

BAB I.

PENDAHULUAN

1.1.Latar belakang

Krisis ekonomi yang dialami Indonesia ternyata tidak menghalangi bisnis asuransi jiwa untuk terus berkembang. Bahkan dengan dipicu oleh berbagai kerusuhan, demonstrasi, pertentangan etnis yang terjadi di berbagai daerah negeri ini, semakin hari masyarakat Indonesia semakin sadar akan arti dan pentingnya perlindungan asuransi jiwa.

Yang dulunya para agen asuransi jiwa harus dengan susah payah memperkenalkan konsep asuransi jiwa kepada calon nasabahnya, bahkan seperti memberikan edukasi kepada masyarakat. Karena hanya sebagian kecil dari masyarakat Indonesia yang berpendidikan tinggi dan berpenghasilan lebih yang sadar untuk membeli program proteksi asuransi jiwa untuk melindungi penghasilannya dan keluarganya dari risiko finansial. Atau membeli hanya karena untuk menjaga hubungan baik dengan teman, atau pun berbagai alasan lainnya, yang minor sekalipun.

Kini masyarakat sendiri yang menghubungi pihak perusahaan asuransi jiwa untuk mencari tahu tentang program dan manfaat apa saja yang dapat diperoleh dari proteksi tersebut. Hal ini juga antara lain dipicu oleh semakin tipisnya batas antar negara dengan kehadiran internet dan fasilitas-fasilitas teknologi informasi lainnya yang mempercepat komunikasi dan penyebaran informasi di berbagai belahan dunia.

Hal lain yang semakin menarik masyarakat untuk akhirnya sampai pada keputusan untuk membeli program asuransi tertentu adalah karena diversifikasi jenis-jenis asuransi jiwa yang dibarengi dengan nilai investasi. Sehingga iuran premi yang telah dibayarkan kepada perusahaan asuransi jiwa tidak hilang begitu saja, namun dapat kembali setelah beberapa tahun kemudian dengan nilai yang lebih besar. Jadi bukan hanya perlindungan

jiwanya, tapi lebih mengejar nilai investasi/tabungannya yang dapat dinikmati di saat si pemegang polis masih hidup.

Semakin majunya kehidupan masyarakat terutama dengan trend internet, semakin tingginya pendidikan dan tingkat penghasilan, kreativitas perusahaan asuransi dalam menciptakan jenis asuransi jiwa plus 'investasi', ditambah akhir-akhir ini dengan maraknya suhu politik yang diwarnai dengan berbagai kerusuhan di Indonesia, telah menambah marak industri bisnis asuransi jiwa di Indonesia.

PT. Asuransi Allianz Life Indonesia sendiri optimis dengan prospek bisnis asuransi jiwa di Indonesia dengan menanamkan lebih banyak lagi modal untuk pengembangan usahanya, berupa penambahan jumlah kantor cabang pemasaran dari hampir 30 cabang menjadi 100 cabang yang tersebar di seluruh kota-kota di Indonesia.

Perluasan dan penambahan jumlah kantor cabang pemasaran itu memerlukan tidak sedikit investasi modal. Hal ini tentunya di dorong oleh visi perusahaan Allianz ke depan untuk menjadi salah satu dari lima besar perusahaan asuransi jiwa di Indonesia. Atau bahkan kelak menjadi yang terbesar. Besarnya suatu perusahaan asuransi jiwa selain diukur dari jumlah total asset yang dimilikinya, juga oleh jumlah pendapatan premi yang diperolehnya, yang menunjukkan keberhasilan pemasarannya.

Oleh karenanya, dalam rangka pencapaian target pendapatan premi perusahaan, optimisme PT. Asuransi Allianz Life Indonesia itu harus dibarengi dengan strategi pemasaran, terutama dengan pembekalan ilmu dan praktek cara serta teknik penjualan yang baik. Untuk itu diperlukan program training agen yang tepat guna.

Disamping itu paket remunerasi, berupa gaji pokok dan sistem komisinya *sertafringe benefits* lainnya (perlindungan asuransi kesehatan, uang transport, dan lain-lain), yang menarik juga akan menjadi faktor motivasi agen untuk berprestasi.

Gaji dan komisi yang diterima setiap bulan sesuai dengan prestasi agen akan semakin memotivasi agen apabila dilengkapi dengan peluang untuk mendaki level keagenan lebih tinggi.

