



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu setiap kegiatan yang dilakukan oleh manusia selalu dilalui oleh berbagai macam ketidakpastian baik itu menimbulkan keuntungan dan kerugian. Menurut Darmawi (2006) dalam Wedana *et al.* (2013) resiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya akibat buruk (kerugian) yang tidak diinginkan atau tidak terduga. Sampai saat ini banyak sekali resiko-resiko yang dialami oleh manusia dalam melakukan aktifitas sehari-hari mereka seperti rumah dan tempat usaha terbakar, kecelakaan lalu lintas, tenggelam atau terbakarnya jasa angkutan laut, kriminalitas dll. Resiko-resiko tersebut muncul dari kondisi alam yang susah ditebak, faktor ekonomi yang sulit dan juga kelalaian manusia itu sendiri. Untuk mengantisipasi resiko atau kerugian tersebut, maka munculah suatu kegiatan usaha yang dikenal dengan asuransi.

Menurut UU RI No. 2 Tahun 1992: Asuransi adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dimana 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 kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti atau memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungjawabkan.

Asuransi dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu Asuransi Jiwa dan Asuransi Umum (kerugian). Asuransi jiwa merupakan asuransi yang bertujuan menanggung orang terhadap kerugian finansial tak terduga yang disebabkan karena meninggalnya terlalu cepat atau hidupnya terlalu lama. Asuransi Umum (kerugian) merupakan asuransi yang memberikan jasa-jasa dalam penanggulangan risiko atas kerugian, kehilangan manfaat, dan tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang timbul dari peristiwa yang tidak pasti. Menurut UU No. 2 tahun

1992: Asuransi Umum (kerugian) dibagi menjadi beberapa bagian yaitu asuransi kebakaran, pengangkutan (marine cargo), Asuransi kendaraan bermotor.

Perusahaan Asuransi bisa melakukan penjualan produknya melalui bantuan dari Agen asuransi. Menurut UU No. 2 Tahun 1992 pasal 1 ayat 10 definisi agen adalah seseorang atau Badan Hukum yang kegiatannya memberikan jasa dalam memasarkan jasa asuransi untuk dan atas nama Penanggung.

Persaingan dalam dunia Asuransi sudah sangat ketat karena banyak perusahaan Asuransi yang berdiri di Indonesia baik itu perusahaan asing maupun lokal. Apalagi sekarang ini *rate* premi asuransi ditentukan oleh Otoritas Jasa keuangan dan juga sudah ditetapkan pada pasal 20 Peraturan Pemerintah Nomor 73 tahun 1992 tentang penyelenggaraan usaha peransuransian.

Dengan adanya penetapan *rate* premi maka banyak perusahaan Asuransi yang membutuhkan jasa Agen dalam penjualan produk. Dengan adanya potensi pasar tersebut maka banyak pebisnis yang terjun untuk menjadi Agen Asuransi. Oleh karena itu, Agen Asuransi juga harus memperhatikan kelemahan dan keunggulan perusahaannya sehingga dapat bersaing dengan para kompetitor mereka. Salah satu yang harus diperhatikan yaitu dari segi pemasaran.

1.2 Pokok Permasalahan

Pada saat penulis melakukan kegiatan kerja magang di PT Wira Bella Proteksi, penulis menemukan permasalahan yang terjadi di perusahaan tersebut, yaitu banyaknya masyarakat yang belum mengetahui dan mempercayai PT Wira Bella. Penulis mengetahui hal itu ketika penulis melakukan kegiatan *personal selling* ke konsumen dan kebanyakan dari mereka memberikan respon yang negatif berupa penolakan karena bagi mereka PT Wira Bella Proteksi namanya belum familiar dan kualitasnya masih diragukan. Maka hal itu lah yang akan penulis angkat sebagai pokok permasalahan dalam laporan magang ini yaitu mengenai kurangnya *brand awareness* dan *trust* pada PT Wira Bella Proteksi. Hal itu berdampak pada pemasaran produk berupa asuransi kebakaran, kendaraan bermotor, pengangkutan dan alat berat. Terlebih lagi sudah banyaknya kompetitor yang sudah lama dan berpengalaman dalam industri ini. Hal itulah yang berdampak pada tingkat penjualan produk asuransi PT Wira Bella Proteksi yang

belum sesuai target penjualan yang telah ditetapkan, sehingga perusahaan tidak hanya fokus dalam meningkatkan *brand awareness*, tetapi juga harus memperhatikan *trust* konsumen mereka. Dalam bisnis asuransi *trust* sangat diperlukan, karena produk asuransi merupakan produk tidak terlihat (*intangible*) dengan hanya berdasarkan dokumen perjanjian yaitu berupa *polis* asuransi. Oleh sebab itu, perusahaan asuransi ingin selalu mewujudkan hak-hak para konsumen supaya mendapatkan *trust* dari konsumen untuk kelancaran bisnis perusahaan.

