

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Umum Tentang Pandemi *Covid-19***

##### **2.1.1 Pandemi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pandemi adalah wabah yang berjangkit serempak di mana-mana, meliputi daerah geografi yang luas. Menurut World Health Organization (WHO), pandemi dinyatakan ketika penyakit baru menyebar di seluruh dunia melampaui batas (Utami, 2020).

##### **2.1.2 Pandemi *Covid-19***

Saat ini dunia sedang menghadapi pandemi yang disebabkan oleh *SARS-CoV-2* yang infeksiya disebut *Covid-19*. Infeksi virus *covid-19* ini awalnya ditemukan di wilayah kota Wuhan, Provinsi Huebei, Cina pada Desember 2019 dan telah menyebar dengan sangat cepat ke berbagai belahan dunia (Al Della et al., 2021), sehingga pada tanggal 11 Maret 2020, WHO mengumumkan *covid-19* sebagai pandemi (Levani et al., 2021)**Error! Bookmark not defined.** Negara Indonesia juga sedang menghadapi pandemi virus *covid-19*.

#### **2.2 Tinjauan Umum Tentang Asuransi Jiwa**

##### **2.2.1 Asuransi Jiwa**

Menurut UU No. 40 Tahun 2014 asuransi adalah perjanjian antara dua pihak, yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerimaan premi oleh perusahaan asuransi sebagai imbalan untuk:

- a. Memberikan penggantian kepada tertanggung atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggungjawab hukum kepada pihak ketiga yang

mungkin diderita tertanggung atau pemegang polis karenaterjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti; atau

- b. Memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya tertanggung atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya tertanggung dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.

Usaha Asuransi Jiwa adalah usaha yang menyelenggarakan jasa penanggulangan risiko yang memberikan pembayaran kepada pemegang polis, tertanggung, atau pihak lain yang berhak dalam hal tertanggung meninggal dunia atau tetap hidup, atau pembayaran lain kepada pemegang polis, tertanggung, atau pihak lain yang berhak pada waktu tertentu yang diatur dalam perjanjian, yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana (*UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 40 TAHUN 2014 TENTANG PERASURANSIAN*, 2014).

### **2.2.2 Jenis dan manfaat asuransi jiwa**

Asuransi Jiwa terdiri dari:

#### **1. Asuransi jiwa Syariah**

Asuransi Jiwa Syariah adalah Asuransi yang didasari prinsip saling tolong menolong dan melindungi diantara para peserta melalui kontribusi ke Dana Tabarru, yaitu kumpulan dana kebajikan dari uang kontribusi para peserta asuransi jiwa syariah yang setuju untuk saling bantu bila terjadi risiko di antara mereka. Dana ini kemudian dikelola sesuai prinsip syariah dan di bawah pengawasan Dewan Syariah untuk menghadapi risiko tertentu. Bila terjadi risiko terhadap peserta, santunan asuransi akan dibayarkan dari Dana Tabarru. Konsep ini juga dikenal sebagai *risk sharing* (Prudential Indonesia, n.d.).

Risiko dalam asuransi syariah dibagi antar sesama peserta program (*risk sharing*), sehingga (Riyanti, 2016):

- 1) Asuransi syariah merupakan kontrak untuk saling menanggung di antara sesama peserta.
  - 2) Sesama peserta saling berbagi risiko finansial.
  - 3) Tidak ada perpindahan risiko dari peserta kepada perusahaan asuransi.
  - 4) Perusahaan asuransi hanya sebagai operator atau pengelola risiko dan tidak menanggung risiko.
  - 5) Dana dalam rekening Tabarru' merupakan kumpulan dana (*pool of fund*) dari para peserta.
  - 6) Kontribusi (premi) bukan merupakan pendapatan bagi perusahaan asuransi dan klaim bukan merupakan biaya.
2. Asuransi Jiwa Konvensional

Asuransi Jiwa Konvensional adalah asuransi yang nasabahnya membayarkan sejumlah premi atas proteksi yang dibelinya ke perusahaan asuransi. Bila terjadi risiko atas Nasabah, perusahaan asuransi jiwa akan memberikan sejumlah santunan asuransi. Konsep ini juga dikenal sebagai *risk transferring* (Prudential Indonesia, n.d.).

