

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan perekonomian khususnya dunia usaha asuransi merupakan salah satu bidang usaha yang sangat potensial untuk dikembangkan. Menurut Hasymi Ali (2002:91) menjelaskan bahwa pemasaran asuransi diselenggarakan melalui *representatives* perusahaan asuransi yang dikenal sebagai agen. Agen asuransi adalah siapa saja yang dikuasakan oleh perusahaan asuransi untuk mencari, membuat, mengubah, atau mengakhiri kontrak-kontrak asuransi antara perusahaan asuransi dengan publik. Kwat Ismanto (2009:108) menyatakan bahwa, karena pada dasarnya bisnis asuransi diselenggarakan melalui agen-agen. Dalam berhubungan dengan calon pemegang polis seorang agen harus mampu menjaga kepercayaan. Agenlah yang berperan dalam memberikan pelayanan dalam memasarkan produk asuransi. Dimana seorang agen sangat mempengaruhi tingkat penjualan polis asuransi dalam suatu perusahaan. Dari perolehan data aset industri asuransi menurut jenis usaha tahun 2015, dijelaskan bahwa jumlah dana investasi industri asuransi Indonesia pada tahun 2015 adalah Rp 686,12 triliun. Jumlah ini meningkat 5,82% dari tahun sebelumnya yang berjumlah Rp 648,37 triliun. Dana investasi terbesar dimiliki oleh perusahaan asuransi jiwa (47,8%), diikuti oleh badan penyelenggara jaminan sosial (30,8%), perusahaan penyelenggara asuransi wajib (11,2%), perusahaan asuransi umum (8,8%), dan yang terakhir perusahaan reasuransi (1,5%).

Dari data diatas dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan jumlah tertanggung dan hal tersebut tidak lepas dari peran agen dalam merefleksikan kontribusi dari hasil atas upaya sosialisasi dalam meningkatkan pemahaman kepada masyarakat atas pentingnya asuransi dan juga mendorong inklusi dalam industri asuransi. Salah satu faktor yang mempengaruhi antara perusahaan jasa dengan konsumen adalah pelayanan yang dilakukan oleh agen, selaku bagian dari sumber daya manusia yang menawarkan produk secara langsung pada masyarakat atau konsumen. Oleh karena itu, agen harus memiliki rasa percaya diri serta penampilan diri yang baik karena hanya agen berkualitas yang mempunyai peranan penting di dalam perusahaan

asuransi, tanpa agen yang berkualitas serta produktif, maka kegiatan dalam asuransi tidak dapat berjalan dengan baik.

Salah satu faktor yang mempengaruhi antara perusahaan jasa dengan konsumen adalah pelayanan yang dilakukan oleh agen selaku bagian dari sumber daya manusia yang menawarkan produk secara langsung pada masyarakat atau konsumen. Oleh karena itu, agen harus menjaga penampilan dirinya karena hanya agen berkualitas mempunyai peranan penting di dalam perusahaan asuransi, tanpa agen yang berkualitas dalam berbagai hal (baik pengetahuan maupun penampilannya) serta produktif kegiatan dalam asuransi tidak mungkin berjalan dengan baik.

Setiap orang yang ingin berpenampilan baik tentu harus memperhatikan banyak hal baik dari hal pakaian yang digunakan langsung, seperti pakaian yang bersih dan rapi, bau badan maupun hal-hal yang mengenai sikap kita, seperti tampilan wajah serta ekspresi wajah. Sehingga penting bagi setiap orang untuk memperhatikan penampilan dirinya. Penampilan diri yang dimaksud yaitu mengacu pada suatu proses untuk merubah diri menjadi lebih menarik untuk dipandang. Kesempurnaan akan penampilan tentu tidak datang begitu saja, setiap orang harus mampu untuk membuat penampilannya menjadi lebih baik, karena penampilan pada diri seseorang mempengaruhi citra diri yang terpancar dari diri seseorang tersebut, yang dapat dijadikan sebagai sarana komunikasi dengan orang lain.

Setiap agen asuransi memiliki lingkungan dan latar belakang yang berbeda-beda. Hal itu mempengaruhi kepribadian dan pembentukan rasa percaya dirinya dan interaksinya dengan lingkungannya. Dengan rasa percaya diri yang dimilikinya, agen asuransi akan dengan mudah berinteraksi didalam lingkungan sosialnya. Kepercayaan diri adalah sikap percaya dan yakin akan kemampuan yang dimiliki, yang dapat membantu seseorang untuk memandang dirinya dengan positif dan realistis sehingga, ia mampu bersosialisasi secara baik dengan orang lain. Rasa Percaya diri juga banyak di pengaruhi oleh tingkat kemampuan dan keterampilan yang dimiliki. Orang yang percaya diri selalu yakin pada setiap tindakan yang dilakukannya, merasa bebas untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan keinginannya dan bertanggung jawab atas perbuatannya. Tentu hal tersebut dapat

menjadi pendorong dan mempermudah agen asuransi dalam proses interaksinya dengan klien (calon pemegang polis).

