

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi Covid-19 masih berlangsung di Indonesia hingga saat ini. Covid-19 pertama kali muncul di Indonesia pada 2 Maret 2020 dimana ada 2 orang yang berasal dari Depok terpapar Covid-19. Pemerintah pun segera membentuk Satuan Tugas (Satgas) yang menangani masalah Covid-19 pada tanggal 13 Maret 2020 (Detiknews, 2020).



Gambar 1.1 Covid-19 di Indonesia

Sumber : Kementerian Kesehatan

Berdasarkan gambar 1.1, hasil survei yang dilakukan oleh Kementerian Kesehatan pada tanggal 30 Desember 2020, terlihat bahwa ada sebanyak 735.124 orang yang terkonfirmasi positif Covid-19 dengan total akumulasi kesembuhannya sebanyak 603.741 dan total pasien yang meninggal dunia karena Covid-19 sebanyak 21.944 jiwa. Demi menanggulangi penyebaran Covid-19 di Indonesia, pemerintah membuat ketetapan baru dan membatasi aktivitas masyarakat di 34 provinsi di Indonesia. Bahkan Uji PCR sudah dilakukan pemerintah kepada 4.875.480

orang dengan hasil sebanyak 4.140.356 orang negatif Covid-19 dan 735.124 orang positif Covid-19. Indonesia hingga saat ini berada di peringkat ke-20 yang artinya tingkat Covid-19 di Indonesia mulai mengalami penurunan yang cukup signifikan (Heldiyanur, 2020).

Meskipun mengalami penurunan yang cukup signifikan, penyebaran virus Covid-19 masih tergolong mengkhawatirkan, terutama untuk industri jasa dan pedagang menengah ke bawah. Pada 1 April 2020, sudah tercatat sebanyak 1.417 orang yang positif Covid-19 dengan jumlah kematian sebanyak 157 orang dan sebanyak 103 orang berhasil sembuh dari Covid-19. Jumlah kematian di Indonesia ini tergolong tinggi dimana *Case Fatality Rate* atau CFR Indonesia meningkat sekitar 9,36%. Pemerintah Indonesia sendiri memutuskan untuk tidak menjalankan *Lockdown* dikarenakan tindakan ini tidak sesuai dengan kondisi sosial masyarakat Indonesia. Tindakan tersebut juga mempengaruhi perekonomian di Indonesia dan berdampak cukup besar kepada seluruh sektor yang salah satunya adalah industri keuangan non-bank IKNB, yaitu industri asuransi. Menurut direktur Asosiasi Asuransi Umum Indonesia, Doddy Achmad memandang bahwa pandemi Covid-19 tidak berdampak secara langsung kepada industri asuransi. Akan tetapi, pandemi Covid-19 dapat mempengaruhi premi sehingga menyebabkan adanya piutang premi asuransi perusahaan. Penurunan aktivitas perekonomian dan banyaknya masyarakat yang kehilangan pekerjaan maupun yang harus menutup sementara usahanya karena adanya kebijakan *Social Distancing* sehingga daya beli masyarakat pun semakin berkurang dan berimbas pada ketidakmampuan pemegang polis untuk membayar premi (Syafitri, 2020).

Deputi Direktur Otoritas Jasa Keuangan atau OJK, Kristianto Andi Handoko mengatakan bahwa adanya peningkatan penetrasi asuransi di Indonesia. Pada tahun 2019, penetrasi asuransi berada di angka 2,81% dan kemudian jumlah ini meningkat menjadi 2,92% pada tahun 2020. Pada Juni 2021, penetrasi asuransi ini meningkat lagi menjadi 3,11% yang artinya

asuransi mengalami peningkatan yang semakin baik di Indonesia. Densitas asuransi di Indonesia pun mengalami peningkatan dimana pada tahun 2019, densitas asuransi berada di angka 1,67 juta rupiah. Kemudian, pada tahun 2020 terjadi peningkatan dari 1,67 juta rupiah menjadi 1,74 juta rupiah dan pada Juni 2021, sudah berada di angka 1,78 juta rupiah. Kristianto juga menjelaskan bahwa industri asuransi pada 6 bulan pertama, terdapat aset asuransi jiwa yang mengalami pertumbuhan sebesar 4,14% dan asuransi umum sebesar 10% (Pratama, 2021).

