

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu tujuan perusahaan adalah mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dan berkembang pesat. Namun hal tersebut tidak serta merta menjadi kenyataan layaknya membalikan telapak tangan, ada terapi atau usaha yang lain yang harus dilaksanakan baik pelayanan kualitas, mutu serta menjalin hubungan baik dengan konsumen.

Perkembangan ekonomi Indonesia yang mengalami pasang surut dan cenderung menurun memberikan dampak buruk pada sektor-sektor riil. Namun tidak halnya dengan perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa khususnya dunia asuransi adalah salah satu bidang usaha yang mengalami perkembangan yang lebih baik dan cenderung potensial untuk dikembangkan.

Melakukan tindakan ekonomi merupakan keharusan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Islam, merupakan petunjuk dan pedoman bagi manusia untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Banyak ayat dan sunah Nabi yang merangsang manusia untuk rajin melakukan kegiatan ekonomi dan mengecam orang-orang yang malas.

Adapun ragam dan corak manusia dalam melakukan perekonomian akan berbeda antara satu dan lainnya, ada yang bertani, berdagang dan yang lainnya. termasuk kegiatan pengadaan jasa salah satunya adalah asuransi.

Asuransi muncul kepermukaan karena dalam kehidupan manusia senantiasa berhadapan dengan kemungkinan terjadinya malapetaka dan bencana, seperti kematian, kebakaran, kecelakaan, dan sebagainya. Fuad Fachrudin (2003:98) menyatakan sebenarnya manusia dalam hidupnya menghadapi bermacam-macam ragam bahaya yang terkadang datang dengan mendadak, tidak disangka, dan terkadang datangnya bertubi-tubi sehingga tidak dapat diatasi, terkadang datangnya secara langsung atas dirinya dan terkadang atas harta bendanya. Diantara bahaya-bahaya itu berupa penyakit, usia tua dan yang lainnya, dan bahaya yang menimpa benda seperti kecurian, kebakaran, karam / tenggelam, gempa bumi, penyakit yang menimpa ternaknya dan yang lainnya, dan terdapat pula jenis ketiga yaitu tidak langsung menimpa pribadi orang itu sendiri dan tidak pula menimpa harta bendanya, tetapi menimpa seseorang atau benda yang dia pertanggungjawabkan secara sipil atas kendaraan pemilikinya. Bahaya tanggung jawab sipil ini adalah hasil dari penimpaan bahaya atas orang lain baik atas dirinya atau hartanya disebabkan oleh pabrik, kendaraan atau yang lainnya yang menjadi tanggung jawab bagi pemilikinya.

Adapun tanggung jawab sipil, hasil dari bahaya seperti bahaya yang disebabkan oleh dokter, apoteker, pemilik industri dan lain sebagainya yang mereka berikan atau hasilkan telah rusak menimbulkan bahaya pada diri orang lain pada umumnya membawa kerugian orang dan sebagainya, maka kewajiban bagi setiap orang menjaga dirinya dari bahaya-bahaya tersebut dan kerugian uang yang timbul dari terjadinya kecelakaan-kecelakaan tersebut. Sebagaimana

seseorang mengambil kesempatan, persiapan dan cara-cara yang melindungi dari bahaya-bahaya itu, begitu pulalah malapetaka yang menimpa.

Meskipun semua malapetaka itu diyakini merupakan Qodla dan Qodar Allah SWT, namun manusia muslim wajib berikhtiar melakukan tindakan berjaga-jaga memperkecil resiko yang timbul oleh malapetaka tersebut. Dan salah satu kiat untuk memperkecil resiko adalah dengan ikut program asuransi.

Persoalan yang dihadapi oleh dunia asuransi di tanah air saat ini adalah salah satunya yang berkaitan dengan Sumber Daya Manusia (SDM) yang belum memadai baik dari kuantitas maupun kualitas. Jumlah agen asuransi di Indonesia menurut data yang diperoleh dari DAI (Dewan Asuransi Indonesia) baru sekitar 50.000 orang, jumlah itu begitu kecil dengan jumlah pasar yang tersedia.

Dengan pertumbuhan yang cukup pesat perusahaan jasa di paksa untuk memberikan pelayanan yang ekstra prima terhadap nasabah. Hal ini juga yang memberikan keharusan perusahaan untuk bagaimana memperlakukan nasabah layaknya seorang raja.

