

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perusahaan asuransi merupakan lembaga keuangan non bank yang mempunyai peranan yang tidak jauh berbeda dari bank, yaitu bergerak dalam bidang layanan jasa yang diberikan kepada masyarakat dalam mengatasi risiko yang terjadi di masa yang akan datang.

Perkembangan perusahaan asuransi di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat setelah pemerintah mengeluarkan deregulasi pada tahun 1980an dan diperkuat dengan keluarnya UU No. 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian. Dengan adanya deregulasi tersebut, pemerintah memberikan kemudahan dalam hal perijinan, sehingga mendorong tumbuhnya perusahaan-perusahaan baru, dan pada gilirannya akan meningkatkan hasil produksi nasional.

Pangsa pasar asuransi sendiri sulit dihitung berdasarkan angka. Seiring dengan perkembangan bisnis asuransi tersebut banyak hal yang harus dilakukan oleh penyedia jasa asuransi untuk dapat memenangkan persaingan dan agar tetap eksistensinya. Menghadapi persaingan yang ketat dan pasar yang heterogen, maka peranan pemasaran bagi perusahaan akan sangat penting. Produk asuransi merupakan salah satu bentuk produk yang memberikan banyak kegunaan baik itu untuk kelangsungan hidup secara perseorangan, masyarakat maupun perusahaan. Produk asuransi diharapkan dapat menampung sekian banyak risiko yang ditemui dalam kehidupan masyarakat sehari-hari.

Secara khusus, tujuan dari asuransi jiwa adalah untuk mengganti kerugian finansial dari individu, keluarga dan perusahaan yang timbul pada waktu sumber daya manusia 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 prosedur yang rumit. Oleh karena keraguan-keraguan ini, maka kebutuhan masyarakat untuk perlindungan terhadap kerugian finansial tidak akan tercapai jika asuransi tidak dipasarkan secara aktif dan efektif.

Cara menjual produk asuransi sedikit berbeda dengan produk lain. Hal tersebut antara lain karena produk asuransi menjual risiko, dimana hal tersebut umumnya belum dialami oleh konsumen. Sedangkan konsumen sudah harus menyerahkan sejumlah uang dalam kurun waktu tertentu secara rutin. Oleh karena itu, secara umum tenaga penjual asuransi umumnya mengandalkan referensi dari konsumen lama. Kondisi demikian mengungkapkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan berorientasi pada penciptaan dan peningkatan kepuasan.

Liu dan Leach (2001) mengemukakan bahwa layanan tenaga penjualan adalah keahlian tenaga penjualan dalam melakukan aktivitas penjualan. Keahlian tenaga penjual adalah keyakinan akan adanya pengetahuan khusus yang dimiliki oleh tenaga penjualan tersebut yang mendukung hubungan bisnis (Liu dan Leach, 2001). Hasil penelitian Doney dan Cannon (1997) mengungkapkan bahwa keahlian yang dimiliki oleh tenaga penjual akan berpengaruh positif dengan kepercayaan terhadap tenaga penjual dan pada akhirnya akan mempengaruhi keinginan konsumen membeli produk. Keahlian tenaga penjual merupakan hal penting dalam meningkatkan penjualan produk perusahaan. Studi Rentz, dkk (2002) mengungkapkan bahwa tenaga penjual dengan tingkat keahlian dan kekuatan referensi yang lebih tinggi dipandang lebih bisa dipercaya oleh pelanggan. Pengetahuan tentang produk atau pasar sebagai elemen keahlian tenaga penjual dalam aktivitas penjualan, sering dicatat





PRUlink assurance account, PRU payor33 PRU waiver, PRUlink investor account, PRUparent payor33, PRUlink syariah assurance account, dan terdapat dana investasi di dalam proses pembentukan tabungan di Prudential, yaitu PRUlink Rupiah Managed fund, PRUlink Rupiah Managed Fund Plus, PRUlink Rupiah fixed income Fund, PRUlink Rupiah cash Fund, PRUlink Rupiah Equity Fund, PRUlink Rupiah Equity Fund Plus, PRUlink Rupiah Indonesia Greater china Equity Fund, PRUlink Syariah Managed Fund, PRUlink Syariah Cash & Bond Fund, PRUlink Syariah Equity Fund, dan ada dana investasi terbaru, yaitu PRUlink Rupiah Infrastructure & Consumer Equity Fund.