Pada 5 tahun terakhir di , industri jasa keuangan tercatat mengalami pertumbuhan hingga 6,02%. Hal ini terbukti dari data pendapatan premi bruto perusahaan asuransi jiwa yang dilakukan oleh Statistik Asuransi OJK pada tahun 2019 dan 2020 (kabarinews.com, 2020).



Gambar 1.2 Pendapatan Premi Bruto Perusahaan Asuransi Jiwa

Sumber : Lifepal.co.id (2020)

Berdasarkan gambar 1.2, hasil survei yang dilakukan oleh Badan Statistik Asuransi OJK pada tahun 2019 dan 2020, terlihat bahwa pada bulan Januari hingga April, pendapatan premi bruto perusahaan asuransi jiwa mengalami penurunan yang cukup signifikan. Akan tetapi, pada bulan Mei hingga Juni, mulai ada pertumbuhan hingga pada bulan Juni terjadi pertumbuhan sebesar 23,7% (kabarinews.com, 2020).

Meski industri asuransi di Indonesia tergolong rendah, jika dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya, seperti Malaysia, Singapura, Thailand, dan lainnya. Menurut Kepala Departemen Pengawasan IKNB 1B Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Heru Juwanto mengatakan bahwa sepanjang tahun 2020, industri asuransi Indonesia mampu tumbuh hingga 6,34% atau 1.409,75 triliun. Pada tahun 2020, total premi yang sudah dibukukan oleh para tenaga pemasar asuransi sebanyak 811,71 miliar rupiah atau 1,06% (Machmudi, 2021).

Dengan kata lain, asuransi masih jarang dimiliki masyarakat Indonesia. Berdasarkan data dari AAJI (Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia), rata-rata penetrasi asuransi jiwa hanya ada 7,1%. Terlebih lagi, literasi di Indonesia masih tergolong rendah, yaitu hanya 19%. Berdasarkan pada survei yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan dari tahun 2016 sampai 2019. Adapun survei AAJI yang dilakukan pada tahun 2015 hingga 2018 (Lestari, 2018).



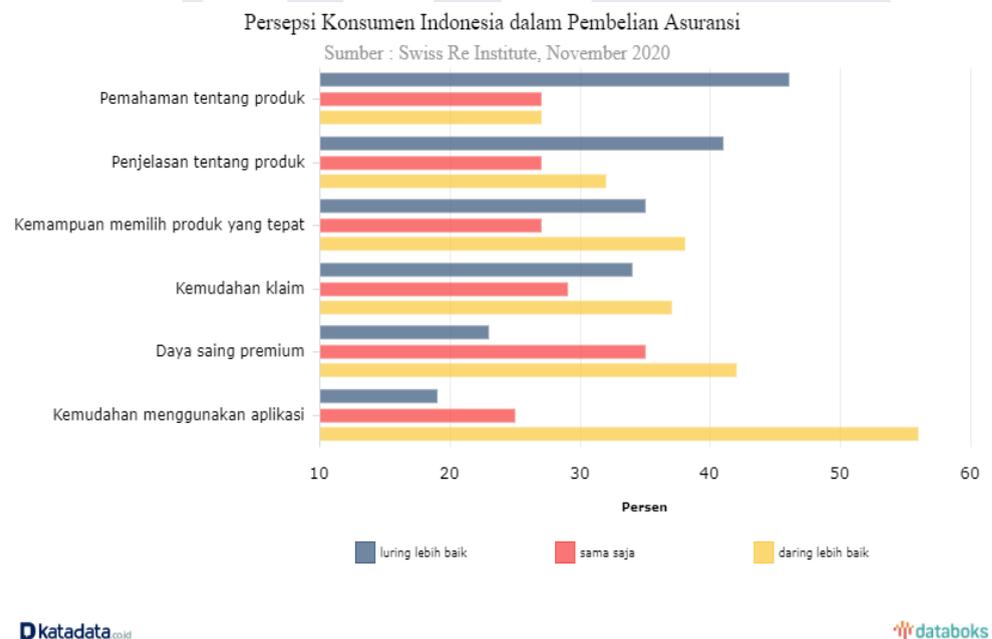
Gambar 1.3 Kinerja Asuransi Jiwa

Sumber : AAJI, diolah Bisnis/Radityo Exo (2018)

