

Penelitian Agen sebagai Tenaga Pemasaran dalam Perusahaan Asuransi Jiwa

Eko Wicaksono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184807&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri asuransi jiwa di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup tajam dalam beberapa tahun terakhir. Keberhasilan ini tidak lepas dan peran agen sebagai tenaga pemasar. Penulis bermaksud mengetahui kondisi peragenan saat ini, beserta faktor-faktor yang memotivasi mereka ketika pertama kali memutuskan untuk bekerja sebagai agen. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan membagikan kuesioner kepada agen dan melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan profesi keagenan. Sebagian data yang terkumpul diolah menggunakan metode AHP yang akan mensintesa pendapat responden yang bersifat kualitatif untuk kemudian dikuantifisir secara berurutan berdasarkan prioritasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang dipertimbangkan adalah besarnya komisi yang mungkin diterima (besarnya prioritas 0,612), waktu kerja yang tidak mengikat (0,208), pendapatan dalam bentuk gaji tetap (0,088), bakat sebagai salesman (0,038), waktu kerja yang tidak mengikat (0,031), bakat sebagai wirausahawan (0,019) dan bakat sebagai pekerja kantor (0,003). Indeks inkonsistensi keseluruhan pada penelitian ini sebesar 0,02. Angka ini berada di bawah batas maksimum yang diperbolehkan untuk tercapainya validitas penelitian dengan metode AHP yaitu sebesar 0,10. Artinya pendapat yang diberikan responden cukup konsisten. Dan penelitian disimpulkan bahwa sistem pemasaran dengan menggunakan agen merupakan cara yang paling lazim dan dianggap sebagai yang terbaik bagi perusahaan asuransi jiwa. Motivasi terbesar adalah karena dorongan finansial, agen lebih menyukai waktu kerja yang tidak mengikat, faktor bakat tidak terlalu dipertimbangkan, jenis kelamin bukan faktor penentu keberhasilan agen, profesi ini dapat dilakukan oleh siapa saja dan berbagai tingkat usia, dengan mayoritas latar belakang pendidikan adalah setingkat SLTA, dan pendapatan yang diperoleh sangat bervariasi. Penulis menyarankan agar pelatihan bagi agen ditingkatkan, adanya pemfokusan usaha terhadap pasar potensial (kalangan menengah-atas), ditingkatkannya fasilitas yang mendukung agen dalam bertugas, dan lebih meratanya prosentase pemberian komisi antara komisi untuk polis baru dengan komisi pembaruan.