Asuransi konvensional yang dikenal adalah konsep pemindahan risiko (*risk transfer*), sehingga (Riyanti, 2016):

- 1) Asuransi konvensional merupakan kontrak pertukaran atau jual beli.
- 2) Pengalihan risiko finansial dari nasabah kepada perusahaan asuransi.
- 3) Nasabah menukar risiko dengan premi sehingga risiko berpindah dari nasabah ke perusahaan asuransi.
- 4) Perusahaan asuransi menerima dan menanggung risiko.
- 5) Adanya pengalihan dana (*transfer of fund*) dari nasabah kepada perusahaan asuransi.
- 6) Premi merupakan pendapatan bagi perusahaan asuransi dan klaim merupakan biaya.

Perbedaan Asuransi Jiwa Syariah dan Asuransi Jiwa Konvensional adalah (Riyanti, 2016):

1. Asuransi syariah memiliki Dewan Pengawas Syariah sementara asuransi konvensional tidak. Dewan Pengawas Syariah bertugas untuk mengawasi, mengarahkan dan menjaga kepatuhan perusahaan pengelola asuransi syariah.
2. Sifat perjanjian asuransi syariah tolong menolong sementara di asuransi konvensional jual beli.
3. Dalam asuransi syariah sesama peserta program saling berbagi risiko (*risk sharing*) sementara di asuransi konvensional peserta memindahkan risiko kepada perusahaan asuransi (*risk transfer*).
4. Kepemilikan dana di asuransi syariah yaitu perusahaan asuransi sebagai pemegang amanah sementara di asuransi konvensional perusahaan asuransi sebagai pemilik dana.
5. Pembayaran klaim di asuransi syariah berasal dari rekening Tabarru' (Dana kebajikan atau hibah dari para peserta yang diberikan secara sukarela sebagai dana tolong menolong terhadap sesama peserta yang ditujukan untuk menanggung risiko) sementara di asuransi konvensional berasal dari rekening perusahaan asuransi.
6. Kelebihan (*surplus underwriting*) di asuransi syariah boleh dibagi dengan peserta sementara di asuransi konvensional akan menjadi milik perusahaan.

## **2.3 Tinjauan Umum Tentang Kinerja Agen**

### **2.3.1 Pengertian Kinerja**

Menurut Wibowo (2011), kinerja berasal dari pengertian *performance*, adapula yang memberikan pengertian *performance* sebagai hasil kerja atau prestasi kerja, namun kinerja sebenarnya mempunyai makna yang lebih luas, bukan hanya hasil kerja, tetapi termasuk bagaimana proses pekerjaan berlangsung (Ilham et al., 2020). Dilihat dari sudut pandang ahli yang lain, kinerja adalah banyaknya upaya yang dikeluarkan individu pada

pekerjaannya ((Robbins, 2001) diambil dari (Putra, 2018)). Kinerja individu didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam melakukan sesuatu dengan keahlian tertentu (Orocomna et al., 2018).

### 2.3.2 Faktor–Faktor Yang Memengaruhi Kinerja Agen

Kinerja agen tidak selalu akurat mencerminkan atas usaha yang telah dilakukan olehnya. Kinerja dalam menjalankan fungsinya tidak berdiri sendiri tetapi dipengaruhi oleh faktor-faktor intern dan ekstern yang dimiliki atau tidak dimiliki oleh agen seperti dipengaruhi oleh keterampilan yang dimiliki, kemampuannya dan sifat individu tersebut (Firmansyah, 2017).

