

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang GPS United

PT. Generasi Pasti Sukses atau biasa dikenal dengan GPS United merupakan salah satu *agency* asuransi jiwa di Indonesia yang didirikan pada tahun 2014. Pada tahun 2019 GPS United selaku partner distribusi eksklusif PT. Prudential Life Assurance menjadi *agency* Prudential nomor satu di seluruh Indonesia. GPS United memberikan layanan konsultasi asuransi yang professional mengingat asuransi merupakan elemen penting dalam perencanaan keuangan untuk masa depan yang lebih aman. Produk utama yang dijual oleh GPS United adalah produk asuransi dari PT. Prudential Life Assurance



Gambar 2. 1 Logo PT. Prudential Life Assurance Indonesia

Sumber : Website Prudential



Gambar 2. 2 Logo PT. Generasi Pasti Sukses

Sumber : Website GPS United

Telah terdapat lebih dari 3000 konsultan asuransi yang terdaftar pada PT Generasi Pasti Sukses dengan kantor pusat di Jakarta dan juga ada beberapa kantor lain di Bandung, Padang, Semarang, dan Lampung. Konsultan asuransi ini tersebar di seluruh Indonesia dan sudah dilatih dengan program perencanaan keuangan untuk membantu klien dalam mempersiapkan berbagai macam hal di masa yang akan datang.

2.2 Visi Misi GPS United

GPS United sebagai *agency* nomor 1 Prudential di Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

Mengajak *millennials* yang memiliki *passion* untuk menumbuh-kembangkan jiwa bisnis mereka serta menjadi teladan sebagai *agency* terdepan.

MISI

Menciptakan individual yang sukses di bidang asuransi melalui *training*, pengembangan, dan program *mentoring*

2.3 Struktur Organisasi GPS United

PT. Generasi Pasti Sukses atau GPS United merupakan salah satu *agency* asuransi jiwa di Indonesia yang berdiri pada tahun 2014 dan dalam waktu 5 tahun menjadi *agency* Prudential nomor satu di Indonesia. GPS United menyediakan jasa konsultasi asuransi baik untuk individu maupun perusahaan dan memiliki struktur organisasi sebagai berikut:

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi GPS United

Sumber : Dokumen Perusahaan

Setiap jabatan memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing sebagai berikut:

1. *Founder*, bertugas untuk menjadi atasan atau yang memimpin perusahaan serta mencetuskan ide dari bisnis tersebut.
2. *Council Finance*, mengatur dan mencatat pengeluaran serta pemasukan perusahaan.
3. *Council General Affair*, mengurus informasi terbaru dalam hal administrasi dan operasional.
4. *Council Training & Development*, bertugas untuk mengatur strategi pengembangan serta pelatihan dalam perusahaan.
5. *Council Event & Recognition*, bertugas untuk merencanakan dan melaksanakan acara-acara perusahaan.
6. *Council Growth & Mentoring*, bertugas untuk memantau pertumbuhan dan menjadi pendamping bagi para *associate*.
7. *Executive Agency Director*, bertugas untuk memimpin dan mengarahkan seluruh kelangsungan bisnis di bawahnya.