Berdasarkan pada hasil survei yang diadakan oleh Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia pada tahun 2015 hingga 2018, terlihat bahwa kesadaran masyarakat terhadap pentingnya asuransi masih tergolong rendah. 8 dari 10 orang di Indonesia tidak memiliki proteksi asuransi jiwa, bahkan pendapatan premi dari total PDB hanya sebesar 2,54%. Tertanggung asuransi pada tahun 2015, perorangannya berjumlah 16,60 dan sempat mengalami kenaikan pada tahun 2016 menjadi 19,11. Akan tetapi, di tahun 2017 hingga 2018 justru tertanggung asuransi menurun dari 17,66 menjadi 17,43. Hal ini jelas tertulis pada gambar 1.3 (Jatmiko, 2018).

Asuransi juga terbilang jarang dicari oleh masyarakat, tetapi semenjak Covid-19 melanda di Indonesia, masyarakat justru lebih aware terhadap asuransi. Pada September 2021, total pendapatan asuransi jiwa mengalami peningkatan mencapai 171, 4 triliun atau 38,7%. Saluran distribusi juga mengalami peningkatan, yaitu saluran distribusi Bancassurance sebesar

11,8% dan saluran distribusi alternatif sebesar 56,33%. Akan tetapi, saluran distribusi agensi justru menurun sebesar 10,1%. Penyebabnya dikarenakan PSBB yang berlangsung selama pandemi sehingga sulit bagi tenaga pemasar untuk bertemu langsung dengan para calon nasabah.



Gambar 1.4 Persepsi Konsumen Indonesia dalam Pembelian Asuransi

Sumber : Databoks (2020)

Berdasarkan pada hasil survei yang diadakan oleh Swiss Re Institute pada November tahun 2020, banyak nasabah yang lebih mudah memahami penjelasan tentang produk secara luring atau pertemuan tatap muka. Namun, dari segi kemudahan klaim dan kemudahan dalam memilih produk di aplikasi. Hal ini seperti yang ditunjukkan pada gambar 1.4 (Pusparisa, 2021).

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri jasa asuransi adalah PT. Prudential Indonesia. PT. Prudential Indonesia berdiri sejak tahun 1995 dan merupakan bagian dari perusahaan Prudential plc yang merupakan

grup perusahaan jasa keuangan di Inggris. Pada tahun 1999, Prudential meluncurkan produk asuransi yang bernama unit link dimana produk ini merupakan penggabungan antara biaya asuransi dan investasi. Kemudian, pada tahun 2007, Prudential Indonesia akhirnya mendirikan unit usaha syariah dan membuat Prudential Indonesia menjadi pemimpin pasar asuransi. PT. Prudential Indonesia menaungi 408 kantor pemasaran mandiri di seluruh wilayah Indonesia dimana salah satu agensi nomor 1 Prudential Indonesia, yaitu GPS United atau PT. Generasi Pasti Sukses (Prudential.co.id).

PT. Generasi Pasti Sukses atau sering kali disebut GPS United merupakan perusahaan agensi asuransi yang didirikan pada tahun 2014 oleh Paula Yuana, Gencar, Grace, dan Eddy Widjaja. GPS United menyediakan pelayanan berupa layanan konsultasi asuransi profesional dalam perencanaan keuangan nasabahnya. GPS United berlokasi di Gedung APL Tower Lantai 36 Unit T5, Jalan S. Parman Kav 28, Tanjung Duren Selatan, Grogol Petamburan, Jakarta Barat. GPS United memberikan layanan yang penuh belas kasih dan terus mengedukasi masyarakat terkait asuransi. GPS United juga berfokus pada pengembangan kesuksesan generasi muda dengan membuat komunitas milenial bernama lifeatgps yang bertujuan untuk saling mendukung dan berbagi hal-hal positif. GPS United memiliki nilai yang selalu dijunjung oleh para karyawannya, yaitu “*Grow with Passion to Build Great People*” yang bertujuan untuk memberikan semangat untuk menumbuhkan dan mengembangkan jiwa bisnis generasi muda. GPS United terus membantu masyarakat dan generasi muda dalam memahami pentingnya asuransi dalam kehidupannya (www.lifeatgps.com).

