

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia selalu di hadapkan pada berbagai persoalan masalah hidup yang di dalamnya mengandung berbagai kemungkinan resiko yang harus di hadapi, baik yang bersifat material maupun yang bersifat spiritual. Di antara berbagai kemungkinan resiko tersebut, resiko yang bersifat material cenderung lebih di perhatikan oleh manusia modern saat ini. Tidak sedikit resiko yang bersifat material sulit di atasi oleh manusia, terutama ketika kuantitas resiko yang mesti di tanggung di luar kemampuannya.

Di setiap perusahaan tentunya memiliki strategi dan mempunyai target dalam memasarkan produk, agar setiap tahunnya mengalami kenaikan dalam memasarkan produknya, dan perusahaan lebih maju dan berkembang. Sama halnya dengan PT.Bumida Syariah Cabang Serang,

apa strategi pemasaran agen yang di gunakan untuk menarik para nasabah.

perkembangan asuransi syariah di Indonesia telah mengalami kemajuan sangat pesat yang dikarenakan mayoritas penduduk di Indonesia di domisili oleh masyarakat muslim sehingga membuat permintaan akan asuransi syariah pun semakin tinggi pula, apalagi asuransi ini didasari pada prinsip syariah Islam. Sebuah keluarga yang hanya mengandalkan pemasukan dari keluarga nya, tentu akan sangat terganggu kondisi keuangannya bila terjadi musibah yang sewaktu waktu menyimpannya tanpa diduga. Anak dan istri belum tentu dapat memenuhi kebutuhan pokok sehari hari. Asuransi menguntungkan kehidupan seseorang dengan kekayaan yang harus disisihkan untuk menutupi kerugian akibat kehilangan nyawa atau harta benda.

Perusahaan asuransi muncul karena masyarakat pada umumnya adalah penghindar resiko. Banyaknya resiko yang tidak terduga dialami semua orang. Resiko itu

bisa berupa sakit, kematian, kecelakaan, kerusakan barang, kerugian. Untuk mengatasi hal tersebut, setiap orang selayaknya mempersiapkan sesuatu agar kerugian di kala resiko terjadi dapat diminimalkan.

Asuransi adalah suatu lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat yang bertujuan memeberikan perlindungan atau proteksi suatu objek dari ancaman bahaya yang akan menimnulkan kerugian. Namun secara umum asuransi ialah perjanjian antara penanggung (perusahaan auransi) dengan tertanggung (peserta asuransi) yang dengan menerima premi dari tertanggung, penanggung berjanji akan membayar sejumlah pertanggungan manakala tertanggung mengalami kerugian, kerusakan atau kehilangan atas barang atau kepentingan yang di asuransikan karena pristiwa tidak pasti dan tanpa unsur kesengajaan, dan didasarkan atas hidup mati nya seseorang.

Dalam perkembangan nya, perusahaan asuransi syariah beberapa kendala yang di hadapi, seperti

banyaknya pesaing dari sesama perusahaan asuransi syariah yang menyediakan produk asuransi. Selain itu pengetahuan masyarakat tentang asuransi sangatlah minim dan tingkat kesadaran masyarakat yang belum menganggap asuransi itu sebagai kebutuhan, oleh karena itu setiap perusahaan asuransi harus mencari strategi untuk mencari nasabah sebanyak mungkin, agar masyarakat sadar akan resiko yang akan terjadi di kemudian hari.

Perusahaan perlu memutuskan dasar apa yang dipakai bersaing dalam industrinya. Tujuannya adalah untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar, dengan posisi yang menguntungkan terhadap pesaingnya. Derajat keberhasilan yang akan dicapai bergantung pada sifat industri, dan strategi bersaing kompetitif yang dipilih. Keunggulan bersaing dapat dikembangkan melalui strategi kepemimpinan harga atau strategi diferensiasi. Jika perusahaan memutuskan untuk mengikuti strategi kepemimpinan harga tujuannya adalah untuk menyediakan

barang dan jasa yang sebanding dengan pesaingnya, tetapi dengan harga yang lebih rendah. Strategi ini akan dimungkinkan, jika perusahaan menginginkan demikian, dengan menetapkan kebijakan harga agresif, sementara tetap mempertahankan margin yang lebih besar terhadap para pesaing. Pilihan lain adalah mengikuti strategi diferensiasi. Dalam hal ini tujuannya adalah untuk menyediakan berbagai produk dan jasa yang berbeda dari pesaingnya.¹

