

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Agen sangat berpengaruh dalam bisnis asuransi, karena agen berperan dalam memberikan pelayanan dan mampu menjaga kepercayaan nasabah. Seorang agen asuransi dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, sangat dibutuhkan komitmen atas pekerjaan dengan berlatih secara konsisten. Melalui agen asuransi, nasabah dapat berdiskusi mengenai skala prioritas kebutuhan serta perencanaan keuangan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi naik atau turunnya pendapatan perusahaan asuransi adalah peran agen dalam menjual produk-produk asuransi. Kinerja seorang agen dinilai baik apabila polis yang terjual sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh perusahaan asuransi. Sehingga, seorang agen harus memiliki keterampilan dalam memberikan pelayanan kepada calon nasabah. Selain itu, seorang agen harus proaktif dan memperluas jaringan untuk meningkatkan penjualan polis asuransi.

Berdasarkan penjelasan di bab-bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa peran *marketing executive* dalam meningkatkan penjualan polis asuransi jiwa pro 100 pada PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya yaitu:

1. Mencari calon nasabah melalui buku telepon, *door to door*, dan refrensi nasabah yang telah membeli produk pro 100.
2. Menetapkan sasaran.
3. Menjual.

Ketika menjelaskan produk pro 100, seorang *marketing executive* harus mengetahui terlebih dahulu mengenai produk pro 100. Baik dari segi manfaat, pembayaran premi maupun proses klaim. Kemudian, seorang *marketing executive* harus siap mental saat bertemu dengan calon nasabah.

Berdasarkan pertumbuhan premi pada PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya mengalami penurunan pada tahun 2015 hingga 2017. Pertumbuhan premi menurun disebabkan oleh beberapa hal yaitu:

1. Penurunan pada tahun 2015 hingga 2016 disebabkan oleh kurangnya koordinasi antara *marketing executive* dengan *sales manager*.

Penjualan polis asuransi dapat berlangsung selama kurang lebih enam bulan. Pada saat penjualan polis asuransi, *marketing executive* tidak selalu didampingi oleh *sales manager*. Biasanya, *marketing executive* didampingi oleh *sales manager* hanya empat sampai lima kali. Selanjutnya, *marketing executive* bertemu dengan calon nasabah tanpa didampingi oleh *sales manager*. Kurangnya memiliki keterampilan dalam menjual produk asuransi dan kurangnya koordinasi antara *sales manager* dengan *marketing executive* mengakibatkan terjadinya kesalahpahaman komunikasi antara keduanya. Sehingga, tidak semua polis asuransi dapat terjual.

Upaya yang dilakukan oleh PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya adalah melakukan konsolidasi yaitu, menyatukan dan memperkuat hubungan para agen PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya, baik antara agen maupun antara agen dengan *leader* yang merekrutnya.

2. Penurunan kembali pada tahun 2016 hingga 2017 disebabkan oleh pergantian sistem penjualan PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya.

Pada awalnya, PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya menerapkan sistem terpusat. Sistem terpusat adalah sistem penjualan yang diatur oleh kantor pusat mengenai keagenan dan strategi penjualan polis asuransi. Namun, tahun 2016 sistem penjualan yang diterapkan oleh PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya adalah sistem *agency*. Sistem *agency* meliputi, perekrutan, pelatihan, dan penjualan.

Upaya yang dilakukan oleh PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya adalah mensosialisasikan sistem *agency* terhadap para agen seluruhnya. Sistem *agency* dijadikan sebagai *grand strategy* oleh PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya.

Peran *marketing executive* memiliki keterkaitan dengan penjualan polis asuransi. *Marketing executive* yang fokus, tidak mudah menyerah, dan menghargai profesinya sebagai agen asuransi akan mampu meningkatkan penjualan polis asuransi pada PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya. Dari analisis tersebut, dapat dijelaskan bahwa peran *marketing executive* PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya memiliki keterkaitan dengan pendapatan premi perusahaan asuransi. Semakin meningkat polis asuransi yang terjual, maka semakin meningkat pula pendapatan

perusahaan. Sehingga, dapat diketahui bahwa *marketing executive* PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya berperan dalam meningkatkan penjualan polis asuransi, khususnya polis asuransi pro 100.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya selain memberikan bonus dan komisi, sebaiknya juga memberikan insentif yang tidak terlalu tinggi setiap bulannya. Hal ini dimaksudkan agar *marketing executive* memiliki komitmen tinggi terhadap PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya. Sehingga, nantinya dapat meningkatkan penjualan polis asuransi PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya, khususnya polis asuransi pro 100.
2. Kegiatan yang dapat dilakukan antara *marketing executive* dengan *sales manager* adalah pertemuan rutin. Hal ini dimaksudkan untuk membangun *teamwork* dan mengurangi kesalahpahaman komunikasi antara *marketing executive* dengan *sales manager*.
3. Memberikan pelatihan mengenai pengembangan diri dan peningkatan *skill* kepada *marketing executive*. Sehingga nantinya, *marketing executive* dapat menjelaskan produk asuransi kepada calon nasabahnya tanpa didampingi oleh *sales manager*.

5.3 Implikasi Penelitian

Berdasarkan pertumbuhan premi PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya peran *marketing executive* dalam meningkatkan penjualan polis belum optimal. Hal ini disebabkan oleh kurangnya keterampilan *marketing executive* dalam menjual produk asuransi, kurangnya koordinasi antara *marketing executive* dengan *sales manager* dan perubahan sistem penjualan PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya. Adapun implikasi dari hasil penelitian ini adalah:

1. Perlunya *marketing executive* memiliki komitmen tinggi terhadap PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya. Selain memberikan bonus dan komisi, sebaiknya PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya memberikan insentif yang tidak terlalu tinggi setiap bulannya.
2. Perlunya peningkatan koordinasi antara *marketing executive* dengan *sales manager*. Kegiatan yang dapat dilakukan adalah pertemuan rutin antara *marketing executive* dengan *sales manager*.
3. Perlunya peningkatan keterampilan *marketing executive* saat menjual produk asuransi. PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya sebaiknya memberikan pelatihan mengenai pengembangan diri dan peningkatan *skill* kepada *marketing executive*.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah Amrin. 2007. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: Grasindo.
- _____. 2011. *Meraih Berkah Melalui Asurani Syariah*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Alvonco, Johnson. 2014. *Practical Communication Skill*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Dahlan Siamat. 2005. *Manajemen Lembaga Keuangan Kebijakan Moneter dan Perbankan*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Deddy Karyanto. 2010. *Cara Cepat Jadi Agen Asuransi Hebat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Mahfudlah Fajrie. 2016. *Budaya Masyarakat Pesisir Wedung Jawa Tengah*. Wonosobo: CV Mangku Bumi Media.
- Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia. 2016. *POJK Nomor 69/POJK.05/2016 tentang Penyelenggaraan Usaha Perusahaan Asuransi, Perusahaan Asuransi Syariah, Perusahaan Reasuransi, dan Perusahaan Reasuransi Syariah*. Jakarta Otoritas Jasa Keuangan.
- Republik Indonesia. 2014. *Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian*. Lembaran Negara RI Tahun 2014. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Sandu Siyoto. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Tri Sulistyarningsih, Susanto, dan Dicky. 2015. *Sinergitas Paradigma Lintas Sektor di Bidang Keamanan dan Keselamatan Laut*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Wawancara dengan Bapak Rere Stevanus, *Agency Director* PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya. Kamis, 22 Maret 2018, pukul 10.00 wib.