Program-program training yang ada untuk masing-masing level agen tertentu; paket remunerasi yang menarik; peluang untuk meniti jenjang karir ke level yang lebih tinggi; semuanya itu tidak akan berhasil dalam membentuk armada penjualan (*sales force*) yang solid dan berdedikasi tinggi apabila agen yang direkrut tidak memiliki kualifikasi dan kualitas yang sesuai dengan misi bisnis asuransi jiwa itu sendiri.

Upaya untuk mendapatkan calon agen yang mempunyai kualifikasi yang diinginkan memerlukan program rekrutmen agen dengan kriteria standar tertentu. Biografik/Karakteristik Personal atau dengan kata lain '*man specifications*' yang seperti apakah ada dalam diri seseorang yang sesuai dengan '*job descriptions*' agen asuransi jiwa?

Disamping itu penelitian ini ingin mengungkap hal-hal apa saja yang harus ada dalam diri seorang agen asuransi jiwa dalam menghasilkan kinerja kerja yang terbaik ?

Berbagai faktor tersebut mungkin saling terjalin dalam mempengaruhi hasil akhir atau output yaitu kinerja agen yang diukur dari tingkat pencapaian target pendapatan premi asuransijiwa.

1.2. Identifikasi masalah

Masalah yang dihadapi oleh PT. Asuransi Allianz Life Indonesia, yang juga dihadapi oleh berbagai perusahaan asuransi jiwa lain pada umumnya, adalah pencapaian target pendapatan premi yang tidak sesuai dengan yang telah ditetapkan sebelumnya. Untuk itu penelitian ini mencoba mengidentifikasi faktor-faktor apa sajakah yang merupakan kualifikasi personal agen asuransi jiwa yang potensial.

Terdapat 23 submasalah yang akan diteliti antara lain, yaitu :

Apakah status marital (lajang, janda/duda, menikah), jumlah tanggungan, latar belakang pendidikan formal dan non - formal, , ada tidaknya beban finansial, status rumah yang ditinggali sekarang, dukungan orang terdekat, ada tidaknya usaha sampingan, aktivitas social di dalam suatu organisasi/klub, lamanya pengalaman bekerja, dan pengalaman menjual, pekerjaan yang dilakukan sekarang, besarnya gaji yang terakhir dan yang diinginkan di masa datang, sarana transportasi yang memadai; kesanggupan untuk bekerja diluar jam kantor biasa, lamanya tinggal di suatu kota, sarana komunikasi yang memadai untuk melakukan aktivitas penjualan, keteraturan melakukan hobi/olahraga, alasannya untuk beralih profesi menjadi agen asuransi jiwa, alasannya bergabung dengan Allianz, serta usia dan jenis kelamin dari calon agen asuransi jiwa mempunyai pengaruh terhadap tingkat pencapaian target pendapatan premi agen tersebut ?

1.3. Manfaat penelitian

Dapat kiranya penelitian ini menyumbangkan manfaat:

1. Kepada masyarakat umum, meningkatkan kesadaran akan arti pentingnya perlindungan asuransi jiwa dalam memberikan kepastian finansial kepada si pemegang polis maupun bagi keluarganya.
2. Memberikan masukan kepada perusahaan-perusahaan asuransi, tentang hal-hal apa yang dapat dimasukkan dalam kriteria kualifikasi personal calon agen dalam proses rekrutmen untuk mendapatkan agen yang potensial.
3. Terutama yang paling penting adalah bagi PT. Asuransi Allianz Life Indonesia untuk dapat mengidentifikasi hal-hal apa saja dalam kriteria kualifikasi personal calon agen yang potensial. Hal ini dilakukan untuk mempunyai '*sales force*' yang *solid* dan sesuai dengan nature bisnis asuransi jiwa. Dengan harapan target pendapatan premi yang ditetapkan dapat dicapai.

1.4. Ruang lingkup dan keterbatasan

Berbagai faktor yang dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan agen dalam mencapai target pendapatan premi begitu luas. Penelitian ini membatasi diri pada faktor-faktor kualifikasi personal saja yang dicari hubungan pengaruhnya dalam menyebabkan penurunan pencapaian target pendapatan premi agen asuransi jiwa Allianz.

Penelitian membatasi pada 85 jumlah responden yang tersebar dari masing-masing area Jabotabek, Jakarta Barat, Jakarta Timur, Jakarta Pusat, Jakarta Selatan, Jakarta Utara, Bekasi, Tangerang, dan Bogor.

