

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai Negara yang mempunyai jumlah penduduk yang besar, kesehatan setiap warga Negara adalah salah satu unsur utama dalam setiap kehidupan seseorang, karena kesehatan seseorang sangat menunjang aktivitas kesehariannya. Pembangunan kesehatan dalam kehidupan berbangsa sangat besar nilai investasinya terutama terhadap sumber daya manusia. Dengan terciptanya suatu lingkungan yang sehat dan terjaganya kesehatan penduduk suatu bangsa dengan baik, Negara tersebut akan memiliki sumber daya manusia yang lebih optimal dalam pembangunan

Kesehatan adalah hak asasi manusia dan sekaligus merupakan investasi sumber daya manusia, serta memiliki kontribusi yang besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, menjadi suatu keharusan bagi semua pihak untuk memelihara, meningkatkan dan melindungi kesehatan demi kesejahteraan masyarakat. (Suparmanto, S.A., 2006) Untuk menghadapi risiko yang terjadi, ada kemungkinan sebagian manusia tidak memiliki persiapan apapun termasuk persiapan dana atau sejumlah uang yang akan digunakan. Maka dari itu, dalam menghadapinya adalah dengan mengikuti lembaga keuangan berbasis asuransi.

Asuransi atau pertanggungan didefinisikan sebagai perjanjian antara dua pihak atau lebih, dimana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang di harapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin di derita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang di dasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan. (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1992)

Ada beberapa jenis asuransi di Indonesia, antara lain yaitu, asuransi jiwa, asuransi kesehatan, asuransi pendidikan, asuransi investasi, asuransi umum, dan sebagainya. Dengan banyaknya jenis asuransi di Indonesia, maka diperlukan strategi yang baik untuk lebih menarik minat masyarakat terhadap produk-produk asuransi di Indonesia. Industri asuransi di Indonesia selama beberapa tahun belakangan ini menunjukkan perkembangan yang cukup baik. Perusahaan asuransi menunjukkan pertumbuhan dimana semakin banyak nasabah yang menggunakan layanan asuransi di dalam kehidupan mereka. Kesadaran masyarakat akan pentingnya sebuah perlindungan atas berbagai macam risiko yang bisa terjadi dan menimpa diri mereka kapan saja adalah salah satu penyebab tingginya jumlah pengguna asuransi belakangan ini. Hal ini tentu saja menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan yang menyediakan layanan asuransi, karena akan semakin luas pasar yang bisa dimasuki dan dijadikan sebagai sasaran penjualan produk yang mereka miliki. Di dalam perkembangannya, perusahaan asuransi juga mengeluarkan berbagai macam produk yang bisa dipilih dan digunakan sesuai dengan kebutuhan nasabah yang bersangkutan. Salah satu perusahaan asuransi yang menawarkan berbagai macam produk asuransi adalah perusahaan asuransi swasta Prudential Life Assurance.

Perusahaan asuransi Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) didirikan pada tahun 1995 dan merupakan bagian dari Prudential plc, London – Inggris. Di Asia, Prudential Indonesia menginduk pada kantor regional Prudential Corporation Asia (PCA), yang berkedudukan di Hong Kong. Dengan menggabungkan pengalaman internasional Prudential di bidang asuransi jiwa dengan pengetahuan tata cara bisnis lokal, Prudential Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia.

Produk-produk proteksi keuangan PT. Prudential Life Assurance meliputi Asuransi Kesehatan, Asuransi Jiwa, Pendidikan, Perlindungan Bebas Premi, Dana Investasi, Produk Syariah, Bancassurance, dan Perlindungan Karyawan. Sementara untuk produk-produk asuransi yang terkait dana

investasi merupakan solusi investasi yang dirancang untuk meningkatkan kesejahteraan seseorang yang patut untuk dipertimbangkan dengan beragam pilihan perlindungan asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi dan fleksibel dalam menambah manfaat perlindungan sesuai kebutuhan dengan masa pertanggung jawaban hingga usia 99 tahun.