Kendaraan adalah sarana bagi seseorang untuk menunjang mobilitasnya dari satu tempat ke tempat yang lain. Seperti halnya kendaraan bermobil yang menjadi sarana utama untuk mendatangi suatu tempat. Akan tetapi kendaraan itu melewati jalanan atau jalan raya yang senantiasa memungkinkan terjadinya kecelakaan akibat kelalaian dari pengendara atau kelalaian dari pengendara lain. Ketidakhahaman kepada rambu-rambu lalu lintas, kecerobohan seseorang yang begitu saja melanggar lalu lintas, dapat mengakibatkan kecelakaan di jalan raya yang

¹ D.T. Johns dan H.A. Harding, *Manajemen Operasi Untuk Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo, 1996)

menyebabkan rusaknya kendaraan. Kerusakan yang kecil terhadap kendaraan bermobil mungkin tidak terlalu memberatkan biaya pengendara untuk memperbaiki kendaraannya, akan tetapi kerusakan yang besar terhadap kendaraan bisa menyebabkan pemiliknya merogoh biaya yang cukup besar untuk memperbaikinya yang belum tentu pula dia dapat membiayainya sendiri.

Pemasaran secara konsep dapat di artikan sebagai suatu seni menjual produk, sehingga yang di namakan pemasaran ialah Serangkaian perancangan produk sampai proses penjualan produk tersebut. Hal ini berbeda dengan aktivitas penjualan yang hanya fokus pada bagaimana produk tersebut laku terjual.

Media pemasaran produk yang di gunakan oleh PT.Bumida Syariah Cabang Serang, dengan menggunakan media online dan offline atau secara langsung dengan menyebarkan brosur, memasarkan kepada kerabat dekat seperti teman, sahabat dan

masyarakat khususnya. dengan itu biasanya nasabah bisa tertarik untuk membeli produk asuransi mobil koe.

Dunia pemasaran sering kali di identikan dengan dunia yang penuh 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 di pahami oleh pemasar atau penjual, dan akhirnya mampu menghasilkan produk yang di butuhkan atau di inginkan oleh konsumen. Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang di tetapkan adalah perusahaan tersebut harus mampu menjadi efektif di bandingkan dengan perusahaan lain atau para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai produk kepada pelanggan dan sasaran pasar yang terpilih.

Agen asuransi merupakan penghubung antara konsumen dan perusahaan asuransi. Para agen asuransi bertugas untuk menolong individu, keluarga, perusahaan,

atau lembaga untuk melakukan perencanaan sehingga akhirnya mau ikut berasuransi dan memilih polis sesuai dengan kebutuhan. Agen asuransi bekerja untuk membantu masyarakat dalam memilih polis asuransi yang cocok dengan kebutuhan masing-masing individu, keluarga, perusahaan ataupun lembaga.

Menurut UU No. 40 Tahun 2014, tentang perasuransian, agen asuransi adalah orang yang bekerja sendiri atau bekerja pada badan usaha yang bertindak untuk perusahaan dan atas nama perusahaan asuransi atau perusahaan asuransi syariah yang memenuhi syarat untuk mewakili perusahaan asuransi untuk memasarkan produk yang ada di dalam perusahaan asuransi tersebut. Fungsi utama agen asuransi adalah menarik pemegang polis baru serta merawat pemegang polis yang sudah ada. Hubungan kerja antara agen asuransi dengan perusahaan yang di tempati bersifat kemitraan yang di ikat dalam bentuk perjanjian keagenan.

Dari pernyataan latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Strategi Pemasaran Agen Dalam Mencapai Target Penjualan Pada Produk Asuransi Mobilkoe di PT.Bumida Syariah Cabang Serang “.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di kemukakan sebelumnya, maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Topik masalah yang akan menjadi focus penelitian ini adalah strategi pemasaran agen dalam mencapai target penjualan pada produk asuransi mobilkoe di PT.Bumida Syariah Cabang Serang.
2. Perkembangan jumlah peserta pada produk asuransi mobilkoe di PT.Bumida Syariah Cabang Serang.
3. Pandangan teori asuransi mengenai standard operating procedure.

C. Perumusan Masalah

Adapun permasalahan yang teridentifikasi dari latar belakang di atas adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah strategi pemasaran agen yang diterapkan oleh PT.Bumida Syariah Cabang Serang pada produk asuransi Mobilkoe?
2. Bagaimanakah jumlah perkembangan peserta pada produk asuransi mobilkoe di PT.Bumida Syariah Cabang Serang tahun 2014-2019?
3. Bagaimanakah pandangan teori asuransi mengenai SOP?

