

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, melalui komunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari dirumah tangga, sekolah, kampus, pasar maupun dalam dunia bisnis. Salah satu bentuk komunikasi yang digunakan manusia untuk memenuhi keinginannya terhadap manusia lain adalah melalui komunikasi persuasif.

Secara umum, komunikasi persuasif merupakan kegiatan penyampaian suatu informasi atau masalah kepada pihak lain dengan cara membujuk. Tujuannya adalah untuk mengubah sikap orang lain sesuai dengan yang kita inginkan. Seiring perkembangan zaman penggunaan komunikasi persuasif juga telah meluas ke berbagai aspek kehidupan manusia salah satu bidang usaha yang menggunakan komunikasi persuasif adalah perusahaan asuransi.

Perusahaan asuransi merupakan lembaga keuangan non bank yang mempunyai peranan yang tidak jauh berbeda dari bank, yaitu bergerak dalam bidang layanan jasa yang diberikan kepada masyarakat dalam mengatasi resiko yang terjadi di masa yang akan datang. Salah satu perusahaan asuransi yang beroperasi di Indonesia adalah PT. Prudential Life Assurance. PT. Prudential Life Assurance merupakan salah satu perusahaan asuransi yang

ada di Indonesia yang memiliki jumlah nasabah yang cukup banyak. Didirikan pada tahun 1995, Prudential berpusat pada kantor regional Prudential Corporation Asia (PCA), yang berkedudukan di Hongkong. Dalam perjalanan bisnisnya Prudential mempunyai *agent-agent* yang bertugas untuk mencari para calon nasabah, dimana para calon nasabah itu diberikan pengarahan dan edukasi secara langsung melalui komunikasi persuasif perihal keuntungan yang didapat ketika mereka mengambil polis tersebut.

Investasi adalah salah satu kegiatan menempatkan dana pada satu atau lebih dari satu jenis atau aset selama periode tertentu dengan harapan suatu keuntungan dari hasil investasi. Investasi sangat berkaitan erat dengan perencanaan masa depan dan tujuan *financial* seseorang sehingga dalam berinvestasi sangat diperlukan perencanaan yang baik agar tujuan investasi dapat tercapai dikemudian hari.

Prudential termasuk dalam jenis investasi *aktiva financial* seperti surat-surat berharga deposito, saham, dan obligasi dengan kepemilikannya melalui investasi tidak langsung. Dimana kepemilikan surat berharga melalui perantara atau lembaga-lembaga keuangan yang terdaftar dan sudah kompeten dibidangnya, contoh Prudential.

Menurut Hosftade ada beberapa tingkatan risiko yang berkaitan dengan karakteristik seseorang. Berdasarkan sifatnya, investor (calon nasabah) juga dapat dikategorikan dalam 3 karakteristik. Pertama, *Risk Averse* (Menolak Resiko), tipe ini adalah tipe orang yang cenderung menghindari risiko investasi yang dihadapi. Kedua, *Risk Neutral* (Netral

Risiko), tipe ini menginginkan hasil investasi yang lebih tinggi dibandingkan tipe *risk averse* tetapi dengan tingkat risiko yang rendah. Ketiga, *Risk Taker* (Pengambil Risiko), tipe ini sangat memahami bahwa untuk mengharapkan hasil investasi yang tinggi, ia juga harus menghadapi risiko yang tinggi pula.

Dalam menemui calon nasabah *agent* akan menemukan 3 karakteristik diatas. Jika tipe *Risk Averse* (Menolak Risiko) *agent* akan mudah untuk meyakinkan tipe tersebut karena mereka tidak ingin menanggung resiko yang besar sehingga tipe ini akan membuka polis asuransi jiwa Prudential untuk menghindari menanggung resiko tersebut. Calon nasabah yang ditemui bersifat pesimis.

Tipe *Risk Netral* (Netral Risiko), dimana *agent* akan lebih mudah untuk menawarkan investasi yang lebih tinggi dari *Risk Averse* (Menolak Risiko) namun dia juga ingin mendapat perlindungan jiwanya.