Dalam perusahaan asuransi daya jual atau daya produksi itu tertumpu pada seorang agen. Agen merupakan salah satu ujung tombak dalam penjualan. Seorang agen disamping seorang penjual produk dia juga berfungsi sebagai pemberi informasi tentang produk-produk yang tersedia pada perusahaan.

Seorang agen asuransi dalam memberikan pelayanan kepada konsumen agar sukses dan profesional sangat dibutuhkan komitmen dan kerja keras dengan senantiasa berlatih guna mendapatkan pengetahuan yang cukup agar supaya

sukses dalam menjual produk asuransi.¹ Disamping pengetahuan agen terhadap produk, dalam asuransi syariah para agen pun dituntut untuk mempunyai sifat jujur, saling keterbukaan dan sikap terpuji lainnya. Hal ini tertuang dalam surat Al-Shaff ayat 2-3.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ. كَبْرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ.

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman mengapa kamu mengatakan apa yang kamu tidak perbuat? Amat besar kebenaran disisi Allah bahwa kamu menyatakan apa-apa yang kamu tidak kerjakan.”*

Salah satu hal yang menjadi kendala produksi dari seorang agen khususnya agen baru adalah kurangnya pengetahuan tentang produk yang akan ditawarkan. Yang mengakibatkan daya produksi para agen baru khususnya terkesan lamban dan berproses lama.

B. Identifikasi Masalah

Dalam skripsi ini dibahas tentang faktor-faktor apa saja yang mendukung terhadap peningkatan produktifitas agen sehingga bisa meningkatkan volume penjualan produk perusahaan.

Mengingat luasnya pembahasan mengenai asuransi maka pembahasan pada skripsi ini dibatasi pada Peran Pelatihan Agen Asuransi terhadap peningkatan volume penjualan Produk pada PT Asuransi Takaful Umum cabang

¹ Sorjono Soerno, *Penuntun Keagenan Asuransi Jiwa*, Jakarta : Dewan Asuransi Indonesia, 1998, Edisi IV, hal. 87.

Cirebon, dan guna membatasi pada skripsi ini penulis membatasi pada permasalahan sebagai berikut :

1. Seberapa besar peran pelatihan agen asuransi terhadap peningkatan volume penjualan produk ?
2. Seberapa besar peran pelatihan agen asuransi terhadap daya jual agen dalam menjual produk ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa besar peran pelatihan agen asuransi dalam peningkatan volume penjualan produk asuransi.
2. Untuk mengetahui seberapa besar peran pelatihan terhadap daya jual agen dalam menjual produk.

D. Kegunaan Penelitian

Bagi Penulis

Penelitian ini semoga menambah pengetahuan bagi penulis khususnya dalam bidang pelatihan sumber daya manusia, serta bisa mengaplikasikannya dalam dunia kerja kelak.

Bagi pengembangan ilmiah

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi kajian-kajian ilmu ekonomi Islam khususnya asuransi syari'ah yang merupakan lembaga keuangan yang

bergerak dalam bidang jasa sebagai sumber alternatif yang Islami bagi masyarakat.

Bagi dunia kerja

Sebagai saran dan masukan bagi perusahaan guna meningkatkan profesional kerja dan mudah-mudahan dengan adanya penelitian ini pihak perusahaan dan karyawan baik agen maupun staf lebih bersinergi dalam bekerja.

Dari permasalahan yang telah dijabarkan terlihat bahwa kondisi pasar yang belum kenal betul tentang asuransi menjadikan peran agen asuransi begitu vital untuk dapat secara langsung memperkenalkan sekaligus menjual produk dari asuransi tersebut. Dari pelayanan yang diberikan agen asuransi menjadikan hubungan yang baik antara agen dengan nasabah dalam hal informasi produk. Proses inilah yang berdampak pada *inter pondacing* (kosong dari pantangan) dan memungkinkan untuk munculnya proses penyebaran informasi dan ajakan kepada masyarakat banyak. Yang berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan dan minat masyarakat terhadap produk asuransi.

E. Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian ini maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H_0 : Pelatihan agen asuransi berperan terhadap peningkatan volume penjualan

H_a : Pelatihan agen asuransi tidak berperan terhadap peningkatan volume penjualan

F. Kerangka Pemikiran

Perkembangan teknologi yang pesat saat ini ditandai dengan terciptanya alat-alat modern dan canggih, baik yang digunakan masyarakat ataupun perusahaan. Dengan perkembangan teknologi masyarakat kota Cirebon terus mengikuti trend teknologi. Pertumbuhan teknologi tersebut dapat memberikan keuntungan dan kerugian finansial dan disinilah peran asuransi sangat dibutuhkan guna mengcover kerugian-kerugian tersebut.

Undang-Undang No. 2 tahun 1992 Pasal 1 tentang Usaha perasuransian (dikeluarkan oleh Dewan Asuransi Indonesia edisi Juni 2003).

“Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian dua pihak atau lebih dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan.”

Konsep pemasaran, merupakan satu kegiatan pemasaran yang bertitik tolak pada pasar, memfokuskan kepada keinginan dan kebutuhan konsumen yang didukung oleh pemasaran yang terpadu yang ditunjuk untuk memperoleh keuntungan melalui kepuasan terhadap perilaku agen asuransi dalam meningkatkan volume penjualan.²

² Husein Umar, *Metode Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka.

Produktifitas dari seorang agen tidak lepas dari sejauhmana agen mengetahui produk-produk yang akan dijualnya. Pelatihan secara kontinyu adalah salah satu solusi permasalahan.

Pelatihan memiliki tujuan yaitu pembelajaran, dalam pembelajaran terdapat penanaman secara implisit. Melalui penanaman agen dimungkinkan menjadi seorang inovatur, mengambil inisiatif, pemecahan masalah yang kreatif, dan menjadi agen yang efektif dan efisien dalam melakukan pekerjaannya.³

Pelatihan bersifat spesifik, praktis dan segera. Spesifik berarti pelatihan berhubungan dengan bidang pekerjaan yang dilakukan, praktis dan segera yang sudah dilatihkan dapat dipraktikan. Umumnya pelatihan dimaksudkan untuk memperbaiki penguasaan berbagai keterampilan kerja dalam waktu yang relatif singkat. Suatu pelatihan berupaya menyiapkan para agen untuk melakukan pekerjaan yang dihadapi ,dimana pungsi seorang agen dalam sebah perusahaan adalah sebagai sentral pemasaran maka dari itu pengetahuan produk,keterampilan,dan sikap sngat menentukan.aktivitas suatu pekerjaan menjadi baik,kurang baik,cukup baik tergantung pada sikap pengetahuan dan pengetahuan si pelaksananya.⁴

Keberhasilan Takaful dalam hal penjualan produk tidak terlepas dari kelihaihan para agen asuransi atau biasa disebut marketing dalam menjual. Hal ini tentunya tidak terlepas dari sejauhmana pengetahuan para agen atau sejauhmana

³ Sadli Samsuddin, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Pustaka Setia, Bandung : 2006, hal. 110.

⁴ Yulia Sri Haryani, *Mengelola Sumberdaya Manusia dan Karyawan*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997, hal. 27

para agen menguasai produk-produk yang ada pada perusahaan dan disini lah peran pelatihan sangat berperan penting guna menumbuhkan rasa percaya diri para agen dalam menjual produk.

G. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Asuransi Takaful Umum Kota Cirebon, Jl. Dr. Sudarsono 281 A Cirebon. Penelitian ini masuk dalam kajian Sumber daya Manusia spesifikasi asuransi syariah khususnya pada asuransi Takaful Umum Kota Cirebon.

H. Wilayah Kajian

Penelitian ini termasuk dalam kajian Sumber Daya Manusia.

I. Metode Penelitian

1. Desain Penelitian

Pada penelitian ini desain yang digunakan adalah deskriptif-verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengurai tentang sifat-sifat dari suatu keadaan, sedangkan penelitian verifikatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mencari hubungan antara variabel melalui pengujian hipotesis.

2. Operasional Variabel

Variabel yang digunakan adalah terdiri dari dua variabel, yaitu variabel X dan Y. Variabel X adalah pelatihan agen asuransi PT Asuransi Takaful Umum dan variabel Y adalah tingkat penjualan produk.