Menurut model *partner-lawyer* yang dikemukakan oleh Donnelly, Gibson dan Ivancevich (Veithzal Rivai, dkk, 2008:16), kinerja individu pada dasarnya dipengaruhi oleh faktor-faktor (diambil dari (Ponijan, 2012)):

- a. Harapan akan imbalan
- b. Motivasi/Dorongan
- c. Kebutuhan, Kemampuan dan sifat
- d. Persepsi akan tugas
- e. Imbalan eksternal dan internal, dan
- f. Persepsi akan tingkat imbalan, serta kepuasan kerja

Faktor-raktor yang memengaruhi kinerja, menurut Armstrong dan Baron tahun 1998 dalam Wibowo, (2009: 99) yaitu (diambil dari (Ponijan, 2012)):

- a. *Personal factors*, ditunjukkan oleh tingkat keterampilan, kompetensi yang dimiliki, motivasi, dan komitmen individu.
- b. *Leadership factor*, ditentukan oleh kualitas dorongan, bimbingan, dan dukungan yang dilakukan manajer dan team leader.
- c. *Team factors*, ditunjukkan oleh kualitas dukungan yang diberikan oleh rekan sekerja.
- d. *Sistem factors*, diunjukkan oleh adanya sistem kerja dan fasilitas yang diberikan organisasi.

- e. *Contextual/situasional factors*, ditunjukkan oleh tingginya tingkat tekanan dan perubahan lingkungan internal dan eksternal.

Sementara itu kinerja individu sebagai tenaga penjualan dipengaruhi oleh 6 faktor yang dikenal dengan *The Determinants of a Salesperson Performance* (Honeycutt, Ford, & Simintiras, 2003), yaitu (diambil dari (Firmansyah, 2017)):

- 1) Bakat (*Aptitude*)
- 2) Karakteristik Personal (*Personal Characteristic*)
- 3) Tingkat Keterampilan (*Skill Level*)
- 4) Persepsi Peran (*Role Perceptions*)
- 5) Motivasi (*Motivation*)
- 6) Faktor Organisasi dan Lingkungan (*Organizational and Environmental Factors*)

Bakat mengacu pada kepemilikan bawaan pribadi yang bertahan lama yang membentuk kemampuan individu untuk unggul secara unik dalam pelaksanaan tugas. Bakat mengambil bentuk mental (misalnya, kecerdasan kognitif) atau ciri kepribadian seperti kepercayaan diri atau ketekunan (Kotler, 2010). Kemampuan kognitif dan kepribadian adalah variabel dan terhubung kuat dengan kinerja (Salgado, 2016). (diambil dari (Idoko et al., 2020)).

Karakteristik kepribadian adalah karakteristik psikologis yang meningkatkan kemampuan seseorang untuk melakukan. Kepribadian berhubungan dengan kemampuan seseorang untuk tampil tugas bahwa dia memiliki karakteristik pribadi yang tepat, kemampuan mental yang tepat untuk menjual (Salleh & Kamaruddin, 2011).

Tingkat Keterampilan mengacu pada kemahiran yang dipelajari seseorang dan sikap yang diperlukan untuk kinerja yang efektif tugas-tugas tertentu (Yeboah et al., 2014). Secara teoretis, seperangkat keterampilan individu cenderung memfasilitasi kualitas tugas dan ketepatan waktu penyelesaian.

Persepsi peran berkaitan dengan bagaimana menafsirkan dan menetapkan pentingnya tanggung jawab pekerjaan dan fungsi yang harus dilakukan dari atasan/pasangan peran. Mitra peran terdiri dari manajer/penyelia, pelanggan, dan keluarga yang memiliki perhatian mendalam tentang bagaimana pekerjaan dilakukan.

Motivasi sebagai stimulan yang memaksa tenaga penjual untuk bekerja dengan tekun untuk melampaui atau mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan.

Lingkungan kerja terdiri dari fisik, lokasi geografis, kondisi ekonomi, termasuk tempat tinggal yang dekat area kerja, di luar kendali tenaga penjual. Lingkungan kerja yang efektif seperti kekuatan magnet yang menarik dan menyatukan tenaga penjual dengan tim yang mengarah ke hasil yang lebih tinggi. Lingkungan kerja adalah penentu utama komitmen organisasi dan kinerja (Ali & Zia 2010; Onuka, 2012; Al, 2011). (diambil dari (Idoko et al., 2020)).

