

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Berbicara mengenai kendaraan bermotor, kita harus menyadari bahwa asuransi kendaraan motor sangatlah penting. Kita mengetahui bahwa sepeda motor memiliki berbagai risiko yaitu risiko kerusakan, kecelakaan, kehilangan, bahkan kecelakaan diri terhadap pengendara dan penumpangnya. Pada sepeda motor, berbagai risiko tersebut memiliki tingkat frekuensi dan *severiti* (tingkat keparahan) yang sama-sama tinggi bahkan terkadang lebih tinggi. Frekuensi adalah seberapa seringnya berbagai risiko tersebut terjadi. Pada sepeda motor, tentu saja frekuensi terjadinya resiko cukup sering hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu: jumlah populasi sepeda motor yang semakin meningkat, tingkat mobilitas sepeda motor di jalan raya yang sangat tinggi, perilaku pengendara sepeda motor yang kurang disiplin dalam berlalu lintas.

Pemasaran secara konsep dapat di artikan sebagai suatu seni menjual produk, sehingga yang dinamakan pemasaran ialah mulai dari perancangan produk samapai purna jual dari produk tersebut. Hal ini berbeda dengan aktivitas penjualan yang hanya fokus pada bagaimana produk tersebut laku di jual.

Dunia pemasaran sering pula di identikan dengan dunia yang penuh dengan janji manis namun belum tentu terbukti apakah produknya sesuai dengan apa yang telah di janjikan. Seorang pemasar mampu memahami

pelanggan secara emosi, sehingga kebutuhan dan keinginan konsumen dapat dipahami oleh pemasar dan akhirnya mampu menghasilkan produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi efektif, dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih.<sup>1</sup>

Agen asuransi merupakan penghubung antara konsumen dan perusahaan asuransi. Para agen asuransi bertugas untuk menolong individu, keluarga, perusahaan, ataupun lembaga untuk merencanakan hingga akhirnya memilih polis asuransi sesuai kebutuhan. Agen asuransi bekerja membantu masyarakat dalam memilih polis asuransi yang cocok dengan kebutuhan masing-masing individu, keluarga, perusahaan ataupun lembaga. dalam hal pertanggunganaan pada produk asuransi jiwa misalkan, ahli waris akan mendapatkan sejumlah uang sebagai manfaat asuransi apabila tertanggung meninggal dunia, tau manakalah suatu hal yang di sepakati tercapai atau terjadi.<sup>2</sup>

Menurut UU No. 40 Tahun 2014 tentang perasuransian, agen asuransi adalah orang yang bekerja sendiri atau bekerja pada badan usaha, yang bertindak untuk dan atas nama perusahaan asuransi atau perusahaan asuransi syariah dan memenuhi persyaratan untuk mewakili perusahaan asuransi atau

---

<sup>1</sup> Nur Rianto Al Arif, *Pemasaran Srategik Pada Asuransi Syariah*, (Bekasi: Gramata Publishing, 2015), h. 31-33

<sup>2</sup> Nur Rianto Al Arif, *Pemasaran Srategik Pada Asuransi Syariah*, (Bekasi: Gramata Publishing, 2015), h. 210

perusahaan asuransi syariah memasarkan produk asuransi atau asuransi syariah. Fungsi utama agen asuransi adalah menarik pemegang polis baru serta merawat pemegang polis yang sudah ada. Hubungan kerja antara agen asuransi dengan perusahaan asuransi yang diageni bersifat kemitraan yang diikat dalam bentuk perjanjian keagenan.<sup>3</sup>

Dari pernyataan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Agen Dalam Mencapai Target Penjualan Pada Produk Asuransi *Motorkoe* di PT. Asuransi Umum Bumiputera 1967 Cabang Serang.”

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan jumlah peserta pada produk asuransi *motorkoe* di PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang tahun 2014-2019?
2. Bagaimana strategi pemasaran agen yang di terapkan oleh PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang dalam memasarkan produk asuransi *motorkoe*?

