

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini masyarakat di Indonesia mulai menyadari pentingnya memiliki sebuah asuransi, baik asuransi jiwa maupun asuransi kerugian. Mengingat asuransi adalah sebuah jaminan untuk mengurangi kerugian yang diderita nasabah, maka bagi setiap perusahaan asuransi memiliki keunggulan berbeda dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Asuransi yang dikenal di Indonesia antara lain, asuransi jiwa dan asuransi kerugian. Dengan memiliki asuransi, nasabah dapat meminimalisir kekhawatiran yang terjadi pada masa mendatang. Asuransi jiwa menjamin nasabah dengan memberikan fasilitas rumah sakit ketika nasabah dirawat di rumah sakit sesuai dengan polis yang dibayarkan. Sedangkan, asuransi kerugian dapat melindungi harta benda yang dimiliki nasabah seperti, rumah beserta isinya, kendaraan, maupun apartemen. Misalnya, asuransi rumah untuk melindungi ancaman bahaya yang tidak terduga, seperti kebakaran, pencurian, dan lain-lain.

Kasmir (2014:259) mendefinisikan Asuransi adalah “Perjanjian antara pihak tertanggung dengan penanggung dan disebutkan syarat-syarat, hak-hak, kewajiban masing-masing pihak, jumlah uang yang dipertanggungkan serta jangka waktu asuransi, sehingga pihak tertanggung akan membayar sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati apabila terjadi risiko dalam masa pertanggungan”.

Pemasaran asuransi dijalankan oleh representatif perusahaan asuransi yang dikenal sebagai agen. Agen asuransi merupakan perantara dari perusahaan asuransi dengan nasabah, baik dalam penyelesaian klaim asuransi maupun penutupan polis. Agen sangat berpengaruh dalam bisnis asuransi. karena agen berperan dalam memberikan pelayanan dan mampu menjaga kepercayaan nasabah. Hal ini menandakan bahwa seorang agen harus mampu mempertahankan dan meningkatkan profesionalisme kinerja agar penjualan polis meningkat setiap tahun.

UU RI Nomor 40 Tahun 2014 tentang Usaha Perasuransian Pasal 1 Ayat 28 mendefinisikan Agen adalah “Seorang yang bekerja sendiri atau pada badan usaha untuk memasarkan produk asuransi dan memenuhi persyaratan mewakili perusahaan asuransi, baik asuransi konvensional maupun syariah”.

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.

Nasabah dapat berdiskusi dengan agen asuransi mengenai skala prioritas kebutuhan maupun perencanaan keuangan. Bagi perusahaan asuransi, jasa sistem keagenan dibutuhkan untuk memasarkan produk-produk asuransi. Semakin meningkat penjualan polis asuransi, maka semakin meningkat pendapatan

perusahaan asuransi tersebut. Oleh karena itu, agen mempunyai peran penting di perusahaan asuransi.

Penjualan polis asuransi yang dilakukan oleh agen kepada calon nasabah dapat berlangsung selama kurang lebih enam bulan. Kesalahan yang dilakukan oleh agen asuransi saat penjualan polis yaitu, menjelekkan produk pesaingnya. Biasanya, seorang agen membandingkan keunggulan produk yang ditawarkan dengan produk pesaingnya. Selain itu, beberapa agen tidak menjelaskan keadaan yang membuat klaim tidak dibayar oleh perusahaan asuransi. Sehingga, saat terjadi klaim beberapa nasabah merasa kecewa karena klaim tersebut tidak dibayar oleh perusahaan asuransi.

Salah satu hubungan yang paling dekat dengan nasabah adalah agen asuransi. Agen PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya wajib memiliki keterampilan serta memahami kode etik keagenan sebagai landasan dalam penjualan polis asuransi, khususnya polis asuransi jiwa pro 100. Oleh karena itu, peneliti mencoba untuk meneliti mengenai bagaimana peran agen dalam meningkatkan penjualan polis asuransi pada PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya. Selanjutnya, untuk mengakomodasi itu semua dilakukan penelitian dengan judul *PERAN MARKETING EXECUTIVE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN POLIS ASURANSI JIWA PRO 100 PADA PT ASURANSI JIWA SINARMAS MSIG SURABAYA.*

1.2 Penjelasan Judul

Pengertian judul “PERAN *MARKETING EXECUTIVE* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN POLIS ASURANSI JIWA PRO 100 PADA PT ASURANSI JIWA SINARMAS MSIG SURABAYA, sebagai berikut:

1. Peran

Tri Sulistyarningsih (2015:86) mendefinisikan peran adalah ketika seseorang melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya.

