

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mehr dan Cammack berpendapat, asuransi merupakan alat untuk mengurangi risiko keuangan dengan cara menggabungkan sejumlah unit- unit yang berisiko agar kerugian individu secara kolektif dapat diprediksi. Kerugian yang dapat diprediksi tersebut kemudian, dibagi dan didistribusikan secara proporsional di antara semua unit- unit dalam gabungan tersebut. Mark R. Green mengatakan, asuransi sebagai lembaga ekonomi yang bertujuan mengurangi risiko dengan jalan mengkombinasikan dalam suatu pengelolaan sejumlah objek yang cukup besar jumlahnya, sehingga kerugian tersebut secara menyeluruh dapat diramalkan dalam batas- batas tertentu. Adapun C. Arthur William Jr dan Richard M. Heins, mengemukakan definisi asuransi dalam 2 sudut pandang, yaitu:

1. Asuransi adalah suatu pengamanan terhadap kerugian finansial yang dilakukan oleh seorang penanggung.
2. Asuransi adalah suatu persetujuan dengan mana dua atau lebih orang/ badan pengumpulan dana untuk menanggulangi kerugian finansial.¹

Asuransi syariah dikenal juga dengan istilah takaful yang secara etimologi berarti saling menjamin atau saling menanggung, sedangkan dalam istilah muamalah berarti saling membagi risiko diantara sesama peserta asuransi sehingga antara satu dengan yang lain sehingga keduanya menjadi penanggung atas risiko yang satu dengan yang lain.²

Dalam asuransi, pemasaran diselenggarakan melalui *personal selling*. *Personal selling* asuransi adalah siapa saja yang dikuasakan oleh perusahaan asuransi untuk mencari, membuat, mengubah, atau mengakhiri kontrak- kontrak asuransi antara perusahaan asuransi dengan publik. Karena pada dasarnya bisnis asuransi diselenggarakan melalui

¹ Mulhadi, Dasar- Dasar Hukum Asuransi, (Depok: Rajawali Pers, 2017),h.4

² Abdullah Amrin, Asuransi Syariah (Keberadaan dan Kelebihannya di Tengah Asuransi konvensional), (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2006), h. 5.

personal selling.³ Kotler berpendapat, *personal selling* merupakan salah satu alat promosi yang paling efektif terutama dalam bentuk preferensi, keyakinan dan tindakan pembeli dengan maksud-maksud untuk menciptakan terjadinya transaksi pembelian yang sangat menguntungkan bagi kedua belah pihak, dengan menggunakan manusia sebagai alat promosinya. Komunikasi ini dilakukan kedua belah pihak yang bersifat interaktif atau komunikasi dua arah sehingga penjual dapat langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik tentang keinginan dan pendapat konsumen.⁴

Sedangkan menurut Kennedi & Soemanegara *personal selling* adalah improvisasi dari penjualan dengan menggunakan komunikasi *person to person*. *Personal selling* sangat dominan dalam industri. Dalam *marketing*

³ Abdul Furqon, Skripsi: “*Analisis Strategi Pemasaran Personal Selling Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi*”,(Cirebon: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), h.1.

⁴ Dhian Permata Abrori, Skripsi: “*Analisis Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Jasa Master Wash Laundry di Mataram*”, (Mataram: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, 2020),h.9.

communication, personal selling merupakan mitra penting yang tidak dapat digantikan dengan unsur promosi lain. Dalam berhubungan dengan calon pemegang polis seorang *personal selling* harus mampu menjaga kepercayaan. *Personal sellinglah* yang berperan memberikan pelayanan dalam memasarkan produk asuransi. Dimana seorang *personal selling* sangat mempengaruhi tingkat penjualan polis asuransi dalam suatu perusahaan.

Adapun perusahaan asuransi yang cukup terkenal di masyarakat salah satunya ialah PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967. PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 (BUMIDA) adalah perusahaan asuransi yang memiliki manajemen, *core business* dan tata kelola yang berbeda dengan perusahaan asuransi lain.⁵ PT. Bumiputera Muda 1967 juga merupakan kegiatan usaha perasuransian untuk memelihara kerjasama, solidaritas dan persaudaraan dengan adanya jaminan terhadap risiko.

⁵<https://bumida.co.id/media-berita.html?read=klarifikasi-pemberitaan-ajb-bumiputera-1912> Diakses pada hari senin, 24 Oktober 2022 pukul 20.00.