## **C. Fokus Penelitian**

---

<sup>3</sup> Sugeng Widodo, *Mindset Kaya Agen Asuransi*, (PT. Gramedia Widiasarana Indonesia), h.17-18

Dalam suatu penelitian, batas ruang lingkup penelitian penting diterapkan. Dengan tujuan agar penelitian ini tidak menyimpang dari materi yang akan diteliti. Selain untuk memudahkan peneliti fokus terhadap penelitian yang akan dilakukan dan juga bertujuan agar pembahasan materi tidak melebar atau terlalu luas apa yang akan diteliti, mengingat dengan keterbatasan waktu, tenaga pikiran dan sebagainya. Maka peneliti memberikan fokus penelitian tentang strategi pemasaran agen dalam mencapai target penjualan pada produk asuransi motorkoe (Studi Pada PT. Asuransi Umum Bumiputeramuda 1967 Cabang Serang).

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas maka tujuan dari peneliti ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perkembangan jumlah peserta pada produk asuransi motorkoe di PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang tahun 2014-2019?
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran agen yang di terapkan oleh PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang dalam memasarkan produk asuransi motorkoe?

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

1. Secara Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memperkaya keilmuan asuransi khususnya dibidang pemasaran bisnis syariah, selain itu pula, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu referensi tentang produk motorkoe khususnya dibidang syariah bagi semua kalangan, bagi pihak-pihak yang menekuni bisnis syariah yang berkeinginan memasyarakatkan bisnis syariah dan mensyariahkan bisnis masyarakat.

## 2. Secara Praktis

### a. Bagi Peneliti

manfaat yang dirasakan dari penelitian ini menambah khasanah pengetahuan dan wawasan dibidang asuransi syariah umumnya, dan khusus nya mengenai pemasaran agen dalam upaya mencapai target penjualan produk asuransi motorkoe pada PT. Asuransi Umum Bumiputeramuda 1967 Cabang Serang.

### b. Bagi Perusahaan

penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi perusahaan asuransi syariah untuk kemajuan dimasa yang akan datang.

### c. Bagi Lembaga UIN SMH BANTEN

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan yang dibutuhkan dalam penyediaan bahan pembelajaran yang

dibutuhkan. dan diharapkan mampu memberikan pemikiran dan pengetahuan bagi akademis mengenai pemasaran agen dalam produk motorkoe.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika pembahasan ini dimaksudkan memberikan gambaran mengenai keseluruhan isi penelitian secara logis dan sistematis guna menunjukkan konsistensi dari penulisan dan pembahasannya. Adapun sistematika pembahsana penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab Ke-Satu Pendahuluan. Pada bagian pendahuluan ini akan diberikan gambaran mengenai topik penelitian yang akan disajikan pendahuluan berisi mengenai apa dan mengapa penelitian perlu di lakukan. Sehingga, pada bagian pendahuluan memuat beberapa hal penting meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, fokus penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, sistematika pembahasan.

Bab Ke-Dua kerangka teoritis atau landasan teoritis. kajian teoritis atau landasan teoritis merupakan seperangkat definisi, konsep serta proposisi yang menjadi dasar dari penelitian, meliputi paparan teori, hubungan antara variable dan hipotesis.

Bab Ke-Tiga Metodologi Penelitian. Dalam bab ini dijelaskan tentang pendekatan penelitian,tempat dan waktu penelitian, objek penelitian, subjek penelitian, metode pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknis analisis data.

Bab Ke-Empat pembahasan hasil penelitian. Pembahasan hasil penelitian berisi uraian analisis dan terpadu mengenai hasil penelitian berupa temuan-temuan dari penelitian yang telah dilakukan. Temuan-temuan yang diperoleh selama penelitian tersebut disajikan secara jujur, obyektif, serta sesuai dengan etika ilmiah.

Bab Ke-Lima kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi jawaban ringkas terhadap perumusan masalah yang diajukan pada bab pertama. Sedangkan, saran berisi anjuran yang ditunjukkan kepada pengambil kebijakan, pengguna hasil penelitian, maupun penelitian lainya yang akan melakukan penelitian lanjutan.