

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada beberapa tahun terakhir, perekonomian Indonesia mengalami masa yang sangat sulit, diawali krisis moneter, diikuti krisis ekonomi dan krisis total.

Dalam kondisi bagaimanapun tenaga kerja mempunyai peranan penting dalam mendorong laju perekonomian. Semakin tinggi resiko yang mengancam keselamatan, kesehatan, dan kesejahteraan tenaga kerja sehingga perlu upaya perlindungan tenaga kerja.

Membangun manusia Indonesia seutuhnya dilaksanakan dalam rangka pembangunan nasional, hal ini dilakukan untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang adil, makmur dan sejahtera, Di dalam pelaksanaan pembangunan nasional tersebut, tenaga kerja mempunyai peranan dan kedudukan yang sangat penting sebagai pelaku dan tujuan pembangunan yang dituntut untuk dapat berpartisipasi dan berperan aktif bersama pengusaha dalam upaya menuju perbaikan dan peningkatan taraf hidup bangsa dengan cara meningkatkan produktifitas kerja.

Peningkatan produktifitas kerja serta kelangsungan kegiatan usaha secara berkesinambungan dapat terwujud apabila telah terbentuknya

suatu hubungan kerja yang dinamis, harmonis, selaras, serasi, dan seimbang antara pengusaha dan pekerja sehingga terciptanya ketenangan usaha dan ketenangan kerja sesuai asas hubungan industrial yang terbuka, transparan dan komunikatif. Peran serta tenaga kerja dalam pembangunan nasional semakin meningkat dengan disertai berbagai tantangan dan resiko yang dihadapinya. Oleh karena itu, kepada tenaga kerja perlu diberikan perlindungan, pemeliharaan dan peningkatan kesejahteraannya, sehingga pada waktunya akan dapat meningkatkan produktifitas nasional.

Dalam kaitannya dengan apa yang diuraikan diatas penyelenggaraan perlindungan tenaga kerja yang kerap kali menjadi perhatian oleh publik atau menjadi sorotan adalah Jaminan Sosial Tenaga Kerja (JAMSOSTEK). Program Jamsostek memberikan perlindungan dasar untuk memenuhi kebutuhan minimal bagi tenaga kerja dan keluarganya, dengan memberikan kepastian berlangsungnya arus penerimaan penghasilan keluarga sebagai pengganti sebagian atau seluruhnya penghasilan yang hilang akibat resiko sosial. Program pemerintah ini dikhususkan untuk memberikan perlindungan dasar bagi tenaga kerja guna menjaga harkat dan martabatnya sebagai manusia, dalam mengatasi resiko-resiko yang timbul di dalam hubungan kerja.

Jamsostek memberi kepastian jaminan dan perlindungan terhadap resiko sosial-ekonomi yang ditimbulkan kecelakaan kerja seperti: cacat, sakit, hari tua, dan meninggal dunia. Untuk itu pemerintah mewajibkan bagi para pekerja untuk mengikuti program tersebut. Namun, ada salah satu program Jamsostek yaitu Jaminan Pemeliharaan Kesehatan (JPK) yang tidak wajib diikuti oleh seorang pekerja dimana program ini hanya disarankan karena tidak hanya memberikan perlindungan terhadap pekerja itu sendiri melainkan dapat menanggung keluarga (istri dan anak) dari pekerja itu sendiri. Sudah menjadi kodrat bahwa manusia itu berkeluarga dan berkewajiban menanggung keluarganya. Untuk itu kesejahteraan yang dikembangkan bukan hanya bagi tenaga kerja sendiri, tetapi juga bagi keluarganya.

Oleh karena itu, di Jamsostek terdapat tenaga *marketing* yaitu *Account Officer* (AO) yang mampu memasarkan program-programnya dengan baik. Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh Jamsostek untuk mengembangkan perusahaannya dan untuk mendapatkan keuntungan. Untuk itu, Jamsostek menyusun suatu strategi guna mencapai keberhasilan pemasaran programnya. Salah satu cara dalam mencapai keberhasilan pemasaran ialah dengan melakukan promosi.