Pada tahun 2022 ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk melakukan praktek kerja nyata atau magang untuk mempelajari lebih dalam terkait asuransi di departemen *Sales and Marketing* GPS United. Pada departemen ini, penulis mendapatkan tugas untuk mereset, mengedukasi, menjalin hubungan baik dengan nasabah, memasarkan produk asuransi, dan menjual produk asuransi. Penulis diberikan kesempatan magang di bagian *Sales and Marketing* ini untuk membantu Prudential Indonesia khususnya di GPS

United dalam menyampaikan sekaligus membantu masyarakat Indonesia agar lebih *aware* terhadap produk asuransi. Mengingat pentingnya asuransi di masa pandemi Covid-19 dan Omicron ini, penulis akan berusaha untuk berkontribusi dalam memberikan edukasi kepada masyarakat terkait asuransi perusahaan lebih baik lagi selama praktek kerja nyata atau magang berjalan. Penulis membuat laporan magang ini dengan judul report “Peran Penting *Sales and Marketing GPS United* dalam Mengedukasi Masyarakat dan Membangun *Brand Image* PT. Prudential Indonesia”.

Adapun alasan penulis memilih PT. Generasi Pasti Sukses atau GPS United sebagai tempat praktek kerja magangnya adalah karena perusahaan ini merupakan perusahaan besar yang cukup dikenal oleh masyarakat luas.

Penulis merasa perlu mengetahui bagaimana marketing dalam sebuah perusahaan asuransi dan ingin berkontribusi dalam meningkatkan penjualan dalam perusahaan asuransi khususnya dalam bidang marketing. Penulis juga merasa bahwa perusahaan ini dapat memberikan pembelajaran baru yang tidak bisa kita dapatkan di perkuliahan umum.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Maksud dari praktek kerja magang ini adalah untuk memenuhi kewajiban akademis dari Internship yang terdiri dari mata kuliah *Professional Business Ethics* (3 SKS), *Industry Experience* (7 SKS), *Industry Model Validation* (7 SKS), dan *Evaluation and Reporting* (3 SKS). Internship ini memiliki bobot sebesar 20 SKS dan menjadi salah satu syarat kelulusan Strata satu (S1) di Universitas Multimedia Nusantara. Mahasiswa memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek kerja magang minimal 800 jam kerja atau setara dengan 100 hari kerja dengan harapan bahwa mahasiswa bisa mendapatkan pengalaman kerja secara profesional (*Experiential Learning*) dan sebagai bekal dari mahasiswa dalam menjalani jenjang karir selanjutnya. Praktek kerja magang merupakan proses pembelajaran yang diharapkan oleh kampus agar dapat menjadi sarana bagi penulis

untuk menerapkan dan mengimplementasikan teori-teori yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dunia kerja profesional. Oleh karena hal itu, penulis berharap bisa berkontribusi dalam proses bekerja di PT. Prudential Life Assurance, khususnya di kantor pemasaran PT. Generasi Pasti Sukses (GPS United).

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan diberlakukannya praktek kerja nyata atau magang di PT. Prudential Indonesia, tepatnya di kantor pemasaran mandiri GPS United adalah sebagai berikut :

- a. Menjadi salah satu syarat untuk memenuhi mata kuliah Internship dan salah satu syarat kelulusan Sarjana Strata satu (S1) di Universitas Multimedia Nusantara.
- b. Mengetahui dan memahami cara dalam mengkomunikasikan produk asuransi kepada masyarakat.
- c. Mendapatkan ilmu pengetahuan dan pengalaman dalam dunia kerja profesional.
- d. Mempraktekkan teori-teori yang sudah dipelajari selama menjalani perkuliahan di Universitas Multimedia dalam praktek magang di dunia kerja profesional.
- e. Mengetahui dan memahami proses dalam bekerja secara profesional di PT. Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia), khususnya di kantor pemasar PT. Generasi Pasti Sukses (GPS United).

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Praktek kerja magang ini dilakukan sesuai standar kelulusan yang ditentukan oleh kampus, yaitu selama 6 bulan atau 100 hari kerja (800 jam kerja) dari bulan Januari 2022 hingga Juni 2022. Berikut adalah data pelaksanaan praktek magang yang dilakukan oleh penulis :

Nama Perusahaan : PT. Prudential Life Assurance

Kantor Pemasaran : PT. Generasi Pasti Sukses (GPS United)

Bidang Usaha : Life Insurance and Financial Planning Service

Waktu Pelaksanaan : 15 Januari 2022 - 15 Juli 2022

Hari Kerja : Senin - Rabu, Kamis, Sabtu

Waktu Kerja : 08.00 - 17.00 WIB

Posisi Magang : Sales and Marketing

Alamat Perusahaan : APL Tower Lt. 36 Unit T5, Jl. Letjen S. Parman Kav. 28, RT.9/RW.5, Tanjung Duren Utara, Grogol Petamburan, Jakarta Barat, Jakarta - Indonesia.

