

BAB I

PENDAHULUAN

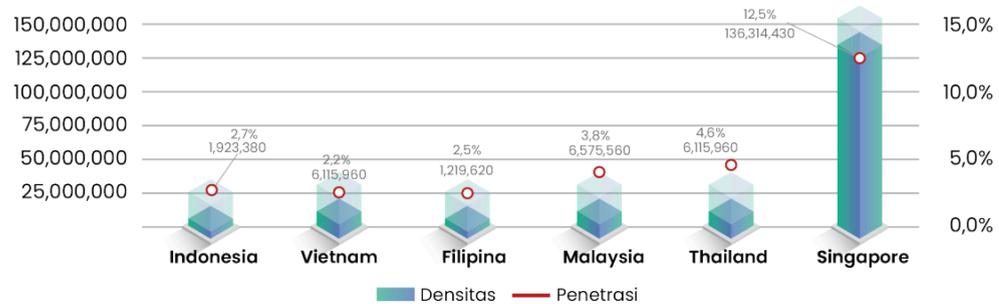
1.1. Latar Belakang

Asuransi merupakan bentuk perlindungan keuangan terhadap risiko yang tidak terduga. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian, asuransi adalah perjanjian antara perusahaan asuransi dan pemegang polis, di mana perusahaan memberikan ganti rugi atas kerugian, kerusakan, atau risiko lainnya yang mungkin terjadi, sebagai imbalan atas pembayaran premi oleh nasabah. Artinya, asuransi membantu seseorang atau perusahaan untuk merasa lebih aman secara finansial jika suatu hal yang merugikan terjadi di masa depan.

Meskipun industri asuransi di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan, tingkat penggunaannya di kalangan masyarakat masih tergolong rendah. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan ASEAN Insurance Surveillance Report (AISR) tahun 2022, penetrasi asuransi di Indonesia baru mencapai 2,7%. Penetrasi ini mengukur seberapa besar peran industri asuransi terhadap perekonomian nasional, biasanya dilihat dari perbandingan antara total premi yang terkumpul dengan Produk Domestik Bruto (PDB). Semakin tinggi angkanya, semakin luas pula penggunaan asuransi di suatu negara.

Jika dibandingkan dengan negara lain di Asia Tenggara, angka Indonesia masih tertinggal cukup jauh. Singapura mencatatkan penetrasi sebesar 12,5%, disusul Thailand dengan 4,6% dan Malaysia 3,8%. Sementara itu, densitas asuransi di Indonesia, yang menunjukkan rata-rata pengeluaran masyarakat untuk asuransi per tahun, masih berada pada angka Rp1.923.380 pada akhir tahun 2022. OJK menargetkan peningkatan densitas ini menjadi Rp2.400.000 pada tahun 2027.

Untuk mencapai target tersebut, diperlukan strategi pemasaran yang kuat dan pendekatan yang tepat agar masyarakat lebih memahami manfaat asuransi dan tertarik untuk memilikinya.



Gambar 1.1 Grafik Penetrasi dan Densitas dibandingkan Negara ASEAN

Sumber: OJK, ASEAN Insurance Surveillance Report 2022

Selain itu, berdasarkan survei Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI) tahun 2024, sebanyak 61% masyarakat Indonesia telah menyadari pentingnya asuransi, namun belum semuanya memiliki perlindungan tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa masih ada peluang besar untuk meningkatkan edukasi dan kesadaran masyarakat mengenai manfaat asuransi.

Program magang merupakan salah satu cara penting bagi mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman langsung sebelum masuk ke dunia kerja. Melalui kegiatan ini, mahasiswa dapat mengasah keterampilan teknis maupun kemampuan berinteraksi, serta memahami secara nyata bagaimana lingkungan kerja berjalan. Sutrisno (2015) menyatakan bahwa magang berperan besar dalam mempersiapkan mahasiswa agar siap bersaing di dunia kerja karena dapat meningkatkan keahlian dan pemahaman terhadap dunia profesional. Oleh karena itu, memilih tempat magang yang tepat adalah langkah strategis agar mahasiswa memperoleh pengalaman yang relevan untuk pengembangan karir kedepannya.