Proses *brand awareness* dan *trust* sangat berhubungan erat dengan pola perilaku konsumen, karena dari salah satu tujuannya adalah untuk lebih memperkenalkan perusahaan dan mendapatkan kepercayaan kepada masyarakat, sehingga hal itu akan menimbulkan respon konsumen terhadap perusahaan. Respon itulah yang mencerminkan pola perilaku konsumen, karena pola perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor misalnya kelompok, ekonomi, gaya hidup, kepribadian, pekerjaan, umur, persepsi, attitude dan lain-lain. Hal-hal tersebut juga yang mempengaruhi sulitnya membentuk *trust* konsumen terhadap perusahaan.

Penulis memilih topik *Brand Awareness* dan *Trust* untuk dijadikan pokok permasalahan dalam laporan kerja magang ini karena PT Wira Bella Proteksi yang masih kurang dikenal dikalangan masyarakat dalam industri asuransi, dan kurangnya *trust* konsumen pada produk asuransinya, Hal tersebut yang menjadikan penulis selama periode magang berlangsung menemui dan merasakan kejadian-kejadian yang berbeda dalam menghadapi konsumen secara langsung. Hal itulah yang dibuat penulis sebagai pembelajaran dan pengalaman sebagai persiapan dalam menghadapi dunia kerja yang sebenarnya.

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja magang

Adapun yang menjadi maksud dalam kerja magang ini yaitu penulis ingin lebih memahami dalam dunia pemasaran khususnya *brand awareness* dalam industri asuransi dengan sistem penjualan produk asuransi melalui keagenan, mengenal cara pembentukan *trust* konsumen terhadap perusahaan dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen. Oleh karena itu, penulis memilih melakukan kerja magang di sebuah perusahaan agen asuransi yaitu PT Wira Bella

Proteksi. Selain itu, dalam proses kerja magang penulis bertujuan untuk mengaplikasikan ilmu yang telah didapat selama perkuliahan berlangsung ke dalam dunia kerja secara langsung dan juga penulis ingin menambah pengalaman dan pengetahuan mengenai industri asuransi, karena nantinya penulis berkeinginan menempuh karir dalam industri asuransi.

1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan pelaksanaan kerja magang ini berlangsung sejak 24 Februari 2015 sampai 11 Juni 2015 dengan jam kerja mulai dari pukul 08.00 sampai pukul 17.00 setiap hari kerja di Kantor PT. Wira Bella Proteksi yang beralamat di lantai 6 Gedung Maspion Plaza, kav 11, Jalan Gunung Sahari Raya, Jakarta Utara 14420. Dalam kerja magang penulis ditempatkan di departemen pemasaran bagian lapangan. Adapun prosedur kerja magang ini dimulai dengan prosedur sebagai berikut:

1. Pengisian formulir pengajuan kerja magang.
2. Pembuatan surat pengantar kerja magang.
3. Pemberian surat kerja magang pada perusahaan tempat praktik kerja magang.
4. Pemberian surat balasan mengenai persetujuan kerja magang dari perusahaan.
5. Wawancara (*interview*) dari perusahaan.
6. Pelaksanaan kerja magang.
7. Pengisian dokumen yang berhubungan dengan kerja magang.
8. Penyusunan laporan kerja magang.
9. Sidang kerja magang.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan kerja magang yang berjudul Pentingnya *Brand Awareness* dan *Trust* konsumen pada PT Wira Bella Proteksi terkait dengan penjualan Produk Asuransi dan pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumen

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjabarkan hal-hal yang menjadi latar belakang pelaksanaan kerja magang, permasalahan yang akan diangkat dalam kerja magang, maksud dan tujuan penulis melakukan kerja magang, waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang, dan sistematika penulisan laporan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjabarkan tentang gambaran umum perusahaan mulai dari sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, dan juga landasan teori yang berhubungan dengan praktik kerja magang.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Bab ini menjabarkan tentang pelaksanaan kerja magang yang berisikan kedudukan dan koordinasi penulis dalam struktur organisasi perusahaan, tugas-tugas yang dikerjakan penulis selama kerja magang, proses kerja magang, kendala selama pelaksanaan kerja magang, solusi atas kendala yang ditemukan dan pemahaman tentang *brand awareness* pada perusahaan terkait dengan penjualan asuransi umum serta pengaruhnya terhadap konsumen

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjabarkan sejumlah simpulan tentang hubungan antara ilmu/teori yang didapatkan selama kegiatan perkuliahan dengan kenyataan dalam kerja magang. Selain itu, bab ini juga akan memaparkan tentang saran untuk perusahaan maupun praktik kerja magang selanjutnya.