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur kerja magang yang dilakukan oleh penulis dalam menjalankan praktek kerja magang di PT. Prudential Life Assurance khususnya di kantor pemasar PT. Generasi Pasti Sukses (GPS United) dari sebelum berjalannya program Internship hingga selesainya program Internship ini. Ada 3 tahapan prosedur yang harus dilewati, yaitu :

1. Tahap Awal

- a. Mencari lowongan pekerjaan khusus untuk program Internship di bidang Marketing, Sales and Marketing, Digital Marketing, dan Social Media Marketing melalui platform online.
- b. Mempersiapkan *Curriculum Vitae* (CV) dan mengirimkannya kepada banyak lowongan yang ada di platform online.
- c. Mendapatkan lowongan pekerjaan dari platform online di PT. Prudential Life Assurance khususnya di kantor pemasaran PT. Generasi Pasti Sukses.
- d. Mengisi formulir permohonan kerja magang (KM 1) di Website Kampus Merdeka.
- e. Melakukan interview dengan Ibu Evi Julina S. dan memberikan surat pengantar magang (KM 1).

- f. Penulis diterima kerja menjadi karyawan magang di PT. Prudential Life Assurance di bagian Sales and Marketing khususnya di kantor pemasar PT. Generasi Pasti Sukses (GPS United).

2. Tahap Pelaksanaan

- a. Menyerahkan surat keterangan penerimaan magang kepada pihak Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara di Website Kampus Merdeka.
- b. Menjalani *training* dan penjelasan terkait posisi kerja dan peraturan perusahaan yang harus ditaati penulis selama magang di PT. Prudential Life Assurance bagian kantor pemasar PT. Generasi Pasti Sukses (GPS United).
- c. Melakukan absensi harian dan mengisi kegiatan Internship di website kampus merdeka setiap minggu.
- d. Mengikuti pembekalan magang dari Fakultas Bisnis Jurusan Management di Universitas Multimedia Nusantara dan CDC UMN.
- e. Mendapatkan dosen pembimbing yang telah dikonfirmasi di Website Kampus Merdeka dan mengajukan bimbingan pertama untuk membahas proses penyusunan laporan magang.

3. Tahap Akhir

- a. Memulai penyusunan laporan kerja magang untuk memenuhi syarat dari mata kuliah Internship.
- b. Melakukan bimbingan setiap minggu di hari Senin kepada dosen pembimbing.
- c. Menyerahkan laporan kerja magang kepada pembimbing lapangan dan leader perusahaan sekaligus mendapatkan hasil penilaian pelaksanaan magang.
- d. Mengikuti sidang kerja magang.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan kerja magang yang berjudul “Peran Penting *Sales and Marketing GPS United* dalam Mengedukasi Masyarakat dan Membangun *Brand Image* PT. Prudential Indonesia”

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan mengenai informasi latar belakang dari industri jasa khususnya jasa asuransi secara garis besar beserta rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini. Dilengkapi dengan tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan pada laporan kerja nyata atau magang di PT. Prudential Indonesia, tepatnya di kantor pemasaran mandiri GPS United. Ada pula alasan mengapa penulis memilih perusahaan GPS United sebagai tempat penulis menjalankan praktek kerja magang.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini, penulis menjelaskan mengenai informasi terkait perusahaan dari sejarah berdirinya perusahaan, profil perusahaan, visi dan misi perusahaan, dan struktur organisasi pada perusahaan.

