

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Dunia telah menjajaki suatu masa kemajuan ekonomi, dimana Perkembangan ekonomi dunia telah membuat setiap penduduk dunia memiliki suatu kesadaran akan asuransi, tidak terkecuali Indonesia. Bisnis asuransi masuk ke Indonesia pada waktu penjajahan Belanda dan Negara Indonesia pada waktu itu disebut Nederlands Indie, keberadaan asuransi di Indonesia sebagai akibat berhasilnya bangsa Belanda dalam sektor perkebunan dan perdagangan di negeri jajahannya. Untuk menjamin kelangsungan usahanya, maka adanya asuransi mutlak diperlukan (Asuransiterkini,2012). Seterusnya setelah perang dunia II berakhir tepatnya pada tahun 1950 berdiri sebuah perusahaan asuransi kerugian yang pertama, yakni NV.Maskapai Asuransi Indonesia yang kemudian awal 2004 sudah menjadi PT MAI PARK. Pada saat itu, sebagai perintis perusahaan asuransi kerugian nasional pertama, maka perusahaan harus bersaing dengan perusahaan asuransi asing yang unggul baik dalam faktor permodalan maupun pengetahuan teknis. Hal inilah yang mendorong bermunculannyaperusahaan-perusahaan asuransi di Indonesia, hingga saat ini sudah banyak perusahaan asuransi yang tumbuh dan berkembang di Indonesia (Investor.com. 2013).

Menurut Ketua Dewan Asuransi Indonesia, Kornelius Simanjuntak (2013) menjelaskan bahwa industri asuransi di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan dari tahun ke tahun. Namun, industri tersebut harus ditingkatkan karena penetrasinya masih rendah. Pertumbuhan asuransi mengalami perkembangan yang mencengangkan dalam lima tahun

terakhir. Pemegang polis di Indonesia lebih 63 juta polis. Berdasarkan laporan yang telah dipublikasikan oleh Dewan Asuransi Indonesia hingga 2011 lalu, investasi perusahaan asuransi jiwa sebesar Rp 200,39 triliun atau naik 20 persen dibanding periode yang sama tahun lalu. Sementara investasi asuransi umum naik 18 persen menjadi Rp 39,47 triliun. Aset asuransi jiwa juga naik 20 persen menjadi Rp 225,54 triliun dan aset asuransi umum naik 17 persen menjadi Rp 53,76 triliun (Purwanto,2012). Begitu juga dengan klaim dan penerima manfaat di asuransi umum dan asuransi jiwa. Khusus klaim di asuransi jiwa hingga semester I-2012 ini telah dibayarkan sebesar Rp 29 triliun, naik 14 persen dibanding periode yang sama tahun lalu. Sedangkan klaim bruto asuransi umum naik 18 persen menjadi Rp 7,28 triliun. Diperkirakan dengan adanya pertumbuhan rata-rata dua digit hingga tahun 2014, maka total aset industri asuransi jiwa diperkirakan dapat mencapai Rp 500 triliun.

Pada tahun 2012 pertumbuhan asuransi di Indonesia mencapai 30 persen hal ini ditunjang dengan adanya peluang bisnis asuransi yakni peluang pasar asuransi syariah, *micro insurance*, kemudian kelas ekonomi menengah yang akan terus berkembang. Semakin banyaknya perusahaan asuransi yang tumbuh dan berkembang di Indonesia saat ini membuat perusahaan harus mampu membaca peluang pasar dan kreatif dalam menawarkan produk-produk asuransinya. Menyadari akan hal ini, perusahaan dituntut untuk tidak pernah mengabaikan pentingnya pemasaran sebagai kunci sukses dalam bertahan di pasar global.

