



**PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN UNIT PEMASARAN
PADA ASURANSI JIWASRAYA (PERSERO)
BRANCH OFFICE JEMBER
SKRIPSI**

**Digunakan sebagai salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Strata Satu (S-1)
Jurusan Ilmu Administrasi
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga (Ekstensi)
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember**

Disusun Oleh

SYAIFUL WARIS
020910292026

Pembimbing I:

Drs. Rahmat Murjana S, MM
130 523 059

Pembimbing II:

Dra. Sri Wahyuni, M.Si
131 658 389

**PROGRAM S-1 EKSTENSI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2007**

KATA PENGANTAR

Dengan ucapan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S-1) Program Studi Ekstensi Administrasi Niaga (Bisnis) Jurusan Ilmu Administrasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan dengan ikhlas baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama Kepada Yang Terhormat Bapak/Ibu:

1. Dr. H. Uung Nasdia, Bsw.,MS. selaku dekan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Drs. Sutrisno, M.Si selaku dosen wali program studi Ekstensi Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
3. Drs. Rahmat Murjana S, MM dan Dra. Sri Wahyuni, M.Si selaku dosen pembimbing yang berkenan membimbing dengan segala kerelaan, kesabaran dan pengorbanan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Eka Putra selaku Branch Manager PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Branch Office Jember yang telah memberi ijin melakukan penelitian dan memberikan informasi yang diperlukan untuk melengkapi penulisan skripsi ini.
5. Seluruh civitas akademika Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial Universitas Jember.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya dalam menghadapi masa depan, semoga amalannya mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Amien.

Jember, Juli 2007

Penulis

RINGKASAN

Produktivitas Kerja Karyawan Unit Pemasaran Pada Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember

Syaiful Waris, 020910292026, 37 hlm, 2007, Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember

Penelitian ini bertujuan ingin mendeskripsikan produktivitas kerja karyawan unit pemasaran pada asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember. Pengukuran produktivitas kerja karyawan suatu cara untuk melihat peningkatan atau penurunan yang terjadi dari dalam perusahaan. Sarana manajemen untuk menganalisis dan mendorong efektivitas dan efisiensi. Produktivitas kerja karyawan pemasaran Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember sangatlah tinggi.

Metode penelitian ini adalah metode empiris, menggunakan tipe penelitian deskriptif. Tahap-tahap persiapan meliputi penentuan daerah penelitian, observasi pendahuluan, studi kepustakaan, penentuan populasi dan penarikan sampel. Penelitian ini menggunakan populasi karyawan unit pemasaran pada Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember yang berjumlah 20 orang. Teknik pengambilan sampel adalah sampel jenuh, yaitu 20 orang. Tahap pengumpulan data terdiri dari teknik observasi, kuesioner, teknik dokumentasi, teknik wawancara. Langkah – langkah yang dilakukan dalam tahap pemeriksaan data adalah melalui pemeriksaan data yang dilakukan setelah data kuesioner terkumpul.

Metode analisis dalam penelitian ini adalah tabulasi. Data hasil penelitian dianalisis dengan tabulasi frekuensi. Asuransi adalah jaminan keuangan ketika kehidupan dihadapkan dengan resiko. Resiko-resiko tersebut diantaranya pertama, resiko yang mungkin terjadi atau mungkin tidak akan pernah terjadi, seperti kecelakaan, sakit dan sebagainya. Kedua, resiko yang pasti terjadi tetapi entah kapan akan terjadi, seperti meninggal dunia. Guna menanggulangi resiko ekonomi yang ditimbulkan oleh resiko-resiko tersebut, peran asuransi sangatlah penting bagi kehidupan umat manusia. Diketahui dari hasil analisis bahwa produktivitas kerja

karyawan unit pemasaran Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch office* Jember sangat tinggi.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
RINGKASAN	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Sumber Daya Manusia	6
2.2 Produktivitas Kerja Karyawan	7
2.3 Karyawan	11
2.4 Definisi Operasional.....	13
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian.....	14
3.1.1 Tipe Penelitian.....	14
3.1.2 Tahap Tahap Persiapan.....	14
3.1.3 Tahap Pengumpulan Data.....	16

3.1.4 Tahap Pengolahan Data.....	17
3.1.5 Tahap Analisis Data	17
3.2 Tahap Penarikan Kesimpulan	17
IV. GAMBARAN PERUSAHAAN	
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	18
4.2 Visi dan Misi.....	19
4.2.1 Visi	19
4.2.2 Misi.....	19
4.3 Garis Besar Strategi Operasi Perusahaan.....	20
4.4 Tempat dan Kedudukan PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) <i>Branch Office</i> Jember	20
4.5 Kegiatan Pokok Asuransi Jiwasraya (Persero) <i>Branch Office</i> Jember	26
4.6 Hirarkhi Agen.....	28
4.7 Sumber Daya Manusia	29
4.8 Bidang Usaha Asuransi Jiwasraya (Persero).....	30
4.9 Produk-Produk Asuransi Jiwasraya	31
4.10 Sistem Kompensasi	32
4.10.1 Kompensasi Finansial	32
4.10.2 Kompensasi Non-Finansial	33
4.11 Produktivitas	33
4.11.1 Produktivitas Perusahaan	33
4.12 Evaluasi Kinerja Agen PT. Asuransi Jiwasraya (Persero)	33
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Karakteristik Responden	38
5.1.1 Jenis Kelamin Responden	38
5.1.2 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden	39
5.1.3 Umur Responden.....	39
5.1.4 Masa Kerja	40

5.2 Deskripsi Produktivitas Kerja Karyawan Unit Pemasaran Asuransi Jiwasraya (Persero) <i>Branch Office</i> Jember	40
BAB VI. KESIMPULAN	
6.1 Kesimpulan	43

DAFTAR TABEL

Tabel

1.	Jumlah Karyawan Asuransi Jiwasraya (Persero) <i>Branch Office</i> Jember	3
2.	Sub bagian karyawan pemasaran PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) <i>Branch Office</i> Jember	3
3.	Target Standart karyawan pemasaran Asuransi Jiwasraya (Persero) <i>Branch Office</i> Jember sesuai dengan jenjang karir masing-masing	4
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	36
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	36
7.	Tanggapan responden terhadap besarnya premi yang diberikan	37
8.	Tanggapan responden terhadap polis dalam satu tahun terakhir	37
9.	Tanggapan responden mengenai target penjualan sangat membebani responden dalam bekerja	38
10.	Tanggapan responden mengenai produk terjual sesuai dengan yang diharapkan	38
11.	Tanggapan responden terhadap kemampuan menerapkan 10 Langkah Penjualan	38
12.	Tanggapan responden terhadap penguasaan 10 Langkah Penjualan	38

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi dan modernisasi mendorong para pelaku bisnis menjadi lebih kreatif dan proaktif terhadap persaingan bisnis. Perusahaan sebagai organisasi bisnis, agar tetap bertahan dan mampu bersaing dengan kompetitor perlu melakukan upaya untuk mengelola sumber daya manusia yang menjadi penentu keberhasilan perusahaan.

Perusahaan merupakan satu unit yang mengolah faktor-faktor ekonomi bagi masyarakat dengan tujuan memperoleh keuntungan maksimal. Pengelolaan faktor ekonomi ini dilakukan secara efektif dan efisien guna mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan serta memenuhi kebutuhan masyarakat. Faktor-faktor ekonomi itu adalah sumber daya manusia, produksi dan pemasaran. Setiap perusahaan baik perusahaan swasta maupun negara di dalam menjalankan usahanya tidak dapat melepaskan perhatiannya pada pengelolaan sumber daya manusia. Karyawan sebagai sumber daya manusia merupakan faktor utama perusahaan, karena tanpa mereka aktivitas perusahaan tidak akan berjalan. Faktor manusia menjadi perhatian khusus karena manusia menempati posisi yang paling sentral dalam kehidupan organisasional dalam arti bahwa keberhasilan/kegagalan suatu organisasi mencapai tujuannya pada analisis terakhir ditentukan oleh unsur manusia didalamnya.

Ravianto (1986:4) menjelaskan bahwa “perhatian terhadap produktivitas dimulai pada saat manusia mulai memikirkan usaha untuk melepaskan diri dari belenggu kemiskinan. Setelah revolusi industri di Inggris pada abad kedelapan belas usaha ini dilakukan lebih ilmiah, sistematis dan dalam berbagai bidang”. Selanjutnya Ravianto (1986:4) menjelaskan “produktivitas yang mula-mula mempunyai arti sempit, kemudian ditambah menjadi tingkah laku (*attidute*). Setelah itu produktivitas berkembang menjadi suatu falsafah hidup. Dalam arti sempit produktivitas hanyalah merupakan perhitungan yang digunakan untuk mengestimasi serta membandingkan perkembangan ekonomi, barang, jasa dan nilai. Secara ringkas bisa dikatakan bahwa mental yang baik dapat menyebabkan

peningkatan keadaan yang lebih baik”. Menurut Sinungan (2003:1) arti luas produktivitas adalah “mencakup sikap mental patriotik yang memandang hari depan secara optimis dengan berakar pada keyakinan diri bahwa kehidupan hari ini adalah lebih baik dari hari kemarin dan hari esok adalah lebih baik dari hari ini”.

Penelitian ini meneliti perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa yaitu asuransi karena kehidupan selalu dihadapkan dengan resiko. Pertama, resiko yang mungkin terjadi atau mungkin tidak akan pernah terjadi, seperti kecelakaan, sakit dan sebagainya. Kedua, resiko yang pasti terjadi tetapi entah kapan akan terjadi, seperti meninggal dunia. Guna menanggulangi resiko ekonomi yang ditimbulkan oleh resiko-resiko tersebut, peran asuransi sangatlah penting bagi kehidupan umat manusia.