Penulis memilih industri asuransi sebagai tempat magang karena sektor ini memiliki peran penting dalam memberikan perlindungan keuangan, baik untuk individu maupun perusahaan. Industri ini tidak hanya berfokus pada pengelolaan

risiko dan klaim, tetapi juga mencakup aspek administrasi, pemasaran, dan transformasi digital yang saling mendukung pertumbuhan perusahaan. Menurut Zein et al. (2021), asuransi adalah lembaga keuangan di luar perbankan yang berfungsi memberikan perlindungan kepada masyarakat dari berbagai risiko. Perlindungan ini diberikan melalui sistem pembayaran premi secara rutin oleh nasabah, yang nantinya akan digunakan untuk memberikan ganti rugi apabila nasabah mengalami kerugian.

Dalam kaitannya dengan itu, posisi Marketing Support dianggap memiliki peran yang penting. Posisi ini tidak hanya membantu kegiatan promosi, tetapi juga terlibat dalam pengelolaan data polis, penawaran produk ke calon nasabah, hingga pelaksanaan strategi pemasaran digital. Tugas ini memerlukan keterampilan komunikasi yang baik, penguasaan administrasi, dan pemahaman tentang strategi pemasaran saat ini. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016) yang menjelaskan bahwa pemasaran tidak hanya sebatas menjual produk, tetapi juga menciptakan nilai melalui komunikasi, distribusi, dan pengelolaan hubungan pelanggan yang efektif.

Penulis memilih PT Asuransi Cakrawala Proteksi Indonesia (ACP) sebagai tempat magang karena perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan asuransi umum yang terus berkembang sejak berdiri pada tahun 2012. ACP menyediakan berbagai jenis produk asuransi seperti asuransi properti, kendaraan, pengangkutan barang, alat berat, rekayasa, dan tanggung gugat. Lingkungan kerja yang profesional dan budaya perusahaan yang mendukung proses pembelajaran menjadi alasan utama pemilihan tempat magang ini.

Selama menjalani magang di divisi Marketing Support ACP, penulis ikut serta dalam berbagai aktivitas seperti mengelola administrasi polis, memasukkan dan memverifikasi data, menyusun dokumen penawaran, serta berkoordinasi dengan tim pemasaran dalam memperkenalkan produk kepada calon nasabah. Penulis juga mendapatkan pengalaman dalam pemasaran digital, termasuk mengelola konten media sosial, membuat materi promosi, dan memanfaatkan database pelanggan untuk kampanye pemasaran yang lebih tepat sasaran. Di era digital

seperti sekarang, penggunaan teknologi dalam pemasaran sangat penting untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan efektivitas komunikasi perusahaan.

Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) menyebutkan bahwa strategi pemasaran digital yang terintegrasi dapat membantu meningkatkan visibilitas merek, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan mendukung proses penjualan. Oleh karena itu, keterlibatan penulis dalam aktivitas pemasaran digital selama magang memberikan pemahaman yang berharga tentang bagaimana perusahaan asuransi menggunakan platform digital untuk mencapai tujuannya.

Melalui program magang di PT Asuransi Cakrawala Proteksi Indonesia, penulis berharap dapat memahami lebih dalam tentang peran Marketing Support di industri asuransi, khususnya dalam pengelolaan polis, penyusunan strategi pemasaran, dan penerapan digital marketing. Penulis juga ingin mengembangkan kemampuan dalam menganalisis data pemasaran, mengelola dokumen administrasi, dan menyusun strategi penawaran produk. Pengalaman ini diharapkan menjadi modal yang kuat untuk menghadapi tantangan dunia kerja, khususnya di bidang pemasaran, administrasi bisnis, dan transformasi digital di sektor asuransi maupun keuangan.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Praktek kerja magang bertujuan untuk melengkapi sebagian kewajiban akademis yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara. Program magang ini terkait dengan beberapa bidang studi seperti EM 928 *Professional Business Ethics*, EM 929 *Industry Experience*, EM 930 *Industry Model Validation*, dan EM 931 *Evaluation and Reporting* yang memiliki total bobot 20 SKS. Keempat bidang studi ini merupakan bagian dari persyaratan kelulusan program Sarjana (S1) Manajemen Bisnis di Universitas Multimedia Nusantara.

Melalui praktik kerja magang, penulis memperoleh pengalaman kerja nyata, memahami situasi dunia kerja secara langsung, serta mampu

menerapkan teori-teori yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik kerja di perusahaan. Dengan demikian, program ini menjadi bagian penting dalam mempersiapkan mahasiswa menghadapi dunia kerja profesional setelah lulus.

