

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil Umum PT. Prudential Life Assurance**

PT. Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) didirikan pada tahun 1995 yang merupakan bagian dari Prudential plc, sebuah group perusahaan jasa keuangan terkemuka di Inggris. Prudential Indonesia merupakan bagian dari group yang berpengalaman lebih dari 168 tahun di industri asuransi jiwa, sehingga memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia. Prudential Indonesia telah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Lembaga ini dibentuk dengan tujuan agar seluruh kegiatan jasa keuangan di dalam sektor jasa keuangan berjalan secara teratur, adil, transparan dan akuntabel serta mampu mewujudkan sistem keuangan yang tumbuh secara berkelanjutan dan stabil sehingga mampu melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat (Pasal 4 UU OJK).

Tahun 1999 adalah peluncuran produk asuransi yang terikat produk investasi pertama, Prudential Indonesia telah menjadi pemimpin pasar untuk kategori produk inovasi dan juga menyediakan berbagai produk dan layanan yang dirancang untuk memenuhi dan melengkapi setiap kebutuhan keuangan para nasabahnya di Indonesia. Pada tahun 2007 Prudential Indonesia juga telah mendirikan unit bisnis syariah dan dipercaya sebagai pemimpin pasar asuransi jiwa syariah di Indonesia. (<https://www.prudential.co.id/id/our-company/>)

Pada tahun 31 Desember 2017 Prudential Indonesia memiliki kantor pusat di Jakarta, Medan, Surabaya, Bandung, Denpasar, Batam dan Semarang. Prudential Indonesia melayani lebih dari 2,3 juta nasabah melalui lebih dari 277.000 tenaga pemasar berlisensi di 408 Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) di seluruh Nusantara termasuk Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, Yogyakarta, Batam dan Bali. (<https://www.prudential.co.id/id/our-company/>)

#### **1.1.2 Visi dan Misi PT. Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia)**

##### **a. Visi Perusahaan**

Menjadi perusahaan Jasa Keuangan Ritel terbaik di Indonesia, melampaui pengharapan nasabah, tenaga pemasaran, staf dan pemegang saham dengan memberikan pelayanan sempurna, produk berkualitas, tenaga pemasaran profesional yang berkomitmen tinggi serta menghasilkan pendapatan investasi yang menguntungkan.

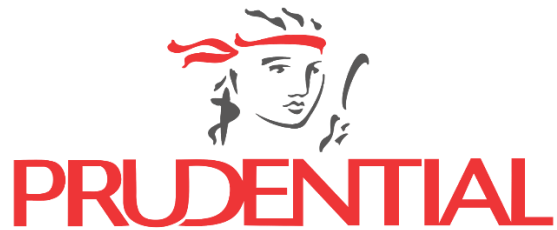
#### **b. Misi Perusahaan**

Sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari Misi, PT. Prudential Life Assurance memiliki empat pilar, yaitu fondasi yang merupakan dasar berdiri dan berkembangnya perusahaan serta yang membedakannya dengan perusahaan-perusahaan lain. Berikut ini adalah empat pilar:

1. Semangat untuk selalu menjadi yang terbaik yaitu untuk memberikan yang terbaik dan memperbaiki kemampuan untuk mendapatkan hasil yang terbaik pula.
2. Organisasi yang memberikan kesempatan belajar yaitu memberikan kesempatan kepada setiap orang di perusahaan untuk mendapatkan pengetahuan, keahlian dan pengembangan pribadi melalui berbagai training.
3. Bekerja sebagai suatu keluarga yaitu bekerja bergandengan tangan sebagai satu keluarga besar memperlakukan satu sama lainnya dengan rasa hormat dan penuh kasih untuk menciptakan suasana penuh pengertian.
4. Integritas dan keuntungan yang merata bagi semua pihak yang terkait dengan perusahaan yaitu sebuah komitmen untuk selalu memiliki integritas dalam setiap hal, menyediakan pelayanan terbaik untuk nasabah, menghargai setiap orang dengan adil berdasarkan nilai tambah bisnis, berkomunikasi dengan jelas dan memberikan pendapatan penghasilan yang baik ke setiap orang (tanpa diskriminasi).