Ketertarikan untuk melakukan penelitian di perusahaan PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) karena PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) adalah perusahaan jasa asuransi tertua di Indonesia yang berdiri pada tanggal 31 Desember 1859 dan satu-satunya Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Berdasarkan observasi pendahuluan dapat diketahui bahwa nilai aset yang dimiliki PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) sebesar Rp. 1,98 trilyun dengan pangsa pasar/*market share* yang terus meningkat, menyusul diraihnya total peserta asuransi/pemegang polis sejumlah 2,66 juta. Tumbuh dan berkembangnya sebuah perusahaan asuransi sangat tergantung dari besarnya kepercayaan masyarakat. Kepercayaan masyarakat dapat diperoleh dengan memberikan pelayanan prima (cepat, tepat dan akurat) yang merupakan tugas seluruh karyawan terutama aparat operasional/agen. Karyawan pemasaran adalah ujung tombak perusahaan asuransi, karena karyawan pemasaran mempunyai pengaruh besar untuk mendapatkan nasabah dan mencapai tujuan sebuah perusahaan asuransi. Jumlah karyawan Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1.1 Jumlah Karyawan Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember

No	Area Office	Jumlah (orang)
1.	Lumajang	
	Non Pemasaran	1
	Pemasaran	10
2.	Banyuwangi	
	Non Pemasaran	1
	Pemasaran	13
3.	Situbondo	
	Non Pemasaran	1
	Pemasaran	12
4.	Bondowoso	
	Non Pemasaran	1
	Pemasaran	9
5.	Genteng	
	Non Pemasaran	1
	Pemasaran	11
6.	Jember Kota	
	Non Pemasaran	15
	Pemasaran	20
Jumlah		94

Sumber: Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember

Berdasarkan data yang didapat tersebut peneliti meneliti produktivitas karyawan pemasaran Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember pada *Area Office* Jember Kota, dengan pertimbangan jarak peneliti dengan obyek, waktu dan tenaga peneliti. Pada *Area Office* sendiri karyawan pemasaran dikelompokkan menjadi beberapa sub bagian yaitu seperti yang ditunjukkan pada tabel 2 berikut.

Tabel 1.2. Sub bagian karyawan pemasaran PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember

No	SUB BAGIAN	JUMLAH (orang)
1.	<i>Senior Executive Agent</i>	2
2.	<i>Executive Agent</i>	4
3.	<i>Senior Agent</i>	6
4.	<i>Junior Agent</i>	8
TOTAL		20

Sumber : PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember

Pada dasarnya *Senior Executive Agent*, *Executive Agent*, *Senior Agent*, *Junior Agent* adalah karyawan pemasaran namun yang membedakannya adalah masing-masing target yang dibebankan. Berdasarkan observasi pendahuluan dapat

diketahui produktivitas karyawan pemasaran yang meningkat setiap tahunnya, hal ini dapat dilihat dari pendapatan premi dan pendapatan polis pada tahun 2005 yaitu peningkatan sebesar 9,46% untuk pendapatan premi dan sebesar 13% untuk pendapatan polis. Target standar karyawan pemasaran Asuransi Jiwasraya (Persero) dapat dilihat pada tabel 3 berikut, sesuai dengan jenjang karirnya.

Tabel 1.3: Target Standart Seluruh karyawan pemasaran Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember sesuai dengan jenjang karir masing-masing

Jenjang Karir	Target Premi Semester I (Rp)	Target Premi Semester II (Rp)	Target Premi Tahunan (Rp)	Target Polis Tahunan
<i>Senior Executive Agent</i>	2.268.000.000	2.268.000.000	4.536.000.000	648
<i>Executive Agent</i>	756.000.000	756.000.000	1.512.000.000	216
<i>Senior Agent</i>	252.000.000	252.000.000	504.000.000	72
<i>Junior Agent</i>	42.000.000	42.000.000	84.000.000	12

Sumber : Asuransi Jiwasraya (Persero) *Banch Office* Jember

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pengertian tersebut maka rumusan permasalahan dari penelitian ini adalah “bagaimanakah produktivitas kerja karyawan unit pemasaran pada Asuransi Jiwasraya (Persero) Branch Office Jember?”

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah ingin mendeskripsikan produktivitas kerja karyawan unit pemasaran pada Asuransi Jiwasraya (Persero) Branch Office Jember.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan hasil penelitian merupakan dampak tercapainya tujuan. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

- Untuk mengembangkan ilmu atau kegunaan teoritis khususnya Manajemen Sumber Daya Manusia yang berhubungan dengan produktivitas kerja.
- Kegunaan bagi perusahaan untuk membantu memecahkan masalah yang mungkin timbul dan terkait dengan peningkatan produktivitas.

- c. Hasil ini dapat menambah wawasan tentang sumber daya manusia khususnya yang berkaitan dengan produktivitas kerja.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia memiliki posisi yang sangat strategis dalam organisasi, artinya unsur manusia memegang peranan penting dalam melakukan aktivitas untuk pencapaian tujuan. Manajemen terhadap sumber daya manusia secara memadai diperlukan untuk mencapai kondisi yang lebih baik sehingga terciptalah sumber daya manusia yang berkualitas, loyal dan berprestasi. Sulistiyani dan Rosidah (2003:10) menyatakan “MSDM merupakan usaha untuk mengerahkan dan mengelola sumber daya manusia didalam organisasi agar mampu berpikir dan bertindak sebagaimana yang diinginkan oleh organisasi”

Kiggundu (dalam Sulistiyani dan Rosidah, 2003:11) menyatakan bahwa “manajemen sumber daya manusia adalah pengembangan dan pemanfaatan pegawai dalam rangka tercapainya tujuan dan sasaran individu, organisasi, masyarakat, bangsa dan internasional yang efektif”.

Simamora (2004:4) mengemukakan bahwa:

Manajemen sumber daya manusia/*human resources management* adalah pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balas jasa, dan pengelolaan individu anggota organisasi atau kelompok karyawan. Manajemen sumber daya manusia juga menyangkut desain dan implementasi sistem perencanaan, penyusunan karyawan, pengembangan karyawan, pengelolaan karir, evaluasi kinerja, kompensasi karyawan, dan hubungan ketenagakerjaan yang mulus.

Berdasarkan teori Sulistiyani dan Rosidah, Simamora, Kiggundu dan Martoyo dapat disimpulkan bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan atas pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, pemutusan hubungan tenaga kerja dan pemeliharaan yang antara lain adalah memberikan motivasi dengan maksud untuk membantu mencapai tujuan organisasi, individu/anggota organisasi atau kelompok karyawan masyarakat.

Sedarmayanti (2001:6) menegaskan bahwa tujuan utama manajemen sumber daya manusia adalah “untuk meningkatkan kontribusi pegawai terhadap organisasi dalam rangka mencapai produktivitas organisasi yang bersangkutan”. Hal ini dapat dipahami karena semua kegiatan organisasi dalam mencapai tujuan, tergantung kepada manusia yang mengelola organisasi yang bersangkutan. Oleh sebab itu, sumber daya manusia tersebut harus dikelola agar dapat berdaya guna dan berhasil guna dalam mencapai tujuan organisasi.

2.2 Produktivitas Kerja Karyawan

a. Konsep produktivitas

Setiap perusahaan umumnya selalu ingin memperoleh keunggulan bersaing. Keunggulan tersebut dapat diperoleh melalui upaya peningkatan produktivitas perusahaan. Perusahaan juga selalu berusaha bertahan hidup dan selalu ingin memenangkan persaingan didunia bisnis, untuk mencapai hal itu perusahaan harus dapat meningkatkan produktivitasnya. Semakin tinggi produktivitas yang dicapai maka semakin tinggi pula harapan untuk mencapai tujuan perusahaan. Sebaliknya, semakin rendah produktivitas yang dicapai maka semakin rendah pula harapan untuk mencapai tujuan perusahaan. Secara umum produktivitas diartikan sebagai hubungan antara hasil nyata maupun fisik (barang-barang atau jasa) dengan masukan yang sebenarnya. Batasan tentang produktivitas dapat dilihat dari berbagai sudut pandang seperti Hasibuan (1999:126) sebagai berikut:

Produktivitas adalah perbandingan antara keluaran (output) dengan masukan (input). Produktivitas adalah perbandingan antara keluaran (output) dengan masukan (input). Produktivitas dipandang sebagai penggunaan intensif terhadap sumber-sumber konversi seperti tenaga kerja dan mesin yang diukur secara tepat dan benar-benar menunjukkan suatu penampilan yang efisiensi.

Sedarmayanti (2001:58) adalah sebagai berikut, “produktivitas merupakan rasio antara output atau keluaran dengan input atau masukan. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa pengertian produktivitas memiliki dua dimensi, yakni efektifitas dan efisiensi”.

Umar (2000:9) mengatakan bahwa:

Produktivitas mengandung arti sebagai perbandingan antara hasil yang dicapai (output) dengan keseluruhan sumber daya yang digunakan (input). Dengan kata lain produktifitas memiliki dua dimensi. Dimensi pertama adalah efektivitas dan dimensi kedua adalah efisiensi.

Grenberg (dalam Sinungan 2003:12) mendefinisikan “produktivitas sebagai perbandingan antara totalitas pengeluaran pada waktu tertentu di bagi totalitas masukan selama periode tertentu”. Menurut Sulistiyani dan Rosidah (2003:198) bahwa “rasio *output* dan *input* yang diidentifikasi dari hasil kinerja”. Grenberg (dalam Sinungan 2003:12) mendefinisikan “produktivitas sebagai perbandingan antara totalitas pengeluaran pada waktu tertentu di bagi totalitas masukan selama periode tertentu”. Anoraga dan Suyati (1995:122) mengartikan produktivitas sebagai berikut:

Produktivitas mempunyai pengertian yang berhubungan dengan efektivitas dan efisiensi. Efektivitas berhubungan dengan pencapaian tujuan yang telah dikaitkan dengan kerja manusia, sedangkan efisiensi lebih menekankan pada hasil kerja.

Menurut Sulistiyani dan Rosidah (2003:199) “Produktivitas menyangkut masalah hasil akhir, yakni seberapa besar hasil akhir yang diperoleh didalam proses produksi. Dalam hal ini tidak terlepas dengan efisiensi dan efektivitas.”

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa produktivitas merupakan suatu kombinasi dari efektivitas dan efisiensi, sehingga produktivitas dapat diukur. Semakin tinggi produktivitas yang dicapai semakin tinggi pula harapan untuk mencapai tujuan perusahaan. Berdasarkan teori Umar maka ukuran produktivitas yang dipergunakan adalah efektivitas (hasil guna) yaitu dengan memberikan seberapa jauh sasaran yang dapat dicapai.

b. Konsep Produktivitas Kerja karyawan

Konsep produktivitas kerja menurut Nawawi dan Martini (1990:54) mengatakan bahwa, “produktivitas kerja adalah hasil yang dicapai oleh personil dalam melaksanakan pekerjaan sesuai dengan beban kerja unit kerja masing-masing”.

Kemudian Nawawi dan Martini (1990:106) menambahkan bahwa, “pangkal tinggi rendahnya produktivitas adalah manusia, karena manusialah yang mengatur penggunaan sumber-sumber berupa pikiran, tenaga jasmani, waktu, uang dan material bahan baku”.