Pemasaran adalah kegiatan yang mencakup penilaian kebutuhan konsumen, penelitian pemasaran dan pengenalan pasar sasaran, pengembangan produk, penentuan harga jual, dan distribusi produk yang diarahkan kepada pemuasan kebutuhan keinginan orang atau pihak

lain melalui proses pertukaran (Siagian,2001). Menurut Peter Drucker, ahli teori manajemen terkemuka menjelaskan bahwa tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa biasa sesuai dengan kebutuhannya sehingga terjual sendiri. Idealnya pemasaran harus menghasilkan seorang pelanggan yang siap untuk membeli. Dengan demikian yang dibutuhkan hanyalah memastikan produk dan jasa tersedia (Kotler dan lane, 2009). Audit manajemen atas fungsi pemasaran digunakan untuk memeriksa lingkungan, sasaran, strategi, dan aktivitas perusahaan secara lengkap, sistematis, independen dan periodik dengan maksud untuk menentukan area masalah dan peluang serta merekomendasikan suatu rencana tindakan untuk memperbaiki kinerja pemasaran yang efektif dan efisien yang dapat mendukung fungsi-fungsi terkait dalam perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ony Finata (2013), peneliti melakukan evaluasi terhadap kinerja perusahaan pada fungsi pemasaran dengan studi kasus pada CV. Cahaya Harapan Malang. Penelitian tersebut menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, melalui studi pustaka dan studi lapangan berupa wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner. Penelitian selanjutnya, dilakukan oleh Ayu Dwi Rahmadiyah (2013) mengenai penilaian efektifitas dan efisiensi kinerja pemasaran pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kanwil Surabaya, penelitian dilakukan untuk mengetahui penyebab terjadinya inefektifitas dan inefisiensi dalam kegiatan operasional perusahaan, dimana penilaian efektivitas dan efisiensi kinerja tersebut dianalisis dan dievaluasi dengan membandingkan antara *criteria*, *causes* dan *effect*. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian serupa hanya saja objek penelitian dilakukan ditempat yang berbeda, dengan judul **“Audit Manajemen Atas Fungsi Pemasaran**

## **(Studi Kasus Perusahaan Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumi Putera 1912 Kantor Cabang Kota Pariaman)”.**

### **1.2 Perumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pelaksanaan fungsi pemasaran pada Asuransi Jiwa Bersama(AJB) Bumiputera 1912 Cabang Kota Pariaman?
2. Bagaimana pelaksanaan fungsi pemasaran yang telah dilakukan oleh perusahaan apakah sudah efektif dan efisien atau belum?
3. Apa saja faktor-faktor yang menyebabkan kelemahan pada fungsi pemasaran?

### **1.3 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis, sebagai sarana aktualisasi ilmu dan penambah wawasan.
2. Bagi Perusahaan Asuransi Jiwa Bersama(AJB) Bumiputera 1912 Cabang Kota Pariaman dapat memberikan gambaran hasil evaluasi kinerja perusahaan khususnya pada fungsi pemasaran, dan memberikan rekomendasi kepada *top management* untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan yang terdapat dalam operasional perusahaan khususnya pada fungsi pemasaran.
3. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan fungsi pemasaran pada Asuransi Jiwa Bersama(AJB) Bumiputera 1912 Cabang Kota Pariaman.
2. Untuk menilai efesiensi dan efektivitas pelaksanaan fungsi pemasaran secara aktual dengan target dan SOP pemasaran yang ditetapkan oleh perusahaan.
3. Untuk memberikan rekomendasi kepada *top management* dalam memperbaiki kelemahan-kelemahan yang terdapat dalam fungsi pemasaran.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Skripsi ini terdiri dari V (lima) bab yang bertujuan memperlihatkan susunan yang sistematika sehingga mudah untuk dipahami. Adapun sistematika yang dimaksud adalah :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bagian ini menjelaskan tentang latar belakang penulisan skripsi, rumusan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bagian ini menjelaskan dan memaparkan teori-teori yang menjadi dasar dalam pelaksanaan penelitian ini serta kerangka pemikiran yang menjadi landasan penulisan.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bagian ini menjelaskan deskripsi mengenai jenis penelitian, variable penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

#### BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan mengenai profil dan gambaran umum mengenai pelaksanaan fungsi pemasaran pada perusahaan Asuransi Jiwa Bersama(AJB) Bumiputera 1912 Cabang Kota Pariaman, serta menjelaskan dengan rinci mengenai data yang diperoleh dan dianalisis, serta hasil dari analisis data tersebut.

#### BAB V : PENUTUP

Bagian ini merupakan bagian akhir yang memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**