Tipe *Risk Taker* (Pengambil Risiko), jika menemui calon nasabah tipe ini *agent* akan membutuhkan strategi yang tepat untuk meyakinkan dia. Karena mereka adalah tipe yang tidak membuka polis asuransi karena merasa bahwa dia tidak akan pernah sakit. Calon nasabah seperti ini bersifat optimis dalam hidupnya.

Dari ketiga tipe diatas para *agent* harus siap dengan strategi yang sesuai dengan tipe calon nasabah yang ditemui. Ketika *agent* bertemu dengan tipe pertama kebanyakan berhasil meyakinkan calon nasabah untuk membuka polis. Ada dari kalangan pembisnis yang takut bangkrut dan tidak dapat membayar gaji karyawan maupun membiaya kebutuhan rumah tangga,

karyawan yang takut dipecat sebelah pihak namun tidak memiliki dana pensiun, dan lainnya.

Untuk tipe yang kedua biasanya *agent* harus mengedukasi calon nasabah bahwa mereka butuh pertanggungjanaan. Karena tipe ini adalah tipe yang menanggung risiko dan menolak risiko. Sehingga *agent* harus menjelaskan apa yang akan terjadi jika dia tidak membuka polis dan apa yang akan terjadi jika dia membuka polis.

Tipe ketiga adalah tipe yang tersulit diedukasi oleh *agent*. Karena mereka yakin dengan kekuatan keuangannya dan tidak akan sakit kritis karena hidup sehat. Kebanyakan *agent* bertemu berkali-kali dengan calon nasabah tipe ini untuk meyakinkan dan mengedukasi calon nasabah tersebut.

Dalam menghadapi tipe-tipe diatas seorang *Agent* harus dipersiapkan dengan strategi-strategi yang diberikan selama *training*. Strategi-strategi tersebut akan mempermudah mengedukasi calon nasabah berdasarkan 3 tipe karakter manusia yang akan ditemui untuk memudahkan komunikasi antara *agent* dengan calon nasabah tersebut.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian diatas dapat dilihat bahwa *agent* sangat membutuhkan senjata yang tepat dalam mengedukasi calon nasabah berupa strategi yang sesuai dengan tipe-tipe orang yang akan ditemui. Strategi ini nantinya akan memudahkan kinerja *agent* sehingga informasi yang Prudential ingin capai kepada calon nasabah tersampaikan dengan benar.

Namun, bagaimana strategi komunikasi PT. Prudential dalam mengedukasi calon nasabahnya? Dan bagaimana PT. Prudential menggunakan komunikasi persuasif untuk menarik calon nasabah?

Dari pertanyaan-pertanyaan diatas maka dirumuskan masalah pokok penelitian adalah bagaimana strategi komunikasi *agent* Prudential dalam mengedukasi calon nasabah?

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka judul penelitian ini adalah “Strategi Komunikasi *Agent* Prudential Dalam Mengedukasi Calon Nasabah”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan yang ingin dicapai penulis adalah :

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi PT.Prudential dalam mengedukasi calon nasabah.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala komunikasi yang didapatkan PT. Prudential dalam mengedukasi calon nasabah.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberi masukan dan saran kepada PT. Prudential dalam

mengembangkan strateginya untuk mengedukasi calon nasabah.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber data maupun referensi bagi mahasiswa maupun kalangan umum dan dapat bermanfaat bagi peneliti, selain itu juga agar dapat melahirkan peneliti-peneliti berikutnya dimana dapat menyempurnakan penelitian ini nantinya.

Menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan, serta bahan dalam penerapan ilmu metode penelitian, khususnya mengenai pengembangan keilmuan komunikasi pemasaran.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan laporan, akan menguraikan secara umum setiap bab untuk mendapatkan gambaran singkat mengenai kegiatan hasil yang dilakukan dengan mengikuti urutan penyajian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematis penulisan yang menjabarkan secara singkat kerangka laporan penelitian yang akan penulis teliti.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian mengenai tinjauan kepustakaan yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diangkat, konsep definisi dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan metode dan desain penelitian yang digunakan oleh penulis, unit analisis, kategori dan definisi kategori, serta analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan juga disertai saran agar penelitian ini dapat lebih sempurna.