Menurut Laeham dan Wexley dalam Sedarmayanti (2001:65) produktivitas kerja adalah:

Produktivitas kerja individu dapat dinilai dan apa yang dilakukan oleh individu tersebut dalam kerjanya. Dengan kata lain, produktivitas individu adalah bagaimana seseorang melaksanakan pekerjaannya atas unjuk kerja/*job performance*)

Ravianto (1990:20) menyatakan bahwa “produktivitas kerja adalah sikap mental yang selalu mempunyai pandangan bahwa mutu hari ini harus lebih baik daripada kemarin, dan hari esok harus lebih baik dari hari ini”. Kemudian dipertegas oleh Kussriyanto (1991:2) mengatakan bahwa “produktivitas kerja secara spesifik ialah perbandingan antara hasil yang dicapai dengan peran serta tenaga kerja per satuan waktu”. Produktivitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan berasal dari hasil kerja yang dilakukan oleh setiap karyawan dan mencakup efektivitas dan efisiensi. Washnis dalam Saksono (2003:113) mengatakan bahwa:

Produktivitas kerja mengandung konsep utama yaitu efisiensi dan efektivitas, efisiensi mengukur tingkat sumber daya manusia, alam, keuangan yang dibutuhkan untuk memenuhi tingkat pelayanan yang dikehendaki, sedangkan efektivitas mengukur hasil dan mutu pelayanan yang dicapai.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa produktivitas kerja adalah bagaimana seseorang melaksanakan pekerjaannya atas unjuk kerja.

c. Pengukuran Tingkat Produktivitas Kerja Karyawan

Pengukuran produktivitas kerja karyawan suatu cara untuk melihat peningkatan atau penurunan yang terjadi dari dalam perusahaan. Sarana manajemen untuk menganalisis dan mendorong efektivitas dan efisiensi. Ditambahkan oleh Manullang (1994:22) bahwa “manfaat lain dari pengukuran produktivitas mungkin terlihat pada penempatan perusahaan yang tepat seperti dalam menentukan target atau

sasaran tujuan yang nyata dan dipertukarkan informasi antara manajemen dan tenaga kerja secara periodik terhadap masalah-masalah yang berkaitan”.

Sedarmayanti (2001:58) menyatakan pengertian efektivitas dan efisiensi adalah:

a. Efektivitas

Efektivitas merupakan suatu ukuran yang memberikan gambaran seberapa jauh sasaran dapat dicapai. Apabila efisiensi dikaitkan dengan efektivitas, meskipun terjadi peningkatan efektivitas belum tentu efisiensi meningkat. Efektivitas merupakan sesuatu yang memberikan gambaran target dapat tercapai. Efektivitas ini berkaitan dengan pencapaian unjuk kerja yang maksimal, dalam arti pencapaian target yang telah ditetapkan sebelumnya. Pelaksanaan kerja suatu karyawan dapat dinyatakan efektif, bila hasil guna yang tercapai sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya oleh perusahaan.

b. Efisiensi

Efisiensi merupakan suatu ukuran dalam membandingkan masukan/*input* yang direncanakan dengan penggunaan masukan/*input* yang sebenarnya terlaksana atau bagaimana pekerjaan tersebut dilaksanakan. Produktivitas mengikutsertakan pendayagunaan secara tepat sumberdaya-sumberdaya berupa tenaga kerja, kapital, bahan, teknologi, energi dan sumber-sumber lain menuju pengembangan perusahaan. Pendayagunaan ini haruslah secara efisien dengan kata lain dapat juga diartikan perbandingan masukan atau biaya dengan realisasi penggunaannya atau bagaimana pekerjaan itu dilaksanakan harus mempunyai nilai tinggi.

Pekerja lazim dijadikan faktor pengukur produktivitas. Atas dasar inilah kita dapat berbicara mengenai produktivitas kerja karyawan. Berdasarkan teori-teori mengenai produktivitas yang telah dikemukakan dapat dijelaskan bahwa produktivitas kerja adalah rasio *output* dan *input* yang diidentifikasi dari hasil kinerja. Produktivitas terdiri dari efektivitas dan efisiensi. Efektivitas adalah suatu ukuran yang memberikan gambaran seberapa jauh sasaran dapat dicapai. Efektivitas pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember diukur dengan menghitung kelebihan dari

target premi atau perbandingan pelaksanaan sekarang dengan target preminya. Efisiensi adalah suatu ukuran dalam membandingkan masukan/*input* yang direncanakan dengan penggunaan masukan/*input* yang sebenarnya terlaksana atau bagaimana pekerjaan tersebut dilaksanakan. Efisiensi pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember diukur dari kemampuan dan penguasaannya terhadap 10 langkah penjualan serta P3T Pemasaran. Semakin tinggi produktivitas yang dicapai semakin tinggi pula harapan untuk mencapai tujuan perusahaan. Untuk penghitungan Efektivitas dan Efisiensi Asuransi Jiwasraya (Persero) menentukan standar melalui nota dinas No. 075.ND.M.042002 tertanggal 9 April 2002 bahwa “masing-masing kriteria memiliki bobot penilaian untuk rasio produktivitas jika pencapaian realisasi lebih dari 50 % maka produktivitas tersebut dikatakan efektif”

2.3 Karyawan

Karyawan merupakan kekayaan utama suatu perusahaan, karena tanpa keikutsertaan mereka, aktivitas perusahaan tidak akan terjadi. Karyawan berperan aktif dalam menetapkan rencana, sistem, proses, dan tujuan yang ingin dicapai.

Hasibuan (2002:12) mengatakan bahwa :

karyawan adalah penjual jasa (pikiran dan tenaganya) dan akan mendapatkan kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu. Mereka wajib dan terikat untuk mengerjakan pekerjaan yang diberikan dan berhak memperoleh kompensasi sesuai dengan perjanjian. Posisi karyawan dalam suatu perusahaan dibedakan atas karyawan operasional dan karyawan manajerial (pimpinan).

Hasibuan (2002:12) menjelaskan bahwa karyawan operasional dan karyawan manajerial adalah :

- a. Karyawan operasional
Karyawan operasional adalah setiap orang yang secara langsung harus mengerjakan sendiri pekerjaannya sesuai dengan perintah atasan.
- b. Karyawan manajerial
Karyawan manajerial adalah setiap orang yang berhak memerintah bawahannya untuk mengerjakan sebagian pekerjaannya dan dikerjakan sesuai dengan perintah. Mereka mencapai tujuannya melalui kegiatan-

kegiatan orang lain. Karyawan manajerial ini dibedakan atas manajer lini dan manajer staf.

Ali (1993:91) mengemukakan bahwa:

Pada umumnya, pemasaran asuransi diselenggarakan melalui *representatives* perusahaan asuransi yang disebut agen. Agen asuransi adalah siapa saja yang dikuasakan oleh perusahaan asuransi untuk mencari, membuat, mengubah dan mengakhiri kontrak-kontrak asuransi dengan publik.

Karyawan pemasaran Asuransi Jiwasraya (PERSERO) *Branch Office* Jember diatur dalam nota dinas No. 074.ND.M.042002 tertanggal 9 April 2002 yang menyatakan bahwa :

Karyawan pemasaran Asuransi Jiwasraya (PERSERO) terdiri dari *Regional Manager* yang memimpin *Regional office*, *Branch Manager* yang memimpin sebuah *Branch Office*, serta *Area Manager* yang memimpin *Area Office*, serta memimpin *Junior Agent*, *Senior Agent*, *Executive Agent*, *Senior Executive Agent*.

Selanjutnya karyawan non pemasaran Asuransi Jiwasraya (PERSERO) diatur dalam Surat Keputusan Direksi nomor : 054.SK.U.042002 tentang pola pemasaran asuransi jiwa individu pasal 5 yang menyatakan bahwa :

Untuk membantu kegiatan operasional pemasaran maka setiap kantor pemasaran perlu memiliki kasir, kepala bagian tata usaha, tata usaha penagih dan bagian umum.

Karyawan pemasaran asuransi adalah seseorang yang ditugaskan oleh perusahaan asuransi untuk mencari, membuat, mengubah, dan mengakhiri kontrak-kontrak asuransi dengan nasabah melalui cara-cara tertentu dan akan mendapatkan kompensasi.

Antara teori Hasibuan dan data yang diperoleh dari observasi dilapang karyawan Asuransi Jiwasraya (PERSERO) dikelompokkan menjadi:

- a. Karyawan pemasaran adalah karyawan yang mempunyai tugas untuk menjual produk-produk asuransi dan mengembangkan serta membina hubungan baik dengan pelanggan. Karyawan pemasaran Asuransi Jiwasraya (PERSERO) *Branch Office* Jember adalah *Branch Manager*, *Area Manager*, *Junior Agent*, *Senior Agent*, *Executive Agent* dan *Senior Executive Agent*. *Branch office* adalah sebuah

kantor cabang dengan dikepalai *Branch Manager* atau kepala cabang yang mengatur karyawannya yaitu *Area Manager*, *Junior Agent*, *Senior Agent*, *Executive Agent* dan *Senior Executive Agent* serta karyawan non pemasaran.

- b. Karyawan non-pemasaran adalah karyawan yang bertugas untuk memastikan kegiatan kantor dapat berjalan dengan lancar (memastikan tagihan rutin bulanan terbayar tepat pada waktunya). Karyawan non pemasaran pada Asuransi Jiwasraya (PERSERO) *Branch Office* Jember adalah kasir, Ka. Bagian tata usaha, tata usaha bagian penagih dan tata usaha bagian umum.

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Menurut Umar (2005:4), metode penelitian dapat diartikan sebagai suatu cara atau jalan pengaturan atau pemeriksaan sesuatu. Ia bersifat empiris, artinya keputusan-keputusan diambil berdasarkan data empiris (pengalaman yang benar).

3.1.1 Tipe Penelitian

Berdasarkan tujuan yang dirumuskan peneliti, maka metode ini menggunakan tipe penelitian deskriptif. Menurut Travers dalam Umar (2005:87), “metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang sedang berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab dari suatu gejala tertentu”.