## B. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengapa Masyarakat belum menyadari akan pentingnya asuransi bagi diri sendiri dan keluarga untuk menjaga Financial suatu keluarga?
2. Mengapa banyak masyarakat yang tidak berinisiatif untuk membeli asuransi untuk memnuhi kebutuhan hidupnya?
3. Bagaimana cara tenaga pemasar melakukan pendekatan dan pelayanan yang baik untuk para masyarakat yang ingin memiliki asuransi untuk kebutuhan hidup?
4. Apa faktor yang mempengaruhi masyarakat sehingga membeli asuransi yang memiliki kartu PRU Hospital and Surgical Cover?
5. Apa yang menjadi kendala seorang tenaga pemasar untuk mendapatkan seorang konsumen dan referensi dari konsumen tersebut?
6. Bagaimana upaya dalam menghadapi kendala untuk mendapatkan konsumen dan referensi dari konsumen di PT. Prudential Life Assurance?



## C. BATASAN MASALAH

Dari identifikasi masalah diatas maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara tenaga pemasar melakukan pendekatan dan pelayanan yang baik untuk para masyarakat yang ingin memiliki asuransi untuk kebutuhan hidup?
2. Apa faktor yang mempengaruhi masyarakat sehingga membeli asuransi yang memiliki kartu PRU Hospital and Surgical Cover?
3. Apa yang menjadi kendala seorang tenaga pemasar untuk mendapatkan seorang konsumen dan referensi dari konsumen tersebut?
4. Bagaimana upaya dalam menghadapi kendala untuk mendapatkan konsumen dan referensi dari konsumen di PT. Prudential Life Assurance?

## D. BATASAN PENELITIAN

Dalam menyusun skripsi ini, penulis membatasi penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut:

1. Objek Penelitian ini adalah nasabah PT. Prudential Life Assurance dan yang bukan termasuk nasabah PT. Prudential Life Assurance.
2. Ruang Lingkup penelitian berada di wilayah Jakarta Utara
3. Penelitian dilakukan kepada subjek penelitian yaitu masyarakat yang memiliki maupun tidak memiliki Asuransi PRU *Hospital and Surgical cover* di wilayah Jakarta Utara dan dibatasi jumlah responden sebanyak 100 orang dengan cara mengisi kuisisioner.
4. Periode penelitian dilakukan mulai September 2015

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## E. RUMUSAN MASALAH

Prudential Life Assurance Indonesia merupakan salah satu perusahaan asuransi terbesar di Indonesia. Saat ini menguasai pasar asuransi jiwa kurang lebih sebesar 16,6% dan banyak memperoleh penghargaan, Sumber Majalah Investor 2015. Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka perumusan masalah yang diajukan sebagai berikut:

1. Pengaruh PRU *hospital and surgical cover* kepada masyarakat usia produktif terhadap kepuasan pelanggan di daerah Jakarta Utara?
2. Pengaruh layanan tenaga pemasar kepada masyarakat usia produktif terhadap kepuasan pelanggan di daerah Jakarta Utara?

## F. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh PRU *hospital and surgical cover* kepada masyarakat usia produktif di daerah Jakarta Utara.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan tenaga penjual kepada masyarakat usia produktif terhadap kepuasan pelanggan di daerah Jakarta Utara.

## G. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Menambah bukti empiris mengenai layanan tenaga penjual terhadap kepuasan pelanggan sehingga Teori Manajemen Pemasaran, khususnya perilaku konsumen semakin berkembang.

2. Memberikan informasi dan referensi bagi masyarakat mengenai kegunaan salah satu Produk yang ada di Perusahaan PT. Prudential Life Assurance , yaitu PRU *hospital and surgical cover* yang dapat digunakan di semua kalangan masyarakat usia produktif dan memberikan sebuah nilai apakah produk tersebut memberikan suatu kepuasan pelanggan tersendiri atau tidak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

