar, bahkan dalam kondisi pasar yang tidak menentu. Meskipun demikian, beberapa nasabah merasa tidak puas dengan tempo hasil yang lebih lambat dari yang mereka harapkan, terutama pada produk Retireplan yang berbasis pada investasi jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun manajemen likuiditas sudah dikelola dengan hati-hati, ketidakpuasan nasabah bisa timbul karena ketidakmampuan perusahaan untuk memberikan hasil yang cepat. Untuk mengatasi masalah ini, perusahaan perlu melakukan pendekatan yang lebih komunikatif kepada nasabah terkait dengan jangka waktu yang diperlukan untuk melihat hasil investasi pada produk Retireplan.

Selain itu, meskipun risiko lainnya, seperti risiko kredit, telah dikelola dengan baik, ketidakpahaman terhadap produk asuransi tetap menjadi salah satu tantangan terbesar. Banyak nasabah yang memilih produk Retireplan tanpa memahami secara rinci bagaimana mekanisme kerja produk tersebut, yang dapat mengarah pada kekecewaan di kemudian hari. Produk ini memiliki struktur yang lebih kompleks, termasuk komponen investasi, biaya administrasi, dan potensi risiko investasi. Oleh karena itu, transparansi menjadi sangat penting dalam komunikasi dengan nasabah. Agen bancassurance perlu memiliki pemahaman yang mendalam tentang produk yang mereka tawarkan agar mereka bisa menjelaskan dengan jelas kepada nasabah mengenai bagaimana produk tersebut berfungsi dan apa saja manfaat serta risikonya.

AIA Financial perlu memperkuat pendekatan edukasi kepada nasabah, khususnya yang memilih produk Retireplan, dengan memberikan penjelasan yang lebih mendetail dan lebih terstruktur. Penyuluhan tentang produk asuransi yang lebih kompleks dapat dilakukan melalui berbagai saluran, baik secara langsung melalui agen bancassurance maupun melalui platform digital yang mudah diakses oleh nasabah. Penggunaan teknologi digital yang memungkinkan nasabah untuk memantau perkembangan investasi mereka dalam produk Retireplan dapat membantu meningkatkan rasa percaya diri nasabah terhadap produk tersebut. Misalnya, dengan adanya aplikasi yang memungkinkan nasabah untuk melihat proyeksi hasil investasi mereka secara lebih

transparan, mereka dapat lebih memahami bagaimana dana mereka akan berkembang dalam jangka waktu yang lebih panjang.

Selain itu, dalam hal komunikasi, penting bagi AIA Financial untuk tidak hanya bergantung pada agen bancassurance untuk memberikan edukasi, tetapi juga memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan transparansi dan interaksi dengan nasabah. Penggunaan aplikasi yang bisa memberikan simulasi hasil investasi dan memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai risiko investasi dapat meningkatkan pemahaman nasabah terhadap produk Retireplan. Hal ini juga akan membantu nasabah untuk lebih realistis dalam mengelola ekspektasi mereka terkait dengan produk ini. Transparansi ini akan membantu menurunkan tingkat ketidakpuasan yang mungkin timbul apabila nasabah merasa tidak mendapatkan informasi yang cukup tentang produk yang mereka pilih.