3.1.2 Tahap Tahap Persiapan

Dalam rangka mempersiapkan penelitian, peneliti perlu melakukan hal-hal sebagai berikut:

a. Menentukan daerah penelitian

Penentuan lokasi penelitian akan mempermudah dalam mencari data yang diperlukan untuk memecahkan masalah. Penelitian ini memilih lokasi penelitian Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember, dengan pertimbangan karena Asuransi Jiwasraya (Persero) adalah perusahaan jasa asuransi tertua di Indonesia dan satu-satunya Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Produk/jasa asuransi jiwa yang ditawarkan lengkap, terpadu dan berkualitas berdasarkan prinsip-prinsip asuransi jiwa. Asuransi Jiwasraya (Persero) juga berorientasi pada kebutuhan dan kepuasan nasabah, membangun komitmen yang tinggi untuk meningkatkan profesionalisme dan kesejahteraan agen dengan penyempurnaan penunjang motivasi kualitas kerja sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja.

b. Observasi pendahuluan

Observasi pendahuluan dilakukan dengan melihat langsung ketempat penelitian untuk mendapatkan informasi awal mengenai visi, misi, pola pemasaran asuransi jiwa individu, serta sistem kompensasi dan jumlah karyawan.

c. Studi Kepustakaan

Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk memperkaya teori-teori dan konsep-konsep tentang produktivitas.

d. Populasi

Sugiyono (2003:72) mengatakan bahwa “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Populasi karyawan pemasaran Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember adalah *Junior Agent, Senior Agent, Executive Agent* dan *Senior Executive Agent*. Populasi penelitian ini adalah Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember berjumlah 30 orang.

e. Penentuan sampel

Penentuan sampel merupakan bagian dari populasi yang diharapkan bisa mewakili dari populasi secara keseluruhan. Sugiyono (2003:72) berpendapat bahwa “sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Mengenai besar kecilnya sampel harus diambil, Mantra dalam Singarimbun dan Efendi (1995:25) mengemukakan bahwa:

Besarnya sampel yang harus diambil untuk mendapatkan data representatif beberapa peneliti menyatakan bahwa besarnya sampel tidak boleh kurang dari 10% tetapi ada juga ahli yang menyatakan sampel minimal 5% dari jumlah elementer suatu populasi.

Penentuan sampel menurut Hadi (2002:73) adalah “sebenarnya tidak ada suatu ketetapan yang mutlak berapa persen suatu sampel harus diambil dari populasi, ketiadaan yang mutlak itu tidak diperlukan menimbulkan keragu-raguan pada seorang penyidik”

Sugiyono (2003:78) berpendapat bahwa teknik sampling jenuh adalah “teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang”. Berdasarkan teori tersebut peneliti mengambil beberapa sampel karyawan pemasaran Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember yaitu sebesar 20 responden.

3.1.3 Tahap Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data diperlukan dalam rangka memperoleh data yang akurat atau valid untuk keberhasilan penelitian. Menurut Nasir (1999:211) mendefinisikan “pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan”. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Teknik Observasi

Menurut Hadi (2002:136) bahwa “observasi adalah pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki”. Dengan observasi maka akan memperoleh gambaran tentang . Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember khususnya tentang variabel produktivitas kerja karyawan pemasaran.

b. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2003:135) bahwa “kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden”. Jadi kuesioner merupakan alat untuk mengumpulkan data dengan sejumlah pertanyaan tertulis yang telah disiapkan. Kuesioner pada penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup menurut Rangkuti (2003) adalah “pertanyaan yang sudah menggiring ke jawaban yang alternatifnya sudah ditetapkan”.

c. Teknik dokumentasi

Teknik dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh informasi dan data sekunder berupa dokumen dan nota dinas yang ada pada Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember yang berkaitan dengan produktivitas kerja karyawan pemasaran.

d. Teknik wawancara

Wawancara dilakukan untuk memperoleh data penelitian yang mendalam dan akurat. Wawancara dilakukan dengan pihak-pihak yang berkompeten dalam Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember.

3.14 Definisi Operasional

Berdasarkan dari konsep produktivitas oleh Sulistiyani dan Rosidah, konsep Nawawi dan Martini maka definisi operasional dan produktivitas dalam penelitian ini didefinisikan sebagai berikut:

Produktivitas karyawan pemasaran pada Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* adalah membandingkan antara target atau standar kerja dengan realisasi kerja yang dengan ulasan persen. Produktivitas dalam ukuran efektivitas adalah membandingkan standar kerja dengan hasil kerja, dengan batasan sebagai berikut:

1. Pencapaian kerja (realisasi) 50% keatas adalah efektif.
2. Pencapaian kerja (realisasi) kurang dari 50% adalah tidak efektif.

3.1.4 Tahap Pengolahan Data

Langkah – langkah yang dilakukan antara lain melalui pemeriksaan data yang dilakukan setelah data kuesioner terkumpul. Langkah ini dilakukan dengan memeriksa kembali kuesioner tersebut satu persatu. Pemeriksaan data dilakukan dengan maksud untuk mengecek apakah kuesioner telah terisi secara lengkap dan mengetahui apakah data tersebut siap untuk diproses lebih lanjut.

3.1.5 Tahap Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan yang paling menentukan sebagai langkah pembuktian. Metode analisis dalam penelitian ini adalah tabulasi. Menurut Koentjaraningrat dalam Arsyad dan Soeratno (1993:136), “tabulasi merupakan proses penghitungan frekuensi yang terbilang didalam masing-masing kategori. Hasil perhitungan tersebut disajikan dalam bentuk tabel”.

Melalui tahap ini jawaban yang serupa dikelompokkan kemudian dijumlahkan dan diprosentasekan. Dalam tabulasi tampak ringkas dan bersifat rangkuman dalam keadaan yang ringkas dan tersusun dalam suatu tabel, data dapat dibaca dengan mudah sehingga maknanya mudah dipahami. Menurut Arsyad dan Soeratno (2003:136):

Tabulasi merupakan tahap lanjutan dalam rangkaian proses analisis data. Pada tahap ini dianggap data telah selesai diproses sehingga benarlah kata sementara orang bahwa tabulasi itu merupakan langkah yang penting artinya, yang dapat “memaksa untuk berbicara”. Dengan tabulasi akan segera tampak ringkas dan bersifat rangkuman. Dalam keadaan yang

ringkas dan tersusun ke dalam suatu tabel yang baik, maka data dapat dibaca dengan mudah dan maknanya mudah dipahami.

3.2 Tahap Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan pada dalam penelitian ini dilakukan dengan cara deduktif yaitu penarikan kesimpulan dengan teori yang bersifat umum untuk memperoleh kesimpulan yang bersifat khusus sesuai dengan realisasi sebenarnya. Pada tahap akhir ini peneliti dapat mendeskripsikan produktivitas kerja pada Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember.

IV. GAMBARAN PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) merupakan perusahaan asuransi jiwa yang pertama kali berdiri di bumi Nusantara. Berawal dari keinginan beberapa warga Hindia-Belanda (sebutan untuk Indonesia saat itu), yang terdiri atas kaum profesional, di kota Batavia (kini Jakarta) pada pertengahan abad ke-19 yang salah satunya bertujuan mendidik anggota masyarakat secara berencana mempersiapkan masa depan, maka lahirlah perusahaan asuransi jiwa yang diberi nama *Nederlansche Levensverzekering en Lijfrente Maatschappij* (NILLMIJ). Berdiri pada tanggal 31 Desember 1859 berdasarkan Akta Notaris William Henry Herklots nomor 185.

Tanggal berdirinya NILLMIJ itulah yang kemudian ditetapkan menjadi hari jadi Jiwasraya. Jiwasraya sendiri hadir dari hasil peleburan sembilan perusahaan asuransi jiwa milik Belanda, dimana memang NILLMIJ merupakan yang terbesar ditambah dengan satu perusahaan milik nasional, yaitu PT. Pertanggungjawaban Djiwa Dharma Nasional yang berlaku sejak tanggal 23 Maret 1973. Dasar pendiriannya adalah Akta notaris Mohamad Ali nomor 12 tahun 1973.

Jejak panjang perjalanannya selama 141 tahun terakhir telah membuat Jiwasraya, selain lebih memahami dinamika masyarakat Indonesia, juga memiliki kontribusi yang tidak kecil dalam pembangunan dunia perasuransian nasional khususnya dan pembangunan bangsa umumnya. Kini, dalam suasana kemajuan bisnis asuransi jiwa kian diwarnai persaingan ketat serta melibatkan perangkat kerja yang kian canggih, Jiwasraya berhasil tampil menjadi salah satu perusahaan asuransi jiwa yang terkemuka. Posisi papan atas yang diraih Jiwasraya mencerminkan kemampuan Jiwasraya bersaing secara bebas kendati merupakan satu-satunya perusahaan asuransi jiwa milik negara (Badan Usaha Milik Negara/BUMN).

Pada akhir tahun 2000 nilai aset yang dimilikinya sebesar Rp. 1,98 trilyun dengan pangsa pasar/*market share* yang terus meningkat, menyusul diraihnya total peserta asuransi/ pemegang polis sejumlah 2,66 juta. Jaringan pemasaran dan

pelayanan Jiwasraya relatif terbentang luas dan tersebar di seluruh Indonesia. PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) terdiri atas 17 *regional office*, 70 *Branch Office*, 226 *area office* dan 24 *metropolitan marketing office* serta didukung oleh sumber daya manusia (SDM) sejumlah 1.565 orang karyawan, sekitar 4.553 agen dan 614 penagih. SDM yang berpendidikan sarjana (S1,S2,S3) sebanyak 19,55%, diploma/sarjana muda 10,03% dan non diploma 70,42%.

4.2 Visi dan Misi

4.2.1 Visi

Visi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) adalah menjadi perusahaan jiwa komersial yang terpercaya dan terkemuka.

4.2.2 Misi

PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara yang ingin menjadikan dirinya sebagai perusahaan asuransi yang terpercaya dan terkemuka, berkewajiban:

- a. Menunjang kebijakan dan program pemerintah dibidang ekonomi keuangan dan pembangunan industri asuransi jiwa.
- b. Menghasilkan produk-produk unggulan yang memberikan perlindungan optimal kepada pemegang polis.
- c. Mengembangkan bisnis asuransi jiwa dan menjaga kesinambungan pelayanan terhadap para pemakai jasa asuransi jiwa.
- d. Menjaga dan menumbuh kembangkan kepercayaan masyarakat khususnya para pemegang polis.
- e. Mencapai pertumbuhan yang setinggi-tingginya dengan kekuatan dan kompetensi diri.
- f. Memberi nilai serta manfaat yang sebesar-besarnya kepada pemegang polis, pemegang saham, sumber daya manusia/pengelola usaha dan masyarakat pada umumnya.