### **2.3.3 Agen Asuransi PT Prudential Life Assurance**

Agen asuransi merupakan orang yang bekerja sendiri atau bekerja pada badan usaha, yang bertindak untuk dan atas nama perusahaan asuransi atau perusahaan asuransi syariah dan memenuhi persyaratan untuk mewakili perusahaan asuransi atau perusahaan asuransi syariah memasarkan produk asuransi atau produk asuransi syariah sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian (OJK, 2015).

Seorang agen akan membuat kesepakatan antara pihak pengguna asuransi dengan perusahaan asuransi, di mana kesepakatan itu akan diatur dalam sebuah perjanjian asuransi. Pekerjaan ini memungkinkan seorang agen untuk bekerja pada satu perusahaan asuransi saja untuk menjaga profesionalisme dan juga waktu yang lebih luang untuk mempelajari produk asuransi dengan target capaian yang telah ditentukan perusahaan (Kurnia, 2021).

PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) didirikan pada tahun 1995 yang merupakan bagian dari Prudential plc, sebuah grup

perusahaan jasa keuangan terkemuka di Inggris. Sebagai bagian dari Grup yang berpengalaman lebih dari 168 tahun di industri asuransi jiwa (Prudential Indonesia, n.d.).

PT. Prudential Life Assurance merupakan perusahaan keuangan non-bank yang bergerak dibidang pelayanan jasa keuangan yang terkemuka di Indonesia. PT. Prudential Life Assurance atau Prudential Indonesia ini bertujuan untuk membantu masyarakat dalam merencanakan keuangan mereka dan keluarga melalui produk-produk untuk mengatasi risiko keuangan. Prudential Life Assurance sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa asuransi, di mana dalam menjalankan kegiatan usaha maka perusahaan dalam menawarkan dan menjual polis asuransi kepada masyarakat tidak lepas dari peran karyawan lapangan atau yang biasa disebut agen asuransi yang mereka rekrut. Agen-agen asuransi inilah yang kemudian menjadi ujung tombak perusahaan asuransi dalam menarik nasabah, sebab para agen inilah yang berinteraksi langsung dengan masyarakat dalam menawarkan dan menjelaskan mengenai asuransi dan produknya (Ikhsan et al., 2019).

Agen PT. Prudential Life Assurance tentu harus bersaing dengan perusahaan asuransi lainnya untuk mendapatkan nasabah. Kehadiran banyaknya perusahaan asuransi sangatlah baik, karena dengan adanya hal tersebut, persaingan akan semakin ketat dan lebih terbuka (Jusmiati et al., 2019). Karena dengan semakin ketatnya persaingan, agen dituntut untuk dapat memberikan kinerja yang sesuai dengan target perusahaan. Semakin rendah kinerja agen maka semakin kecil peluang pencapaian target produksi perusahaan (Dongoran, 2019).

## **2.4 Tinjauan Umum Tentang Penjualan**

### **2.4.1 Definisi Penjualan**

Penjualan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan sebagian manusia dalam menjual barang dagangan yang dimiliki baik itu barang ataupun jasa kepada pasar agar mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Penjualan adalah suatu transaksi yang bertujuan untuk mendapatkan suatu



keuntungan, dan merupakan suatu jantung dari suatu perusahaan (Himayati, 2008: 123). Dengan pengertian lain definisi penjualan adalah pemindahan hak milik atas barang atau pemberian jasa yang dilakukan penjualan kepada pembeli dengan harga yang disepakati bersama dengan jumlah yang dibebankan kepada pelanggan dalam penjualan barang atau jasa dalam suatu periode akuntansi (Rangkuti, 2009: 206) (diambil dari (Prasetyo et al., 2016)).

#### **2.4.2 Penjualan Produk Asuransi Jiwa**

Tingginya penduduk Indonesia ini memberikan distribusi yang berbeda atas daya beli dari berbagai tingkat pendapatan masyarakat. Kelas menengah di Indonesia akan dilihat berdasarkan kriteria pendapatan (Maipita et al., 2015). Tingginya tingkat pendapatan masyarakat kelas menengah berdampak pada semakin tingginya daya beli masyarakat. Daya beli masyarakat kelas menengah ini merupakan pangsa pasar yang cukup menjanjikan bagi kalangan industri, termasuk industri asuransi jiwa (Herdana, 2015).