Karena hambatan jarak dan waktu, penelitian tidak dimungkinkan untuk dilakukan pada seluruh kantor cabang pemasaran Allianz di berbagai kota di Indonesia, melainkan hanya di area Jabotabek saja.

Penelitian juga ditargetkan pada responden yaitu agen yang mempunyai data pencapaian target pendapatan premi dari Januari 2000 sampai dengan Desember 2000. Hal ini dilakukan untuk keseimbangan/konsistensi data yang digunakan, karena banyak sekali agen yang baru direkrut ataupun yang keluar dari Allianz sebelum satu tahun. Sehingga lingkup penelitian ini terbatas pada agen-agen lama yang bergabung dengan Allianz sebelum atau pada Januari 2000 dan masih bergabung sampai dengan Desember 2000; dan fokus pada tingkat kinerja penjualan agen-agen tersebut selama tahun 2000 saja.

Apabila faktor-faktor tersebut telah berhasil diidentifikasi, hasil penelitian ini hanya spesifik untuk perusahaan asuransi jiwa Allianz di daerah Jabotabek pada peserta penelitian (responden) saja, dan tidak dapat digeneralisir untuk institusi lain atau kepada populasi yang lebih luas.

1.5. Kerangka teori

Dengan mendasarkan pada teori perilaku organisasi yang dikaitkan dengan prinsip-prinsip pemasaran, penelitian ini berupaya untuk memberi masukan mengenai hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat produktivitas seorang agen asuransi jiwa. Dengan demikian perusahaan asuransi jiwa dapat mengantisipasi hal-hal yang dapat menurunkan kinerja armada penjualannya.

Menurut Basic OB Model, Stage II, *Stephen P. Robbins 1*, (lihat lampiran gambar 1) terdapat 3 level input yang berperan sebagai penyebab dari terjadinya output/akibat.

1 Stephen P. Robbins (1996), *Organizational Behavior*, 7 edition, Englewood Cliffs, Prentice-Hall: 29

Level pertama adalah pada tingkat individu, dimana tiap individu yang membentuk grup telah membawa dalam dirinya masing-masing karakteristik personal/biografik yang membentuk tipe kepribadian, nilai-nilai yang dianut, sikap, kemampuan intelijen (IQ) dan mental (EQ), persepsi, motivasi, dan pembelajaran individu itu sendiri; yang semuanya akan memberikan sumbangan pada terbentuknya keputusan si individu.

Pada level yang kedua yaitu level grup, tiap individu yang membentuk suatu grup manajemen akan mempengaruhi konsep dan kinerja grup tersebut. Komunikasi, konflik, politik dan kekuasaan, struktur grup, teamwork, kepemimpinan/leadership, kehadiran grup lain, serta pengambilan keputusan grup, semuanya adalah faktor yang mempengaruhi perilaku suatu grup.

Level ketiga yaitu level organisasi, kultur organisasi, struktur dan desain organisasi, teknologi, desain dan tingkat stress pekerjaan, serta kebijakan sumber daya manusia, semuanya akan memberikan sumbangan pada output yang dihasilkan oleh organisasi itu sendiri.

Output yang dihasilkan adalah tingkat produktivitas, tingkat absensi, tingkat turnover (pergantian karyawan), dan tingkat job satisfaction (kepuasan kerja).

Penelitian ini ingin mencari kualifikasi atau karakteristik personal seperti apakah yang sesuai untuk menjadi seorang agen asuransi jiwa yang potensial.

Namun disamping kualifikasi personal yang memadai, diketahui pula bahwa tingkat kinerja seorang agen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dirinya, seperti suasana pekerjaan; hubungan dengan atasan, sejawat, dan bawahan; sistem penggajian dan komisi; penghargaan atas prestasi; karir dan promosi; dan hal-hal lainnya.

Dalam membekali agen asuransi jiwa dengan pengetahuan dan teknik penjualan yang professional, serta demi peningkatan karir untuk mendapatkan leader yang berkualitas, diperlukan program training yang tepat guna.