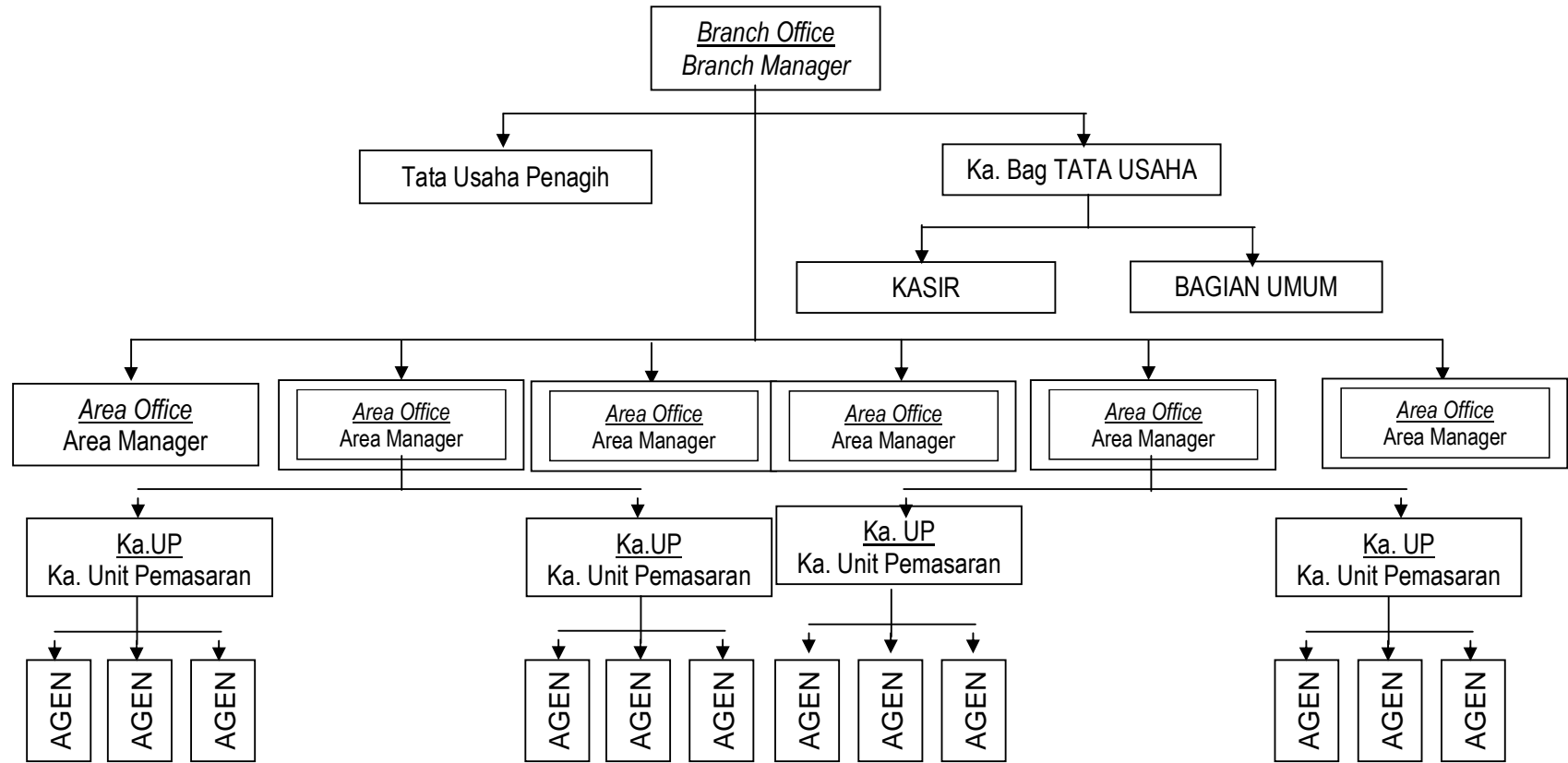
4.3 Garis Besar Strategi Operasi Perusahaan

PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) dalam rangka mewujudkan visi dan misi memfokuskan seluruh kegiatan dan sumber dayanya pada upaya peningkatan pertumbuhan dan pengembangan perusahaan yang realisasinya dilakukan secara profesional dan konsisten melalui program dan strategi operasional proaktif dengan keunggulan-keunggulan pada:

- a. Daya saing disetiap lini operasi perusahaan;
- b. Inovasi dan kualitas produk;
- c. Sumber daya manusia;
- d. Perangkat penunjang.

4.4 Tempat dan Kedudukan PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember

PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember bertempat dan berkedudukan di jalan P.B. Sudirman No. 31 Jember 68118, telp. (0331) 487 464 dan fax (0331) 486 130. Email: per_nb@jiwasraya.co.id. PT. Asuransi jiwasraya (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa yaitu asuransi. PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) adalah perusahaan asuransi yang tertua di Indonesia sehingga memiliki pengalaman yang cukup untuk menangani berbagai hal yang menyangkut asuransi jiwa.



Gambar 2.6 : Struktur Organisasi Asuransi Jiwasraya (Persero)

Sumber : Asuransi jiwa raya (Persero) *Branch Office Jember*, 2006

Keterangan struktur organisasi:

Gambaran tugas, wewenang dan tanggung jawab masing-masing jabatan dalam menjalankan roda perusahaan adalah sebagai berikut:

a. *Branch Manager*

- 1) Mengkoordinasikan dan membimbing semua kegiatan dan urusan perusahaan
- 2) Mencari, mengadakan dan memelihara hubungan baik dengan semua pihak ketiga terutama dengan calon tertanggung pemegang polis.
- 3) Mengusulkan pengangkatan dan pemberhentian karyawan bila dipandang perlu oleh *Regional Manager*.
- 4) Menandatangani surat-surat berharga.
- 5) Menerima pelaksanaan tugas kepada bawahannya sesuai pembagian tugas yang telah ditetapkan.
- 6) Memberikan pertanggungjawaban kepada *Regional Manager*.
- 7) Menjaga hubungan antar karyawan dibawahnya.

b. Kasir

- 1) Menyusun rencana urusan keuangan dengan meneliti berkas tagihan pemeliharaan perlengkapan kantor, gedung kantor, telepon dan lain-lain untuk menyelesaikan penyelesaian pembayaran.
- 2) Meneliti kelengkapan dan kebenaran konsep SPP beban sementara, beban tetap dan SPP belanja pegawai sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 3) Meneliti kelengkapan dan kebenaran konsep register penutupan kas sesuai ketentuan yang berlaku.
- 4) Melakukan pembayaran gaji sesuai daftar pegawai.
- 5) Melakukan pembayaran atas tagihan beban anggaran belanja rutin.
- 6) Melaksanakan pembayaran atas tagihan beban Anggaran Belanja Rutin.

c. Kepala bagian tata usaha

- 1) Menangani proposal *new business* dan perubahan polis (memeriksa dan memastikan kelengkapan pengisian serta dokumen-dokumen pendukungnya sebelum dikirim ke kantor pusat)
- 2) Menindaklanjuti kasus-kasus pending.

- 3) Membuat laporan-laporan sehubungan dengan agen.
 - 4) Memelihara database agen.
 - 5) Menindaklanjuti pembayaran hak-hak karyawan pemasaran (komisi, gaji, bonus-bonus dan lain-lain).
 - 6) Menyiapkan ilustrasi produk kepada para agen.
 - 7) Membantu dalam menjelaskan produk-produk asuransi kepada calon nasabah.
 - 8) Membantu kantor pusat untuk kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh perusahaan.
- d. Tata usaha bagian penagih
- Melakukan aktivitas menagih kepada setiap nasabah sesuai jadwal yang telah ditentukan.
- e. Tata usaha bagian umum
- 1) Memastikan kegiatan kantor dapat berjalan dengan lancar (memastikan tagihan rutin bulanan terbayar tepat pada waktunya).
 - 2) Memastikan kantor dalam keadaan bersih dan nyaman.
 - 3) Memastikan laporan-laporan dan surat-surat terdistribusi dengan lancar.
 - 4) Membantu kantor pusat untuk kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh perusahaan.
 - 5) Melayani tamu, menerima dan menjawab telpon (operator telepon).
 - 6) Membantu dalam menjelaskan produk-produk asuransi kepada calon nasabah.
 - 7) Membantu pimpinan kantor pemasaran dalam pekerjaan administrasian dan korespondensi.
 - 8) Mengkoordinasi dengan *Finance Administration Departement* dalam hal pengaturan bulanan/*petty cash* kantor pemasran.
 - 9) Proaktif untuk bekerjasama dalam urusan yang berhubungan dengan *General Affair & Logistic Departement*.
 - 10) Mengatur dan memelihara interior kantor, misalnya papan pengumuman, papan pengumuman untuk *The Best Producer* dan asesori lain yang

berhubungan dengan kontes, kampanye atau kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan aktivitas agen.

- 11) Mengontrol alat tulis kantor dan fasilitas kantor agar selalu tersedia dan dapat dipergunakan.

f. *Area Manager*

- 1) Melakukan pembinaan dan bimbingan kepada para kepala unit produksi (Ka.UP)
- 2) Melakukan monitoring terhadap aktivitas para Ka.UP dibawah koordinasinya.
- 3) Melakukan hubungan dengan pihak ekstern untuk dijalin suatu kerjasama dengan lembaga, yayasan, kantor dan lain-lain.
- 4) Melakukan aktivitas administrasi dalam unit organisasi yang dipimpinnya.

g. Kepala Unit Produksi

- 1) Mencari, melobi kemungkinan mampu dan kesempatan untuk membuka pasar atau menyediakan pasar bagi agen.
- 2) Mengevaluasi, memotivasi aktivitas agen.
- 3) Membantu strategi penjualan dan pemasaran asuransi jiwa.
- 4) Melaporkan kepada *Area Manager* tentang hasil kegiatan operasional.
- 5) Melakukan aktivitas administrasi dalam unit organisasi yang dipimpinnya.

h. Agen

- 1) Menjelaskan manfaat asuransi jiwa kepada masyarakat yang layak sekaligus menawarkan.
- 2) Membantu menyelesaikan kendala yang timbul dimasyarakat yang ditimbulkan oleh hubungan bisnis antara asuransi jiwa dengan perusahaan.
- 3) Terhadap masyarakat yang berkeinginan berasuransi atas jiwanya, agen wajib melakukan penutupan asuransi jiwa tersebut, sekaligus membantu menyelesaikan segala persyaratan administrasi.

