

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri asuransi di Indonesia tentunya tidak terlepas dari perkembangan ekonomi dan teknologi di kehidupan manusia saat ini. Dimana semakin terbatasnya sumber-sumber kebutuhan manusia dalam usaha untuk meningkatkan kemakmuran, maka bertambah besar usaha manusia untuk mendayagunakan sumber-sumber yang ada. Disamping itu usaha untuk mengamankan baik atas diri atau keluarga mereka serta harta miliknya dari peristiwa-peristiwa yang dapat menimbulkan kerugian atau menyebabkan gangguan dalam mencapai tujuan hidup mereka. Kehadiran usaha perasuransian dirasakan sangat penting oleh dunia bisnis perusahaan-perusahaan besar, menengah ataupun kecil.

Hal ini mengingat disatu pihak terdapat berbagai risiko yang secara sadar dan rasional dirasakan dapat mengganggu kesinambungan kegiatan usahanya, namun di lain pihak dunia bisnis seringkali tidak dapat menghindari diri dari sistem yang memaksanya menggunakan jasa usaha perasuransian. Perusahaan juga perlu memberikan rasa aman dan nyaman bagi pegawai atau karyawan. Maka diadakanlah produk asuransi kumpulan oleh perusahaan asuransi yang diperuntukan untuk perusahaan-perusahaan dalam menangani risiko-risiko perusahaan yang menjadi tertanggung dari perusahaan asuransi tersebut. Sama seperti masyarakat umumnya, perusahaan juga sering mendapati kesulitan dalam penanganan dan pemilihan asuransi yang pas untuk mereka.

Asuransi merupakan salah satu dari buah peradaban manusia dan merupakan suatu hasil evaluasi kebutuhan manusia yang sangat hakiki ialah kebutuhan akan rasa aman dan terlindung, terhadap kemungkinan menderita kerugian. Asuransi merupakan buah pikiran dan akal budi manusia untuk mencapai suatu keadaan yang dapat memenuhi kebutuhannya, terutama sekali untuk kebutuhan-kebutuhan

yang hakiki sifatnya antara lain rasa aman dan terlindung seperti yang dimaksud di atas (Hartono, 2008).

Menurut Nitisuastro (2013) Peran industri asuransi dalam perekonomian Indonesia tidak diragukan lagi sangat besar dan sangat luas. Sebagai suatu produk jasa mungkin industri asuransi relatif lambat perkembangannya. Namun kenyataan menunjukkan bahwa sejumlah aktivitas industri dan perdagangan tidak mungkin berlangsung tanpa dukungan produk jasa asuransi.

Kebutuhan akan jasa usaha perasuransian juga merupakan salah satu sarana finansial dalam tata kehidupan ekonomi rumah tangga, baik dalam menghadapi risiko finansial yang timbul sebagai akibat dari risiko yang paling mendasar, yaitu risiko alamiah datangnya kematian, maupun dalam menghadapi berbagai risiko atas harta benda yang dimiliki (Darmawati, 2006).

Asuransi jiwa di Indonesia sudah mulai mendapatkan perhatian serius dari masyarakat. Cara dan bentuk pemasaran produk asuransi jiwa pun telah banyak dimanfaatkan oleh perusahaan asuransi jiwa. Saat ini produk asuransi jiwa dapat dijumpai pada lembaga perbankan. Timbulnya risiko yang tidak diinginkan dapat saja terjadi dikemudian hari pada setiap sektor usaha apapun, termasuk lembaga keuangan perbankan, khususnya di bidang perkreditan, sekalipun mungkin dalam setiap pemberian kredit oleh bank telah diperhitungkan segala faktor pengembalian kredit agar dapat berjalan lancar, namun pada kenyataannya tidak selalu terjadi demikian (Salim, 2012).

Tujuan asuransi jiwa adalah untuk mengganti kerugian finansial dari individu, keluarga dan perusahaan yang timbul pada waktu sumber daya manusia mengalami risiko seperti sakit, cacat, atau meninggal. Ini adalah sesuatu yang sangat penting dan merupakan tanggung jawab mulia dalam masyarakat. Sayangnya meskipun kesadaran akan nilai asuransi itu ada dan nyata, namun konsumen biasanya tidak berinisiatif membeli asuransi yang secukupnya untuk memenuhi kebutuhan. Masyarakat beranggapan pembelian polis asuransi memerlukan yang rumit. Oleh karena keragu-raguan ini, maka kebutuhan masyarakat untuk perlindungan terhadap kerugian finansial tidak akan tercapai jika asuransi tidak dipasarkan secara aktif dan efektif.