Santrock (2003: 336) mengungkapkan bahwa rasa percaya diri adalah dimensi evaluatif yang menyeluruh dari diri. Rasa percaya diri juga disebut sebagai harga diri atau gambaran diri. Sebagai contoh, seorang remaja bisa mengerti bahwa dia tidak hanya seseorang, tetapi ia juga seseorang yang baik. Tentu saja tidak semua remaja memiliki gambaran positif yang menyeluruh tentang diri mereka. Santrock juga menambahkan bahwa sebagian besar remaja, rendahnya rasa percaya diri hanya menyebabkan rasa tidak nyaman secara emosional yang bersifat sementara. Tetapi bagi beberapa remaja, rendahnya rasa percaya diri dapat menimbulkan banyak masalah. Rendahnya rasa percaya diri dapat menyebabkan depresi, bunuh diri, anoreksia nervosa, delinkuensi, dan masalah penyesuaian diri lainnya. Menurut Thursan Hakim (2002: 5) salah satu karakteristik dari kurangnya kepercayaan diri adalah ketika melakukan suatu hal dihadapan banyak orang dengan perasaan gugup. Hal tersebut dapat dimaknai bahwa seseorang yang kurang percaya diri belum memiliki keberanian untuk menunjukkan potensi yang dimiliki dihadapan orang banyak misalnya, keberanian berpendapat. Perasaan minder atas kekurangan diri juga merupakan krisis percaya diri bagi seseorang, misalnya sulit menerima kekurangan dirinya. Selain itu merasa tidak percaya diri membuat seseorang sulit untuk mengaktualisasikan potensi dan kelebihan dirinya di lingkungan sosialnya, misalnya keberanian untuk menunjukkan dan menyampaikan gagasan kepada orang banyak.

Menurut Hakim (2002:5-6) menjabarkan ciri-ciri orang yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi adalah sebagai berikut: 1) Selalu bersikap tenang didalam mengerjakan segala sesuatu, 2) Mempunyai potensi dan kemampuan yang memadai, 3) Mampu menetralsasi ketegangan yang muncul dalam berbagai situasi, 4) Mampu menyesuaikan diri dan berkomunikasi dalam berbagai situasi, 5) Memiliki kondisi mental dan fisik yang cukup menunjang penampilan, 6) Memiliki kecerdasan yang cukup, 7) Memiliki tingkap pendidikan formal yang cukup, 8) Memiliki keahlian atau keterampilan lain yang menunjang penampilan, 9) Memiliki kemampuan untuk bersosialisasi, 10) Memiliki latar belakang keluarga yang baik, 11) Memiliki pengalaman hidup yang menempa menta menjadi kuat dan

tahan dalam menghadapi berbagai cobaan hidup, 12) Selalu bereaksi positif di dalam menghadapi berbagai masalah.

Penjabaran di atas menerangkan mengenai ciri-ciri kepercayaan diri yang positif adalah percaya akan kemampuan diri sendiri, bertindak mandiri dalam mengambil keputusan, memiliki sikap positif pada diri sendiri dan berani mengungkapkan pendapat di hadapan umum.

Setiap agen asuransi memiliki lingkungan dan latar belakang yang berbeda-beda, Hal itu mempengaruhi kepribadian dan pembentukan rasa percaya dirinya dan interaksinya dengan lingkungannya. Dengan rasa percaya diri yang dimilikinya, agen asuransi akan dengan mudah berinteraksi didalam lingkungan sosialnya. Kepercayaan diri adalah sikap percaya dan yakin akan kemampuan yang dimiliki, yang dapat membantu seseorang untuk memandang dirinya dengan positif dan realistis sehingga, ia mampu bersosialisasi secara baik dengan orang lain. Rasa Percaya diri juga banyak di pengaruhi oleh tingkat kemampuan dan keterampilan yang dimiliki. Orang yang percaya diri selalu yakin pada setiap tindakan yang dilakukannya, merasa bebas untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan keinginannya dan bertanggung jawab atas perbuatannya. Tentu hal tersebut dapat menjadi pendorong dan mempermudah agen asuransi dalam proses interaksinya dengan klien (calon pemegang polis).