4.5 Kegiatan Pokok Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember

Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember menawarkan produknya dengan melakukan 10 langkah siklus penjualan sebagai landasan uraian tugas bagi tiap-tiap karyawan pemasaran. 10 langkah tersebut juga merupakan kegiatan pokok bagi para karyawan pemasaran yang meliputi:

- a. Siklus *prospecting*, yaitu aktivitas mematangkan data bagi karyawan pemasaran dari masih berkualifikasi suspek menjadi berkualifikasi prospek. Tugas karyawan pemasaran dalam siklus ini adalah untuk melakukan kontak awal secara langsung dengan prospek.
- b. Siklus penjajakan, yaitu aktivitas agen untuk mempersiapkan mental, pengetahuan, perlengkapan dan ketrampilan sebelum melakukan kontak untuk bertemu dengan prospek. Penampilan yang meyakinkan dari karyawan pemasaran untuk memantapkan prospek dalam menentukan sikapnya sangat diperlukan. Siklus penjajakan ini dilakukan dengan cara:
 - 1) Menjelaskan tentang sifat pelayanan yang ditawarkan sehingga dapat memunculkan *image* yang baik dari sebagian besar prospek;
 - 2) Mampu memberikan informasi berkualitas yang dapat meyakinkan prospek bahwa sebagai karyawan asuransi harus mempunyai informasi yang dibutuhkan;
 - 3) Dalam berdialog harus mampu menciptakan suasana ramah, tidak menekan, memusatkan fokus pembicaraan, pemberian alternatif pilihan dan janji yang jelas untuk pertemuan selanjutnya;
 - 4) Membuat surat pada pertemuan awal yang berisi tentang rencana wawancara dan terkesan bukan mencerminkan penawaran produk, pelayanan yang bernialai dan diminati, jelas dan padat;
 - 5) Apabila pembicaraan lewat telpon hendaknya dapat mengusahakan calon prospek agar mau berdialog, menghindari pembicaraan yang tidak relevan, dan berikan alternatif untuk memberikan tanggapan;
 - 6) Mengarahkan pembicaraan pada satu fokus dan usahakan untuk menghindari pembicaraan yang sifatnya keberatan;

- 7) Jika prospek memberikan penolakan maka usahakan untuk menghindari pembicaraan pembicaraan yang sifatnya memberatkan;
 - 8) Berusaha untuk meyakinkan dan mencoba menghubungi kembali baik lewat telpon maupun tatap muka jika prospek memberikan penolakan.
- c. Siklus pendekatan, yaitu aktivitas berkunjung untuk membuat janji berkunjung yang lebih mantap sebagai pijakan menggali fakta. Aktivitas ini dapat terjadi lebih dari satu kali yang telah diawali dengan pembicaraan awal, pendekatan ini bertujuan untuk mendapatkan data yang telah teridentifikasi pada tahapan sebelumnya.
 - d. Siklus pencarian fakta, yaitu aktivitas untuk memperoleh data dan MBU yang benar dengan menggunakan pertanyaan terbuka dan tertutup secara tepat. Ada dua macam bentuk informasi, yaitu:
 - 1) Berkaitan dengan motivasi yang mampu membangkitkan emosi dan kejiwaan prospek sehingga mempunyai keinginan untuk membeli produk;
 - 2) Berkaitan dengan fakta yang mengidentifikasi kebutuhan khusus dari saran dalam memenuhi kebutuhan tersebut sehingga meringankan prospek dalam menentukan alokasi dana yang dapat dimanfaatkan untuk produk.
 - e. Siklus pemberian solusi, yaitu aktivitas untuk memastikan solusi yang tepat atas masalah yang dipikirkan prospek tentang perencanaan keuangan/ perlindungan mereka dan keluarga. Karyawan pemasaran harus mengetahui keadaan keuangan prospek untuk mendesain solusi atas permasalahan yang disampaikan dan mengetahui permasalahan yang membebani pikiran prospek. Keterampilan dasar yang diperlukan dalam melengkapi langkah-langkah rancangan solusi dalam siklus penjualan:
 - 1) Mengungkapkan keperluan yang paling kritis dalam pikiran prospek;
 - 2) Menggunakan dialog ringan yang mampu menjadi jembatan antara pencarian fakta dan presentasi.
 - f. Siklus presentasi, yaitu aktivitas untuk menyelesaikan penyelesaian yang jitu atas solusi yang disepakati. Karyawan pemasaran harus memberikan fokus pada kebutuhan prospek yang mampu memberikan lontaran balik atas keberatan-keberatan prospek.

- g. Siklus penutupan, yaitu aktivitas untuk mendapatkan kesepakatan prospek membeli plan asuransi. Lima kemampuan dasar yang perlu dimiliki karyawan pemasaran agar prospek mengatakan “ya”:
 - 1) Memiliki cara bagaimana menjembatani antara presentasi penjualan dengan penutupan;
 - 2) Menguasai teknik penutupan seperti mengupayakan janji penutupan, hati-hati memberikan alternatif, melakukan penutupan berdasarkan komitmen, dan lain-lain;
 - 3) Memakai ungkapan yang mengandung fakta dan kisah nyata yang membantu dalam memotivasi untuk membeli;
 - 4) Mengatasi keberatan atau penanggulangan ketika prospek mengatakan lain kali.
- h. Siklus *under writing*, yaitu aktivitas penyaringan resiko agar proses penerbitan polis berjalan lancar. Karyawan pemasaran dalam siklus ini harus mengisi SP/SKK dengan prosedur *under writing* yang benar mengingat kepercayaan prospek terletak pada jaminan dari karyawan pemasaran.
- i. Siklus penyerahan polis, yaitu aktivitas karyawan pemasaran untuk menyerahkan polis dengan menjelaskan hak dan kewajiban pemegang polis dan mendapatkan persetujuan atas plan asuransi yang dibelinya. Penyerahan polis ini bisa dibarengi dengan penutupan ulang/baru, meminta pemegang polis berfikir untuk mengadakan penutupan berikutnya atau meminta referensi.
- j. Siklus pelayanan, yaitu aktivitas menjaga hubungan baik dengan pemegang polis agar diperoleh *repeat business*. Memberitahukan kepada pemegang polis tentang posisi karyawan pemasaran dalam hal pelayanan perusahaan.

4.6 Hirarkhi Agen

Jenjang karir dan kepangkatan Agen di Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember adalah:

- a. *Junior Agent*
- b. *Senior Agent*
- c. *Executive Agent*

d. *Senior Executive Agent*

4.7 Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia pada Asuransi Jiwasraya (Persero) memegang peranan penting dalam menunjang keberhasilan operasional perusahaan, sehingga seleksi terhadap tenaga kerja merupakan salah satu strategi dari perusahaan dalam menghasilkan karyawan yang berkualitas. Karyawan Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember terdiri dari:

- a. Karyawan operasional/Agen
 - b. Karyawan non-operasional
- a. Karyawan operasional/Agen Asuransi Jiwasraya (Persero) terdiri dari:
- 1) Agen karir, yaitu yang terikat pada Standar Aktivitas Agen, antara lain *Junior Agent, Senior Agent, Executive Agent, Senior Executive Agent*.
 - 2) Agen Non-Karir, yaitu Agen yang tidak terikat pada Standar Aktivitas Agen dan tidak mempunyai kepangkatan, antara lain agen khusus.

Syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk menjadi Agen Karir/Non-Karir Asuransi Jiwasraya (Persero) adalah sebagai berikut:

- 1) Usia
 - a) Pria minimal 25 tahun
 - b) Wanita minimal 23 tahun
- 2) Pendidikan minimal SLTA/SMU
- 3) Diutamakan;
 - a) Memiliki kemampuan/ketrampilan tambahan (komputer, bahasa asing dan lain-lain)
 - b) Memiliki kemampuan kerja.
 - c) Telah berkeluarga.
 - d) Memiliki kendaraan bermotor.
- 4) Sehat jasmani dan rohani serta berpenampilan menarik.
- 5) Mempunyai kesiapan mental yang meliputi kemauan dan keberanian untuk menjadi agen.

- 6) Memiliki dan menyerahkan daftar calon prospek potensial minimal 25 orang.
- 7) Domisili, dibuktikan dengan KTP atau bukti diri lain.

Syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk menjadi Agen Khusus Asuransi Jiwasraya (Persero) adalah sebagai berikut:

- 1) Usia minimal tahun 30
 - 2) Penampilan/*performance* sangat menarik.
 - 3) Mempunyai pengaruh yang kuat di masyarakat.
 - 4) Diutamakan memiliki kendaraan bermotor beroda empat.
 - 5) Mempunyai domisili yang jelas dan tetap.
 - 6) Diutamakan yang telah berkeluarga.
 - 7) Memiliki kemampuan interpersonal yang memadai.
- b. Syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk menjadi karyawan non-pemasaran Asuransi Jiwasraya (Persero) adalah sebagai berikut:
- 1) Latar belakang pendidikan minimal S-1
 - 2) Usia minimal tahun 24
 - 3) Mampu berbahasa inggris, memiliki nilai tambah jika mampu berbahasa asing yang lain.
 - 4) Pengalaman kerja minimal 1 tahun
 - 5) Dapat mengoperasikan microsoft.

4.8 Bidang Usaha Asuransi Jiwasraya (Persero)

Bidang usaha yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) tidak hanya terbatas pada asuransi jiwa (*life insurance*) secara murni tetapi juga mengandung asuransi kesehatan (*health insurance*) yang ditunjukkan dengan adanya produk yang memberikan perlindungan terhadap resiko kematian wajar dan terhadap resiko akibat kecelakaan. Secara umum resiko-resiko yang mungkin dihadapi oleh manusia dalam kehidupan adalah:

- a. Meninggal dunia, baik secara alamiah (wajar) maupun kecelakaan;
- b. Cacat badan, sebagian atau seluruhnya baik akibat sakit maupun kecelakaan;

- c. Hari tua, dimana kondisi yang memaksa turunnya nilai ekonomi manusia karena berkurangnya kemampuan untuk bekerja dan berproduksi.
- d. Peristiwa lain yang tergolong dapat menimbulkan kerugian secara ekonomis. Jenis-jenis resiko tersebut dalam digolongkan menjadi 3 (tiga):
 - 1) Resiko yang sudah pasti akan terjadi tetapi waktu terjadinya tidak dapat dipastikan, yaitu peristiwa kematian;
 - 2) Resiko yang sudah pasti akan terjadi dan sudah dapat diperhitungkan terjadinya, yaitu lanjut usia;
 - 3) Resiko yang tidak diketahui akan terjadi/tidak, yaitu kecelakaan atau kesehatan.

Asuransi Jiwasraya (Persero) dalam mengantisipasi resiko-resiko tersebut menawarkan produk-produk jasa yang memiliki fungsi tabungan (*saving function*) yaitu sebagai sarana untuk menabung dengan bentuk setoran premi yang dibayarkan ke perusahaan asuransi dan fungsi perlindungan (*protection function*) yaitu dengan adanya setoran premi berarti pemegang polis memperoleh perlindungan *finansial* dengan jumlah yang ditetapkan sebelumnya.