#### **1.1.3 Logo Perusahaan**

Berikut ini merupakan logo dari perusahaan Prudential:



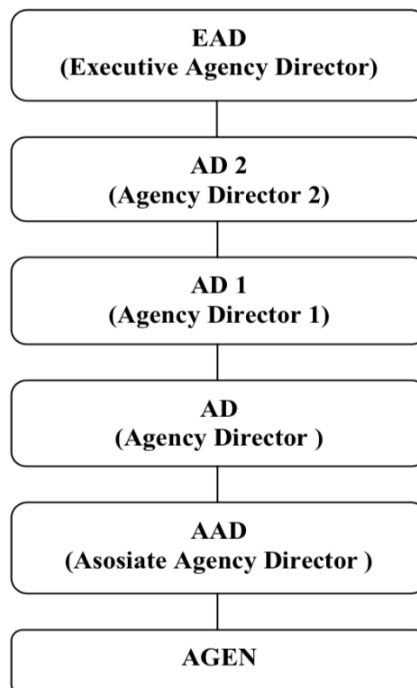
**Gambar 1.1**

Sumber : [www.prudential.co.id](http://www.prudential.co.id)

Logo Prudential mempunyai makna, yaitu:

- a. Anak panah: melambangkan kemampuan seorang pemanah yang jitu dan penuh perhitungan.
- b. Ular: Merupakan lambang dari kearifan.
- c. Cermin: Menggambarkan kemampuan seseorang untuk melihat dirinya apa adanya.

#### 1.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan



**Gambar 1.2**

Sumber: [www.prudential.co.id](http://www.prudential.co.id)

## 1.2 Latar belakang penelitian

Pada situasi ekonomi saat ini, konsumen telah mengalami perubahan pada perilaku dan gaya hidup terutama dalam pola menabung dan berinvestasi, meminimalisir resiko pada aktifitas sehari-hari untuk setiap individu atau perusahaan sangatlah penting, karena dengan meminimalisir resiko yang ada konsumen dapat mengurangi tanggungan atau kerugian dalam kehidupan dan usaha yang sedang dijalankan. Ada beberapa hal yang tidak bisa di prediksi secara pasti seperti terjadinya bencana alam, kecelakaan, hingga kematian, dari aktifitas yang sedang dilakukan sehari-hari resiko tersebut bisa dikatakan sebagai ketidakpastian atas sesuatu hal yang dapat menimbulkan kerugian dimasa yang akan datang, hal tersebut membuat banyaknya perusahaan asuransi yang berdiri yang bertujuan untuk menjadi sebuah perlindungan dan meminimalisasi kerugian secara tepat dan benar.

Menurut Undang-undang Hukum Dagang (KUHD), asuransi adalah suatu perjanjian, dengan mana seorang penanggung mengikatkan diri pada tertanggung dengan menerima suatu premi, untuk penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tak tertentu.

Industri asuransi jiwa di Indonesia saat ini sangat meningkat pertumbuhannya, salah satunya dapat dilihat dari data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) yang menyatakan bahwa pendapatan industri asuransi jiwa naik 14,7% dan pendapatan premi asuransi jiwa di kuartal III 2019 tumbuh 2% menjadi Rp. 143,7 Triliun (AAJI, 2020).

Banyaknya perusahaan asuransi jiwa di Indonesia semakin variatif produk-produk yang ditawarkan, maka dari itu perusahaan asuransi jiwa dituntut untuk selalu berbenah secara serius agar tidak dapat tersaingi. Salah satu produk yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah produk unit link, karena manfaat yang didapatkan yaitu proteksi dan investasi, selain itu jumlah premi yang harus dibayarkan jauh lebih murah, bunga yang cukup tinggi tiap tahunnya bisa menjanjikan hasil investasi yang lumayan besar ([www.cekaja.com](http://www.cekaja.com)).

Produk unit link yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia sudah diluncurkan pertama kali di Indonesia oleh perusahaan Prudential Life Assurance pada tahun 1991, yang kemudian ikut disempurnakan oleh perusahaan lainnya. Sejak

diluncurkan produk tersebut Prudential Indonesia menjadi pemimpin pasar, dan menyediakan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya di Indonesia.

PT. Prudential Life Assurance didirikan di Indonesia pada Tahun 1995, PT. Prudential Life Assurance merupakan bagian dari Prudential plc, group jasa keuangan berbasis di London Inggris. Prudential Indonesia mempunyai komitmen untuk menyediakan produk investasi terbaik dikelasnya, tabungan dan perlindungan asuransi untuk seluruh masyarakat Indonesia (<http://www.prudential.co.id> 2019).