Personal Selling merupakan alat yang efektif pada tahap-tahap tertentu dalam proses pembelian, negoisiasi, dan tahap tahap penjualan. Untuk menjual suatu produk diperlukan *sales person* atau agen asuransi yang dapat menerangkan manfaat dari produk tersebut sehingga menciptakan kepuasan konsumen.

Menurut Kotler (2005-147), *person selling* merupakan sarana promosi yang dapat dikatakan paling berhasil terutama dalam membangun referensi, keyakinan, dan tindakan pembeli. *Person selling* mempunyai karakteristik yang sangat berbeda dengan alat promosi lainnya. Keunggulan utamanya adalah melibatkan komunikasi langsung dengan calon nasabah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis menyadari bahwa asuransi tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam kelangsungan kegiatan operasional perusahaan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk memilih judul **“Prosedur Penjualan Asuransi Pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Prabumulih”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang di rumuskan di atas maka penulis merumuskan masalah “Bagaimana Prosedur Penjualan Asuransi Pada PT Asuransi Jiwasraya Prabumulih”.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Pada pembahasan ini terfokus pada penjualan asuransi di PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Prabumulih.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan laporan akhir ini untuk mengetahui prosedur penjualan asuransi di PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Prabumulih.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Manfaat penulisan laporan akhir ini adalah untuk memberikan nilai dan sumbangan saran untuk PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Prabumulih mengenai Prosedur Penjualan Asuransi.

1.5 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa metode pengumpulan data, Menurut Sanusi (2013:105) pengumpulan data dalam penyusunan laporan akhir ini dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut :

1. Cara Survei

Cara survei merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpulan data mengajukan pertanyaan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun secara tertulis. Jika pernyataan diajukan dalam bentuk lisan maka namanya wawancara, kalau diajukan secara tertulis disebut kuisisioner. Berkaitan dengan itu, cara survei terbagi menjadi dua bagian, yaitu wawancara (*Interview*) dan kuisisioner.

2. Cara Observasi

Cara observasi merupakan cara pengumpulan melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti. Observasi meliputi segala hal yang menyangkut pengamatan aktivitas atau kondisi perilaku maupun nonperilaku.

3. Cara Dokumentasi

Cara dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Data seperti : data produksi, riwayat perusahaan, laporan keuangan dan sebagainya, yang telah tersedia di lokasi. Penyusunan tinggal menyalin sesuai dengan kebutuhan.

Penulis melakukan pengumpulan data dengan metode survei yang dilakukan dengan cara wawancara menanyakan langsung kepada pemilik perusahaan dan pegawainya.

1.5.1 Sumber Data

Jenis-jenis data menurut Sanusi (2013:104), sumber data cenderung pada pengertian dari mana (sumbernya) data itu berasal. Data tergolong menjadi dua bagian yaitu data primer dan data sekunder.

Pada penyusunan laporan akhir ini penulis menggunakan data primer untuk mengambil data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan peneliti secara langsung tanpa ada perantara.

1.6 Sistematika Penulis

Secara garis besar laporan ini terdiri dari lima bab yang isinya mencerminkan susunan materi yang akan dibahas. Setiap bab memiliki hubungan langsung antara satu dengan yang lainnya. Untuk memberikan gambaran yang jelas, berikut ini akan diuraikan mengenai sistematika pelaporan akhir secara garis besar, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mengemukakan secara garis besar mengenai latar belakang pemilihan judul, perumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat, metodologi pengumpulan data dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan pendapat-pendapat para ahli yang menjadi para ahli yang menjadi dasar penulis akan melakukan analisis terhadap permasalahan. Hal-hal yang dikemukakan pada bab ini antara lain meliputi pengertian prosedur dan pengertian penjualan, volume penjualan, tujuan penjualan, hubungan harga jual, tahap-tahap penjualan, jenis-jenis penjualan, cara penjualan, asuransi, klaim asuransi, konsep asuransi, dan asuransi jiwa.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini akan menguraikan tentang hal-hal yang berhubungan perusahaan, yaitu sejarah singkat perusahaan, logo perusahaan, struktur organisasi, dan uraian tugas.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini penulis akan menganalisis data-data yang diperoleh dari perusahaan yaitu prosedur penjualan asuransi pada perusahaan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini penulis menarik kesimpulan sebagai penyelesaian dari permasalahan yang ada dalam perusahaan dan dari kesimpulan yang didapat, penulis akan berusaha memberikan saran-saran yang diharapkan dapat membantu perusahaan.