PT. Bumiputera Muda 1967 memiliki banyak cabang. Salah satu cabangnya ialah PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang. Perusahaan tersebut memiliki banyak produk, salah satu produk yang paling diminati yaitu produk asuransi kendaraan bermotor. Adapun penjualan polis produk asuransi kendaraan bermotor yang dilakukan oleh PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang tidaklah berbeda dengan perusahaan lain yaitu menerapkan 2 strategi pemasaran yaitu *personal selling* dan *direct selling*. Namun, dalam tiga tahun terakhir ini penjualan polis pada PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang yang awalnya selalu meningkat mengalami penurunan yang diakibatkan oleh Covid-19.⁶ Berikut merupakan data tabel penjualan polis selama 3 tahun terakhir pada PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang:

⁶ Yedi Dwinugroho. 2022. Kasie Pemasaran PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang.

Tabel 1.1
Penjualan Polis (Produk Asuransi Kendaraan Bermotor)

TAHUN	PENJUALAN (NASABAH)
2019	720
2020	674
2021	540

*(Sumber: Data Penjualan Polis Tahun 2019- 2021
PT.Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang)*

Berdasarkan data penjualan polis diatas selama tiga tahun terakhir mengalami penurunan. Adapun jumlah polis yang terjual pada tahun 2019 yaitu sebanyak 720 polis, dan pada tahun 2020 sebanyak 674 polis yang terjual. Kemudian pada tahun 2021 polis yang terjual hanya 540 polis. Dapat disimpulkan bahwa penjualan polis pada PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang mengalami penurunan drastis selama 3 tahun terakhir.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian yang berjudul **“Analisis**

Strategi Pemasaran Personal Selling Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi (Studi Kasus Pada PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil pemikiran dan permasalahan yang penulis jelaskan pada latar belakang penelitian maka penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana strategi *personal selling* di PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang?

C. Fokus Penelitian

Dalam sebuah penelitian, penting untuk mempertimbangkan batasan ruang lingkup penyelidikan agar tujuan penelitian tidak melenceng dari batas waktu, tenaga, pikiran, biaya, dan lain- lain. Untuk mempermudah peneliti mempersempit permasalahan yang ada agar tidak terlalu luas, fokus penelitian ini adalah:

1. Strategi pemasaran difokuskan hanya pada strategi *personal selling*
2. Strategi pemasaran *personal selling* pada PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang

D. Tujuan Penelitian

Sebagaimana rumusan masalah penelitian yang penulis jabarkan di atas, maka ada beberapa tujuan masalah penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi *personal selling* di PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis: Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan mengenai kegiatan *personal selling* dalam pemasaran guna menjual polis asuransi dan wawasan agar dapat mengembangkan ilmu yang diperoleh.

2. Bagi perusahaan: Hasil penelitian ini untuk dijadikan acuan serta pertimbangan dalam menentukan strategi promosi dan memberikan informasi bagi pihak perusahaan dalam meningkatkan penjualan polisnya di PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang.
3. Bagi pembaca: Diharapkan hasil dari penelitian ini memberikan pengetahuan dan motivasi kepada pembaca sebagai bahan pertimbangan untuk membuat hipotesis penelitian selanjutnya.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam penyusunan penelitian ini, tidak luput pemahaman dari penelitian- penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai rujukan bahwa judul yang penulis ambil sebelumnya telah banyak dilakukan oleh penelitian sebelumnya. Dengan itu berikut para penelitian terdahulu yang penulis jadikan sebagai rujukan dalam menyusun penelitian ini :

1. Skripsi dengan judul *Analisis Efektivitas Personal Selling Terhadap Keputusan Nasabah Asuransi PT. Asuransi Jiwa Bumiputera*, disusun oleh Mustaqim Wijaya. Skripsi ini menyimpulkan bahwa penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field reserch) dengan metode penelitian kualitatif dan studi kepustakaan (library research). Populasi dalam penelitian ini adalah agen asuransi bumiputera syariah sebanyak 58 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling yakni sebanyak 20 orang agent asuransi dan teknik pengambilan data dilakukan melalui wawancara dan observasi.⁷
2. Skripsi dengan judul *Analisis Strategi Pemasaran Personal Selling Pada Produk Syariah Pembiayaan Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi*, disusun oleh Nimas Ayu Putri Fabiola. Skripsi ini menyimpulkan bahwa penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif.