4.9 Produk-Produk Asuransi Jiwasraya

Asuransi Jiwasraya (Persero) dalam menghadapi tuntutan zaman berusaha menyesuaikan setiap produk-produknya agar masyarakat tertarik dan merasa aman dalam perlindungannya. Perkembangan dunia memicu setiap manusia melakukan sesuatu serba cepat dan praktis, sehingga hal inilah yang membuat manusia menuntut segala hal serba praktis. Berdasarkan kenyataan tersebut PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) berperan aktif dalam merespon perkembangan dengan selalu meluncurkan produk-produk baru dan bidang usaha yang diminati oleh masyarakat.

a. Asuransi Jiwa Individu

Asuransi Jiwa Individu adalah pertanggungan yang ditutup seseorang untuk dirinya sendiri/orang lain (hanya untuk satu orang saja) karena adanya kesadaran akan resiko-resiko yang akan dihadapi di masa mendatang. Asuransi jiwa individu yang ditawarkan Asuransi Jiwasraya (Persero),

antara lain Permata hati (adalah asuransi beasiswa untuk melanjutkan sekolah yang dibayarkan pada tahapan dana masuk sekolah dan selama kuliah), Dana Prima Wisuda (adalah asuransi beasiswa untuk melanjutkan sekolah yang dibayarkan secara tahapan atau secara berkala), Catur Karsa (adalah program asuransi beasiswa untuk 5 tahun).

b. Asuransi Jiwa Kumpulan

Asuransi jiwa kumpulan adalah jaminan terhadap resiko-resiko asuransi jiwa kumpulan ini tidak berbeda dengan asuransi jiwa individu, hanya saja dalam pelaksanaan terdapat sedikit perbedaan. Jika pada asuransi jiwa individu segala sesuatunya hanya untuk satu orang saja, maka pada asuransi jiwa kumpulan diatur sebagai berikut:

1) Adanya polis induk /*master polis*

Polis induk /*master polis* adalah polis yang diterbitkan hanya satu buah untuk beberapa peserta (tertanggung) dan dipegang oleh majikan dari suatu instansi, sedangkan untuk masing-masing peserta diberikan sertifikat sebagai buktinya.

2) Pada umumnya peserta tidak melalui pemeriksaan kesehatan.

3) Preminya dapat dibayar sendiri/melalui majikan.

4) Peserta asuransi ini biasanya adalah pegawai dari suatu instansi, siswa sekolah/mahasiswa.

Asuransi jiwa kumpulan yang ditawarkan Asuransi Jiwasraya (Persero), antara lain jenis produk top-up.

4.10 Sistem Kompensasi

4.10.1 Kompensasi Finansial

a. Kompensasi Agen Karir terdiri dari:

- 1) Tunjangan Akusisi;
- 2) Bantuan Transpor;
- 3) Tunjangan Profesi;
- 4) Komisi Penutupan PP;

- 5) Perangsang Produksi PP;
- 6) Bonus Tahunan PP.
- b. Kompensasi Agen Non-Karir terdiri dari:
 - 1) Komisi Penutupan;
 - 2) Perangsang Produksi PP;
 - 3) Bonus Tahunan PP.
- c. Kompensasi Agen khusus hanya diberikan komisi penutupan PP tahun pertama.

4.10.2 Kompensasi Non-Finansial

- a. Bantuan rawat inap rumah sakit karena kecelakaan;
- b. Bantuan rawat inap rumah sakit karena sakit;
- c. Tunjangan hari tua;
- d. Jaminan sosial tenaga kerja (Jamsostek);
- e. Tunjangan masa kerja/cuti;
- f. Pakaian kerja;
- g. Penghargaan masa bhakti;
- h. Bantuan biaya pindah (apabila dipindahkan oleh perusahaan)

4.11 Produktivitas

4.11.1 Produktivitas Perusahaan

Produktivitas kerja perusahaan PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) dihitung berdasarkan perbandingan antara jumlah polis yang dihasilkan dengan total karyawan pemasaran dan persentase realisasi target premi tahun pertama.

4.12 Evaluasi Kinerja Agen PT. Asuransi Jiwasraya (Persero)

Evaluasi kinerja karyawan pemasaran PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) dilakukan agar sasaran yang telah ditetapkan pada rencana kerja sebagai acuan didalam melaksanakan aktivitas dapat direalisasikan secara optimal. Tujuan evaluasi ini digunakan untuk mengetahui tingkat keberhasilan dalam waktu tertentu sehingga dapat segera diketahui kekurangan atau hambatan-hambatan yang mungkin terjadi dan sekaligus dapat melakukan koreksi-koreksi maupun mengambil langkah-langkah kongkrit agar diperoleh kesuksesan. Tahapan

evaluasi yang ditetapkan PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) terhadap agen, antara lain:

- a. Mingguan (setiap Sabtu)
- b. Bulanan (setiap awal bulan berikutnya)
- c. Triwulanan (setiap awal triwulan berikutnya)
- d. Semesteran (setiap awal semesteran berikutnya)
- e. Tahunan (setiap awal tahun berikutnya)

4.13 Realisasi Premi Karyawan Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember pada semester I Tahun 2005

Tabel 4.1 Realisasi Premi Karyawan Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember pada semester I Tahun 2005

No. Resp	Sub Bagian	Standar Premi Semester I (Rp)	Realisasi Semester I (Rp)	% Realisasi	Efektif
					Tidak efektif
1.	Junior Agent	42.000.000	45.000.000	107	Efektif
2.	Senior Agent	252.000.000	159.000.000	63	Efektif
3.	Junior Agent	42.000.000	39.000.000	93	Efektif
4.	Junior Agent	42.000.000	60.000.000	143	Efektif
5.	Senior Agent	252.000.000	150.000.000	60	Efektif
6.	Junior Agent	42.000.000	60.000.000	143	Efektif
7.	Junior Agent	42.000.000	70.000.000	167	Efektif
8.	Junior Agent	42.000.000	40.000.000	95	Efektif
9.	Senior Agent	252.000.000	200.000.000	79	Efektif
10.	Senior Agent	252.000.000	350.000.000	139	Efektif
11.	Junior Agent	42.000.000	25.000.000	60	Efektif
12.	Senior Agent	252.000.000	150.000.000	60	Efektif
13.	Junior Agent	42.000.000	59.000.000	140	Efektif
14.	Senior Agent	252.000.000	189.000.000	75	Efektif
15.	Executive Agent	756.000.000	368.000.000	49	Efektif
16.	Senior Executive Agent	2.268.000.000	1.900.000.000	84	Efektif
17.	Executive Agent	756.000.000	400.000.000	53	Efektif
18.	Senior Executive Agent	2.268.000.000	500.000.000	22	Tidak Efektif

19.	Executive Agent	756.000.000	659.000.000	87	Efektif
20.	Executive Agent	756.000.000	569.000.000	75	Efektif
JUMLAH			5.992.000.000		

Sumber: Asuransi Jiwasraya (Persero) Branch Office Jember

Keterangan :

Produktivitas semester II karyawan pemasaran dalam ukuran efektifitas:

-Efektivitas	=	95%
-Tidak efektif	=	5%

4.14 Produktivitas Kerja Karyawan Pemasaran Berdasarkan Target, Efektifitas

Tabel 4.2 Produktivitas Kerja Karyawan Pemasaran Berdasarkan Target, Efektifitas

No	Sub Bagian	Standar Premi 1 th Dalam jt	Realisasi Semester I (Rp dlm jt)	Realisasi Semester II (Rp dlm jt)	Jumlah Realisasi 1 tahun (dlm jt)	% Realisasi	Efektif
							Tidak efektif
1.	Junior Agent	84	45	42	87	104	Efektif
2.	Senior Agent	504	159	200	359	71	Efektif
3.	Junior Agent	84	39	50	89	106	Efektif
4.	Junior Agent	84	60	100	160	190	Efektif
5.	Senior Agent	504	150	200	350	69	Efektif
6.	Junior Agent	84	60	75	135	161	Efektif
7.	Junior Agent	84	72	25	95	113	Efektif
8.	Junior Agent	84	40	62	102	121	Efektif
9.	Senior Agent	504	200	500	700	139	Efektif
10.	Senior Agent	504	350	100	450	89	Efektif
11.	Junior Agent	84	25	80	105	125	Efektif
12.	Senior Agent	504	150	250	400	79	Efektif
13.	Junior Agent	84	59	27	86	102	Efektif
14.	Senior Agent	504	183	156	345	68	Efektif
15.	Executive Agent	1.512	386	548	916	61	Efektif
16.	Senior Executive Agent	4.536	1.900	1.000	2.900	64	Efektif
17.	Executive	1.512	400	598	998	66	Efektif

	Agent						
18.	Senior Executive Agent	4.536	500	2.000	2.500	55	Efektif
19.	Executive Agent	1.512	659	359	1.018	67	Efektif
20.	Executive Agent	1.512	569	354	923	61	Efektif
JUMLAH		6.006	6.006	6.726	12.718		

Sumber: Asuransi jiwa raya (Persero) *Branch Office* Jember

Selama 1 tahun dalam tahun 2005 Produktivitas kerja karyawan Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember dalam ukuran efektivitas dalam 1 tahun tahun 2005 adalah efektifitas seluruh karyawan 100%

4.15 Realisasi Polis Karyawan Asuransi Jiwasraya Persero *Branch Office* Jember

Tabel 4.3 Realisasi Polis Karyawan Asuransi Jiwasraya Persero *Branch Office* Jember

No	Sub Bagian	Polis Semester I	Polis Semester II	Jumlah Realisasi
1.	Junior Agent	5	8	13
2.	Senior Agent	1	3	4
3.	Junior Agent	1	1	2
4.	Junior Agent	1	1	2
5.	Senior Agent	1	2	3
6.	Junior Agent	1	1	2
7.	Junior Agent	1	1	2
8.	Junior Agent	1	1	2
9.	Senior Agent	1	1	2
10.	Senior Agent	1	1	2
11.	Junior Agent	1	1	2
12.	Senior Agent	2	2	4
13.	Junior Agent	1	2	3
14.	Senior Agent	1	2	3
15.	Executive Agent	2	1	3
16.	Senior Executive Agent	10	20	30
17.	Executive Agent	2	3	5

18.	Senior Executive Agent	10	2	12
19.	Executive Agent	3	7	10
20.	Executive Agent	4	1	5
	JUMLAH	50	61	111

Sumber: Asuransi jiwa swasraya (Persero) Branch Office Jember, 2006

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah karyawan pemasaran PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember dengan spesifikasi :

- a. *Junior Karyawan agent*
- b. *Senior Karyawan agent*
- c. *Executive Karyawan agent*
- d. *Senior Executive Karyawan agent*

Berdasarkan data-data yang diterima dapat diketahui jenis kelamin, tingkat pendidikan, umur, jabatan, dan masa kerja responden. Penjabaran karakteristik responden sebagai berikut :

5.1.1 Jenis Kelamin Responden

Pengelompokkan responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	
		Orang	Persentase (%)
1	Laki-laki	15	75,00
2	Wanita	5	25,00
Jumlah		20	100,00

Sumber : Data penelitian diolah

Tabel 4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah laki-laki sebanyak 15 orang atau sebesar 75,00% dari keseluruhan jumlah responden, sedangkan karyawan wanita sebanyak 5 orang atau sebesar 25,00%. Perusahaan asuransi didalam memberikan hak dan kewajiban untuk mencapai target diberikan berdasarkan jenjang jabatan dan target yang telah direalisasikan. Jadi jenis kelamin tidak akan mempengaruhi kinerja.