Dari berbagai perusahaan asuransi yang menawarkan produk asuransi jiwa di Indonesia, beberapa perusahaan asuransi tercatat memiliki kinerja yang sangat baik dan mengungguli pesaing-pesaing mereka. Salah satu perusahaan asuransi jiwa tersebut adalah PT Prudential Life Assurance (Herdana, 2015). Hal ini sesuai dengan *Top Brand Award* 2011 untuk kategori asuransi jiwa untuk kedua kalinya berturut-turut dari Majalah Marketing bekerja sama dengan *Frontier Consulting Group* (Nuraeni, 2018).

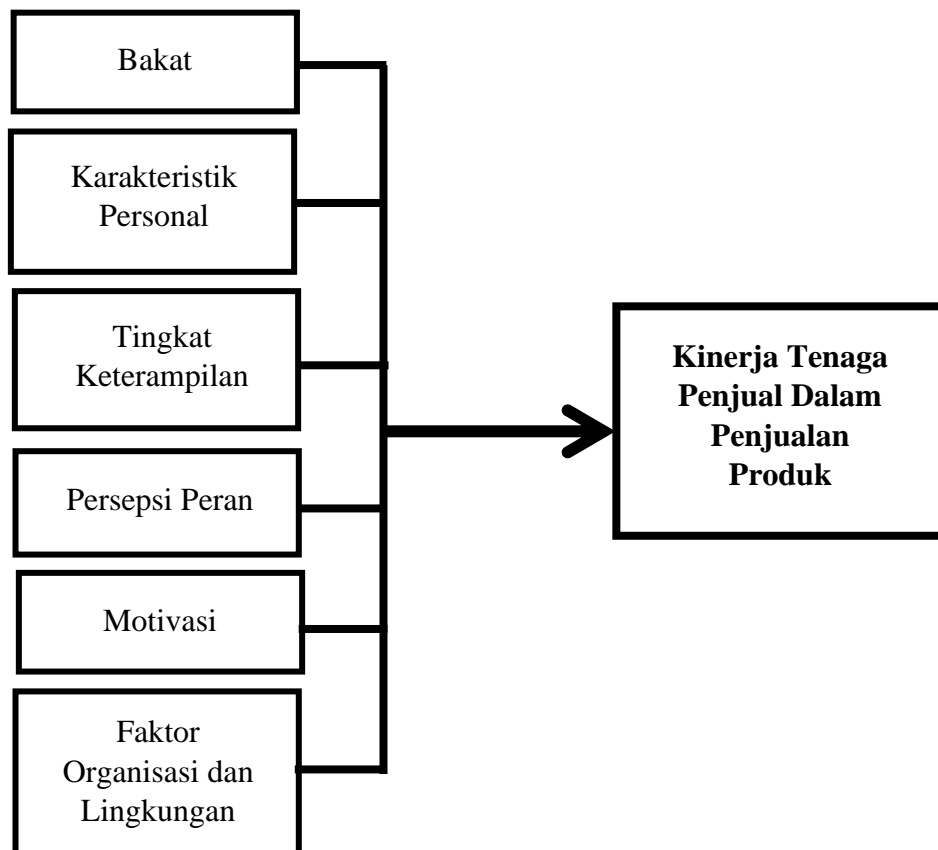
Pasar yang menjadi target perusahaan dicocokkan dengan kebutuhan pasar, kemampuan daya beli dan keterbatasan kemampuan yang dimiliki segmen pasar. Strategi promosi yang digunakan PT. Prudential Life Assurance lebih memanfaatkan media sosial. Penjualan perseorangan atau personal selling, canvassing, penjualan perseorangan yang dilakukan oleh PT. Prudential Life Assurance yaitu dengan mendatangi secara langsung calon nasabahnya atau bertatap muka secara langsung, sehingga calon

peserta asuransi tahu secara mendetail tentang produk asuransi jiwa (Ernawati, 2019).