Promosi merupakan salah satu kegiatan penting pada suatu perusahaan untuk menunjang keberhasilan pemasarannya. Dengan berhasilnya promosi maka perusahaan tersebut sudah pasti dapat membangun perusahaannya tersebut ke arah yang lebih maju. Namun, apabila promosi gagal dilakukan oleh suatu perusahaan maka perusahaan tersebut akan mengalami kesulitan untuk bersaing dengan perusahaan lain. Salah satu cara kegiatan promosi dapat dilakukan dengan cara *personal selling*. Dengan adanya *personal selling* dapat memicu keberhasilan suatu perusahaan untuk menciptakan hubungan yang baik dan menimbulkan tanggapan yang dapat diterima langsung oleh konsumen. Jika *personal selling* gagal dilakukan maka akan menimbulkan ketidaktahuan dan sikap mencurigai yang dirasakan oleh konsumen. Karena begitu pentingnya *personal selling* khususnya bagi perusahaan jasa, maka Jamsostek melakukan *personal selling* dalam memasarkan program asuransinya.

Dalam operasinya kegiatan promosi yang salah satunya dengan cara *personal selling* lebih fleksibel jika dibandingkan dengan bentuk-bentuk promosi lainnya. Tenaga penjual yang menjalankan fungsi promosi dalam bentuk *personal selling* akan secara langsung berhadapan dengan konsumen, sehingga dapat langsung mengetahui keinginan, motif dan perilaku konsumen serta sekaligus dapat melihat reaksi konsumen.

Setelah itu, tenaga penjual dapat segera mengadakan hubungan dagang lebih lanjut dengan konsumen. Dalam hal tenaga penjual melakukan promosi kepada konsumen sama halnya dengan *account officer* di Jamsostek yang menawarkan program asuransi kepada calon nasabah di perusahaan.

Untuk menghadapi hal tersebut, seorang AO harus mampu memasarkan program melalui pendekatan dan menjalin hubungan baik dengan calon nasabah di perusahaan. Berdasarkan pemikiran di atas, penulis tertarik untuk mengetahui lebih jauh mengenai *personal selling* yang dilakukan oleh AO pada PT Jamsostek (Persero) Cabang Salemba. Oleh karena itu, penulis akan mengadakan penelitian mengenai strategi promosi *personal selling* pada PT Jamsostek (Persero) Cabang Salemba yang akan dituangkan ke dalam laporan tugas akhir yang diberi judul **"Analisis Strategi Promosi *Personal Selling* Produk Asuransi Jaminan Pemeliharaan Kesehatan (JPK) pada PT Jamsostek (Persero) Cabang Salemba Dengan Menggunakan STP."**

B. Perumusan Masalah

Dari latar belakang dan uraian di atas maka penulis membatasi masalah yang akan dibahas pada tugas akhir ini antara lain:

1. Bagaimana strategi promosi *personal selling* yang dilakukan oleh PT Jamsostek (Persero) Cabang Salemba?
2. Bagaimana Segmentasi, *Targeting*, *Positioning personal selling* produk Jaminan Pemeliharaan Kesehatan pada PT Jamsostek (Persero) Cabang Salemba.

C. Tujuan dan Manfaat Penulisan

1. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam pelaksanaan praktik kerja lapangan yang dituangkan dalam laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Dapat mendeskripsikan strategi promosi *personal selling* produk asuransi Jaminan Pemeliharaan Kesehatan (JPK) PT Jamsostek (Persero) Cabang Salemba.
- b. Menganalisis Segmentasi, *Targeting*, *Positioning* (STP) pada strategi *personal selling* produk JPK PT Jamsostek (Persero) Cabang Salemba

2. Manfaat Penulisan

Dengan penulisan laporan tugas akhir ini penulis berharap dapat memberikan manfaat bagi semua pihak di antaranya:

a. Bagi Penulis

Dengan penulisan laporan tugas akhir ini maka penulis mendapatkan wawasan, ilmu pengetahuan serta berbagai hal-hal baru yang berkembang saat ini dalam bidang marketing khususnya pada perusahaan asuransi yang berada di bawah naungan BUMN. Tidak hanya itu, penulis juga dapat membandingkan segala ilmu yang didapatkan saat bangku kuliah dengan kondisi lapangan dan mengaplikasikan serta mengembangkannya dalam kehidupan sehari-hari.

b. Bagi Perusahaan

Dengan penulisan laporan tugas akhir ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi PT Jamsostek (Persero) Cabang Salemba.

c.. Bagi Ilmu Pengetahuan

Dengan penulisan laporan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi dunia pendidikan dan masyarakat umum sebagai sumber referensi mengenai pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan asuransi terutama pada PT Jamsostek (Persero) Cabang Salemba.