5.1.2 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden

Pengelompokan data responden berdasarkan tingkat pendidikan adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1.	S-1	12	60,00
2.	D-3	8	40,00
Jumlah		20	100,00

Sumber : Data penelitian diolah

Tabel 5 menunjukkan tingkat pendidikan terbesar adalah S-1 sebanyak 12 atau 60,00%, hal ini disebabkan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menjadi karyawan pemasaran PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) pada jenjang jabatan *Senior Karyawan agent*, *Executive Karyawan agent* dan *Senior Karyawan agent* berlatar belakang pendidikan minimal S-1. Sedangkan 8 orang atau 40,00% berpendidikan D-3, karena salah satu syarat yang harus dipenuhi pada jenjang jabatan *Junior Karyawan agent* berlatar belakang pendidikan minimal D-3.

5.1.3 Umur Responden

Pengelompokan data berdasarkan umur responden adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur (Th)	Jumlah	Persentase (%)
1.	24 – 34	2	10,00
2.	35 – 44	14	70,00
3.	45 – 54	4	20,00
Jumlah		20	100,00

Sumber : Data penelitian diolah

Tabel 6 menunjukkan bahwa usia responden yang paling dominan adalah usia 35 - 44 tahun dengan jumlah 14 orang atau 70,00%. Usia responden yang minimal 25 tahun ini karena hal tersebut adalah salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menjadi karyawan pemasaran PT. Asuransi Jiwasraya (Persero). Perbedaan usia responden tidak akan mempengaruhi pemberian hak dan kewajiban karyawan, karena hak dan kewajiban karyawan diberikan berdasarkan jenjang jabatan dan target yang terealisasi.

5.1.4 Masa Kerja

Pengelompokkan data responden berdasarkan masa kerja jabatan sekarang adalah sebagai berikut :

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja pada Jabatan Sekarang

No.	Masa Kerja (th)	Jumlah	Persentase (%)
1.	1 – 2	5	25,00
2	> 3	15	75,00
Jumlah		20	100,00

Sumber : Data penelitian diolah

Tabel 7 menunjukkan tingkat masa kerja responden yang dominan adalah > 3 tahun dengan jumlah 15 orang atau 75,00%, sedangkan 5 orang atau 25,00% bekerja selama satu tahun.

5.2 Deskripsi Produktivitas Kerja Karyawan Unit Pemasaran Asuransi Jiwasraya (Persero) Branch Office Jember

Produktivitas kerja karyawan pemasaran yang terdiri dari tiga item yaitu penerimaan premi dari penjualan polis selama tiga bulan terakhir, penjualan polis dalam satu tahun terakhir, dan penerimaan premi dari penjualan polis selama satu tahun terakhir.

Tabel 8. Tanggapan responden terhadap besarnya premi yang diberikan

Jawaban Responden	Frekuensi	Prosentase (%)
Sesuai	9	45,00
Cukup sesuai	11	55,00
Tidak sesuai	-	-
Jumlah	20	100,00

Sumber : data penelitian diolah

Berdasarkan tabel 8 produktivitas responden dalam penerimaan premi dari penjualan polis selama 1 tahun terakhir, 9 orang atau 45,00% menyatakan produktivitas sesuai karena dalam penerimaan premi dari penjualan polis selama 1 tahun terakhir melebihi target. Sedangkan 11 orang atau sebesar 55,00% menunjukkan produktivitas tinggi karena dalam penerimaan premi dari penjualan premi selama 1 tahun terakhir target yang terealisasi sesuai dengan standart perusahaan.

Tabel 9. Tanggapan responden terhadap polis dalam satu tahun terakhir

Jawaban Responden	Frekuensi	Prosentase (%)
Sesuai	14	70,00
Cukup sesuai	6	30,00
Tidak sesuai	-	-
Jumlah	20	100,00

Berdasarkan tabel 9 produktivitas responden dalam penerimaan polis dalam satu tahun terakhir karena dalam penjualan polis dalam kurun waktu satu tahun terakhir melebihi target yaitu 14 lembar untuk *junior agent*; 72 lembar untuk *senior agent*; dan 216 untuk *executive agent*. Sedangkan 6 orang atau sebesar 30,00% menunjukkan produktivitas tinggi karena dalam penjualan polis dalam kurun waktu satu tahun terakhir yang terealisasi diantara yaitu 9 - 11 lembar untuk *junior agent*; 56 - 72 lembar untuk *senior agent*; dan 164 - 216 untuk *executive agent*.

Tabel 10. Tanggapan responden mengenai target penjualan sangat membebani responden dalam bekerja

Jawaban Responden	Frekuensi	Prosentase (%)
Setuju	16	80,00
Cukup setuju	4	20,00
Tidak setuju	-	-
Jumlah	20	100,00

Sumber : data penelitian diolah

Tabel 10 menunjukkan pendapat responden terhadap pernyataan target penjualan sangat membebani responden 16 (80,00) menjawab setuju. Dapat disimpulkan bahwa beban kerja mereka harus memenuhi target penjualan yang ditetapkan perusahaan dalam jangka 6 (enam) bulan. Apabila tidak memenuhi persyaratan maka mereka akan keluar dengan sendirinya.

Tabel 11. Tanggapan responden mengenai produk terjual sesuai dengan yang diharapkan

Jawaban Responden	Frekuensi	Prosentase (%)
Setuju	14	70,00
Cukup setuju	6	30,00
Tidak setuju	-	-
Jumlah	20	100,00

Sumber : data penelitian diolah

Tabel 11 menunjukkan pendapat responden terhadap produk yang terjual sesuai dengan yang diharapkan 14 (70,00) menjawab setuju. Dapat disimpulkan bahwa

dalam jangka waktu yang ditentukan perusahaan para karyawan pemasaran telah berhasil memenuhi target yang ditentukan perusahaan.

Tabel 12. Tanggapan responden terhadap kemampuan menerapkan 10 Langkah Penjualan

Jawaban Responden	Frekuensi	Prosentase (%)
Mampu	20	100,00
Cukup mampu	-	-
Tidak mampu	-	-
Jumlah	20	100,00

Sumber : data penelitian diolah

Berdasarkan tabel 12 kemampuan responden terhadap 10 langkah penjualan bahwa 20 orang atau sebesar 100,00% menyatakan mampu, hal ini disebabkan seorang karyawan pemasaran dituntut untuk dapat memasarkan produk-produk asuransi sesuai 10 langkah penjualan.

Tabel 13. Tanggapan responden terhadap penguasaan 10 Langkah Penjualan

Jawaban Responden	Frekuensi	Prosentase (%)
Menguasai	20	100,00
Cukup menguasai	-	-
Tidak menguasai	-	-
Jumlah	20	100,00

Sumber : data penelitian diolah

Berdasarkan tabel 13 penguasaan 10 langkah penjualan. 20 orang atau 100,00% menunjukkan menguasai, hal ini disebabkan setiap karyawan pemasaran harus selalu mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh perusahaan.

BAB VI. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian mengenai produktivitas kerja karyawan pemasaran Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember adalah sebagai berikut:

- 1) Produktivitas karyawan pemasaran:
 - a. Produktivitas Semester I tahun 2005 efektif sebesar 95%
Produktivitas Semester I tahun 2005 tidak efektif sebesar 5%
 - b. Produktivitas Semester II tahun 2005 efektif sebesar 80%
Produktivitas Semester II tahun 2005 tidak efektif sebesar 20%
- 2) Produktivitas karyawan dalam semester I 2005 sampai semester 2005 ada kecenderungan meningkat.
- 3) Pencapaian polis semester I ke semester II 2005 ada kecenderungan meningkat
- 4) Karyawan pemasaran Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office* Jember produktivitasnya tidak bisa mencapai jumlah premi (Rp. 18.816.000.000) yang ditargetkan

DAFTAR PUSTAKA

- Curtis, Dan B. James J. Flyod dan Jerry L. Winsor. 1996. *Komunikasi Bisnis dan Profesional*. Jakarta : PT. Rosda Jayaputra
- Dahlan, Alwi. 1996. *Teknologi Komunikasi dalam Public Relations : Seminar Public Relations Indonesia*. Jakarta : FISIP UI
- Effendy, Onong Uchjana. 1981. *Komunikasi dan Modernisasi*. Bandung : Penerbit : Alumni
- 1986. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : Penerbit Alumni.
- 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung : CV. Mandar Maju
- 1991. *Hubungan Masyarakat – Suatu Studi Komunikologis*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- 1992a. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- 1992b. *Hubungan Masyarakat : Suatu Studi Komunikologis*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Faisal, sanapiah.1990.*Penelitian Kualitatif : Dasar-Dasar dan Aplikasi*. Malang : PT. Remaha Rosdakarya.
- Jefkins, Frank. 1995. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga
- Juliansyah, Elvi. 2000. *Promosi Public Relations dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk dan Jasa*. Bandung : CV. Mandar Maju
- Mardalis. 1999. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Rosdakarya.
- Nasir, Moh. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Rachmadi, F. 1994. *Public Relations dalam Teori dan Praktek : Aplikasi dalam Badan Usaha Swasta dan Lembaga Pemerintah*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Ruslan, Rosady. 1998. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Tamin, Feisal. 1984. *Humas dan Sikap Keterbukaan Pelayanan Informasi*. Jakarta : Karo Humas Dep. Dagri.
- Universitas Mojokerto. 1998. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Mojokerto : Badan Penerbit Universitas Mojokerto.
- Widjaja, H. A. W. 1998. *Komunikasi : Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Widodo, Erna dan Mukhtar. 2000. *Konstruksi Ke Arah Penelitian Deskriptif*. Jakarta : Aveyrous.
- PLN. 2002. Majalah Infodis Edisi I. Surabaya : PT. PLN (Persero) Unit Bisnis Distribusi Jawa Timur.
- PLN. 2002. Majalah Infodis Edisi III. Surabaya : PT. PLN (Persero) Unit Bisnis Distribusi Jawa Timur.