Namun, meskipun teknologi dapat membantu dalam meningkatkan transparansi, agen bancassurance tetap memegang peranan penting dalam memberikan penjelasan lebih mendalam kepada nasabah secara langsung. Agen yang berpengalaman dan terlatih dengan baik dalam menjelaskan rincian produk asuransi dan menjawab pertanyaan nasabah akan memainkan peran besar dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, pelatihan yang berkelanjutan bagi agen bancassurance sangat diperlukan agar mereka dapat memberikan pelayanan yang optimal, mengurangi kebingungannya nasabah, dan membantu mereka memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Secara keseluruhan, meskipun manajemen risiko yang diterapkan oleh AIA Financial sudah cukup baik, ada ruang untuk perbaikan dalam hal edukasi dan transparansi produk kepada nasabah. Dengan langkah-langkah yang lebih terstruktur dan strategi komunikasi yang lebih jelas, perusahaan dapat lebih efektif dalam mengelola risiko dan meningkatkan kepuasan nasabah, sekaligus mempertahankan kepercayaan mereka terhadap produk asuransi bancassurance yang ditawarkan.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, manajemen risiko yang diterapkan oleh AIA Financial dalam pengelolaan produk bancassurance Pratama dan Retireplan di Bank BCA KCP Kas Rungkut Madya Surabaya sudah dilaksanakan dengan baik dan cukup matang.

Perusahaan telah berhasil mengidentifikasi dan mengelola risiko-risiko utama seperti risiko moral hazard, risiko adopsi, dan risiko likuiditas melalui prosedur seleksi ketat terhadap calon nasabah serta pengelolaan dana yang hati-hati. Namun, tantangan utama yang masih dihadapi adalah dalam hal edukasi nasabah terkait produk Retireplan yang kompleks. Banyak nasabah yang merasa kurang puas karena kurangnya pemahaman mengenai manfaat jangka panjang dari produk tersebut. Selain itu, ketidakpuasan juga timbul akibat ekspektasi yang tidak sesuai dengan karakteristik produk.

Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, AIA Financial perlu memperkuat upaya edukasi dan transparansi produk, terutama melalui saluran yang lebih terstruktur, seperti aplikasi digital dan pelatihan agen bancassurance yang lebih intensif. Dengan meningkatkan pemahaman nasabah tentang produk-produk mereka, serta mengelola ekspektasi yang lebih realistis, AIA Financial dapat mengurangi tingkat ketidakpuasan dan memperkuat hubungan dengan nasabah. Secara keseluruhan, meskipun manajemen risiko yang diterapkan sudah baik, upaya perbaikan di area komunikasi dan transparansi produk akan memberikan dampak positif dalam meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap produk bancassurance yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, F., & Suharto, P. (2020). *Pengembangan Bancassurance di Indonesia: Perspektif Nasabah*. *Jurnal Perbankan dan Asuransi*, 5(1), 76-89.
- Arifianto, F., & Subagyo, I. (2019). *Bancassurance dalam Industri Keuangan: Peluang dan Tantangan*. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 14(3), 183-198.
- Dwijayanti, N., & Irwanto, A. (2020). *Manajemen Risiko dalam Implementasi Bancassurance di Indonesia*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 19(3), 133-145.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Surat Edaran OJK Nomor 33/SEOJK.03/2016.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *Surat Edaran OJK Nomor 33/SEOJK.03/2016 tentang Pedoman Penyediaan Produk Asuransi Melalui Bancassurance*.
- Priyanto, B., & Setyaningrum, T. (2021). *Edukasi Nasabah dalam Bancassurance: Studi Kasus Indonesia*. *Jurnal Keuangan dan Asuransi*, 7(3), 203-215.
- Rachman, I., & Syahril, E. (2020). *Efektivitas Bancassurance di Wilayah Urban Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 18(2), 145-159.

- Suryana, H., Kurniawan, P., & Suparman, Y. (2021). *Tantangan dalam Pengelolaan Bancassurance di Indonesia. Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 8(2), 230-244.
- Sutanto, A., Melinda, R., & Pratama, D. (2020). *Implementasi Manajemen Risiko dalam Bancassurance. Jurnal Manajemen Risiko*, 12(1), 55-67.
- Sutanto, R. (2021). *Strategi Manajemen Risiko dalam Bancassurance. Jurnal Asuransi dan Keuangan*, 22(2), 88-101.
- Widhianti, K., & Reykasari, Y. (2023). *Manajemen Risiko Bancassurance di Indonesia. Journal of Contemporary Law Studies*, 1(1).