Salah satu kota yang menjadi pangsa pasar PT. Prudential Life Assurance adalah Kota Bandung. Di Bandung, kinerja industri asuransi jiwa mengalami perlambatan, menurut BPS yang diupdate pada tanggal 14 Agustus 2020 tingkat pertumbuhan kinerja asuransi jiwa pada tahun 2017 adalah sebesar 7,63 %. Persaingan bisnis asuransi saat ini semakin meningkat, sementara pasar yang diperebutkan tidak mengalami pertumbuhan yang signifikan, karena pengguna asuransi di Bandung belum begitu banyak. Namun, menurut AAJI (2015) Kota Bandung merupakan kontributor tertinggi untuk perusahaan asuransi jiwa. Menurut data yang dikeola BPS yang di update terakhir 14 Agustus 2018 pertumbuhan jasa keuangan dan asuransi di Kota Bandung pada tahun 2011 hingga 2017 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1  
Pertumbuhan Jasa Keuangan dan Asuransi di Kota Bandung

NO	Tahun	Presentase
1.	2011	6,93%
2.	2012	7,20%
3.	2013	7,40%
4.	2014	7,63%
5.	2015	6,18%
6.	2016	8,46%
7.	2017	6,70%

*Sumber:* Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2020

Dari tabel diatas pertumbuhan industri asuransi di Bandung dapat dilihat bahwa tingkat pertumbuhan pada tahun 2017 mengalami penurunan 1,76%. Walaupun mengalami penurunan, tetapi Bandung adalah sebuah kota yang dinamis, perkembangan Kota Bandung yang sangat pesat diyakini dapat membuka peluang pangsa pasar pada industri jiwa. (<http://www.pikiran-rakyat.com>, 2017). Kota Bandung juga adalah kota metropolitan terbesar di Provinsi Jawa Barat, sekaligus menjadi ibu kota provinsi tersebut. Kota ini terletak 140 km sebelah tenggara Jakarta, dan merupakan kota terbesar di wilayah Pulau Jawa bagian selatan, penduduk Jawa Barat merupakan tertinggi di Indonesia dan rata-rata tinggal di Kota Bandung. Kota Bandung juga memiliki banyak perusahaan yang menawarkan produk utamanya berupa asuransi jiwa. Hal ini memungkinkan nasabah untuk lebih selektif dalam menentukan produk asuransi jiwa yang ditawarkan, serta memberikan alternatif pada nasabah untuk memilih produk dan memutuskan pada perusahaan asuransi mana yang akan dipilih. Terdapat beberapa perusahaan asuransi jiwa lainnya yang menjadi pesaing Prudential Life Assurance diantaranya AJB Bumiputera, Manulife Indonesia, Jiwasraya, Allianz Life Indonesia, dan AXA Life Indonesia (AAJI, 2020). Masing-masing asuransi jiwa memiliki popularitas tersendiri yang dapat dilihat dari hasil Top Brand Index pada Tahun 2017 hingga 2020 adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.3 Penghargaan Top Brand Award pada Asuransi Jiwa Indonesia**

NO	Brand	Top Brand Indeks			
		2017	2018	2019	2020
1.	PT. Prudential Life Assurance	31.8 %	29.8 %	28.9 %	33.9 %
2.	AJB Bumiputera 1912	10.7 %	9.0 %	6.6 %	3.6 %
3.	Manulife Indonesia	6.1 %	-	4.9%	4.9 %
4.	Jiwasraya	5.8 %	9.0 %	-	-
5.	Allianz Life Indonesia	3.4 %	6.7 %	10.6 %	12.7 %
6.	AXA Mandiri	3.2 %	8.8 %	14.8 %	17.0 %

*Sumber:* Top Brand Award (diakses pada tahun 2020)

Berdasarkan tabel diatas bahwa pada awal tahun 2017 sampai tahun 2020 selalu menempati posisi pertama, hal ini dikarenakan PT. Prudential Life Assurance mempunyai tujuan untuk mempertahankan nasabahnya dalam menjalankan aktivitas

bisnisnya dan meningkatkan loyalitas nasabah dengan membangun hubungan yang baik dengan nasabah.

Menurut majalah investor (diterbitkan tanggal 18 Juli 2019) disebutkan asuransi jiwa terbaik tahun 2019 dengan aset diatas Rp. 25 triliun adalah PT. Prudential Life Assurance, PT. AIA Financial dan PT. Indolife Pensiortama.

Pada tahun 2019 Warta Ekonomi menggelar *Indonesia Best Insurance Award 2019*. Ajang ini adalah bentuk apresiasi untuk perusahaan asuransi jiwa yang dinilai berdasarkan kinerja keuangan, inovasi produk atau jasa dan keterbukaan informasi tata kelola perusahaan. Penghargaan tersebut diberikan kepada PT. Prudential Life Assurance sebagai *Best Financial Performance for Insurance Company with Assets Above 2 T*. Selain itu PT. Prudential Life Assurance juga mendapatkan penghargaan sebagai *Innovative Company for SME Market Welfare Support*. ([www.wartaekonomi.co.id](http://www.wartaekonomi.co.id)).

Adanya persaingan antar perusahaan asuransi jiwa membuat perusahaan harus mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabah supaya perusahaan dapat memenangkan persaingan pasar. Penentuan kebutuhan, keinginan, minat pasar sasaran serta memberikan kepuasan konsumen dengan efektif dan efisien merupakan tugas dalam mengelola pemasaran perusahaan sehingga perusahaan dapat memenangkan persaingan (Kotler dan Armstrong 2013). Sebagai pemimpin pasar Prudential Indonesia menawarkan variasi produk dan layanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya dalam setiap tahap kehidupan, mulai dari usia kerja, pernikahan, kelahiran anak, pendidikan anak dan masa depan pensiun. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat dari data laporan keuangan PT. Prudential Life Assurance sebagai berikut:

**Tabel 1.4 Rangkuman Laporan Keuangan PT. Prudential Life Assurance  
Tahun 2017-2020 (dalam juta rupiah)**

No	Indikator	2017	2018	2019	2020
1.	Aset	81.652.906	78.937.978	80.874.406	65.303.702
2.	Liabilitas	65.992.843	64.763.272	66.942.121	52.667.250
3.	Ekuitas	8.797.858	7.600.494	7.067.524	7.369.198
4.	Pendapatan	37.388.486	23.867.829	29.599.097	6.847.423
5.	Laba	6.218.964	5.295.765	4.750.926	1.135.009
6.	Premi	5.892.736	6.601.763	5.967.514	5.814.373

*Sumber:* laporan keuangan PT. Prudential Life Assurance 2017-2020

Berdasarkan tabel diatas bahwa terjadi penurunan pada tahun 2020 dengan asset sebesar 65.303.702, penurunan pada pendapatan pada tahun 2020 sebesar 6.847.423, dan terjadi penurunan laba pada tahun 2020 sebesar 1.135.009, penurunan premi di tahun 2020 sebesar 5.814.373, hal ini merupakan dampak dari adanya covid 19 yang menyebabkan daya beli turun sehingga daya pendapatan turun dan target turun. Hal ini merupakan ancaman bagi perusahaan Prudential karena sebagai *market leader* harus terus mampu mempertahankan posisinya dan terus dengan cara menerapkan strategi yang tepat dan juga berusaha memperbaiki kelemahan-kelemahan dalam perusahaan salah satunya dengan cara memanfaatkan serta penyerapan sumber daya manusia oleh perusahaan. Faktor pemasaran berupa tenaga penjual juga menentukan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Meskipun suatu perusahaan mempunyai organisasi yang teratur dan baik serta manajemen yang terarah, namun jika tanpa adanya keahlian dan dukungan yang kuat dari para tenaga penjual, maka semuanya itu tidak berarti sama sekali. Oleh karena itu diperlukan tenaga penjual yang cakap, terampil dan terlatih. Walker et al. (dalam Bajari, 2006) mengatakan bahwa kinerja tenaga penjual merupakan konsekuensi dari faktor-faktor personal, organisasional dan lingkungan sehingga untuk meningkatkan kinerja tenaga penjual maka perusahaan harus memperhatikan ketiga aspek tersebut.

Tenaga penjual yang efektif akan menyampaikan manfaat asuransi sehingga terciptalah kebutuhan akan asuransi. Selain itu, semakin besar minat masyarakat untuk berasuransi maka jumlah premi yang dibayar akan semakin besar sehingga kinerja perusahaan yang dilihat dari aspek-aspek keuangan dapat ditingkatkan. Oleh



karena itu, perlu ditelusuri faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kinerja tenaga penjual (Andy Ridho, 2018).

Endhar Priyo Utomo (2019) Dalam penelitian mengenai “Identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi *Sales Performance* media periklanan” dikatakan bahwa perusahaan harus menyadari bahwa efektifnya kegiatan penjualan didukung dari tingkat pengalaman karyawan yang tinggi, karena dengan begitu kegiatan penjualan menjadi lebih terkonsep sehingga harus dipertahankan karena berpengaruh terhadap kinerja penjualan. Selanjutnya, Menurut Yeboah Banin dkk. dalam Utomo (2019) kinerja tenaga penjual dapat diukur melalui 3 indikator yaitu: peningkatan jumlah penjualan, pencapaian target penjualan, pertumbuhan pelanggan. Begitu pula, Ferry Budi Firmansyah (2017) Dalam penelitian mengenai “analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja agen asuransi PT. Asuransi Jiwasraya kantor cabang Bandung Timur” pada penelitian ini dikatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja para agen asuransi PT. Asuransi Jiwasraya Kantor Cabang Bandung Timur, yaitu: Penghargaan (*reward*), kebutuhan pribadi, komisi, kemampuan, lingkungan kerja, bakat. Selanjutnya, Iqbal Muftiasa, Mudiantono (2018) Dalam penelitian mengenai “Pengaruh penjualan berorientasi pelanggan, kualitas hubungan penjual pembeli, dan perilaku penjualan adaptif untuk meningkatkan kinerja tenaga penjual (Studi Kasus pada tenaga pemasar keagenan PT. Prudential Life Assurance Kota Semarang)” pada penelitian ini dikatakan bahwa penjualan berorientasi pelanggan, kualitas hubungan penjual pembeli, dan perilaku penjualan adaptif berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual, dan kualitas hubungan penjual pembeli memiliki pengaruh paling besar untuk meningkatkan kinerja tenaga penjual.