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Jenis Data
Pelatihan Agen	Pelatihan Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Peserta - Tempat - Materi - Waktu - Evaluasi - Tujuan 	Ordinal
Tingkat Penjualan Produk	<ul style="list-style-type: none"> - Penjualan Produk - Jumlah premi yang masuk di ATU. 	<ul style="list-style-type: none"> - Volume penjualan - Intensitas nasabah terhadap asuransi - Menginformasikan jumlah produk / aplikasi yang ada kepada nasabah - Pengarahan premi yang ada kepada nasabah - Mengambil produk dalam penambahan jumlah premi 	Ordinal

3. Jenis dan Sumber Data

a. Data Teoritik

Dengan data teoritik ini diambil dari buku-buku dan sumber lainnya yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini sebagai rujukan dalam menganalisa masalah yang dibahas.

b. Data Empirik

Data empirik yaitu data yang diperoleh pada waktu di lapangan yaitu data yang berasal dari PT Asuransi Takaful Umum Kota Cirebon.

4. Prosedur Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data secara langsung terdapat objek yang akan diteliti yaitu dengan cara :

- a. Observasi, yaitu pengamatan secara langsung untuk melihat kegiatan PT Asuransi Takaful Umum Kota Cirebon.
- b. Quesioner, yaitu membeikan pertanyaan-pertanyaan kepada sebagian agen untuk mengetahui seberapa penting pelatihan guna meningkatkan volume penjualan.
- c. Study dokumentasi, yaitu mencatat data atau dokumen yang dimiliki oleh perusahaan yang berkaitan dengan penelitian.
- d. Wawancara, yaitu mengajukan beberapa pertanyaan kepada para agen asuransi.

J. Teknik Analisis Data

Adapun dalam menganalisis data pada penelitian ini, maka untuk mengetahui seberapa besar peran dari pelatihan agen asuransi terhadap peningkatan volume penjualan maka penulis akan menggunakan metode prosentase untuk menghitung peran pelatihan tersebut, adapun rumus metode penghitungannya adalah sebagai berikut :

$$P_n = \frac{F}{\sum n} \times 100\%$$

Dimana : P_n = Prosentase peran pelatihan agen asuransi

F = Frekwensi masing-masing jawaban dari respon nasabah

$\sum n$ = Jumlah total jawaban dari respon nasabah

Sedangkan penafsiran prosentase, penulis berpedoman pada pendapat Suharsimi Arikunto⁵, yaitu :

100 % = Seluruhnya

90 % – 99 % = Hampir seluruhnya

60 % – 89 % = Sebagian besar

51 % – 59 % = Lebih setengahnya

50 % = Setengahnya

40 % – 49 % = Hampir setengahnya

10 % – 39 % = Sebagian kecil

1 % – 9 % = Sedikit sekali

0 % = Tidak ada sama sekali

⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Jakarta : Rineka Cipta, 1998: 10.

Untuk memudahkan dalam penafsiran data yang diperoleh maka penulis menggunakan kriteria sebagai berikut⁶ :

- 76 % - 100 % = Baik
- 56 % - 75 % = Cukup
- 40 % - 55 % = Kurang baik
- < 40 % = Tidak baik

K. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penyusunan skripsi ini, penulis membuat skripsi ini terbagi menjadi beberapa bab sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan terdiri atas : latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, hipotesis penelitian, kerangka pemikiran, objek penelitian, wilayah kajian, metode penelitian, teknik analisis data dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan teoritis terdiri atas : pengertian asuransi dan pelatihan agen, fungsi pelatihan agen, syarat untuk menjadi seorang agen sukses, dan komunikasi penjualan.

BAB III : Kondisi objektif, bab ini menjelaskan tentang gambaran umum PT Asuransi Takaful Umum Cirebon dan pola kerja PT. Asuransi Takaful Umum Kota Cirebon.

⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Jakarta : Rineka Cipta, 1998: 246.

BAB IV : Pembahasan. Bab ini terdiri atas peran pelatihan agen asuransi terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Asuransi Takaful Umum Kota Cirebon, dan peran pelatihan agen terhadap peningkatan daya jual produk pada PT. Asuransi Takaful umum Kota Cirebon.

BAB V : Penutup. Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan dari apa yang telah diuraikan dalam bab-bab sebelumnya, tentang saran-saran bagi Asuransi Takaful Umum yang berkaitan dengan pelatihan dan peningkatan volume penjualan.