## 2.5 Kerangka Teori Penelitian

Kerangka teori adalah struktur yang merangkum konsep dan teori, yang dikembangkan dari pengetahuan yang telah diuji dan dipublikasikan sebelumnya yang disintesis untuk membantu sebuah penelitian dapat memiliki latar belakang teoritis, atau dasar untuk analisis data dan interpretasi makna yang terkandung dalam penelitian (Kivunja, 2018).

Kerangka Teori dari penelitian ini adalah:



Bagan 2.1. Kerangka Teori Penelitian

Sumber : *The Determinants of a Salesperson Performance* (Honeycutt, Ford, & Simintiras, 2003) diambil dari (Firmansyah, 2017).

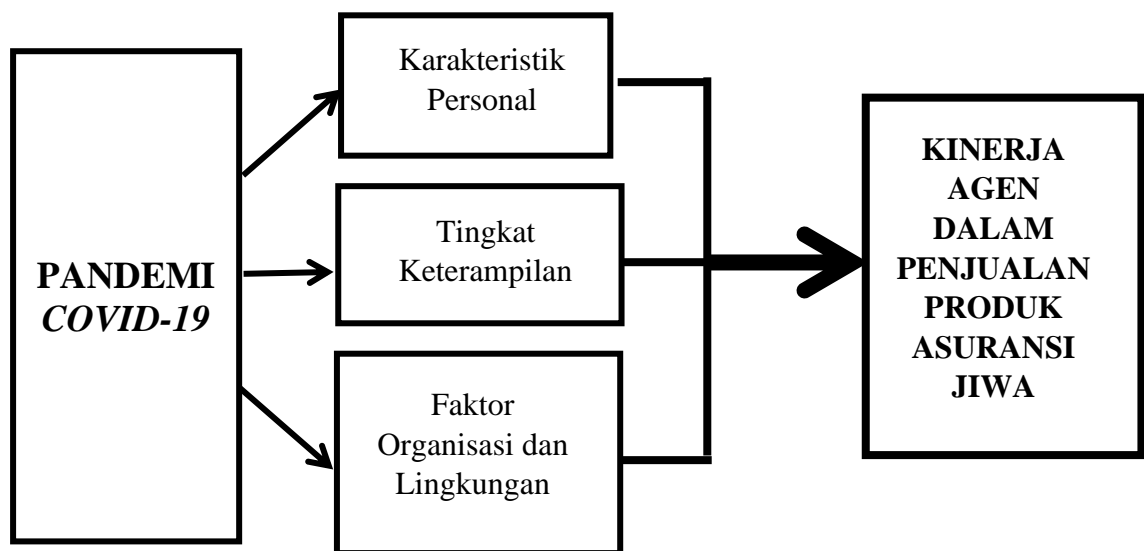
Keterangan Gambar: Kinerja tenaga penjual dalam penjualan produknya dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti Bakat yang ada dalam diri

agen, karakteristik personal, tingkat keterampilan, persepsi peran, motivasi, dan faktor organisasi dan lingkungan yang tercantum dalam teori *The Determinants of a Salesperson Performance*.

## 2.6 Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka konseptual adalah keseluruhan, orientasi logis, dan asosiasi apa pun dan segala sesuatu yang membentuk pemikiran, struktur, rencana, dan praktik yang mendasari dan implementasi seluruh rancangan penelitian (Kivunja, 2018).

Kerangka konsep dari penelitian ini adalah :



Bagan 2.2. Kerangka Konsep Penelitian

Sumber : *The Determinants of a Salesperson Performance* (Honeycutt, Ford, & Simintiras, 2003).

Keterangan Gambar: Peneliti meneliti bagaimana dengan adanya pandemi *covid-19* ini memengaruhi kinerja agen dalam penjualan produk asuransi jiwa yang secara spesifiknya kinerja agen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti karakteristik personal, tingkat keterampilan, dan faktor organisasi dan lingkungan yang tercantum dalam teori *The Determinants of a Salesperson Performance*.