⁷ Mustaqim Wijaya, Skripsi: “*Analisis Efektivitas Personal Selling Terhadap Keputusan Nasabah Asuransi PT. Asuransi Jiwa Bumiputera*” (Lampung: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan primer. Metode pengolahan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi. Metode pengolahan data yang digunakan adalah metode editing, klarifikasi dan interpretasi. PT. Asuransi Jiwa Syariah AL Amin Bandar Lampung telah menerapkan dengan baik strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan polis pada produk syariah pembiayaan dengan menggunakan alat yang biasa dikenal 4 P yaitu : Product, Price, Place, dan Promosi, sedangkan metode promosi yang digunakan adalah *personal selling*, tingkat keberhasilan penjualan polis PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung signifikan meningkat.⁸

3. Skripsi dengan judul *Analisis Strategi Pemasaran Personal Selling Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi*, disusun oleh Abdul Furqon. Hasil penelitian skripsi ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan data

⁸ Nimas Ayu Putri Fabiola, Skripsi: "*Analisis Strategi Pemasaran Personal Selling Pada Produk Syariah Pembiayaan Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi*",(Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon, 2020), h.1.

yang dinyatakan dalam bentuk uraian. Sumber data yang dibutuhkan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang dipakai yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Strategi *personal selling* di PT. Asuransi Takaful Umum cabang Cirebon berperan untuk memperluas pasar, terutama untuk masyarakat yang belum mengetahui ataupun menggunakan jasa asuransi syariah melalui sosialisasi langsung maupun tidak langsung sehingga *personal selling* di PT. Asuransi Takaful Umum cabang Cirebon dapat meningkatkan penjualan polis asuransi baik melalui pasar baru atau pasar yang sudah ada.⁹

4. Skripsi dengan judul *Pengaruh Personal Selling Dan Advertising Terhadap Penjualan Polis*, disusun oleh Ika Nirmala Fulvia. Penelitian ini menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan diketahui bahwa *personal selling* berpengaruh terhadap penjualan

⁹ Abdul Furqon, Skripsi: "*Analisis Strategi Pemasaran Personal Selling Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi*", (Cirebon: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), h.2.

polis asuransi di PT. Jasaraharja Putera Cabang Mataram diketahui nilai sig. untuk pengaruh *personal selling* terhadap penjualan sebesar 0,000 <0> Tabel 1.9855 dapat disimpulkan bahwa *personal selling* dapat diterima yaitu berpengaruh terhadap penjualan, sedangkan nilai iklan sig. 0,847 > 0,05 dan thitung 0,194 < 1 > 3,09, sehingga dapat disimpulkan *personal selling* dan iklan diterima secara bersamaan, sehingga ada pengaruh terhadap penjualan polis asuransi di PT. Jasaraharja Putera Cabang Mataram.¹⁰

G. Kerangka Pemikiran

Promosi adalah kegiatan *marketing mix* yang terakhir diantara 4p (*product, price, place, promotion*). Tanpa promosi, jangan berharap pelanggan atau pembeli dapat mengenal suatu badan usaha. Promosi ialah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen agar konsumen mengetahui tentang produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan

¹⁰ Ika Nirmala Fulvia, Skripsi: “Pengaruh *Personal Selling* Dan *Advertising* Terhadap Penjualan Polis Asuransi”,(Mataram: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram),h.1.

kemudian konsumen merasa tertarik dan membeli produk tersebut.¹¹

Personal selling memegang peranan penting dalam kegiatan promosi suatu perusahaan, karena dengan *personal selling* penjual dapat berkomunikasi langsung dengan konsumen. *Personal selling* adalah interaksi langsung dengan satu atau lebih pembeli untuk menyajikan dan memberikan informasi, menjawab pertanyaan, dan menerima pembelian.¹²

Dalam penelitian ini PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang untuk menawarkan produknya kepada calon pemegang polis menggunakan berbagai strategi pemasaran, seperti melaksanakan *promotion mix* yang mengarah pada promosi *personal selling*. Penerapan *personal selling* ini diharapkan dapat mempengaruhi keputusan calon nasabah untuk menjadi nasabah asuransi. Tujuan dari kegiatan *personal selling* ialah untuk meningkatkan jumlah nasabah pemegang

¹¹ Mustaqim Wijaya, Skripsi: “*Analisis Efektivitas Personal Selling Terhadap Keputusan Nasabah Asuransi PT. Asuransi Jiwa Bumiputera*”,(Lampung: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung),h. 41.