Jenis penyaluran pemasaran yang biasa digunakan dalam asuransi jiwa adalah dengan direct marketing ataupun personal selling. Direct marketing atau penjualan langsung dari perusahaan kepada pelanggan, tidak ada perantara penjualan dapat dilakukan dengan direct mailing, telemarketing, dan lain-lain. Dengan sasaran pasar tertentu, biasanya yang termasuk dalam kelas ekonomi menengah ke atas dan berpendidikan cukup tinggi, sehingga lebih mudah menerima konsep asuransi dan meningkatkan rasio kesuksesan dari jenis saluran pemasaran ini. Data konsumen yang digunakan dapat berasal dari bank, atau yang biasa disebut pemasaran Bancassurance. Atau dari perusahaan lain, misalnya yang bergerak di bidang telekomunikasi.

Sedangkan jenis penyaluran pemasaran yang lebih banyak digunakan di Indonesia oleh perusahaan asuransi jiwa adalah melalui perantaraan agen, yaitu dengan teknik personal selling. Perusahaan asuransi jiwa membangun armada penjualannya melalui sistem agensi atau cabang, yang terdiri dari beberapa tingkatan karir.

Yang terendah biasanya disebut agen atau financial consultant, kemudian di atasnya terdapat unit manager, branch/agency manager, area/regional manager, dan seterusnya. Untuk dapat meniti karir yang lebih tinggi, seorang agen harus memenuhi kriteria kinerja tertentu baik dari segi pencapaian pendapatan premi maupun jumlah agen yang akan menjadi timnya.

1.6.Hipotesa

Jenis hipotesis penelitian yang digunakan adalah Hipotesis Asosiatif Kausal, yang definisinya adalah :

Seberapa besar hubungan antara variable *independent* dengan variable *dependent* dan akhirnya bertujuan untuk melihat faktor apa yang paling signifikan antara faktor-faktor kualifikasi personal agen asuransi jiwa dengan tingkat kinerja agen berupa pencapaian target pendapatan premi asuransi jiwa AJIanz.

Hipotesa Nol (HO) yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tidak ada pengaruh yang signifikan antarjumlah pendapatan premi asuransi jiwa dengan faktor-faktor kualifikasi personal agen asuransi jiwa Allianz.

Faktor-faktor kualifikasi personal agen yang diteliti adalah : status marital, jumlah tanggungan, latar belakang pendidikan formal dan non - formal, ada tidaknya beban finansial, status rumah yang ditinggali sekarang, dukungan orang terdekat, ada tidaknya usaha sampingan, aktivitas sosial di dalam suatu organisasi/klub, lamanya pengalaman bekerja, dan pengalaman menjual, pekerjaan yang dilakukan sekarang, besarnya gaji yang terakhir dan yang diinginkan di masa datang, sarana transportasi yang memadai, kesanggupan untuk bekerja diluar jam kantor biasa, lamanya tinggal di suatu kota, sarana komunikasi yang memadai untuk melakukan aktivitas penjualan, keterampilan melakukan hobi/olahraga, alasannya untuk beralih profesi menjadi agen asuransi jiwa, alasannya bergabung dengan Allianz, serta usia dan jenis kelamin.

1.7. Definisi istilah

Asuransi

Adalah hubungan berdasarkan perjanjian jika satu pihak, dengan menerima imbalan setuju membayar ganti rugi kepada pihak lain atas kerugian yang disebabkan oleh peristiwa yang tidak terduga, misalnya meninggal dunia (asuransi jiwa) atau akibat kerugian (asuransi kerugian)

Asuransi Jiwa

Adalah hubungan berdasarkan perjanjian jika satu pihak, dengan menerima imbalan setuju membayar ganti rugi kepada pihak lain atas kerugian yang disebabkan oleh peristiwa yang tidak terduga atas jiwa tertanggung.

Asuransi Murni

Adalah asuransi jiwa murni dengan premi yang dibayar lebih kecil dibandingkan dengan jenis asuransi lainnya. Hanya saja uang yang telah dibayarkan akan hilang jika dalam masa kontrak nasabah tidak menderita penyakit yang masuk dalam pertanggungan asuransi, atau tidak mengalami kecelakaan yang mengakibatkan cacat tetap atau meninggal dunia.

Asuransi Jiwa Murni Kematian Karena Kecelakaan

Adalah asuransi jiwa murni dengan premi yang dibayar lebih kecil dibandingkan dengan jenis asuransi lainnya. Hanya saja uang yang telah dibayarkan akan hilang jika dalam masa kontrak tidak mengalami kecelakaan yang mengakibatkan meninggal dunia.