D. Fokus Penelitian

Dalam suatu penelitian, batas ruang lingkup penelitian harus diterapkan. Dengan tujuan agar penelitian ini tidak menyimpang dari materi yang akan di teliti. Selain untuk memudahkan peneliti fokus terhadap penelitian yang akan di lakukan dan juga betujuan agar pembahasan materi tidak melebar terlalu luas. Maka

penelitian ini memberi batasan masalah, peneliti terfokus pada masalah :

1. Strategi pemasaran agen dalam mencapai target penjualan pada produk asuransi mobilkoe di PT. Bumida syariah cabang Serang.
2. Perkembangan jumlah peserta pada produk asuransi mobilkoe di PT. Bumida syariah cabang Serang.
3. Pandangan teori asuransi mengenai standard operating procedure.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaram agen yang di tetapkan oleh PT. Bumida Syariah Cabang Serang dalam memasarkan produk asuransi mobilkoe.
2. Untuk mengetahui perkembangan jumlah peserta pada produk asuransi mobilkoe di PT. Bumida Syariah Cabang Serang tahun 2014-2019.

3. Untuk mengetahui pandangan teori asuransi mengenai standard operating procedure.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilaksanakan dengan manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Secara teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini di harapkan mampu memperkaya keilmuan asuransi khususnya di bidang pemasaran bisnis syariah. Selain itu pula, hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi sala satu referensi tentang produk asuransi mobilkoe khususnya di bidang syariah bagi semua kalangan.

2. Secara praktis

- a. Bagi peneliti

Manfaat yang di rasakan dari penelitian ini bisa menambah pengetahuan dan wawasan di bidang asuransi umumnya. Dan khususnya mengenai pemasaran agen dalam upaya mencapai target

penjualan produk asuransi mobil pada PT. Bumida syariah cabang Serang.

b. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi perusahaan asuransi syariah untuk kemajuan di masa yang akan datang.

G. Kerangka Pemikiran

memang tidak bisa di pungkiri bahwa asuransi tidak lepas dari pro kontra, terlepas itu asuransi syariah maupun konvensional. Namun masyarakat Indonesia terutama orang awam, tidak akan paham mana yang termasuk syariah mana yang termasuk konvensional. Sebenarnya, persoalannya bukan lagi terletak pada syariah atau konvensionalnya, namun dari segi prinsip operasionalnya, seperti produknya, marketing plan, strategi pemasaran, strategi pengembangan jaringan dan poin-poin penting lainnya yang berpihak kepada kemashlahatan anggotanya.

Berdasarkan dampak positif dari perkembangan berasuransi yang diantaranya adalah pertama proteksi risiko, asuransi adalah alat perlindungan dan penyelamatan dari berbagai kemungkinan risiko dalam kehidupan yang memang penuh dengan risiko itu bahkan bersifat pasti, dalam arti pasti akan terjadi juga meski manusia berusaha untuk menghindari atau menundanya dengan berbagai cara. Kematian, sakit, kecelakaan, penuaan dan pensiun adalah contoh dari risiko yang pasti terjadi. Di samping itu, masih banyak risiko lain yang belum tentu terjadi namun bisa terjadi sewaktu-waktu terhadap diri atau keluarga kita, seperti kehilangan barang berharga. Penyebabnya bisa bermacam-macam, misalnya perampokan, kebakaran, dan kecelakaan. Semua kejadian itu akan berdampak pada diri kita atau keluarga kita, suka atau tidak, siap atau tidak, mau atau tidak, salah satu konsekuensi dari risiko tersebut adalah timbulnya masalah keuangan keluarga.

Kedua, antisipasi. Dampak positif berikutnya yang lebih penting lagi adalah mengantisipasi berbagai jenis risiko itu agar kita atau keluarga kita relatif siap secara orang yang kita cintai. Kedati begitu, asuransi dapat menolong kita sekurang-kurangnya dari aspek finansial, untuk menghadapi dampak dari musibah.

Strategi adalah penentuan cara yang harus dilakukan agar memungkinkan memperoleh hasil yang optimal, efektif, dan dalam jangka waktu yang relatif singkat serta tepat menuju tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.² Alfred Chandler mengatakan bahwa strategi adalah penetapan sebuah perusahaan, dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu.

Ada banyak definisi tentang definisi strategi pemasaran. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning,

² Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen: dasar, Pengertian, dan Masalah*, (Jakarta:Bumi Aksara, 2014),

elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran. Dalam peranan strategisnya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungan nya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang di geluti. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi dan distribusi untuk memenuhi pasar sasaran.

Kerangka pemikiran adalah suatu model konseptual tentang bagaimana suatu teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah di identifikasi sebagai masalah riset. Dalam penelitian ini, kerangka berfikirnya bagaimana strategi pemasaran dan pengembangan peserta pada PT. Bumida syariah cabang Serang.

H. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan peneltian sehingga penulis

dapat memperkaya teori yang di gunakan dalam mengkaji penelitian yang di lakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis menemukan beberapa penelitian-penelitian yang terkait dengan judul yang penulis ajukan mengenai strategi pemasaran agen dalam mencapai target penjualan pada produksi asuransi mobil. Berikut penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal :

1. Penelitian yang dilakukan oleh MeliYulian dengan judul, strategi pemasaran produk asuransi motorkoe dalam meningkatkan jumlah peserta (studi pada PT.Umum Bumida Cabang Pekan Baru. Adapun hasil penelitiannya bahwa PT. Umum Bumida Cabang Pekan Baru menerapkan strateginya dengan menggunakan analisis SWOT.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Yusuf dengan judul strategi pemasaran guna meningkatkan volume penjualan (studi pada PT.Madubara). Hasil penelitiannya dengan menarik data untuk mengetahui kenaikan dan penurunan tingkat penjualan produk.

3. Penelitian yang di lakukan oleh aji sudjana yang berjudul setrategi pemasaran agen dalam mencapai tingkat penjualan produk asuransi motorkoe.(studi pada PT.Umum Bumi Putera Muda 1967). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang di gunakan adalah mengoptimalkan keluasan jangkauan dengan dukungan kantor cabang dan agen.

Persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian Meli Yuliana

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Meli Yuliana terletak pada variabel pada judul yaitu membahas tentang strategi pemasaran pada produk asuransi. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian meli yuliana terletak pada tempat penelitian, penelitian ini dilakukan di PT. Bumida Syariah Cabang Serang dan penelitian meli yuliana di PT. Umum Bumida Cabang Pekan Baru.

Persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian Muhammad Yusuf

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Muhammad Yusuf terletak pada metode penelitian yaitu sama-sama melakukan observasi langsung dan wawancara. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel dan tempat penelitian.

Persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian Aji Sudjana

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Aji Sudjana terletak pada tempat penelitian yaitu di PT. Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang, namun sekarang disebut dengan PT. Bumida Syariah Cabang Serang. Sedangkan perbedaannya terletak pada satu variabel pada judul produk asuransinya.

I. Metodologi Penelitian

1. Jenis metode penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Pendekatan kualitatif didefinisikan sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami

suatu gejala sentral. Penulis ingin memperoleh data yang mendalam guna mengungkapkan fakta yang terjadi pada objek penelitian yakni strategi pemasaran agen yang di terapkan pada PT. Bumida syariah cabang Serang.

1. Subjek penelitian, tempat dan waktu penelitian
 - a. Subjek penelitian
 - b. Tempat penelitian
 - c. Waktu penelitian

Dalam penelitian kualitatif, peneliti mendapatkan data dari hasil wawancara, observasi atau dari jumlah dokumen di perusahaan. Kegiatan analisis data kualitatif adalah terletak pada penuturan tentang apa yang berhasil di mengerti berkenaan dengan suatu masalah yang di teliti.

2. Metode pengumpulan data
 - a. Observasi

Observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan

kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan penelitian. Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian di PT Bumida syariah cabang Serang mengenai strategi pemasaran agen dalam mencapai target penjualan pada produk asuransi mobil.

b. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang terpercaya. Wawancara dilakukan dengan cara penyampaian sejumlah pertanyaan dari pewawancara kepada narasumber.

Dengan melakukan wawancara yang mendalam, peneliti berusaha untuk mendapatkan data

yang di butuhkan yang berupa informasi tentang strategi pemasaran agen dalam mencapai target penjualan pada produk asuransi mobilkoe pada PT Bumida syariah cabang Serang.

c. Dokumentasi

Dalam penelitian ini teknik dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data berupa gambar, laporan, catatan yang mendukung penelitian. Dalam penelitian kualitatif analisis data di tekankan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data.

J. Sistematika Penulisan

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

Bab I pendahuluan. Pendahuluan ini berfungsi sebagai pengantar informasi penelitian yang terdiri dari

latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembahasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II kajian pustaka. Landasan teoritis merupakan seperangkat definisi, konsep serta proposisi yang menjadi dasar dari penelitian, meliputi paparan teori, hubungan antara variabel dan hipotesis.

Bab III metodologi penelitian. Pada bab ini di jelaskan tentang pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, objek penelitian, subjek penelitian dan teknis analisis data.

Bab IV pembahasan hasil penelitian. Pembahasan hasil penelitian berisi uraian analisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

Bab V penutup. Penutup berisi kesimpulan dan saran yang di peroleh dari seluruh penelitian dari perusahaan.