Penampilan diri (daya tarik) dan rasa kepercayaan diri agen tersebut membantu kinerja agen untuk menarik konsumen (nasabah) dalam melakukan pembelian produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan asuransi. Hal ini menjadi pedoman agen dalam membantu kinerjanya menarik konsumen, maka dirasa perlu diadakannya pelatihan *beauty class* untuk membantu pemahaman agen agar dapat berpenampilan yang layak, baik, dan menarik. Pelatihan *beauty class* (kelas kecantikan) merupakan salah satu program pelatihan guna mempercantik diri yaitu dengan menggunakan *make up*, baik itu *daily make up*, *make up flawless*, atau *make up* buat *photoshoot*, dsb. Bertujuan untuk menambah wawasan para wanita dalam menggunakan berbagai macam jenis kosmetik. Tata rias wajah atau yang biasa disebut *make up* juga, menjadi salah satu penunjang agar penampilan terlihat lebih menarik. *Make up* merupakan kegiatan mengubah penampilan dari bentuk asli dengan bantuan bahan dan alat kosmetik. dalam kegiatan mengubah ini tidaklah

secara permanen, melainkan hanya menutupi bagian wajah yang dinilai kurang dan menjadikannya lebih menarik.

Namun tidak semua agen asuransi memiliki rasa percaya diri yang sama. Sebahagian agen masih memiliki perasaan seperti: minder, malu, sungkan dan lain-lain yang menjadi kendala dalam proses berinteraksinya di sesama agen maupun di lingkungannya. Rasa minder pada diri individu tersebut, berdampak pada kemampuan dan keterampilan yang dimilikinya, sehingga menjadi lebih menutup diri, dan kurang mendapatkan banyak informasi langsung dibutuhkan.

Pada agen asuransi penampilan dan rasa percaya diri yang baik adalah suatu hal yang menjadi sebuah prioritas, khususnya penampilan luar karena selain untuk menumbuhkan rasa percaya diri, juga dapat membantunya menarik perhatian dari calon polis (pembeli asuransi). Oleh sebab itu, keinginan untuk selalu tampil cantik dan menarik juga ada pada agen asuransi GPS United Agency tersebut, guna menarik *respect* konsumen. Agen asuransi GPS United Agency merupakan bagian dari *agency* / kantor pemasaran *partner* bisnis PT. Prudential Life Assurance. Asuransi merupakan sarana *financial* dalam tata kehidupan rumah tangga, baik dalam menghadapi risiko kematian, ataupun menghadapi risiko atas harta benda yang dimiliki, seperti: asuransi pendidikan, asuransi proteksi, asuransi syariah, asuransi perlindungan kondisi kritis, asuransi investasi, asuransi bancassurance, asuransi kesehatan, asuransi dana investasi, serta asuransi perlindungan karyawan.

Rasa kepercayaan diri agen tersebut sangat dibutuhkan dalam membantu kinerja agen untuk menarik konsumen (nasabah) dalam melakukan pembelian produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan asuransi. Hal ini menjadi pedoman agen dalam membantu kinerjanya menarik konsumen, maka dirasa perlu diadakannya pelatihan *beauty class* untuk membantu pemahaman agen agar dapat berpenampilan yang layak, baik, dan menarik. Pelatihan *beauty class* (kelas kecantikan) merupakan salah satu program pelatihan untuk menambah wawasan para wanita dalam menggunakan berbagai macam jenis kosmetik guna mempercantik diri. Tata rias wajah atau yang biasa disebut *make up* juga, menjadi salah satu penunjang agar penampilan terlihat lebih menarik. *Make up* merupakan kegiatan mengubah penampilan dari bentuk asli dengan bantuan bahan dan alat kosmetik. dalam kegiatan mengubah ini tidaklah secara permanen, melainkan

hanya menutupi bagian wajah yang dinilai kurang dan menjadikannya lebih menarik.

Berdasarkan hasil observasi sebelumnya yang dilakukan selama awal pandemi covid-19 yang dilaksanakan pada bulan Agustus hingga September 2020, terlihat beberapa agen kurang memiliki rasa percaya diri yang baik. Hal ini terlihat dari *key performance index* perusahaan pada beberapa agen yang menurun.

Wawancara juga dilakukan oleh peneliti pada hari Senin tanggal 10 Agustus 2020 dengan *agency director* GPS United Agency Part Of PT. Prudential Life Assurance, yakni Rio Yanuar. diperoleh bahwa keaktifan beberapa agen masih kurang, misalnya jika agen diminta untuk mempresentasikan *market survey* mengalami kesulitan mengutarakan pendapatnya, mengalami kesulitan berbicara dalam melakukan presentasi, ragu-ragu jika menjawab pertanyaan dari calon polis, dan sering berkata tidak bisa sebelum mencoba berpendapat.