¹² Philip Khoter, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008),h.504.

polis di PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang. Berdasarkan penelitian terdahulu, penulis membuat kerangka sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



H. Metode Penelitian

Dalam memecahkan permasalahan dalam suatu rumusan masalah pada skripsi ini didasarkan pada suatu penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan cara-cara atau metode tertentu sebagai berikut:

1. Objek penelitian

Objek penelitian kualitatif ialah untuk menjelaskan tujuan penelitian dan fokus penelitian, yaitu apa tujuannya. Penulis melakukan penelitian pada PT. Bumiputera Muda 1967 yang berlokasi Ruko Titan Arum, Jl. Raya Cilegon, Drangong, Taktakan, Kota Serang- Banten 42162. Penulis melakukan penelitian pada perusahaan tersebut karena PT. Bumiputera Muda 1967 merupakan salah satu perusahaan asuransi umum yang mempunyai banyak strategi pemasaran.

2. Jenis dan sumber data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi fenomena seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan yang dialami oleh subjek penelitian. Dan akan dikembangkan oleh penulis untuk menganalisis strategi pemasaran *personal selling* dalam meningkatkan penjualan polis asuransi.

- a. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang tentang

strategi pemasaran personal selling dalam meningkatkan penjualan polis asuransi

- b. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang peneliti terima (diterima dan dicatat dari tempat lain) secara tidak langsung melalui perantara. Data sekunder biasanya disajikan dalam bentuk catatan atau laporan historis yang disusun ke dalam file yang diterbitkan dan tidak dipublikasikan (data dokumentasi). Data sekunder untuk penelitian ini berasal dari buku- buku, jurnal, dan tesis sebelumnya yang berjudul.¹³

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi digunakan dalam mengumpulkan data pada saat penelitian. Teknik pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan tentang kondisi sebenarnya di lapangan. Observasi ini bertujuan untuk mengetahui

¹³ Mohamad Imron, Skripsi: “*Analisis Pengaruh Prodi Asuransi Terhadap Literasi Asuransi*”, (Banten: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin, 2021), h.7

strategi pemasaran pada PT. Bumiputera Muda 1967.

Terkhusus tentang strategi pemasaran personal selling.

b. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan melakukan kegiatan interaksi satu sama lain secara langsung dengan bertatap muka serta mendengarkan informasi yang ada pada PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang. Dalam wawancara, beberapa pertanyaan diajukan penulis kepada staff pemasaran dan kasie pemasaran yang berkaitan dengan strategi pemasaran personal selling di PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2022.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan menganalisa dokumen-dokumen perusahaan yang memiliki keterkaitan dengan penelitian. Dokumen ini berupa data dan profil PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang.

d. Studi Kepustakaan

Teknik pengumpulan data dengan cara membaca dan menganalisa buku, literatur, majalah, artikel, jurnal, skripsi serta sumber tertulis lainnya yang berhubungan dengan pembahasan ini.

4. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian lapangan akan dihubungkan dengan studi kepustakaan. Data tersebut kemudian dianalisis dan disusun secara logis dengan menggunakan metode kualitatif, yaitu apa yang dikatakan informan secara tertulis dan lisan, diselidiki dan dipelajari kemudian dianalisis secara kualitatif dan deskriptif dengan kalimat yang sistematis.

I. Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini bisa dipahami, maka penulis menggunakan sistematika penulisan yang sesuai dengan Pedoman Penulisan Skripsi. Adapun sistematikanya yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN :

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II FOKUS PENELITIAN :

Bab ini menjelaskan teori- teori yang terkait dengan penelitian ini seperti asuransi syariah dan unsur- unsur asuransinya, strategi pemasaran, *personal selling*, dan analisis SWOT.

BAB III KONDISI OBYEKTIF :

Bab ini menjelaskan tentang sejarah singkat PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang, visi- misi, falsafah, budaya perusahaan, logo perusahaan, penghargaan, kelompok usaha, struktur organisasi dan produk yang dimiliki oleh PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN :

Bab ini akan menjelaskan dan menganalisis tentang strategi *personal selling* di PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang.

BAB V PENUTUP :

Bab ini akan menjadi bab terakhir dari penelitian, berupa kesimpulan dari hasil penelitian dan dengan saran dari penelitian yang dilakukan.