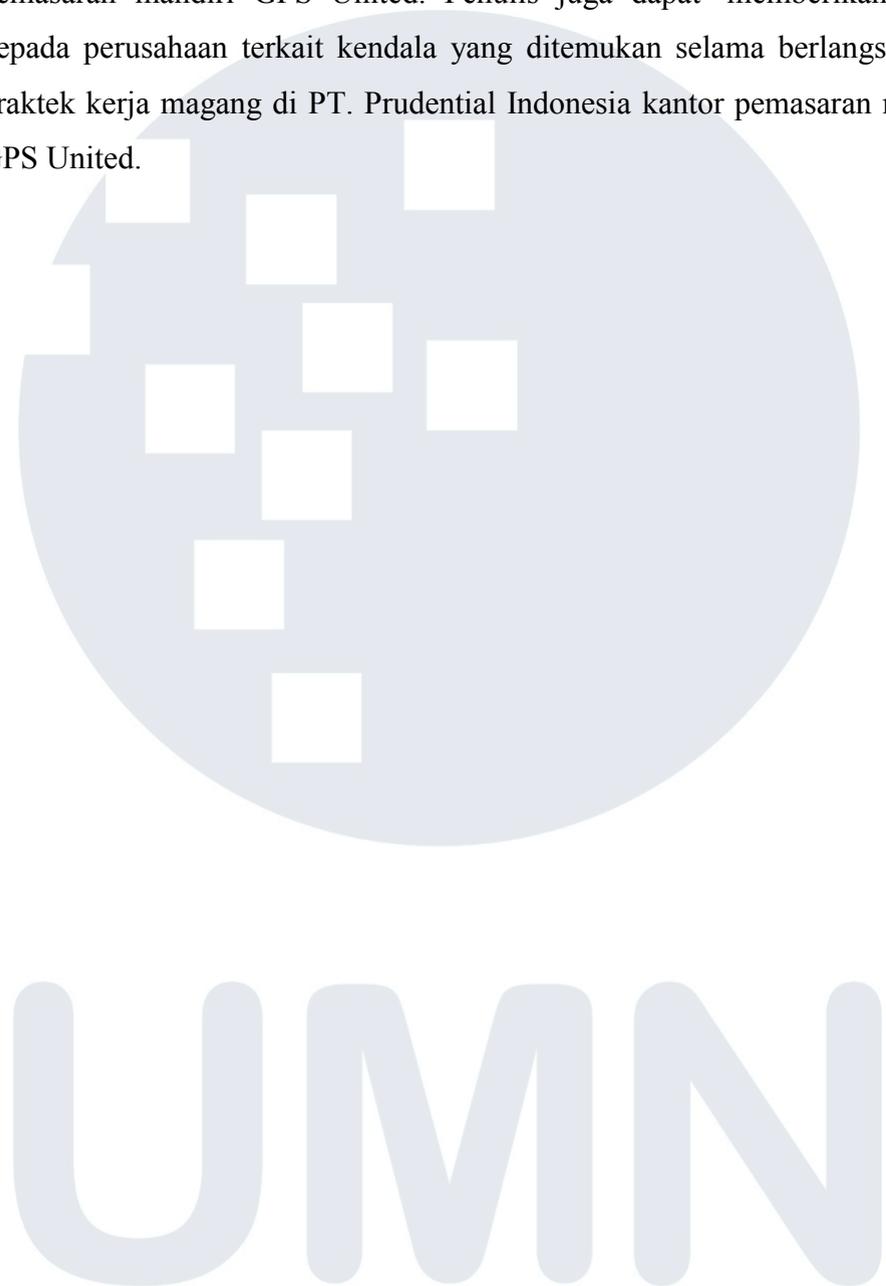
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini, penulis menjelaskan mengenai pelaksanaan dari praktek kerja magang selama di PT. Prudential Indonesia, khususnya di kantor pemasaran mandiri GPS United dimana penulis menjelaskan posisinya dalam perusahaan, proses berjalannya praktek kerja magang ini. Penulis juga menjelaskan tugas yang dikerjakan selama praktek kerja magang berlangsung dan kendala yang terjadi selama magang serta solusi yang dapat membantu menjadikan perusahaan menjadi lebih baik dan maksimal dalam mencapai perusahaan yang lebih baik.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan kesimpulan dari hasil praktek kerja magang yang menyesuaikan pokok permasalahan pada bab 1 serta teori yang telah diajarkan selama perkuliahan dapat dituangkan secara maksimal dalam

praktek kerja magang di PT. Prudential Indonesia, khususnya di kantor pemasaran mandiri GPS United. Penulis juga dapat memberikan saran kepada perusahaan terkait kendala yang ditemukan selama berlangsungnya praktek kerja magang di PT. Prudential Indonesia kantor pemasaran mandiri GPS United.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA