

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama magang, penulis menjalankan peran sebagai Admin *Underwriting* yang berada dalam struktur kerja Departemen *Broker & Special Risk* (BSR). *Broker & Special Risk* (BSR) di PT Asuransi Wahana Tata merupakan salah satu unit strategis yang bertanggung jawab dalam pengelolaan dan pelayanan asuransi yang diperoleh melalui jalur perantara (*broker* asuransi), serta penanganan risiko-risiko khusus (*special risk*) yang bersifat kompleks atau memiliki nilai pertanggungan besar. Divisi ini berperan penting dalam membangun kerja sama dengan para *broker* sebagai mitra bisnis, serta memastikan kebutuhan perlindungan asuransi klien terpenuhi secara optimal dan sesuai karakteristik risiko masing-masing. Dalam pelaksanaannya, penulis bekerja di bawah supervisi staf dan supervisor *underwriting* yang bertugas mengelola proses penerbitan polis bagi nasabah *broker*, yaitu KBRU, IBS, MIR, Talisman, Marsh, Willis, dan Aon. Selain itu, dengan mengisi posisi sebagai Admin *Underwriting* penulis juga berkesempatan untuk dapat mengamati aktivitas CRM yang diimplementasikan divisi *Broker & Special Risk* guna menjaga hubungan berjangka dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Peran penulis bersifat administratif pendukung yang sangat esensial untuk memastikan proses kerja berjalan tanpa hambatan.

Dalam pelaksanaan tugas, penulis berinteraksi langsung dengan berbagai pihak, seperti tim *underwriting* dan juga staf *marketing*. Komunikasi dilakukan secara aktif dan terstruktur, baik secara langsung (tatap muka) maupun melalui media digital seperti email. Tujuannya adalah untuk memastikan koordinasi kerja antar tim berjalan efektif, informasi tersampaikan secara akurat, dan pelayanan kepada *broker* maupun klien tetap optimal. Komunikasi langsung dilakukan dengan berbagai contoh kegiatan, seperti *briefing* harian hingga rapat internal. Kegiatan komunikasi ini dilakukan bertujuan untuk membahas evaluasi kerja, pembaruan prosedur, atau tindakan lanjut dari arahan manajemen perusahaan. Bentuk

komunikasi ini umumnya dilakukan secara informal namun tetap profesional, serta memungkinkan terjadinya interaksi dinamis dan penyelesaian masalah secara langsung. Selain itu, komunikasi juga dilakukan secara digital melalui *platform email*. Email digunakan sebagai sarana dokumentasi dan komunikasi formal antar anggota tim maupun lintas unit kerja. Dalam sistem kerjanya, email umum digunakan sebagai media penyampaian informasi resmi, seperti update polis, *follow up* dokumen, pengajuan revisi dokumen, hingga permintaan cetak dokumen polis. Komunikasi via *email* mengikuti etika profesional penulisan bisnis, menggunakan bahasa yang formal dan ringkas, serta mencantumkan subjek dan tujuan yang jelas untuk memudahkan tindak lanjut. Kombinasi antara komunikasi langsung dan digital ini memastikan bahwa aktivitas komunikasi di Divisi BSR dapat berjalan dengan lancar, responsif, dan terdokumentasi dengan baik

Adapun pola koordinasi selama magang dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Pola Koordinasi Kerja di BSR

Sumber: PT Asuransi Wahana Tata

Melalui struktur ini, proses kerja menjadi lebih tertib dan mudah diikuti, sekaligus memberikan pemahaman kepada penulis mengenai struktur tanggung jawab dalam perusahaan.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama 5 bulan menjalani program kerja magang sebagai *admin underwriting*, penulis memiliki tanggung jawab utama untuk memastikan proses penerbitan polis berjalan dengan lancar dan efisien. Hal ini dilakukan melalui pengisian data secara akurat, pencatatan tahapan kerja secara sistematis, serta pengelolaan distribusi dokumen kepada pihak terkait yang berwenang.

Selama menjalani program magang, penulis melaksanakan berbagai kegiatan administratif yang mendukung proses underwriting dan CRM, di antaranya:

NO.	JOB DESK	DESKRIPSI
1	Admin <i>Underwriting</i>	Menyimpan dan mengelola dokumen <i>underwriting</i> secara fisik maupun digital.
		Melakukan print polish yang telah disetujui dan akan diterbitkan.
		Mengirimkan polish kepada masing-masing <i>broker</i> .
2.	CRM	Mengamati proses implementasi CRM yang berbasis IDIC di PT Asuransi Wahana Tata tepatnya divisi BSR

Tabel 3.2 Job Desk Admin *Underwriting*

#### 3.2.1 Admin *Underwriting*

##### 1. Pengarsipan dan Dokumentasi Polis

Seluruh dokumen, baik dalam bentuk digital maupun fisik, diarsipkan dengan mengikuti standar kearsipan yang berlaku di perusahaan. Aktivitas ini penting untuk mendukung keperluan audit internal maupun kebutuhan dalam proses klaim asuransi di kemudian hari.

Aktivitas pengarsipan dan dokumentasi turut menjadi bagian dari tugas administratif yang dilakukan penulis. Setiap dokumen polis, baik yang telah diterbitkan maupun yang masih dalam proses, diarsipkan dalam bentuk fisik dan digital sesuai dengan kebijakan dan prosedur standar kearsipan perusahaan. Proses ini mencakup penamaan file, penyimpanan sistematis, serta pencatatan metadata agar dokumen mudah ditemukan kembali bila dibutuhkan. Dokumentasi yang rapi dan terorganisir bukan hanya mendukung efisiensi operasional, tetapi juga memegang peranan penting dalam audit internal maupun proses penyelesaian klaim yang mengacu pada dokumen historis.

## 2. Pencetakan Polis

Setelah data diverifikasi oleh tim terkait, dokumen polis dicetak dan diperiksa kembali untuk memastikan tidak terdapat kesalahan informasi. Ketelitian dalam tahap ini sangat krusial karena kesalahan sekecil apapun dapat menimbulkan dampak pada validitas polis dan klaim di masa mendatang.

Dalam aktivitas ini, penulis bertanggung jawab untuk mencetak dokumen resmi polis dan melakukan pengecekan ulang terhadap informasi yang tercantum di dalamnya. Proses ini menuntut ketelitian tinggi karena isi polis merupakan dokumen legal yang menjadi acuan utama saat terjadi klaim. Oleh karena itu, akurasi dalam setiap aspek polis, seperti ejaan nama tertanggung, periode perlindungan, hingga ketentuan khusus, sangat menentukan kualitas layanan dan kepercayaan klien terhadap perusahaan.

## 3. Distribusi/Pengiriman Polis

Penulis menyusun jadwal pengiriman polis, menyiapkan surat pengantar, dan mencatat informasi penting terkait proses pengiriman seperti nomor resi. Penulis juga memastikan bahwa dokumen polis dikirimkan kepada *broker* secara tepat waktu dan sesuai prosedur.

Tahap berikutnya yang dilakukan penulis adalah distribusi atau pengiriman polis kepada pihak *broker*. Kegiatan ini mencakup penyusunan jadwal pengiriman dokumen, pembuatan surat pengantar resmi perusahaan, serta pencatatan nomor resi pengiriman untuk keperluan tracking. Penulis juga memastikan bahwa waktu pengiriman sesuai dengan kesepakatan dan prosedur standar perusahaan, sehingga *broker* menerima dokumen tepat waktu. Kepatuhan terhadap tenggat waktu dan keakuratan pengiriman merupakan indikator profesionalisme yang sangat dihargai dalam dunia asuransi.

Melalui kegiatan tersebut, penulis menyadari bahwa ketelitian, konsistensi, dan keteraturan merupakan komponen penting dalam mendukung kualitas administrasi di sektor asuransi.

### 3.2.2 CRM (*Customer Relationship Management*)

Selama melaksanakan kerja magang di PT Asuransi Wahana Tata tepatnya pada Divisi *Broker & Special Risk*, penulis dapat mengamati secara langsung strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yang dijalankan oleh divisi BSR dalam menjalin dan mempertahankan hubungan dengan mitra *broker* mereka. Proses pelaksanaan kerja magang tidak hanya melibatkan kegiatan administratif, tetapi juga memberikan kesempatan untuk memahami secara mendalam bagaimana pendekatan relasional dibentuk dan dijalankan dalam praktik bisnis asuransi umum.

Salah satu temuan penting selama kegiatan magang diketahui komunikasi yang dibangun dengan para *broker* bersifat kombinitif, yakni menggabungkan pendekatan formal dan personal. Pendekatan formal diterapkan dalam pertemuan resmi seperti pembahasan *renewal* polis, sementara pendekatan personal dilakukan secara informal melalui diskusi santai atau ajakan makan bersama. Strategi ini bertujuan untuk menjaga hubungan antara perusahaan dan juga *broker* agar perusahaan tetap menjadi pilihan utama (*top of mind*) para *broker* dalam penyaluran bisnis baru.

Hal ini sejalan dengan temuan Kusumadewi et al. (2023) yang menyebutkan bahwa implementasi CRM yang efektif di industri asuransi memerlukan sentuhan relasional yang tidak hanya berbasis sistem, tetapi juga melibatkan pendekatan emosional dan kedekatan antar personal sebagai fondasi loyalitas. Dalam hal ini pendekatan relasional menjadi sangat penting bagi perusahaan asuransi karena hubungan antara perusahaan, *broker*, dan klien tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga memerlukan kepercayaan dan komitmen jangka panjang. Dalam industri yang menawarkan perlindungan atas risiko yang belum terjadi, rasa aman dan keyakinan terhadap layanan menjadi nilai utama yang tidak bisa dibangun hanya melalui sistem. Sentuhan personal seperti komunikasi yang hangat, respon yang cepat, serta empati dalam menangani kebutuhan atau klaim nasabah akan memperkuat ikatan emosional dan meningkatkan loyalitas. Dengan demikian, pendekatan relasional berperan sebagai fondasi yang mendukung keberhasilan implementasi CRM secara menyeluruh.. *Customer Relationship Management (CRM)* sendiri merupakan pendekatan strategis yang digunakan perusahaan untuk membangun, mengelola, dan mempertahankan hubungan jangka panjang yang bernilai dengan pelanggan. Tujuan utama CRM adalah menciptakan loyalitas dan kepuasan pelanggan melalui pemahaman mendalam terhadap kebutuhan mereka, serta penyediaan layanan yang terpersonalisasi dan responsif. Strategi CRM secara eksplisit diterapkan melalui penyesuaian komunikasi berdasarkan kebutuhan serta potensi dari masing-masing *broker*. Pengelompokan *broker* ditentukan berdasarkan *class of business* seperti transportasi, properti, kendaraan, dan *liability*, yang menjadi landasan penting dalam menentukan pendekatan yang tepat.

Dalam proses penggalian kebutuhan broker, BSR kerap menggunakan dua metode utama, yaitu *marketing approach* dan *personal approach*. *Marketing approach* dan *personal approach* merupakan dua strategi komunikasi yang saling melengkapi dalam membangun hubungan bisnis antara perusahaan asuransi dan mitra strategisnya, seperti *broker* maupun klien. Pendekatan formal seperti *marketing approach* dilakukan

bersama manajemen *broker* untuk membahas potensi hubungan bisnis, sedangkan pendekatan personal atau *personal approach* merupakan pendekatan yang bersifat informal dan lebih bersentuhan langsung dengan individu atau tim operasional dari pihak mitra. Pendekatan ini dilakukan dalam suasana yang lebih santai dan interpersonal, seperti melalui obrolan ringan, kunjungan tidak resmi, atau komunikasi personal. Tujuannya adalah untuk menggali kebutuhan-kebutuhan yang mungkin tidak tersampaikan secara eksplisit dalam forum resmi, serta membangun kedekatan emosional dan rasa saling percaya antar individu. Pendekatan-pendekatan yang dilakukan ini terbukti efektif untuk menjaring kebutuhan pasif, seperti pelatihan teknis yang mungkin belum terpikirkan sebelumnya (Kusumadewi et al., 2023).

Keduanya menjadi sangat penting karena dalam konteks industri asuransi, keputusan bisnis tidak hanya ditentukan oleh aspek rasional, tetapi juga oleh hubungan personal yang kuat. *Marketing approach* memungkinkan perusahaan menjangkau tujuan strategis, sedangkan *personal approach* memperkuat ikatan relasi dan membuka ruang komunikasi yang lebih terbuka. Kombinasi keduanya memungkinkan perusahaan untuk menjaring kebutuhan eksplisit maupun kebutuhan pasif (*latent needs*) yang belum terungkap secara langsung, seperti kebutuhan teknis atau dukungan layanan tambahan lainnya. Dengan demikian, penggunaan kedua pendekatan ini secara sinergis mendukung keberhasilan implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) dan memperkuat loyalitas mitra terhadap perusahaan.