1.2.2 Tujuan Magang

Magang di PT Asuransi Cakrawala Proteksi Indonesia (ACP) bertujuan untuk memberikan pengalaman kerja secara langsung kepada penulis sebagai persiapan memasuki dunia profesional. Selain itu, program magang ini juga merupakan bagian dari Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang harus diselesaikan untuk memenuhi syarat kelulusan jenjang Sarjana (S1). Adapun tujuan dari pelaksanaan magang ini adalah sebagai berikut:

- Memenuhi persyaratan akademik dalam program MBKM sebagai salah satu ketentuan wajib untuk menyelesaikan pendidikan di tingkat Sarjana.
- Menyelesaikan total 840 jam kerja magang, sesuai dengan ketentuan MBKM, agar penulis mendapatkan pengalaman nyata di lingkungan kerja profesional.
- Mempelajari standar kerja profesional di perusahaan, terutama dalam industri asuransi, sehingga penulis dapat memahami bagaimana sebuah perusahaan beroperasi secara efektif.
- Meningkatkan keterampilan berpikir kritis dan tanggung jawab, terutama dalam menyelesaikan tugas-tugas dan menghadapi tantangan yang ada di perusahaan.
- Memahami lebih dalam mengenai industri asuransi, termasuk bagaimana proses bisnis berjalan, bagaimana risiko dikelola, serta bagaimana perusahaan memberikan layanan kepada nasabah.
- Mengembangkan keterampilan komunikasi, kerja sama tim, dan etos kerja, yang penting dalam dunia kerja agar dapat berkontribusi secara maksimal dalam sebuah perusahaan.
- Menguasai berbagai tugas yang berkaitan dengan bidang *Marketing Support*, seperti:

- Mengelola dan menyusun data polis asuransi secara rapi dan sistematis.
- Melakukan analisis risiko dalam penerbitan polis agar sesuai dengan kebijakan perusahaan.
- Menawarkan produk asuransi kepada calon nasabah dan memahami strategi pemasaran yang digunakan dalam industri ini.
- Membantu dalam penyusunan laporan administrasi terkait pemasaran dan operasional asuransi.
- Berperan dalam pelayanan pelanggan untuk meningkatkan kualitas layanan perusahaan.
- Menyusun jadwal unggahan konten media sosial sesuai dengan rencana pemasaran yang telah ditetapkan.
- Mengembangkan ide-ide konten kreatif yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan promosi perusahaan.
- Menulis skrip untuk setiap konten agar pesan yang disampaikan lebih terarah dan jelas.
- Melakukan proses pengambilan gambar atau video berdasarkan konsep konten yang telah dibuat.
- Mengedit hasil konten agar tampil menarik, mudah dipahami, dan selaras dengan citra perusahaan.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan kegiatan magang di Kav A6, Citra Towers, 9th floor North Tower, Jl. Benyamin Suaeb, RT.13/RW.6, Kebon Kosong, Kemayoran, Central Jakarta City, Jakarta 10630. Program magang ini berlangsung selama kurang lebih empat bulan, dimulai pada 13 Januari 2025 hingga 30 Mei 2024.

Selama magang, penulis bekerja setiap hari Senin hingga Jumat, dengan jam kerja mulai pukul 08.30 WIB hingga 17.30 WIB. Sistem kerja yang diterapkan selama magang di Asuransi Cakrawala Proteksi adalah *Work From*

Office (WFO), yang mengharuskan penulis untuk bekerja langsung di kantor sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Prosedur Awal

- Mencari informasi melalui media sosial, teman, atau kerabat mengenai perusahaan yang membuka kesempatan magang bagi mahasiswa.
- Penulis mengirimkan CV yang telah dibuat kepada beberapa perusahaan yang membuka kesempatan magang untuk mahasiswa.
- Penulis mendapatkan panggilan dari PT Asuransi Cakrawala Proteksi, salah satu perusahaan yang telah menerima lamaran melalui WhatsApp untuk mengisi *Application Form* dan *Test DISC*.
- Penulis mengikuti wawancara dengan HRD perusahaan tersebut secara online melalui Zoom Meeting.
- Pada tanggal 10 Januari 2025 mendapat kabar bahwa penulis diterima untuk magang dan tanggal efektifnya mulai pada 13 Januari 2025.
- Mengirim dokumen tambahan seperti *Raport* dan Ijazah SMA, KTP, KK, dll.

2. Prosedur *Training* dan Pengenalan Lingkungan Kantor

- Diberikan arahan mengenai aturan hingga *Jobdesk* penulis selama magang di perusahaan.
- Diperkenalkan dengan semua divisi yang ada di dalam perusahaan.
- Diberi dan diajarkan tentang materi produk yang ada dalam ACP.
- Mempelajari dan memahami semua *Jobdesk* yang akan penulis lakukan selama periode magang.