2. *Marketing Executive* (Agen)

Menurut UU RI Nomor 40 Tahun 2014 tentang Usaha Perasuransian Pasal 1 Ayat 28 mendefinisikan agen adalah seorang yang bekerja sendiri atau pada badan usaha untuk memasarkan produk asuransi dan memenuhi persyaratan mewakili perusahaan asuransi, baik asuransi konvensional maupun syariah.

3. Meningkatkan

Meningkatkan adalah usaha untuk menaikkan suatu maksud atau tujuan.

4. Penjualan

Alvonco (2014:235) penjualan adalah perjanjian antara penjual dan pembeli mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.

5. Polis Asuransi

Abdullah Amrin (2011:139) mendefinisikan polis asuransi sebagai bukti tertulis mengenai pertanggunganan dan harus ditandatangani oleh pihak tertanggung dan penanggung.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana peran *marketing executive* dalam meningkatkan penjualan polis asuransi jiwa pro 100 pada PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji peran *marketing executive* dalam meningkatkan penjualan polis asuransi jiwa pro 100 pada PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat bagi PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya untuk digunakan sebagai akses informasi peran *marketing executive* dalam meningkatkan penjualan polis asuransi.

2. Bagi Pembaca

Dapat menambah pengetahuan, wawasan dan pengalaman bekerja di perusahaan asuransi.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Diharapkan dapat berkontribusi sebagai referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian mengenai teori asuransi dan keagenan dikemudian hari.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Rancangan Penelitian

Sandu Siyoto (2015:11) mendefinisikan Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif adalah “Suatu metode penelitian untuk mengungkapkan dan menggambarkan fenomena-fenomena sosial dari sudut orang yang diajak berwawancara”.

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Alasan pemilihan metode ini karena analisis data berupa kata-kata tertulis atau lisan dengan mempertimbangkan pendapat orang lain yaitu narasumber. Peneliti melakukan pengamatan melalui interaksi dengan narasumber dan memaparkan data sesuai yang didapat di lapangan.

b. Data dan Pengumpulan Data

Adapun data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Mahfudlah Fajrie (2016:47) mendefinisikan Data Primer adalah “ Data yang diperoleh dari sumber asli atau utama”.

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara secara langsung kepada *Agency Director, Agency Manager, Sales Manager, dan Marketing Executive* PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya.

2. Data Sekunder

Mahfudlah Fajrie (2016:47) mendefinisikan Data Sekunder adalah “Data yang mendukung keperluan data primer”.

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen-dokumen yang terdapat di PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya. Selain itu, dilakukan tinjauan studi kepustakaan mengenai peran agen dalam meningkatkan penjualan polis asuransi yang tersedia dalam buku, jurnal, skripsi dan tugas akhir peneliti terdahulu yang terdapat di perpustakaan maupun internet.

Adapun teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan secara langsung di PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya untuk mendapatkan bukti yang mendukung dan melengkapi hasil penelitian.

2. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada *Agency Director*, *Agency Manager*, *Sales Manager*, dan *Marketing Executive* PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya yang dianggap dapat memberikan penjelasan terkait dengan permasalahan yang diteliti, yaitu peran *marketing executive* dalam meningkatkan penjualan polis asuransi jiwa pro 100 pada PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya.

3. Dokumentasi

Peneliti melakukan pengumpulan data berupa dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian mengenai peran *marketing executive* dan penjualan polis asuransi jiwa pro 100 pada PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya.

4. Studi Pustaka

Peneliti melakukan pengumpulan data dari beberapa buku, jurnal, skripsi dan tugas akhir peneliti terdahulu yang terdapat di perpustakaan maupun internet.

c. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif, yakni menjelaskan permasalahan dengan didasarkan data-data yang ada, kemudian ditarik kesimpulan. Adapun langkah-langkah metode analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Mengumpulkan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang terkait dengan penelitian pada PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Surabaya.

2. Pengolahan Data

Setelah data dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah proses pengolahan data. Peneliti melakukan pemeriksaan terhadap dokumen-dokumen serta hasil wawancara dan observasi untuk memperbaiki kata dan kalimat dengan memberikan tambahan maupun membuang kata dan kalimat yang tidak penting.

3. Penyajian Data

Penyajian data pada penelitian ini berbentuk uraian dari rangkuman hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dihasilkan setelah pengumpulan dan pengolahan data yang sekaligus dikaji berdasarkan teori-teori yang mendasari penelitian.

4. Kesimpulan

Setelah dilakukan penyajian data, langkah selanjutnya adalah menarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan.