Prinsip yang diterapkan oleh divisi BSR juga mencerminkan pemahaman bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk atau premi yang kompetitif, tetapi juga oleh kedekatan emosional dan kepercayaan yang dibangun melalui interaksi berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan temuan Rosari dan Respati (2022) yang menyatakan bahwa CRM yang terintegrasi dengan pendekatan relasional dan emosional memiliki dampak positif terhadap loyalitas pelanggan pada industri jasa, termasuk asuransi. Sentuhan personal dalam interaksi, konsistensi

komunikasi, dan kecepatan respons menjadi elemen penting dalam memperkuat hubungan jangka panjang antara perusahaan dan mitra bisnis.

Klasifikasi *broker* juga menjadi bagian dari strategi CRM. Penilaian dilakukan berdasarkan performa dan kontribusi nilai bisnis, baik secara nasional maupun spesifik untuk Divisi BSR. Sebagai contoh, klasifikasi ditentukan dengan melihat keunggulan dari masing-masing *broker* atas produk atau proyek asuransi yang ditawarkan kepada *broker*. Dengan klasifikasi ini, kegiatan komunikasi dan pelayanan menjadi lebih terfokus dan relevan dengan kebutuhan masing-masing mitra *broker*.

Selain aspek strategis, Divisi BSR juga menjalankan program-program emosional untuk membangun loyalitas, seperti memberikan respon cepat terhadap penawaran akun dari *broker* dan menjaga konsistensi komunikasi berkala. Implementasi dari sikap tanggap ini mencerminkan adanya keseriusan dalam menjalin kerja sama serta menjadi poin penting dalam menjaga kepercayaan mitra *broker*.

Selain itu, perusahaan juga melihat indikator keberhasilan CRM yang diukur dari keberlangsungan bisnis *renewal* dan penambahan bisnis baru dari *broker*. Jika suatu broker tidak lagi menawarkan *renewal*, maka hal tersebut menjadi sinyal adanya penurunan kualitas hubungan. Oleh karena itu, CRM tidak hanya menjadi alat pengelolaan relasi, tetapi juga sebagai sistem deteksi dini terhadap potensi masalah.

Dengan beragamnya strategi CRM yang diterapkan perusahaan, tentu banyak juga tantangan yang dihadapi oleh perusahaan, misalnya seperti keterbatasan waktu dari pihak *broker*. Hal ini disebabkan karena tidak semua *broker* memiliki waktu yang fleksibel untuk pertemuan tatap muka, sehingga untuk mengatasi tantangan tersebut perusahaan melakukan pendekatan melalui *email* dan respon cepat sebagai alternatif untuk menjaga konsistensi implementasi CRM terhadap klien (*broker*). BSR juga melakukan inovasi melalui pendekatan satu arah, seperti ucapan ulang tahun dan konten media sosial, serta pendekatan dua arah seperti pelatihan daring dan pengadaan *event* bersama, contohnya kegiatan “Aswata Run” dan

turnamen golf.

Melalui kegiatan magang ini, penulis memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai praktik CRM dalam industri asuransi. Penerapan CRM di Divisi BSR tidak hanya berbasis sistem digital, tetapi juga menekankan pendekatan relasional yang strategis, adaptif, dan berbasis pemahaman mendalam terhadap karakter mitra. Dalam praktiknya, tim di Divisi BSR tidak hanya fokus pada pencatatan transaksi, pengelolaan data, atau pelacakan proses polis melalui sistem, tetapi juga secara aktif membangun komunikasi yang bersifat personal dan kolaboratif.

Tim BSR memahami bahwa setiap *broker* memiliki gaya komunikasi, preferensi pelayanan, serta segmentasi pasar yang berbeda-beda. Oleh karena itu, pendekatan yang dilakukan bersifat adaptif menyesuaikan cara berinteraksi, frekuensi komunikasi, serta bentuk dukungan yang diberikan. Pendekatan relasional ini dilakukan melalui komunikasi rutin baik secara langsung maupun melalui *email*, kunjungan kerja ke kantor *broker*, diskusi informal, serta respon cepat terhadap kebutuhan *broker*. Pengalaman ini menjadi salah satu pembelajaran paling berharga selama masa pelaksanaan magang khususnya dalam implementasi CRM.