Agatha Marline Octhreeani Sitompul (2018) Dalam penelitian mengenai “Identifikasi Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Sales Performance* Pada Perusahaan Media Periklanan (Studi Empirik Pada Tenaga Penjual di RCTI)” pada penelitian ini dikatakan bahwa faktor pengalaman penjualan, keterampilan tenaga penjual, kualitas interaksi penjualan dan efektivitas kegiatan penjualan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. Selanjutnya, Asyhari, Sitty Yuwalliatin (2020) Dalam penelitian mengenai “*Factors Affecting Salesperson Performance In Smes Creative Industry Of Central Java*” pada penelitian ini dikatakan bahwa *emotional intelligence, spiritual intelligence, personality, competency* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual pada UMKM Industri Kreatif di

Jawa Tengah, Oleh karena itu studi ini menyimpulkan bahwa faktor internal karyawan sangat penting untuk meningkatkan kinerja karyawan.

Menurut Syahputra (2017) mengenai “*Validation of Instruments for Measuring the Salesforce Characteristics in Life Insurance Business in Indonesia*” Penelitian ini memvalidasi instrumen karakteristik tenaga penjualan dalam industri asuransi jiwa, terdapat empat belas item yang mencerminkan karakteristik tenaga penjualan akhir yaitu: *Are willing to accept direction from their field sales manager, Cooperate as part of a sales team, Accept the authority of sales manager, Possess expert selling skills, Possess detailed product/service knowledge, Obtain a sense of accomplishment from their work, Feel a sense of personal growth and development in their work, Get a feeling of stimulation and sense of challenging involvement in their work, Have high respect from supervisors, Have high respect from fellow workers, Perform non selling activities effectively, Perform sales support activities, Focus on satisfying customer needs dan Customize customer selling approaches.*

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, sehingga penulis mengadakan penelitian di PT. Prudential Life Assurance Kota Bandung dengan judul “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Tenaga Penjual Perusahaan Prudential Life Assurance Di Kota Bandung”

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada uraian diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah mengenai:

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja tenaga penjual pada perusahaan Prudential Life Assurance di Kota Bandung?
2. Apa faktor yang paling dominan yang mempengaruhi kinerja tenaga penjual pada perusahaan Prudential Life Assurance di Kota Bandung?

### **1.4 Tujuan penelitian**

Penelitian dilakukan adalah berdasar atas tujuan, oleh karenanya tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja tenaga penjual pada perusahaan Prudential Life Assurance di Kota Bandung.

2. Untuk mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi kinerja tenaga penjual pada perusahaan Prudential Life Assurance di Kota Bandung.

## **1.5 kegunaan penelitian**

### **1. Kegunaan praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bahan pertimbangan bagi perusahaan swasta di Indonesia khususnya kota Bandung dalam melakukan evaluasi kinerja tenaga penjual, agar dapat menggunakan strategi pemasaran yang lebih tepat untuk mencapai tujuan perusahaan.

### **2. Kegunaan teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu manajemen yang terkait dengan kinerja penjualan pada perusahaan. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kinerja tenaga penjual khususnya pada perusahaan asuransi.

## **1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan suatu gambaran umum tentang penelitian yang akan dilakukan. Dengan sistematika sebagai berikut :

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang tinjauan objek studi, latar belakang masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi tentang tinjauan teori yang akan digunakan dan yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, penelitian terdahulu serta kerangka pemikiran.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang penegasan pendekatan, metode dan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian, meliputi uraian tentang: jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas dan teknik analisis data.

#### **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan identifikasi masalah serta tujuan penelitian. Dalam bab ini berisi karakteristik responden, uji analisis faktor, dan pembahasan.

#### **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan disusun berdasarkan hasil pembahasan. Serta saran-saran yang diberikan kepada pihak terkait.