Perusahaan asuransi Prudential Life Assurance Cabang Mojokerto merupakan perusahaan yang menawarkan beberapa produk asuransi, salah satunya adalah asuransi unit link. Perkembangan usaha perasuransian baik dari eksternal berupa bertambahnya jumlah perusahaan perasuransian. Usaha perasuransian mulai berkembang PT. Prudential Life Assurance Cabang Mojokerto menjalankan usaha perasuransianya dengan penjualan langsung. Terhadap usaha, perasuransian ini menawarkan produk yang dikeluarkan yaitu sistem pemasaran Unit Link (Asuransi dan Investasi) melalui jaringan keagenan yang mengajak nasabah selain mendapatkan perlindungan (proteksi) dan investasi, tetapi juga untuk mendapatkan penghasilan sebagai agen asuransi jiwa.

Unit Link adalah Produk Asuransi Jiwa yang memiliki 2 manfaat sekaligus yaitu perlindungan jiwa & potensi hasil investasi. Perlindungan jiwa dalam produk unit link dapat dilengkapi dengan pilihan manfaat asuransi tambahan sesuai kebutuhan dan kemampuan finansial Nasabah. Investasi akan memberikan potensi imbal hasil untuk menjaga keberlangsungan Polis (manfaat asuransi) dalam jangka panjang.

Dengan potensi tingkat pengambilan yang tinggi, seseorang dapat merencanakan masa pensiun yang nyaman dan pendidikan anak-anak. Nasabah juga punya fleksibilitas untuk mencairkan sebagian nilai tunai jika sewaktu-waktu membutuhkannya.

Dengan beragam keistimewaan penawaran dana PRULink, seseorang dapat dengan mudah memilih dana yang sesuai dengan kebutuhan pribadi dan profil risiko nasabah. (PT. Prudential Life Assurance, 2022)

Perusahaan asuransi senantiasa dituntut selalu kreatif dalam menjalankan usaha atau kegiatan pemasarannya untuk menghasilkan kinerja penjualan yang tinggi, khususnya dalam persaingan yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, perusahaan asuransi memerlukan kemampuan dan ketrampilan strategi pemasaran yang baik untuk menawarkan produk asuransi. Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Strategi perusahaan adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijakan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dikejar oleh perusahaan.

Strategi pemasaran mengartikulasikan sebuah rencana dalam penggunaan terbaik sumberdaya dan keunggulan perusahaan untuk mencapai tujuannya. (David, Fred. R., 2011)

Dengan dibutuhkannya strategi pemasaran yang baik untuk menarik minat masyarakat terhadap produk asuransi, maka berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk membahas dan melakukan penelitian dengan judul **“Gambaran Strategi Pemasaran Penjualan Produk Asuransi Kesehatan Unit Link Pada PT. Prudential Life Assurance Cabang Mojokerto”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Bagaimana gambaran strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT.Prudential Life Assurance Cabang Mojokerto dalam penjualan produk asuransi unit link?”

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Prudential Life Assurance Cabang Mojokerto dalam penjualan produk asuransi Unit Link.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui gambaran strategi pemasaran yang diterapkan pada penjualan produk asuransi Unit Link di PT. Prudential Life Assurance Cabang Mojokerto.
2. Untuk mengetahui kenaikan jumlah peserta setiap tiga bulan di tahun 2023 pada produk asuransi Unit Link di PT. Prudential Life Assurance Cabang Mojokerto
3. Untuk mengidentifikasi apa saja kendala PT. Prudential Life Assurance Cabang Mojokerto dalam pemasaran produk asuransi Unit Link

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan atau manfaat penelitian yang diharapkan penelitian ini adalah :

a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini agar dapat menjadi satu kajian dan menambah ilmu pengetahuan, serta menambah wawasan dalam strategi pemasaran serta sebagai tambahan informasi agar lebih memahami cara meningkatkan penjualan produk dengan baik terutama dalam asuransi.

b. Secara Praktis

Adapun manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis sendiri, bermanfaat sebagai penambah wawasan terhadap masalah yang diteliti mengenai efektivitas strategi pemasaran dan asuransi kesehatan unit link.
2. Bagi Institusi, untuk menambah pengetahuan serta memperkaya literatur perpustakaan mengenai efektivitas strategi pemasaran terhadap produk asuransi kesehatan unit link.
3. Bagi PT. Prudential Life Assurance cabang Mojokerto, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan guna mengembangkan usaha asuransi serta perekonomian.