### **3.3 Kendala yang Ditemukan**

Selama menjalani kegiatan magang sebagai Admin *Underwriting* di Divisi *Broker & Special Risk* PT Asuransi Wahana Tata, penulis menghadapi beberapa kendala yang berkaitan langsung dengan proses kerja. Salah satu kendala utama yang dirasakan adalah keterbatasan pemahaman awal terhadap istilah-istilah teknis dan prosedur di dalam *underwriting*, seperti pengklasifikasian risiko dan jenis-jenis *line of business* yang ditangani oleh divisi BSR. Karena latar belakang akademik

penulis bukan dari bidang asuransi, maka dibutuhkan waktu untuk mempelajari serta memahami berbagai dokumen polis dan perjanjian kerja sama yang bersifat kompleks. Selain itu, ritme kerja di divisi ini tergolong dinamis karena melibatkan banyak dokumen dari berbagai *broker* yang berbeda, sehingga penulis perlu beradaptasi dengan cepat dalam hal ketelitian administrasi, pengarsipan digital, hingga pendistribusian polis kepada para *broker*.

Sebagai peserta magang yang bertugas di bagian administratif, terdapat kendala lainnya yang dihadapi penulis dalam mengamati aktivitas CRM oleh perusahaan. Selama masa kerja magang, penulis tidak secara langsung dilibatkan dalam proses perencanaan atau pengambilan keputusan strategis terkait CRM. Aktivitas seperti perumusan strategi komunikasi dengan *broker*, klasifikasi mitra berdasarkan segmentasi bisnis, maupun penyesuaian layanan bersifat kustom masih menjadi tanggung jawab penuh jajaran manajerial dan *marketing*.

Meskipun keterbatasan waktu magang juga menjadi kendala tersendiri dalam menguasai keseluruhan alur kerja secara mendalam, dukungan dari dosen pembimbing, pembimbing lapangan, serta rekan kerja yang komunikatif sangat membantu penulis dalam melewati berbagai hambatan-hambatan tersebut. Banyaknya kendala yang dihadapi justru menjadi sarana pembelajaran yang berharga dalam mengenal lebih jauh praktik dunia kerja, khususnya pada aspek administrasi dan juga relasi bisnis dengan *broker* melalui aktivitas CRM.

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Menghadapi berbagai kendala selama pelaksanaan kerja magang, penulis secara aktif mencari solusi agar proses pembelajaran dan kontribusi dalam kegiatan administrasi *underwriting* tetap berjalan secara optimal. Dalam mengatasi keterbatasan pemahaman terhadap istilah dan proses teknis asuransi, penulis berinisiatif untuk mempelajari berbagai materi

pendukung seperti dokumen polis, istilah *underwriting*, serta arahan dari pembimbing lapangan. Penulis juga aktif dalam memahami setiap istilah baru dan proses kerja yang belum diketahui untuk kemudian dikonsultasikan kepada staf atau atasan terkait. Langkah ini membantu penulis mempercepat proses adaptasi terhadap dunia kerja asuransi yang kompleks. Penulis juga menjalin komunikasi intensif dengan staf yang memiliki otoritas akses sistem agar proses kerja tetap sinkron dan efisien. Dalam hal komunikasi internal lintas bagian, penulis mulai membiasakan diri dengan pola kerja tim dan alur koordinasi antar tim bagian. Dengan memperhatikan ritme kerja serta gaya komunikasi masing-masing personel, penulis lebih mudah memahami dinamika kerja di lingkungan profesional.

Terkait dengan keterbatasan waktu magang dan cakupan pembelajaran yang luas, penulis fokus untuk memperdalam aspek pekerjaan yang paling sering dihadapi selama magang, seperti pengarsipan dokumen, pencetakan dokumen polis, hingga pendistribusian polis. Hal ini dilakukan agar pemahaman yang diperoleh bersifat aplikatif dan bermanfaat dalam pengembangan kompetensi dasar administrasi *underwriting*. Penulis juga memanfaatkan kesempatan tanya jawab informal bersama staf saat waktu kerja lebih senggang untuk memahami proses kerja yang belum sempat dilibatkan secara langsung. Melalui pendekatan proaktif, sikap terbuka terhadap pembelajaran, dan komunikasi yang efektif, kendala-kendala tersebut dapat dihadapi dengan baik dan menjadi bagian dari pengalaman pembelajaran yang bermakna selama mengikuti program magang MBKM di PT Asuransi Wahana Tata, tepatnya di Divisi *Broker & Special Risk*.