. Wawancara juga dilakukan dengan salah satu agen asuransi GPS United Agency Part Of PT. Prudential *Life Assurance* pada hari Senin tanggal 10 Agustus 2020, yakni Silvia Tjahja dan beberapa agen asuransi lainnya. Mereka mengungkapkan bahwa terdapat kendala seperti masa pandemi saat ini, yang serba *online*. Banyak calon polis yang mematikan kamera *gadget* mereka, namun agen diharuskan untuk menyalakan kamera, sehingga agen merasa kurang percaya diri dalam menyampaikan solusi atas pilihan kebutuhan asuransi yang mereka butuhkan karena agen tidak dapat bertatap wajah langsung untuk melihat apakah calon polis mengerti atas presentasinya tersebut. Ada juga beberapa agen yang dapat bertemu langsung dengan calon polis / nasabah namun ketika prospek berlangsung mereka (calon polis) tidak sungguh-sungguh mendengarkan, sehingga hal tersebut membuat beberapa agen kurang antusias.

Dari hasil observasi dan wawancara diatas menunjukkan bahwa kurangnya rasa percaya diri menjadi sebuah masalah yang *harus* mendapat perhatian. Dampak dari kurangnya rasa percaya diri agen asuransi menyebabkan terhambatnya target perusahaan, sehingga dirasa perlu dilakukannya sebuah perbaikan untuk meningkatkan rasa percaya diri agen asuransi tersebut.

Berdasarkan pemikiran tersebut penulis bermaksud untuk meninjau lebih dalam *tentang* “Peningkatan Rasa Percaya Diri Agen Asuransi Melalui Pelatihan

Beauty Class (Studi Kasus Pada Agensi Asuransi GPS United Agency Part Of PT. Prudential Life Assurance)”).

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Rendahnya rasa percaya diri agen dalam berinteraksi dengan calon pemegang polis.
2. Agen asuransi kurang yakin akan kemampuan yang dimilikinya.
3. Beberapa agen asuransi merasa malu untuk melakukan presentasi dan menjawab pertanyaan dari calon polis/ nasabah.
4. Kepercayaan diri agen tersebut membantu kinerja agen untuk menarik konsumen (nasabah) dalam melakukan pembelian produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan asuransi.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang terdapat pada latar belakang permasalahan penelitian ini, maka penulis ingin membatasi masalah yaitu pada peningkatan rasa percaya diri agen asuransi melalui pelatihan *beauty class* untuk memenuhi kebutuhan penampilan kerja agen asuransi berjenis kelamin wanita dewasa saja, dan seberapa besar pengaruh pelatihan *beauty class* dalam meningkatkan kepercayaan diri agen asuransi tersebut saat menjual asuransi serta berinteraksi dengan konsumen.

1.4. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang dibahas pada penelitian ini adalah: “Apakah rasa percaya diri pada agen asuransi dapat ditingkatkan melalui pelatihan *beauty class*?, dan bagaimana pelatihan *beauty class* dapat meningkatkan rasa percaya diri agen asuransi GPS United Agency Part Of PT. Prudential Life Assurance?”

1.5. Tujuan penelitian

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk: meningkatkan rasa percaya diri agen asuransi melalui pelatihan *beauty class* dan untuk mengetahui proses pelatihan *beauty class* dalam meningkatkan rasa percaya diri pada agen asuransi GPS United Agency Part Of PT. Prudential Life Assurance.

1.6. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian adalah :

1. Bagi penulis :

- a. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, yaitu peningkatan rasa percaya diri agen asuransi melalui pelatihan *beauty class* (Studi Kasus Pada Agensi Asuransi GPS United Agency Part Of PT. Prudential Life Assurance).
- b. Sebagai bahan untuk memberikan informasi hasil temuan di lapangan mengenai penggunaan teknik pelatihan *beauty class* untuk meningkatkan rasa percaya diri pada agen asuransi.

2. Bagi lembaga :

- a. Sebagai kontribusi mengenai pengetahuan dan wawasan dalam penggunaan pelatihan *beauty class* untuk meningkatkan rasa percaya diri agen asuransi.
- b. Dapat dijadikan langkah awal bagi perusahaan asuransi dalam meningkatkan rasa percaya diri para agen.
- c. Untuk memperoleh dan menambah wawasan pengetahuan atau informasi tentang penggunaan alat dan bahan *make up* pada agen asuransi dalam meningkatkan rasa percaya diri agen asuransi.
- d. Untuk memperoleh informasi tentang persiapan yang dibutuhkan dalam membuat pelatihan *beauty class*
- e. Sebagai tambahan informasi dan referensi bacaan bagi mahasiswa.