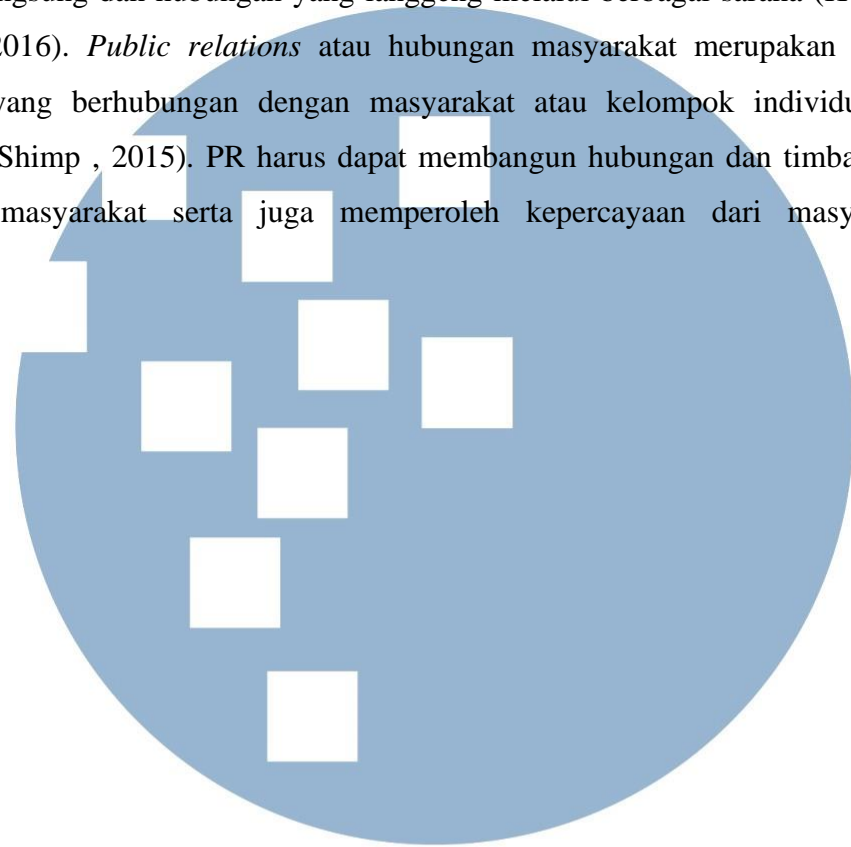
8. *Senior Agency Director*, bertugas untuk memimpin dan membantu *agency director* dalam melaksanakan tugasnya.
9. *Agency Director*, bertugas untuk memimpin dan membantu *associate agency director* dalam melaksanakan tugasnya.
10. *Associate Agency Director*, bertugas untuk memimpin dan membantu *associate* dalam melaksanakan tugasnya.
11. *Associate*, bertugas untuk merekrut, menjual produk dan juga memberikan pelatihan bagi calon agen.

2.4 Landasan Teori

Dalam penulisan laporan magang untuk Merdeka Belajar Kampus Merdeka Magang Track 1 penulis menggunakan teori *Promotional Mix* yang dipelajari pada mata kuliah *Technopreneurship* dan *Marketing Management*. *Promotional Mix* atau bauran promosi merupakan kombinasi dari strategi mana yang terbaik dari berbagai unsur promosi yang berguna untuk mencapai tujuan perusahaan (Koller & Keller, 2016). Bauran promosi tersebut terdiri dari *advertising* (periklanan), *personal selling* (penjualan personal), *sales promotion* (promosi penjualan), *direct marketing* (pemasaran langsung), *public relations* (hubungan masyarakat).

Periklanan (*advertising*) merupakan semua bentuk berbayar promosi barang, jasa, atau ide dengan sponsor tertentu (Koller & Keller, 2016). Periklanan merupakan komunikasi berbayar yang digunakan untuk mengirimkan informasi, membangun kesadaran, dan untuk mendapatkan respons dari target pasar. Penjualan personal (*personal selling*) adalah penjualan yang dilakukan oleh *sales* perusahaan secara pribadi untuk menjual sesuatu dan membangun hubungan dengan konsumen (Koller & Keller, 2016). Promosi penjualan (*sales promotion*) adalah sebuah teknik yang berpengaruh signifikan untuk memperbaiki penjualan dalam jangka pendek serta efektivitasnya dapat diukur (Koller & Keller, 2016). Pemasaran langsung (*direct marketing*) merupakan hubungan langsung secara

individu dengan konsumen yang memiliki tujuan untuk mendapatkan respons secara langsung dan hubungan yang langgeng melalui berbagai sarana (Koller & Keller, 2016). *Public relations* atau hubungan masyarakat merupakan sebuah profesi yang berhubungan dengan masyarakat atau kelompok individu yang banyak (Shimp , 2015). PR harus dapat membangun hubungan dan timbal balik dengan masyarakat serta juga memperoleh kepercayaan dari masyarakat.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA