# ANALISIS PROGRAM MARETA SEBAGAI BAGIAN DARI SISTEM INFORMASI PEMBUATAN KEPUTUSAN KELAYAKAN CALON NASABAH ASURANSI

( STUDI PADA PERUSAHAAN PT. AIA FINANCIAL MALANG)

# SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

> ANTONI PRAYOGI NIM 105030201111075



UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN SISTEM INFORMASI
MALANG
2014

Ku Persembahkan Karyaku ini Untuk Kedua Orang Tuaku tercinta Adek-adekku tersayang Seluruh Saudara dan Sahabat-sahabatku

#### **MOTTO**

"Kehidupan bukanlah jalan yang lurus dan mudah dilalui dimana kita bisa berpergian bebas tanpa halangan, namun berupa jalan-jalan sempit yang menyesatkan, dimana kita harus mencari jalan, tersesat dan bingung, sekarang dan sekali lagi kita sampai pada jalan yang tak berujung. Namun jika kita punya keyakinan, pintu pasti akan dibukakan untuk kita, mungkin bukanlah pintu yang selalu kita inginkan, namu pintu yang akhirnya akan terbukti terbaik untuk kita."

"Kerjakanlah pekerjaan mu dengan niat tulus dan penuh keikhlasan, maka kamu akan menerima hasilnya yang memuaskan, jika kamu mengerjakan dengan keterpaksaan maka hasilnya pun akan berantakan. Tidak ada keberhasilan tanpa perjuangan dan tidak ada perjuangan tanpa pengorbanan. Kalahkan kemalasan dengan semangat, kalahkan kebencian dengan kasih sayang dan kalahkan kesombongan dengan rendah hati."

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Program Mareta Sebagai Bagian Dari Sistem

Informasi Pembuatan Keputusan Kelayakan Calon Nasabah

Asuransi (Studi pada Perusahaan PT. AIA Financial

Malang)

Disusun oleh : ANTONI PRAYOGI

NIM : 105030201111075

Fakultas : ILMU ADMINISTRASI

Jurusan : ADMINISTRASI BISNIS

Konsentrasi : MANAJEMEN SISTEM INFORMASI

Malang,

Ketua

Anggota

<u>Prof. Dr. Endang Siti Astuti, M.Si</u> NIP. 19530810 198103 2 012

DIS. KLYAUL WI.SI

NIP. 19600608 200604 1 002

# BRAWIJAYA

# TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari

: Antoni Prayogi

Tanggal

: 15 November 2014

Jam

: 11.00 - 12.30

Skripsi atas nama

: Antoni Prayogi

Judul

: Analisis Program Mareta Sebagai Bagian Dari Sistem

Informasi Pembuatan Keputusan Kelayakan Calon Nasabah

Asuransi (Studi pada Perusahaan PT. AIA Financial

Malang)

dan dinyatakan lulus.

**MAJELIS PENGUJI** 

Ketua

Prof. Dr. Endang Siti Astuti, M.Si

NIP. 19530810 198103 2 012

Ariggota

Dre Rivadi, M Si

NIF. 1/9600608 200604 1 002

Anggota

Anggota

Dr. Mochammad Al Musadieq, MBA

NIP. 19580501 198403 1 001

Devi Farah Azizah, S.Sos, MAB

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat2 dan pasal 70).

Malang, 26 November 2014

METERAI TEMPEL PALLE PROPERTY OF THE PARTY O

<u>Antoni Prayogi</u> NIM 105030201111075

#### RINGKASAN

Antoni Prayogi, 2014, **Analisis Sistem Informasi Mareta Sebagai Sarana Pembuatan Keputusan Calon Nasabah Asuransi** ( Studi pada Perusahaan PT. AIA Financial Malang). Prof. Dr. Endang Siti Astuti, M.Si, Drs. Riyadi, M.Si, 103 hal + xiv

Manajemen perusahaan yang baik akan selalu didukung dengan sistem informasi yang baik pula. Sistem informasi berbasis komputer sebagai penyedia informasi bagi para penggunanya yang dikenal dengan sistem teknologi informasi menjadi suatu keharusan bagi setiap perusahaan untuk menerapkannya. Perkembangan sistem informasi memberikan kemudahan dalam mengelolah dan menyimpan data serta mengubah data menjadi suatu informasi yang bermanfaat bagi pengelola.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran sistem informasi MARETA, mengidentifikasi permasalahan sistem informasi MARETA, dan untuk memberi alternatif solusi mengatasi permasalahan sistem informasi MARETA sebagai sarana pembuatan keputusan calon nasabah asuransi di Perusahaan PT.AIA Financial Malang. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menunjukkan bahwa pelaksanaan penelitian ini memang terjadi secara alamiah, tidak memanipulasi keadaan dan kondisinya, serta menekankan pada deskripsi secara alami. Objek penelitian yang digunakan yaitu PT AIA Financial Malang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem informasi MARETA pada PT. AIA Financial Malang merupakan suatu golongan MKTIS (Marketing Information System) yang merupakan suatu alat bantu ilustrasi untuk memberikan penjelasan penjelasan tentang jasa asuransi yang akan ditawarkan oleh agen ke calon nasabah. Permasalahan yang ada pada sistem informasi MARETA yang berjalan saat ini yaitu proses penggunaan Program MARETA tersebut dapat dikategorikan sulit, agen kesulitan saat menjelaskan secara rinci hasil output kepada calon nasabah. proses pembuatan data ilustrasi output calon nasabah sangatlah memakan waktu yang lama, Program MARETA merupakan alat bantu untuk membuat gambaran tentang data ilustrasi output calon nasabah yang bersifat hanya sementara. Alternatif solusi atau rekomendasi sistem informasi MARETA yang diusulkan oleh peneliti yaitu perlu pengetahuan dan pelatihan khusus bagi agen tentang penggunaan Program MARETA. PT. AIA Financial Malang lebih memperbanyak pengenalan dengan calon nasabah pengembangan Program PT. AIA Financial Malang lebih familiar sehingga mudah dipahami dan dipelajari.

## **SUMMARY**

Antoni Prayogi, 2014, *Analysis Of Information System Mareta Decision-Making As A Means Of A Borrower Insurance* (*Studies in PT. AIA Financial Malang*). Prof. Dr. Endang Siti Astuti, M.Si, Drs. Riyadi, M.Si, 103 page + xiv

Company management good will always supported with information systems that good too. Information systems computer-based as providers of information for the end user known with the information technology system becomes a requirement for each company to apply it. The development of information systems give ease in managing and store data as well as turn the data into an information that is beneficial for management.

This research aims to understand the image of the information systems MARETA, identify the problems of information systems MARETA, and to give an alternative solution to overcome problems MARETA information system as a means of decision-making insurance prospective customers in the company of PT. AIA Financial Malang. This research using qualitative the kind of research which aims to show that the implementation of this research is indeed occur naturally, not the state of and manipulate his condition, and emphasized on description naturally. Research object used namely PT. AIA Financial Malang.

The research results show that mareta information system at PT. AIA Financial Malang is a group MKTIS (Marketing Information System) which it is an the tools illustration to give an explanations of insurance services which will be offered by an agent to the prospective custumer. The existing problems on information systems mareta that current namely the process of the use of the Program mareta can be described as difficult agent difficulty in describing in detail the results of the output to the prospective customer. The process of making data output illustration of prospective customer is very eat a long time, mareta Program is the tools to make the idea of output data illustration of a borrower that is only temporary Alternative solutions or recommendation mareta information system proposed by researchers namely need to knowledge and specialised training for the agency about the use of mareta Program PT. AIA Financial Malang more multiply familiarization with the potential borrower and development Program PT. AIA Financial Malang more familiar so easy to understand and studied.

#### **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Program MARETA Sebagai Bagian DariSistem InformasiPembuatan Keputusan Kelayakan Calon Nasabah Asuransi (Studi pada PT. AIA Financial Malang)".

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

- 1. Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- 2. Prof. Dr. Endang Siti Astuti, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- 3. Drs. Wilopo, MAB selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- 4. Prof. Dr. Endang Siti Astuti, M.Si selaku Ketua Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan, serta ilmu-ilmu baru untuk saya selama penyusunan skripsi ini.
- 5. Drs. Riyadi, M.Si selaku Anggota Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan, serta ilmu-ilmu baru untuk saya selama penyusunan skripsi ini.
- 6. Bapak Eka Putra Sakti selaku pimpinan PT. AIA Financial Malang dan seluruh staf bagian agen pemasaran khususnya kepada Fajar Madani, mbak Ferlia, Mbak Mega, Mas Wisnu dan semua pihak yang telah membantu dalam kelancaran proses penelitian skripsi ini.

- 7. Kedua orang tua saya Bapak Suhartono dan Ibu Endang wahyuni, serta adik saya Arfian Rafinaldi dan Lucky Fajar Mahendra. Terimakasih juga untuk Kakek, Nenek, Tante, Om, Kakak Sepupu saya dan semuanya yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu. Terimakasih atas doa, kasih sayang, semangat serta dukungan dalam bentuk apapun yang selalu diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 8. Sahabat-sahabat terbaik saya Noris, Rifky, Uzan, Fuad, Ridwan, Vica, Dimas, Ainul, Puguh terimakasih atas persahabatan, doa, dukungan, semangat, serta kebersamaan yang selalu kalian berikan selama penyusunan skripsi ini hingga akhirnya dapat terselesaikan.
- 9. Teman-teman seperjuangan FIA Bisnis 2010 khususnya konsentrasi SIM dan teman-teman bisnis lain yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas doa, semangat, dan kebersamaan yang selalu kalian berikan
- 10. Terimakasih kepada seluruh pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 26 November 2014

Antoni Prayogi

# **DAFTAR ISI**

MOT	ΓΟ	Halaman
	A PERSETUJUAN SKRIPSI	
	A PENGESAHAN	
PERN	YATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
RING	KASAN	v
SUMN	MARY	vi
KATA	PENGANTAR	vii
DAFT	AR ISI	ix
DAFT	AR TABEL	xii
DAFT	AR GAMBAR	xiii
	AR LAMPIRAN	
DADI	PENDAHULUAN	1
BABI	PENDAHULUAN	1
A.	Latar Belakang	1
В.	Rumusan Masalah	5
C.	Tujuan Penelitian	5
D.	Kontribusi Penelitian	6
	Sistematika Penulisan	
RARI	I KAJIAN PUSTAKA	0
A.	Tinjauan Empiris	9
B.	Konsep Analisis Sistem Informasi	12
	1. Definisi Analisis Sistem	12
	2. Definisi Sistem Informasi	13
C.	Konsep Manajemen Sistem Informasi	14
	1. Definisi Manajemen Sistem Informasi	14
	2. Tingkat Menejemen	
	3. Ruang Lingkup Pekerjaan Manajemen Sistem Informasi	
D.	Konsep Teknologi Informasi	
	1. Definisi Teknologi Informasi	
fit L	2. Komponen Teknologi Informasi	
E.	Konsep Jasa	
	1. Definisi Jasa	
	2. Pemasaran Jasa	
F.	Konsep Pembuatan Keputusan	
	Definisi Pembuatan Keputusan	
	2. Dasar Pembuatan Keputusan	20

G.	Konsep Dasar Asuransi Jiwa	22
	1. Pengertian asuransi	22
	2. Manfaat Asuransi	24
	3. Jenis-Jenis Asuransi	25
	4. Tujuan Asuransi	25
	5. Alasan Mempunyai Asuransi	27
H.	Konsep MARETA	
	1. Definisi MARETA	28
	2. Sistem Administrasi Asuransi	28
	3. Proses Tahapan Pembuatan Asuransi	29
	4. Bagian dari Perusahaan Asuransi	32
	5. Proses Cara Kerja MARETA	33
	5. Proses Cara Kerja MARETA	
	III METODE PENELITIAN	
BAB	II METODE PENELITIAN	36
	Jenis Penelitian	
В.	Lokasi Penelitian	37
C.	Fokus Penelitian  Jenis Sumber Data  Keabsahan Data	37
D.	Jenis Sumber Data	38
E.	Keabsahan Data	39
F.	Teknik Pengumpulan Data	41
G.	Metode Analisis Data	42
BAB 1	IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
	Combone Have Power to a	15
Α.	Gambaran Umum Perusahaan	45 45
	1. Sejaran Perusanaan	45 77
	Visi, Misi dan Modo Perusahaan     Struktur Organisasi	4 /
	5. Struktur Organisasi	50
		50
	4. Tugas dan Wewenang	50 51
	<ul><li>4. Tugas dan Wewenang</li><li>5. Logo Perusahaan</li></ul>	50 51 52
	<ul><li>4. Tugas dan Wewenang</li><li>5. Logo Perusahaan</li><li>6. Sekilas Kinerja AIA Financial</li></ul>	50 51 52
	<ol> <li>Tugas dan Wewenang</li> <li>Logo Perusahaan</li> <li>Sekilas Kinerja AIA Financial</li> <li>Produk Unit Link AIA Financial</li> </ol>	50 51 52 53
	<ol> <li>Tugas dan Wewenang</li> <li>Logo Perusahaan</li> <li>Sekilas Kinerja AIA Financial</li> <li>Produk Unit Link AIA Financial</li> <li>Jalur Distribusi dan Mitra Bisnis</li> </ol>	50 51 52 53 55
	<ol> <li>Tugas dan Wewenang</li> <li>Logo Perusahaan</li> <li>Sekilas Kinerja AIA Financial</li> <li>Produk Unit Link AIA Financial</li> <li>Jalur Distribusi dan Mitra Bisnis</li> <li>Produk yang dijual</li> </ol>	50 51 52 53 55 57
R	<ol> <li>Tugas dan Wewenang</li> <li>Logo Perusahaan</li> <li>Sekilas Kinerja AIA Financial</li> <li>Produk Unit Link AIA Financial</li> <li>Jalur Distribusi dan Mitra Bisnis</li> <li>Produk yang dijual</li> <li>Hasil Wawancara</li> </ol>	50 51 52 53 55 57
В.	<ol> <li>Tugas dan Wewenang</li> <li>Logo Perusahaan</li> <li>Sekilas Kinerja AIA Financial</li> <li>Produk Unit Link AIA Financial</li> <li>Jalur Distribusi dan Mitra Bisnis</li> <li>Produk yang dijual</li> <li>Hasil Wawancara</li> <li>Gambaran Sistem Informasi MARETA PT. AIA Financial</li> </ol>	50 51 52 53 55 57 58
В.	<ol> <li>Tugas dan Wewenang</li> <li>Logo Perusahaan</li> <li>Sekilas Kinerja AIA Financial</li> <li>Produk Unit Link AIA Financial</li> <li>Jalur Distribusi dan Mitra Bisnis</li> <li>Produk yang dijual</li> <li>Hasil Wawancara</li> <li>Gambaran Sistem Informasi MARETA PT. AIA Financial</li> <li>Pengertian Sistem MARETA</li> </ol>	50 51 52 53 55 57 58 60
В.	<ol> <li>Tugas dan Wewenang</li> <li>Logo Perusahaan</li> <li>Sekilas Kinerja AIA Financial</li> <li>Produk Unit Link AIA Financial</li> <li>Jalur Distribusi dan Mitra Bisnis</li> <li>Produk yang dijual</li> <li>Hasil Wawancara</li> <li>Gambaran Sistem Informasi MARETA PT. AIA Financial</li> <li>Pengertian Sistem MARETA</li> <li>Peran Program MARETA dalam pembuatan keputusan</li> </ol>	50 51 52 53 55 57 58 60 60
В.	4. Tugas dan Wewenang 5. Logo Perusahaan 6. Sekilas Kinerja AIA Financial 7. Produk Unit Link AIA Financial 8. Jalur Distribusi dan Mitra Bisnis 9. Produk yang dijual 10. Hasil Wawancara Gambaran Sistem Informasi MARETA PT. AIA Financial 1. Pengertian Sistem MARETA 2. Peran Program MARETA dalam pembuatan keputusan 3. Proses dan Cara Kerja MARETA	50 51 52 55 55 58 60 60
B.	4. Tugas dan Wewenang	50 51 52 55 55 58 60 60 62

D.	Alternatif Solusi Mengatasi Permasalahan Sistem Informasi	
	MARETA	82
	1. Usulan Alternatif Solusi	82
BAB V	V PENUTUP	
	Kesimpulan	
	Saran	
DAFT	AR PUSTAKA	86



# DAFTAR TABEL





# DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tingkat Manajemen	15
Gambar 2 Sistem Administrasi Asuransi	29
Gambar 3 Proses Pembuatan Asuransi	30
Gambar 4 Proses Pembuatan Asuransi	31
Gambar 5 Proses Pembuatan Asuransi	31
Gambar 6 Bagian Perusahaan Asuransi	33
Gambar 7 Struktur Organisasi PT. AIA Financial Malang	
Gambar 8 Logo Perusahaan PT. AIA Financial Malang	
Gambar 9 Produk Unit Link PT. AIA Financial Malang	57
Gambar 10 Data Flow Diagram Program MARETAMARETA	62
Gambar 11 Proses Input MARETA	64
Gambar 12 Proses Input MARETA hal 1	65
Gambar 13 Proses Input MARETA hal 2	66
Gambar 14 Proses Output Program MARETA hal 1	67
Gambar 15 Proses Output Program MARETA hal 2	68
Gambar 16 Proses Output Program MARETA hal 3	70
Gambar 17 Proses Output Program MARETA hal 4	72
Gambar 18 Proses Output Program MARETA hal 5	74
Gambar 19 Proses Output Program MARETA hal 6	77
Gambar 20 Proses Output Program MARETA	

# DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	88
Lampiran 2	
Lampiran 3	





#### BAB I

## **PENDAHULUAN**

## A. Latar Belakang

Saat ini banyak perusahaan yang menggunakan sistem informasi dalam menjalankan operasinya. Manajemen perusahaan yang baik akan selalu didukung dengan sistem informasi yang baik pula. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, semakin bertambah pula penggunan komputer dalam menyelesaikan permasalahan di berbagai bidang. Sistem informasi berbasis komputer sebagai penyedia informasi bagi para penggunanya yang dikenal dengan sistem teknologi informasi menjadi suatu keharusan bagi setiap perusahaan untuk menerapkannya.

Perkembangan sistem informasi memberikan kemudahan dalam mengelolah dan menyimpan data serta mengubah data menjadi suatu informasi yang bermanfaat bagi pengelola. Salah satunya yaitu pengguna sistem informasi berbasis komputer, semula peran dari sistem teknologi informasi hanya sebatas peran efisiensi dan efektivitas. Peran efisiensi yaitu, menggantikan peran manusia dengan teknologi informasi sehingga pekerjaan dapat terlaksana dengan efisien, sedangkan peran efektivitas adalah peran untuk menyediakan informasi bagi pengguna dalam pengambilan keputusan manajemen yang efektif (Jogiyanto, 2006:1-2).

Saat ini salah satu perusahaan yang telah menerapkan sistem teknologi informasi dalam menjalankan oprasinya adalah AIA Financial yang

merupakan salah satu perusahaan asuransi jiwa terkemuka di Indonesia, dan anggota dari AIA Group. AIA Group Limited dan anak perusahaannya (secara bersama-sama disebut sebagai "AIA" atau "Group") merupakan kelompok perusahaan asuransi jiwa *pan-Asia* independen terbesar di dunia yang tercatat di bursa saham. AIA Group Limited memiliki anak perusahaan atau cabang yang beroperasi di 17 pasar Asia Pasifik, yaitu Hong Kong, Thailand, Singapura, Malaysia, Cina, Korea, Filipina, Australia, Indonesia, Taiwan, Vietnam, Selandia Baru, Macau, Brunei, memiliki 97 persen saham anak perusahaan di Sri Lanka, 26 persen kepemilikan saham usaha patungan di India, dan kantor perwakilan di Myanmar.

PT. AIA Financial Malang menawarkan berbagai produk asuransi mulai dari asuransi jiwa, asuransi kesehatan, asuransi kecelakaan diri, asuransi yang dikaitkan dengan investasi, termasuk asuransi dengan prinsip syariah, maupun program kesejahteraan karyawan, program pesangon, dan program dana pensiun (DPLK). Produk-produk tersebut dipasarkan oleh lebih dari 10.000 agen profesional dan berpengalaman melalui beragam jalur distribusi seperti Agency, Bancassurance dan Corporate Solutions (Pension & Employee Benefits). Profil AIA juga Dapat di lihat di web (http://www.aia-financial.co.id) serta juga dapat Customer care hotline: 500 980 atau Email: id.customer@aia.com.

Berdasarkan wawancara dengan bagian *support & development*PT. AIA Financial–EAM Malang, Bapak Achmad Fajar maulana S.Ikom,

Prosedur dalam proses bisnis menggunakan suatu sistem yang disebut

MARETA (*Marketing Elektronic Tools & Archive*) yang dilakukan dengan cara menginputkan data diri serta data riwayat calon nasabah secara manual dan diproses secara otomatis oleh Program MARETA. Sistem informasi MARETA tersebut merupakan alat bantu dari suatu bisnis PT. AIA Financial Malang sebelum melakukan penjualan asuransi, serta alat bantu untuk menerangkan spesifikasi asuransi dan pembuatan keputusan kepada calon nasabah sebelum menjadi nasabah asuransi. Pembuatan keputusan disni merupakan pembuatan keputusan yang dilakukan oleh agen setelah melakukan wawancara dengan calon nasabah tersebut. Keputusan tersebut yang merupakan berisi tentang apakah calon nasabah tersebut memiliki kriteria yang sesuai dengan perusahaan asuransi yang berdasarkan dari hasil rekap data calon nasabah yang diproses oleh sistem MARETA tersebut.

Sistem MARETA pada PT. AIA Finansial Malang yang digunakan setelah para agen mewawancarai calon nasabah dengan tahapan sebagai berikut: planning, prospecting, approach, fact finding, presentation, handling objection & closing. Setelah melakukan wawancara data dari calon nasabah di input secara manual melalui Program MARETA kemudian Program MARETA otomatis memproses data tersebut secara otomatis memberikan output jenis-jenis ketentuan asuransi apa saja yang akan di peroleh calon nasabah tersebut. Contoh dari berbagai macam asuransi yang akan di peroleh nasabah yaitu: perkembangan dana, masa pertanggungan asuransi, asuransi tambahan, data pemegang polis dan tertanggung, top up, opsi unit Link (Infestasi), masa cuti premi, penarikan dana, data agen, dan lain sebagainya.

Dapat disimpulkan bahwa Program MARETA yang digunakan secara manual dalam memasukan data calon nasabah dan serta pemrosesannya secara otomatis memberikan macam-macam produk apa saja yang akan didapatkan oleh calon nasabah tersebut sebelum menjadi anggota nasabah. Program MARETA yang saat ini sedang digunakan pada PT. AIA Financial Malang sebagai ujung awal sebelum menjual produk asuransi kepada calon nasabah dan sebagai sarana pembuatan keputusan calon nasabah. Program tersebut sangatlah efektif dan sangat membantu dalam proses bisnis AIA. MARETA (Marketing Elektronic Tools & Archive) merupakan suatu Program yang sulit untuk diaplikasikan oleh agen sehingga mengakibatkan banyak agen yang kesulitan untuk mengoprasikan Program tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, perlu adanya mengidentifikasi masalah apa saja yang menyebabkan Program MARETA sulit digunakan oleh para agen dalam mencari solusi untuk memecahkan permasalah tersebut. Sehingga kita dapat mengetahui pokok permasalahan yang sedang terjadi. Oleh karena itu, dipilih judul penelitian "Analisis Program MARETA Sebagai Bagian Dari Sistem Informasi Pembuatan Keputusan Kelayakan Calon Nasabah Asuransi" (studi pada PT. AIA Financial Malang).

Harapan dari penelitian ini adalah agar skripsi ini dapat memberikan solusi sebagai pemecahan masalah dalam Proses Pembuatan keputusan calon nasabah asuransi pada PT. AIA Financial Malang".

## B. Rumusan Masalah

- Bagaimana gambaran sistem informasi pembuatan keputusan calon nasabah asuransi menggunakan Program MARETA di Perusahaan PT. AIA Financial Malang?
- 2. Apa saja permasalahan sistem informasi pembuatan keputusan calon nasabah asuransi pada Program MARETA di Perusahaan PT. AIA Financial Malang?
- 3. Bagaimana solusi atas permasalahan pada sistem informasi pembuatan keputusan calon nasabah asuransi dengan menggunakan Program MARETA di Perusahaan PT. AIA Financial Malang?

# C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat diuraikan Tujuan Penelitian:

- Mengetahui gambaran sistem informasi MARETA sebagai sarana pembuatan keputusan calon nasabah asuransi di Perusahaan PT. AIA Financial Malang
- Mengidentifikasi permasalahan sistem informasi MARETA sebagai sarana pembuatan keputusan calon nasabah asuransi di Perusahaan PT. AIA Financial Malang
- 3. Memberi alternatif solusi mengatasi permasalahan sistem informasi MARETA sebagai sarana pembuatan keputusan calon nasabah asuransi di Perusahaan PT. AIA Financial Malang

# D. Kontribusi Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

## 1. Aspek Akademis

Sebagai tambahan referensi terhadap penelitian-penelitian serupa untuk mengembangkan sistem informasi manajemen dengan menggunakan Program MARETA (Marketing Elektronic Tools & Archive) sebagai sarana pembuatan keputusan calon nasabah.

# 2. Aspek Praktis

Sebagai bahan masukan dan bahan evaluasi untuk PT. AIA Financial Malang dalam pengembangan Program MARETA yang digunakan. Sehingga dapat memudahkan pembuatan keputusan pada target calon nasabah asuransi.

# E. Sistematika Penulisan

Skripsi ini terbagi menjadi 5 bab, dimana masing-masing bab saling berhubungan. Penelitian membagi skripsi ini menjadi beberapa bab yaitu Pendahuluan, Kajian Pustaka, Metode Penelitian, Hasil Penelitian, dan Penutup. Berikut adalah penjelasan singkat dari masing-masing bab:

## BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan hal yang mendasari peneliti, yang terdiri dari beberapa sub bab antara lain: Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kontribusi Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini mengulas tentang landasan empiris dan landasan teoritis, yang berkaitan dengan topik penelitian dan menjadi dasar peneliti, seperti teori-teori yang berhubungan dengan pokok masalah yang dibahas dan menjelaskan pengertian-pengertian yang berkaitan dengan penelitian.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi pembahasan metode penelitian yang digunakan, diantaranya Jenis Penelitian, Fokus Penelitian, Pemilihan Lokasi, Sumber Data, Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, dan Metode Analisis.

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi Penyajian Data yang menggambarkan masalah pokok dari penelitian yang terjadi saat ini secara kronologis berdasarkan tujuan penelitian. Serta analisis terhadap kebutuhan sistem.

# BAB V PENUTUP

Dalam bab ini penulis menyampaikan kesimpulan akhir dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan serta memberikan saran-saran untuk pengembangan proses bisnis yang lebih baik.

## BAB II

## KAJIAN PUSTAKA

# A. Tinjauan Empiris

# 1. Yoppy Santika 2011

Penelitian terdahulu oleh Yoppy Santika yang berjudul "Analisis Sistem Informasi Pendaftaran Nasabah Asuransi Beasiswa Berencana bersama Bumi Putera Syariah cabang Garut" Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 merupakan perusahaan asuransi yang berfungsi menyediakan pelayanan dan produk jasa asuransi jiwa berkualitas sebagai wujud partisipasi dalam Pembangunan Nasional melalui peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Tujuan Analisis sistem informasi pendaftaran nasabah asuransi beasiswa berencana adalah untuk menganalisis sistem tersebut dari sistem *current* sistemnya dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan dan untuk memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan proses pendaftaran.

Analisis pada kerja praktek ini menggunakan pendekatan berorientasi obyek yang terdiri dari tahapan-tahapan sebagai berikut: identification actor, activity diagram, use case diagram sequence diagram, class diagram.

Berdasarkan hasil analisis terhadap sistem yang telah berjalan di AJB Bumiputra Garut, proses pendaftaran nasabah asuransi beasiswa berencana sudah berjalan dengan cukup baik dan dapat mengakomodasi kebutuhan dari pengguna sistem. Kendati demikian masih ada kekurangan yang ditemukan, selain itu penggunaan pendekatan berorientasi obyek dinilai cukup mudah dan cepat dalam menganalisis suatu sistem.

# 2. Abung Fayshal dan Henny Medyawati (2013)

Penelitian terdahulu oleh Abung Fayshal dan Henny Medyawati yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Pada Bumi Putera Syariah Cabang Depok". Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera Syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah melakukan observasi langsung yaitu kerja praktek atau studi lapangan, dengan melakukan kegiatan peninjauan langsung ke objek penelitian yaitu kantor AJB Bumi putera Cabang Depok dan wawancara dengan pihak-pihak terkait pada kantor tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa AJB Bumi Putera Syariah menerapkan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari empat P (4P) yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan distribusi (*place*). Berdasarkan pengamatan di lapangan menunjukkan bahwa dari ke empat elemen bauran pemasaran, promosi lebih mendapatkan prioritas dibandingkan dengan aspek bauran pemasaran lainnya.

Maka dapat disimpulkan bahwa AJB Bumiputera Syariah secara keseluruhan sudah menerapkan strategi bauran pemasaran (marketing mix), yaitu AJB Bumiputera telah memiliki produk asuransi jiwa syariah yang beragam, dengan premi atau harga yang relatif terjangkau, menerapkan promosi yang fokus dan terarah melalui seminar-seminar dan mendistribusikan produk melalui jalur distribusi *personal selling* yang memadai. Aspek promosi lebih mendapatkan prioritas dibandingkan dengan aspek bauran pemasaran lainnya karena dianggap dapat meluaskan jangkauan calon pemegang polis. Untuk lebih meningkatkan volume penjualan, perusahaan perlu memiliki alternatif media lain untuk tujuan promosi sebagai pendorong.

**Tabel 1 Penelitian Terdahulu** 

No	Tahun Penelitian	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil/Temuan
	2011	Yoppy Santika	Analisis sistem informasi pendaftaran nasabah asuransi beasiswa berencana bersama Bumi Putera cabang Garut.	menganalisis sistem tersebut dari sistem current sistemnya dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan dan untuk memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan proses pendaftaran dengan menggunakan metode pendekatan berorientasi obyek yang terdiri dari tahapan-tahapan identification actor, activity diagram, use case diagram sequence diagram, class diagram.

No	Tahun Penelitian	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil/Temuan
2	2013	Abung Fayshal dan Henny Medyawati	Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Pada Bumi Putera Syariah Cabang Depok	AJB Bumi Putera Syariah menerapkan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari empat P (4P) yaitu produk (product), harga(price), promosi (promotion) dan distribusi (place).

# **B.** Konsep Analisis Sistem Informasi

## 1. Definisi analisis sistem

Menurut Whitten (2004:176), analisis sistem adalah sebuah teknik pemecahan masalah yang menguraikan sebuah sistem menjadi bagian-bagian komponen dengan tujuan mempelajari seberapa bagus bagian-bagian komponen tersebut bekerja dan berinteraksi untuk meraih tujuan mereka.

Menurut Jogiyanto (1999:129), analisis sistem adalah suatu sistem informasi yang utuh ke dalam bagian-bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan-hambatan yang terjadi dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat di usulkan perbaikan-perbaikannya. Tujuan utamanya adalah untuk memahami sistem dan masalah yang ada, untuk menguraikan kebutuhan informasi dan untuk menetapkan prioritas pekerjaan sistem selanjutnya.

Berdasarkan kedua definisi para ahli dapat disimpulkan bahwa sekelompok orang yang menganalisis sistem dan mempelajari permasalahan yang ada untuk mengidentifikasi pemecahan permasalahan tersebut.

## 2. Definisi sistem informasi

Suatu informasi dapat diperoleh dari sistem informasi (information system). Sistem informasi dapat didefinisikan sebagai berikut:

"Sistem Informasi adalah suatu sistem didalam suatu organisasi yang memepertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat menejerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan" [jogiyanto HM, 1999 : 11].

Sistem Informasi merupakan suatu sistem yang saling berkaitan dan berinteraksi satu sama lain dan bertujuan untuk menyediakan informasi untuk mendukung operasi, manajemen dan fungsi pengambilan keputusan dalam suatu organisasi. Dalam Jogiyanto, (1999). Kegiatan dalam sistem informasi mencakup sebagai berikut:

- a. *Input*, menggambarkan suatu kegiatan untuk menyediakan data yang akan diproses.
- b. Proses, menggambarkan bagaimana suatu data diproses untuk menghasilkan suatu informasi yang bernilai tinggi.

- Output, suatu kegiatan untuk menghasilkan laporan dari proses diatas.
- d. Penyimpanan, suatu kegiatan untuk memelihara atau menyimpan data-data yang telah diproses melalui tiga tahap diatas.
- e. Control, suatu aktifitas untuk menjamin bahwah sistem informasi tersebut berjalan sesuai dengan yang di harapkan.

# C. Konsep Manajemen Sistem nformasi

# 1. Definisi Manajemen sistem Informasi

Manajemen Sistem Informasi (MSI) berasal dari kata Management of Information System yang biasanya disingkat dengan MSI. "MSI adalah mata kuliah yang mempelajari cara-cara mengelolah pekerjaan informasi dengan menggunakan pendekatan sistem yang berdasarkkan pada prinsipprinsip manajemen", (Amsyah 2005:27).

Karena sistem informasi dikerjakan menggunakan prinsip-prinsip manajemen agar tujuan dapat tercapai secara efisien dan efektif maka disebut dengan Manajemen Sistem Informasi. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa sebuah sistem manusia atau mesin yang terpadu untuk menyajikan informasi guna mendukung pengambilan keputusan dalam sebuah organisasi.

# 2. Tingkat Manajemen

Dilihat dari tingkatan organisasi, manajemen dibagi dalam 3 tingkatan sebagai ukuran tinggi rendahnya tingkat kelompok pemimpin. Tingkatan tersebut umumnya terdiri dari:

- a. Top menejemen bertanggung jawab atas pengaruh yang ditimbulkan dari keputusan-keputusan manajemen keseluruhan dari organisasi.
   Pada tingkatan ini dapat diartikan sebagai Direktur, Direktur Utama, Wakil Direktur.
- b. *Middle* manajemen memiliki keahlian untuk berkomunikasi, bekerja sama dan memotivasi orang lain. Pada tingkatan ini dapat diartikan sebagai Manajer Wilayah, Kepala Divisi, dan Direktur Produk.
- c. Lower manajemen bertanggung jawab menyelesaikan rencanarencana yang telah ditetapkan oleh para manajer yang lebih tinggi.
   Pada tingkat ini dapat diartikan sebagai supervisor atau pengawas produksi, mandor.

Secara umum tugas dan pekerjaan ketiga tingkat menejemen tersebut dapat digambarkan seperti berikut:



Gambar 1 Tingkat menejemen Sumber : dalam Amsyah, (2005:201)

# 3. Ruang Lingkup Pekerjaan Manajemen Sistem Informasi

Pekerjaan MSI berkembang melalui empat proses sesuai dengan perkembangan alat pengolah data yaitu zaman MSI (Amsyah, 2005):

- a. Dikerjakan secara manual
- b. Dikerjakan dengan alat mesin manual
- c. Dikerjakan dengan alat mesin elektrik
- d. Dikerjakan dengan elektrik (Komputer)

Pekerjaan MSI (*Management of Information System*) dimulai dari pengumpulan data yang dibuat atau karena adanya fakta. Fakta tersebut dicatat atau direkam pada komputer sehingga menghasilkan fakta yang disebut data. Pengelolahan data menjadi informasi disebut sebagai proses transformasi, atau manipulasi data menjadi informasi. Alat pengelolanya dapat dikelompokan menjadi alat pengolah manual, mesin manual, mesin elektrik, dan komputer.

Hasil pengolahan data adalah informasi yang berbentuk laporan, model, deskriptif, dan bentuk statistik. Informasi kemudian dianalisis sebagai bahan pengambilan keputusan. Keputusan kemudian dioperasikan kedalam bentuk kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi atau penilaian. Pada setiap kegiatan tersebut dilakukan juga kegiatan pengawasan.

Kegiatan tersebut secara keseluruan untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif, terutama dalam menghadapi era

globalisasi yang penuh dengan persaingan, dimana setiap kegiatan memerlukan dukungan data dan informasi.

# D. Konsep Teknologi Informasi

## 1. Definisi Teknologi Informasi

Teknologi Informasi adalah teknologi yang merujuk pada seluruh bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah, serta menggunakan informasi dalam segala bentuknya. "Teknologi Informasi merupakan kombinasi teknologi komputer (hardware & Program) untuk mengolah dan menyimpan informasi dengan teknologi komunikasi untuk melakukan transmisi informasi." M. Suyanto (2005:10)

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Teknologi Informasi adalah teknologi yang digunakan untuk mengolah, menyimpan, menggunakan suatu data mentah menjadi sebuah informasi yang berguna.

# 2. Komponen Teknologi Informasi

Teknologi Informasi terdapat beberapa komponen yang saling berhubungan. Komponen-komponen Sistem Teknologi Informasi adalah: (Laudon, 2005:18)

a. Perangkat keras computer yaitu perangkat yang terdiri dari, CPU,
 Keyboard, Monitor, Mouse, Printer.

- b. Perangkat Lunak Komputer yaitu Program atau aplikasi computer yang terdiri dari, Microsoft, Windows, Linux, Explorer.
- c. Teknologi Penyimpanan yaitu kapasitas room pada perangkat teknologi yang terdiri dari, RAM, hardisk, flashdisk, dan beberapa memori *external* serta *windows kapasity room*
- d. Teknologi Komunikasi Jaringan yaitu Wifi, Speedy, dll
- e. Infrastruktur Teknologi Informasi contohnya radio cb3

# E. Konsep Jasa

## 1. Definisi Jasa

Jasa adalah merupakan tindakan atau kegiatan yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Berikut ini adalah definisi dari jasa menurut beberapa ahli:

Menurut Kotler dan Amstrong (2008, p266) Jasa adalah semua kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tak berwujud (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Berdasarkan definisi jasa diatas dapat disimpulan jasa adalah produk yang tidak berwujud yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain melalui suatu transaksi pertukaran yang saling memuaskan sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen.

# BRAWIJAYA

#### 2. Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa tidak sama dengan produk. Pemasaran jasa produknya bersifat tidak kasat mata dan tidak dapat diraba. Produksi jasa dilakukan saat konsumen berhadapan dengan petugas sehingga pengawasan kualitas dapat segera dilakukan. Hal ini lebih sulit dari pengawasan produk fisik. Selanjutnya komunikasi antara konsumen dan petugas merupakan hal terpenting untuk mewujudkan produk yang dibentuk.

Menurut Kotler (2004, p275) pemasaran jasa merupakan aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun dan interaksi antara penyedia jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.

# F. Konsep Pembuatan Keputusan

# 1. Definisi Pembuatan Keputusan

Keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas. Keputusan merupakan hasil proses pemikiran untuk membuat suatu keputusan yang dimana hasilnya akan dipilih satu dari sekian banyak pilihan untuk ditetapkan sebagai hasil pembuatan keputusan itu sendiri. Keputusan yang tepat adalah keputusan yang berbobot dan dapat diterima oleh orang lain. Ini biasanya merupakan keseimbangan

antara disiplin yang harus ditegakkan dan sikap manusiawi terhadap bawahan. Beikut definisi pembuatan keputusan menurut para ahli, antara lain:

- a. Menurut George R. Terry: pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada.
- b. Menurut James A. F. Stoner: pengambilan keputusan adalah proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecahan masalah.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulan bahwa keputusan itu diambil dengan sengaja, tidak secara kebetulan, dan tidak boleh sembarangan sehingga memberikan hasil yang dapat menyelesaikan suatu masalah dengan cara atau teknik tertentu agar dapat lebih diterima oleh semua pihak.

## 2. Dasar Pembuatan Keputusan

Menurut George R. Terry, dasar-dasar pengambilan keputusan adalah:

## Intuisi:

Suatu proses pembuatan keputusan yang berdasarkan atas intuisi atau perasaan yang bersifat subjektif sehingga seseorang mudah terkena pengaruh. Disni intuisi terbagi 2 segi yaitu segi positif dan negatif sebagai berikut:

BRAWIJAYA

- a. Intuisi dari segi **positif** adalah: Proses pembuatan keputusan relatif lebih pendek dan perlu dimanfaatkan dengan baik.
- b. Intuisi dari segi **negatif** adalah: Keputusan yang dihasilkan relatif kurang baik serta data yang di peroleh sulit diukur kebenarannya dan proses pengambilan keputusan sering kali diabaikan.

# b. Pengalaman:

Pembuatan keputusan berdasarkan pengalaman seseorang dapat memberikan baik-buruknya keputusan yang akan dihasilkan.

Dengan adanya pengalaman, seseorang sudah dapat menduga cara penyelesaiannya.

## c. Fakta:

Pembuatan keputusan berdasarkan fakta maka tingkat kepercayaan terhadap pengambilan keputusan dapat lebih tinggi, sehingga orang dapat menerima keputusan-keputusan yang dapat dibuat dengan rela dan lapang dada.

# d. Wewenang:

Pembuatan keputusan berdasarkan wewenang biasanya dilakukan oleh pimpinan terhadap bawahannya. Pembuatan keputusan berdasarkan wewenang juga memiliki beberapa kelebihan dan kelemahan.

## e. Rasional:

Pembuatan keputusan oleh agen dan calon nasabah didasarkan rasional dan sangat bersifat objektif, logis, lebih transparan,

konsisten untuk memaksimumkan hasil atau nilai dalam batas kendala tertentu serta sesuai dengan tujuan apa yg diinginkan. Dalam hal ini keputusan yang diambil berupa:

- a. keputusan persetujuan untuk mengikuti jasa asuransi pada PT AIA Financial Malang.
- b. keputusan yang ditentukan oleh agen berdasar kelayakan dari en . calon nasabah.

# G. Konsep Dasar Asuransi Jiwa

# 1. Pengertian Asuransi

Asuransi adalah sebuah istilah umum yang digunakan untuk merujuk pada tindakan, sistem, atau bisnis dimana perlindungan financial atau ganti rugi secara financial untuk jiwa, kesehatan, dan sebagainya memperoleh penggantian dari kejadian-kejadian yang tidak terduga seperti kematian, kehilangan, kerusakan, atau sakit, dimana ia melibatkan pembayaran premi secara teratur dalamjangka waktu tertentu sebagai ganti polis yang menjamin perlindungan tersibut. Berikut meupakan pengertian asuransi menurut para ahli:

Menurut Abbas Salim (2007:1) "Asuransi ialah suatu kemauan untuk menetapkan kerugian-kerugian kecil (sedikit) yang sudah pasti sebagai pengganti atau substitusi kerugian-kerugian besar yang belum terjadi."

Sedangkan menurut Herman Darmawi (2004:2) pengertian asuransi dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, yaitu:

# 1. Pandangan Ekonomi:

Asuransi merupakan suatu metode untuk mengurangi risiko dengan jalan memindahkan dan mengkombinasikan ketidak pastian akan adanya kerugian keuangan (financial).

# 2. Pandangan Hukum:

Asuransi merupakan suatu kontrak (perjanjian) pertanggungan risiko antara tertanggung dengan penanggung.

# 3. Pandangan Bisnis:

Asuransi adalah sebuah perusahaan yang usaha utamanya menerima atau menjual jasa, pemindahan risiko dari pihak lain, dan memperoleh keuntungan dengan berbagi risiko (*sharing of risk*) di antara sejumlah besar nasabahnya.

## 4. Pandangan Social:

Asuransi merupakan sebagai organisasi sosial yang menerima pemindahan risiko dan mengumpulkan dana dari anggota-anggotanya guna membayar kerugian yang mungkin terjadi pada masing-masing anggota tersebut.

# 5. Pandangan Matematika:

Asuransi merupakan aplikasi matematika dalam memperhitungkan biaya dan faedah pertanggungan risiko.

# 2. Manfaat Asuransi

Sejalan dengan perkembangan ekonomi dan industri yang semakin kompleks dan berisiko tinggi, maka tidak dapat disangkal lagi kalau asuransi memiliki manfaat bagi masyarakat umum dan manfaat bagi dunia usaha. Disebutkan oleh Radiks Purba (2002:6) sebagai berikut:

- 1. Dana yang terkumpul pada industri asuransi dapat digunakan untuk investasi yang digunakan dalam pembangunan.
- 2. Mendorong masyarakat untuk tidak tergantung pada pihak lain karena telah memiliki polis asuransi, dan mendorong masyarakat untuk lebih berpikir ke masa depan.
- 3. Perusahaan asuransi dapat memberikan saran-saran untuk mengatasi risiko dan mengurangi kemungkinan kerugian yang timbul.
- 4. Setiap perusahaan yang mengikuti program asuransi hanya perlu menyisihkan sebagian kecil dananya untuk pembayaran premi.

Berdasarkan uraian diatas, dapat diketahui bahwa asuransi itu sesungguhnya memaksa orang untuk memikirkan tentang skala prioritas yang dapat menyebabkannya melakukan dan menyisihkan sebagian penghasilan untuk membayar kewajiban berupa premi asuransi serta asuransi mempunyai peranan penting dalam mendorong masyarakat untuk lebih berpikir ke masa depan, dan dalam pengembangan pembangunan.

# 3. Jenis-jenis Asuransi

Bidang usaha asuransi biasanya dibagi 2 (dua) bagian, yaitu asuransi atas orang dan asuransi atas harta. Menurut Herman Darmawi (2004:26-27) pengertian kedua jenis asuransi tersebut adalah sebagi berikut:

 a. "Asuransi atas orang yaitu: asuransi yang objeknya orang dengan kata lain adalah asuransi yang berkaitan dengan individu. Adapun risiko yang ditanggung (peril) dalam asuransi atas orang adalah: (Kematian, Kecelakaan dan sakit, Pengangguran, dan Karena umur tua)

 b. Asuransi atas harta yaitu: asuransi yang ditujukan terhadap perilperil yang mungkin menghancurkan properti atau harta kekayaan.
 Asuransi ini di Indonesia digolongkan sebagai asuransi kerugian."

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa jenis asuransi terdiri dari asuransi atas orang dan asuransi atas harta. Asuransi atas orang adalah asuransi yang objeknya orang sedangkan asuransi atas harta adalah asuransi yang ditujukan terhadap peril-peril yang mungkin menghancurkan harta kekayaan.

# 4. Tujuan Asuransi

Ganti rugi yang diberikan oleh penanggung kepada tertanggung bila tertanggung menderita kerugian yang dijaminkan oleh Polis, bertujuan untuk mengembalikan tertanggung kepada posisinya semula atau untuk menghindarkan tertanggung dari kebangkrutan sehingga ia masih mampu berdiri, sebelum mengalami kerugian.

Menurut Radiks Purba (2002:55) menjelaskan tujuan asuransi adalah sebagai berikut: "Ganti rugi yang diberikan oleh penanggung kepada tertanggung bila tertanggung menderita kerugian yang dijamin oleh polis, bertujuan untuk mengembalikan tertanggung pada posisinya semula, atau untuk menghindarkan tertanggung dari kebangkrutan sehingga ia masih mampu berdiri seperti sebelum menderita kerugian."

BRAWIJAYA

Sedangan tujuan asuransi menurut Abbas Salim (2007:29) adalah sebagai berikut:

- a. memberikan jaminan perlindungan dari risiko yang diderita suatu pihak dan serta memeberikan cara yang efisien untuk perlindungan agar tidak memakan banyak waktu, tenaga dan biaya.
- b. Membantu pemerataan biaya, dengan membayar biaya premi saja yang jumlahnya sudah tertentu secara tetap perperiode.
- c. Memberikan kredit dengan sistem perkreditan yang dilakukan oleh bank dan Bank memerlukan jaminan pada peminjam uang.
- d. Sebagai tabungan dan modal investasi bagi pihak yang bersangkutan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan asuransi adalah untuk memberikan jaminan perlindungan risiko yang diderita suatu pihak, untuk meningkatkan efisiensi, untuk membantu mengadakan pemerataan biaya, untuk dasar pemberian kredit, sebagai tabungan, untuk memupuk *earning power* suatu perusahaan, dan untuk modal investasi.

# 5. Alasan mempunyai Asuransi Jiwa:

a. Proteksi Keluarga,

Proteksi Keluarga adalah menjaga agar keluarga kita dapat tetap hidup nyaman dan terjamin apabila kepala keluarga meninggal dunia. Denngan adanya proteksi keluarga tersebut memberikan uang untuk biaya hidup istri atau anak-anaknya. Ikut asuransi bukan

berarti kita harus meninggal, akan tetapi keluarga tercinta yang kita tinggalkan harus tetap hidup.

# b. Tabungan Pendidikan,

Pendidikan adalah menyiapkan sejumlah dana agar dikemudian hari anak-anak kita bisa sekolah dan kuliah sesuai dengan minat dan keinginan nya. Dengan memperhitungkan rata-rata inflasi 10 persen/tahun, total biaya kuliah 17 tahun ke depan bisa mencapai 1 milyar Rupiah. Dengan adanya tabungan pendidikan ini kita bisa memberikan yang terbaik untuk anak kita kedepannya sampai sukses.

### c. Proteksi Kesehatan,

Proteksi Kesehatan adalah melimpahkan resiko finansial kepada pihak asuransi apabila kita atau keluarga kita sakit atau bahkan terkena penyakit kritis. Kita mungkin hidup sederhana, tetapi jika sakit tentu saja kita ingin diobati oleh dokter berkualitas dan dirawat di ruangan tersendiri, sehingga nyaman dan setiap saat keluarga atau teman-teman kita dapat berkunjung tanpa terganggu oleh orang lain.

# d. Tabungan Pensiun,

Tabungan pensiun adalah Tabungan yang dilakukan sebelum kita berhenti bekerja dikarenakan umur yang sudah tua. Dan pada saat kita pensiun nanti kita sudah mempunyai sejumlah dana untuk biaya hari tua kita nanti.

# H. Konsep MARETA (Marketing Electronic Tools & Archieve)

### 1. Definisi MARETA

Banu AW (2013) berpendapat MARETA merupakan suatu alat yang berbentuk Program dimana Program tersebut sangat berguna bagi perusahaan dan telah di pakai hingga saat ini. Program MARETA termasuk suatu golongan (*Marketing Information System*) yang biasanya kita kenal dengan sebutan MKTIS.

Proses penggunaan Program tersebut berawal dengan memasukkan data calon nasabah secara manual ke Program MARETA lalu kemudian Program tersebut secara otomatis memberikan hasilnya produk-produk asuransi apa saja yang akan di dapat oleh calon nasabah. Setelah hasil dari proses tersebut penyedia layanan harus bisa menjelaskan secara rinci dan jelas tentang hasil yang telah dikeluarkan oleh Program MARETA tersebut.

#### 2. Sistem Administrasi Asuransi

Pembuatan asuransi disini berdasarkan alurnya yang sudah ditetapkan dari awal dimana antara proses satu dengan proses lain tidak bisa saling berpotongan. Maka dari itu proses tersebut berjalan berdasarkan alurnya, disini alur proses pembuatan asuransi terbagi menjadi 4 bagian diataranya Asuransi atau kantor pusat, Agency atau kantor pemasaran, Agen dan Calon Nasabah. Dibawah ini merupakan contoh gambaran alur pembuatan asuransi sebagai berikut:

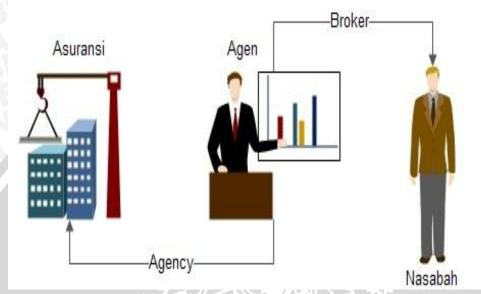
Gambar 2 Sistem Administrasi Asuransi Sumber : Fajar Maulana (2014)

# 3. Proses Tahapan Pembuatan Asuransi

Proses pembuatan asuransi dapat dijelaskan bahwa proses tersebut bemula dari suatu perbincangan dan menawarkan produk jasa antara agen terhadap calon nasabah. Dan apabila calon nasabah tersebut memberikan suatu respon positif terhadap apa yang sudah di jelaskan oleh agen maka agen tersebut membuatkan contoh ilustrasi MARETA. Ilustrasi MARETA tersebut digunakan sebagai acuan untuk menjelaskan produk jasa yang ditawarkan. Dan apabila calon nasabah tersebut memahami dan setuju maka agen membuatkan suatu ilustrasi MARETA yang telah direvisi setelah mendapatkan persetujuan calon nasabah.

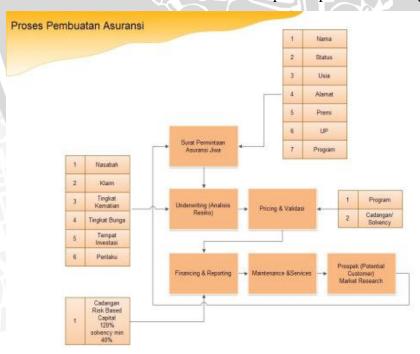
Proses ilustrasi MARETA tersebut dibuatkan sampai benar-benar sesuai dengan kebutuhan calon nasabah. Apabila ilustrasi tersebut sudah sesuai dengan calon nasabah dan ditanda tangani sebagai surat persetujuan maka agen memberikan Surat Pengajuan Asuransi Jiwa (SPAJ) untuk diisi dan dilengkapi. Seteah itu agen menyetorkan pada agency untuk proses underwriting tahap pertama. Dari proses *underwriting* itu akan diketahui data nasabah sudah sesuai atau belum untuk dilakukan proses underwriting seanjutnya di kantor pusat. Dari proses *underwriting* kantor pusat maka akan diketahui apakah calon nasabah tersebut akan diterima, *disapprove*,

dilengkapi, ataupun ditolak surat pengajuannya. Berikut adalah gambaran dari proses pembuatan asuransi:



Gambar 3 Proses Pembuatan Asuransi Sumber : Banu AW (2013:1)

Pembuatan asuransi memiliki beberapa tahapan. Yaitu sebagai berikut:



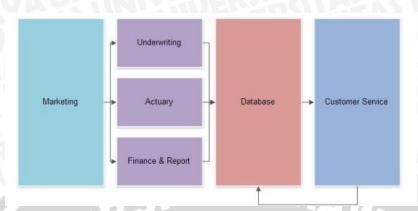
Gambar 4 Proses Pembuatan Asuransi Sumber : Banu AW (2013:2)



Gambar 5 Proses Pembuatan Asuransi Sumber : Banu AW (2013:2)

- a. Penanggung adalah orang yang menanggung semua proses pembayaran premi untuk pihak tertanggung.
- b. Tertanggung adalah sebagai pemegang polis apabila tertanggung meninggal dunia maka yang mendapat manfaatnya adalah pemegang polis atau beneficiary.
- c. Pemegang polis dapat membayarkan premi apabila tertanggung meninggal dan apabila jika tertanggung dan pemegang polis meninggal maka yang mendapatkan manfaatnya adala beneficiary.
- **d.** Penerima adalah orang yang mendapatkan manfaat diluar penanggung, tertanggung, dan pemegang polis.

# 4. Bagian dari Perusahaan Auransi



Gambar 6 Bagian Perusahaan Asuransi Sumber : Banu AW (2013:5)

- 1. Marketing adalah bagian yang menjual seluruh produk yang ada diperusahaan asuransi. Orang yang menjual disebut agen dan agen yang sebagai menjual asuransi harus memiliki nomor sertifikasi yang pada perusahaan asuransi.
- 2. *Underwriting* adalah bagian yang mengurus semua berkas yang ada di perusahaan asuransi. Dan hasil klaim akan dijadikan bahan untuk underwriting di tahun berikutnya.
- 3. Actuary adalh yang menentukan program asuransi yang ditawarkan kepada nasabah.
- 4. *Finance* and report adalah salah satu bagian ang menentuakan segala jenis cadangan yang tersedia di perusahaan asuransi.
- Struktur data base adalah yang menampung semua data yang ada di persahaan asuransi. Di perusahaan asuransi modern terdapat nomor indek (nasabah, polis, beneficiary).

6. Custumer service adalah sebagai frontliner yang melayani klaim, komplain yang berkaitan dengan nasabah.

# 5. Proses Cara Kerja MARETA

Berikut merupakan proses atau cara kerja dari Program MARETA yang dibagi menjadi beberapa proses diantaranya:

- 1. Input: Menjalakan program Program MARETA tersebut dengan memasukan user (AIA) dan password (12345678) untuk login kedalam proses selanjtnya. Setelah input kedalam Program MARETA Agen menawarkan ke calon nasabah tentang macammacam Products Ilustration apa saja yang akan ditentukan. Serta menyediakan data calon nasabah yang akan diproses. Data tersebut diantaranya adalah:
  - a) Nama tertanggung dan nama pemegang polis.
  - b) Cara pembayaran, premi dasar, uang tertanggung, asuransi tambahan, dan alokasi dana investasi.
  - c) Masa pembyaran premi investasi, asumsi premi top-up dan asumsi penarikan dana investasi.
  - 2. Process: suatu cara dimana data calon nasabah dimasukkan oleh Agen dengan mengisi kolom yang tertera di Program MARETA tersebut. Dari proses inilah kita dapat memahami tentang suatu data yang diproses untuk menghasilkan suatu informasi yang bernilai tinggi.

- 3. *Output*: Suatu kegiatan yang merupakan hasil dari proses diatas berupa informasi yang bermanfaat bagi calon nasbah. Informasi tersebut berisi tentang gambaran hak dan kewajiban atas tentang data polis yaitu sebagai berikut:
  - a) pembayaran premi, ringkasan manfaat, alokasi dana investasi.
  - b) asumsi rencana masa pembayaran premi asuransi, ilustrasi pertumbuhan nilai akun.
  - c) keterangan-keterangan surat perjanjian serta ringkasan ilustrasi manfaat solution.
  - Berdasarkan hasil proses tersebut agen mulai menjelaskan dengan rinci dan jelas kepada para calon nasabah sebelum menandatangani kontrak perjanjian tersebut.
- 4. **Pembuatan Keputusan:** Dari proses cara kerja diatas yang berawal dari cara kerja menginput data, memproses data, serta output data maka dari data mentah diproses untuk menghasilkan suatu informasi yang berniai tinggi. Informasi tersebut yang akan dijadikan sebagai Pembuatan keputusan utuk proses selanjutnya. Pembuatan keputusan tersebut yaitu sebagai berikut:
  - a) sebagai pembuatan keputusan mengenai jasa asuransi yang akan diperoleh calon nasabah.
  - b) sebagai alat bantu untuk memberikan pengertian dan pemahaman tentang produk jasa asuransi.

c) Sebagai surat persetujuan atau surat perjanjian atara agen dengan calon nasabah.



#### **BAB III**

### METODE PENELITIAN

# A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif, dimana penelitian kualitatif disebut juga kualitatif naturalistik yang menunjukkan bahwa pelaksanaan penelitian ini memang terjadi secara alamiah, apa adanya, dalam situasi normal dan tidak memanipulasi keadaan dan kondisinya, serta menekankan pada deskripsi secara alami (Arikunto, 2006:12)

Pendapat lain dari Creswell (2008) dalam Semiawan (2010:7) "Metode penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk mengerti gejala sentral tersebut peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan umum dan agak luas. Informasi yang diperoleh oleh partisipan tersebut kemudian dikumpulkan. Informasi biasanya berupa kata atau teks. Data tersebut kemudian dianalisis. Hasil analisis tersebut dapat berupa gambaran atau deskripsi atau dapat pula dalam bentuk tema-tema. Dari data hasil tersebut barulah peneliti dapat membuat interpretasi untuk menangkap arti yang terdalam".

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang dilaksanakan dengan meneliti langsung subjek penelitian dengan berinteraksi secara langsung dengan informan yang terjadi secara alamiah, apa adanya, dan menekankan pada deskripsi yang alami.

### B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertempat pada PT. AIA Financial Malang yang terletak di Jl. Merbabu No 29 Malang, agar peneliti dapat menangkap keadaan yang sebenarnya dari objek yang akan diteliti sesuai dengan judul yang dipilih. Lokasi tersebut dipilih karena pada PT. AIA Financial Malang, sudah menggunakan cara berbasis Program pada sistem informasi nasabah. Sehingga memberikan kemudahan bagi para karayawan serta nasabah.

### C. Fokus Penelitian

Terdapat beberapa fokus penelitian yang diangkat dalam penelitian ini. Hal ini bertujuan agar penelitian dapat berjalan dengan lancar. Fokus penelitian merupakan faktor penting karena menyangkut masalah dan data yang dikumpulkan, diolah, dan dianalisis. Fokus penelitian memberikan batasan pada objek yang akan diteliti, dengan demikian gambaran yang dihasilkan sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan. Berikut beberapa fokus yang telah ditetapkan:

- a. Untuk mendiskripsikan data mengenai gambaran sistem informasi MARETA sebagai sarana pembuatan keputusan calon nasabah asuransi di perusahaan PT. AIA Financial Malang.
- b. Untuk mendiskripsikan data mengenai permasalahan pada sistem informasi MARETA sebagai sarana pembuatan keputusan calon nasabah asuransi di PT. AIA Financial Malang.
- c. Untuk mendiskripsikan data mengenai Alternatif solusi dan rekomendasi sistem informasi MARETA di PT. AIA Financial Malang.

### D. Jenis Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data yang bersumber dari data primer dan data sekunder. Pengertian data primer dan data sekunder menurut Marzuki dalam bukunya M. Nazir (2003:55-56)

#### 1. Data Primer

Adalah Data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya sehubungan dengan objek penelitian. Misalnya, data yang diperoleh melalui wawancara secara langsung kepada staff bagian support & development PT. AIA Financial – EAM Malang.

### 2. Data Sekunder

Adalah data yang bukan diambil atau diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti. Data diperoleh melalui dokumen-dokumen perusahaan. Data sekunder diperoleh dari pihak bagian Pelayanan Pelanggan PT. AIA Financial – EAM Malang, sebagai obyek penelitian berupa struktur perusahaan, profil perusahaan, gambaran umum sistem dan buku-buku yang berhubungan dengan tema-tema penelitian.

# E. Keabsahan Data

Subjektivitas peneliti merupakan hal yang dominan dalam penelitian kualitatif, mengingat dalam penelitian kualitatif, peneliti sebagai instrument penelitian yang utama, ditambah lagi teknik pengumpulan utama penelitian kualitatif adalah wawancara dan observasi yang dianggap banyak kelemahan ketika dilakukan secara terbuka dan tanpa kontrol (Majalah Ilmiah Pawiyatan, 2013:90). Oleh karena itu peneliti kualitatif perlu menyampaikan langkah-

BRAWIJAYA

langkah yang diambil untuk memeriksa akurasi dan kredibilitas hasil penelitiannya.

"Validitas kualitatif merupakan upaya pemeriksaan terhadap akurasi hasil penelitian dengan menerapkan prosedur-prosedur tertentu. Sementara Reliabilitas kualitatiif mengindikasikan bahwa pendekatan yang diterapkan peneliti konsisten jika diterapkan oleh peneliti-peneliti lain dan untuk proyek yang berbeda" (Creswell, 2012:285).

Penelitian pada analisis sistem informasi MARETA, langkahlangkah pengujian validitas dan reliabilitas yang dilakukan adalah:

# 1. Credibility

- a. Melakukan pengamatan dengan melakukan wawancara kembali dengan berbagai narasumber baik yang sudah pernah ditemui maupun yang belum. Dengan perpanjangan pengamatan ini peneliti memeriksa kembali data yang diberikan selama ini adalah data yang sudah benar atau tidak.
- b. Meningkatkan ketekunan dengan melakukan pengamatan secara terus menerus dan berkesinambungan. Maka dengan cara ini kepastian data dan urutan peristiwa akan direkam secara sistematis.
- c. Melakukan tringulasi, dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yaitu memeriksa kredibilitas data kepada narasumber yang sama dengan waktu, tempat, dan sumber yang berbeda. Data yang diperoleh dengan wawancara, selain itu hasil wawancara juga disesuaikan dengan dokumen-dokumen yang ada.

- d. Menganalisis kasus negatif dengan cara mencari data yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan data yang telah ditemukan melalui proses wawancara sebelumnya.
- e. Menggunakan bahan referensi yaitu berupa transkrip wawancara dan dokumentasi ketika proses wawancara atau observasi berlangsung untuk mendukung kredibilitas data yang telah ditemukan
- f. Melakukan *membercheck* yaitu proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada narasumber. *Membercheck* bertujuan untuk mengetahui sejauh mana data yang diperoleh sesuai dengan yang diberikan narasumber.
- 2. Transferability: Peneliti membuat laporan yang berisi uraian yang rinci, jelas dan sistematis, serta dapat dipercaya agar pembaca dapat memahami hasil analisis sistem informasi MARETA pada PT. AIA Financial Malang, sehingga pembaca dapat memutuskan apakah hasil penelitian ini dapat diterapkan di lokasi lain.
- 3. *Dependability:* Melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian yang dilakukan oleh pemilik perusahaan, atau pembimbing untuk mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian
- 4. Confirmability: Menguji confirmability berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Pengecekan kesesuaian hasil penelitian dengan data yang dikumpulkan, hal ini dilakukan dengan membicarakan hasil penelitian dengan pihak yang tidak berkepentingan dalam penelitian untuk mendukung objektivitas penelitian.

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Interview (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self report, atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi (sugiyono, 2008).

## 2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlaku. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang (sugiyono, 2008). Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, yang dapat berupa arsip, internet, literature dan data-data lain yang sesuai dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini.

### 3. Observasi (Pengamatan)

Observasi dilakukan dengan cara melihat secara langsung keadaan perusahaan, yaitu dengan data langsung ke PT. AIA Financial Malang. Tujuan dari observasi ini adalah mengetahui keadaan perusahaan.

#### **G.** Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan pada saat melakukan penelitian agar dapat terarah, berjalan lancer, serta sistematis. Penelitian menggunakan instrument penelitian sebagai berikut:

#### 1. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara yang berisi tentang pedoman pertanyaan yang harus dibuat yang akan diajukan kepada pihak terkait dan diharapkan adanya umpan balik dari pihak yang terkait atas pernyataan yang diajukan.

### 2. Pedoman Dokumentasi

Pedoman Dokumentasi dapat berupa buku serta salinan dokumen maupun arsip guna memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Alat yang digunakan untuk menunjang penelitian adalah pengoptimalan seluruh alat indera dan alat tulis menulis.

### 3. Pedoman Observasi

Pedoman Observasi merupakan alat untuk memudahkan peneliti dalam mengamati data secara lengkap pada waktu berlangsungnya proses penelitian. Pedoman observasi peneliti digunakan untuk mengetahui kondisi sarana dan prasarana, suasana aktivitas kegiatan, serta lingkungan sistem yang mengarah pada sistem informasi MARETA.

#### H. Metode Analisis Data

Pada penelitian ini data dianalisis secara diskriptif. Penelitian secara deskriptif analisis dimaksudkan untuk mendeskripsikandata penelitian sesuai dengan focus-fokus yang diteliti. Tanpa melakukan pengujian hubungan antara

variabel melalui pengujian hipotesis, karena dalam penelitian ini penulis tidak membuat hipotesis. Disamping melakukan analisis hasil penelitian diterjemahkan dan diuraikan secara kualitatif sehingga diperoleh gambaran mengenai situasi-situasi atau peristiwa-peristiwa yang terjadi dilapangan. Terkait dengan kebutuhan analisis data penelitian digunakan teknik analisis data Model spiral yang dipopulerkan oleh Creswell (2007:152).

Penggunaan Model Spiral dalam melakukan teknik analisis data terdapat beberapa tahapan:

- 1. Pada tahapan awal dilakukan pengumpulan data (Data Collection), baik data primer dan skunder maupun data yang berbentuk teks ataupun gambar. Pengumpulan data dilakukan pada PT. AIA Financial Malang dengan cara meminta data dalam bentuk file maupun dokumen kepada staff administrasi maupun staff yang bertugas sebagai dokumen kontroling pada PT. AIA Financial Malang.
- 2. Pada tahapan kedua, dilakukan proses membaca (reading)dan membuat catatan-catatan (memoring) sebagai refleksi dari sejumlah jawaban atas pertanyaan penelitian. Pada tahap ini peniliti akan melakukan analisis terhadap dokumen maupun data-data yang telah didapatkan dari PT. AIA Financial Malang.
- 3. Pada tahapan ketiga, dilakukan deskripsi atas data yang telah dicatat, mengklasifikasi, dan menginterpretasi semua data berdasarkan konteks dan kategori. Pada tahap ini peneliti akan melakukan klarifikasi dan

- menyamakan data yang telah diperoleh kepada pimpinan PT. AIA Financial Malang sebagai upaya validasi data yang telah diperoleh.
- 4. Tahapan keempat, melakukan reprentasi dan visualisasi dengan membuat kesimpulan-kesimpulan yang dapat dibuat dalam bentuk matriks, diagram pohon, dan selanjutnya menyususn proposisi-proposisi dari hasil penelitian. Pada tahap ini setelah data dinyatakan valid selanjutnya peneliti akan melakukan keputusan untuk mengambil kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan sehingga dapat disusun sebuah proposisi dari hasil yang diinginkan.

#### BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Perusahaan

# 1. Sejarah Perusahaan

AIA Financial merupakan salah satu perusahaan asuransi jiwa terkemuka di Indonesia, dan anggota dari AIA Group. AIA Group Limited dan anak perusahaannya (secara bersama-sama disebut sebagai "AIA" atau "Group") merupakan kelompok perusahaan asuransi jiwa pan-Asia independen terbesar di dunia yang tercatat di Bursa Saham. AIA Group Limited memiliki anak perusahaan atau cabang yang beroperasi di 17 pasar di Asia Pasifik, yaitu Hong Kong, Thailand, Singapura, Malaysia, Cina, Korea, Filipina, Australia, Indonesia, Taiwan, Vietnam, Selandia Baru, Macau, Brunei, memiliki 97 persen saham anak perusahaan di Sri Lanka, 26 persen kepemilikan saham usaha patungan di India, dan kantor perwakilan di Myanmar.

Bisnis yang kini dikenal dengan nama AIA, pertama kali didirikan di Shanghai 90 tahun yang lalu. AIA merupakan pemimpin pasar di wilayah Asia Pasifik (kecuali Jepang) berdasarkan premi asuransi jiwa dan menduduki posisi terdepan di mayoritas pasarnya. AIA memiliki total aset sebesar US\$147 miliar per 31 Mei 2013. AIA memenuhi kebutuhan individu atas tabungan dan perlindungan dengan menawarkan produk dan layanan yang lengkap termasuk perencanaan hari tua, asuransi jiwa, asuransi kecelakaan dan asuransi kesehatan. Selain itu AIA juga

menyediakan program kesejahteraan karyawan, asuransi jiwa kredit dan program pensiun bagi nasabah korporasi. Melalui jaringan keagenan dan karyawan di seluruh Asia Pasifik, AIA melayani lebih dari 27 juta pemegang polis individu dan lebih dari 16 juta peserta pemegang polis kumpulan.

AIA Group Limited tercatat di papan bursa saham Hong Kong kode saham "1299" dan tercatat di American Depositary Receipts (Level 1) yang diperdagangkan di pasar OTC (dengan symbol ticker: "AAGIY"). Oleh karena itu, AIA Financial juga menggunakan Sistem Teknologi Informasi sebagai pemampu (*enabler*) untuk meningkatkan kemampuan kompetitifnya Dalam menjalankan bisnisnya.

AIA Financial menawarkan berbagai produk asuransi mulai dari asuransi jiwa, asuransi kesehatan, asuransi kecelakaan diri, asuransi yang dikaitkan dengan investasi, termasuk asuransi dengan prinsip Syariah, maupun program kesejahteraan karyawan, program pesangon, dan program Dana Pensiun (DPLK). Produk-produk tersebut dipasarkan oleh lebih dari 10.000 agen profesional dan berpengalaman melalui beragam jalur distribusi seperti Agency, Bancassurance dan Corporate Solutions (Pension & Employee Benefits). Pelayanan AIA juga Dapat di lihat di web ( http://www.aia-financial.co.id ) serta juga dapat Customer care hotline: 500 980 atau Email: id.customer@aia.com.

AIA Group merupakan suatu organisasi asuransi jiwa terkemuka di Asia yang memiliki pengalaman unik dalam melayani nasabah di wilayah dunia paling dinamis selama 90 tahun. AIA Group menyediakan produk dan jasa seperti asuransi jiwa, dana pensiun, asuransi kecelakaan dan kesehatan, serta layanan wealth management bagi nasabah dan pelaku usaha. Melalui jaringan 250.000 agen dan 20.000 karyawan yang tersebar di 14 pasar geografis, AIA Group melayani lebih dari 20 juta nasabah di Asia.

AIA Group memiliki kantor cabang, anak perusahaan dan perusahaan afiliasi di negara-negara seperti Australia, Brunai, China, Hong Kong, India, Indonesia, Macau, Malaysia, Selandia Baru, Singapura, Korea Selatan, Taiwan, Thailand, dan Vietnam. Jika disetujui oleh pihak regulator, AIG akan memasukkan kelompok perusahaan Philam yang berbasis di Filipina ke dalam AIA Group.

## 2. Visi, Misi dan Motto Perusahaan

Setiap perusahaan memilikivisi, misidan motto yang dijadikan sebagai pedoman bagi perusahaan dalam melaksanakan usaha atau bisnisnya agar dapat berjalan dengan baik. Adapun visi, misi dan motto PT. AIA Financial yaitu:

a. Visi AIA Financial yaitu menjadi penyedia jasa keuangan yang paling dibutuhkan dan terpercaya di Indonesia. Kami akan menjadi pemimpin di setiap jalur usaha dengan menawarkan beragam produk & layanan yang fleksibel, inovatif dan bernilai tinggi; melalui berbagai jalur distribusi yang terbaik di Indonesia.

- b. Misi AIA Financial adalah untuk meningkatkan kehidupan masyarakat Indonesia dengan memenuhi kebutuhan finansial mereka yang senantiasa berubah sambil memahami harapan para pemegang polis, mitra perusahaan, dan pemegang saham.
- c. Moving Forward, merupakan motto bisnis baru yang dipilih AIA Financial sebagai komitmen kebersamaan AIA Financial dengan para nasabah dalam meraih kesuksesan yang lebih besar di masa depan. Mengapa ? Karena di tengah kondisi krisis finansial global dan masa yang penuh tantangan, AIA Financial tetap fokus dalam menjalankan bisnisnya dan dalam melayani para nasabah. Perkenankan pula saya untuk menyampaikan informasi terkini berkaitan dengan kondisi AIG (Inc) secara global. Sejak 2 Maret 2009, AIG telah memisahkan AIA dari AIG dan menjadi entitas bisnis yang lebih independen.

AIA Financial merupakan anggota dari kelompok usaha AIA dan merupakan entitas bisnis yang berbeda dengan AIG (Inc.). AIA Financial Indonesia terikat dengan peraturan perundangan yang berlaku di Indonesia dan hingga kini, AIA Financial tetap fokus dalam menjalankan bisnis untuk melayani kebutuhan proteksi masyarakat Indonesia. Kondisi keuangan AIA Financial sangat kuat dengan rasio kecukupan modal (RBC) mencapai 208% (per Dec. 2008) jauh melebihi batas minimum pemerintah, melayani lebih dari 1,2 juta nasabah, dan meraih pertumbuhan premi 24% pada tahun 2008, di atas rata-rata industri

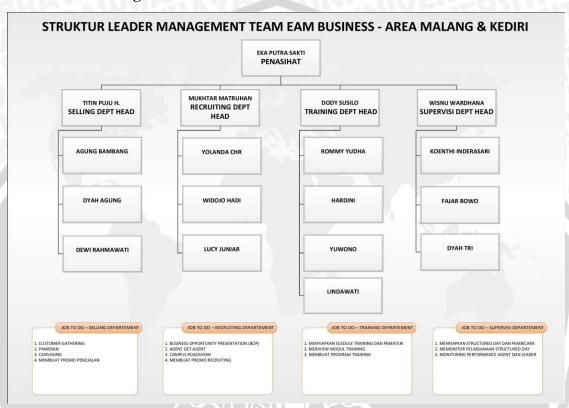
asuransi jiwa yang hanya mencapai 5,2% Untuk itu, saya memastikan Grup AIA akan tetap di Indonesia dan akan terus memperkuat bisnisnya untuk menjadi pemimpin dalam industri asuransi jiwa. Saya yakin masa yang penuh tantangan akan segera berlalu dan kita akan bersama-sama menuju hari esok yang lebih gemilang.

AIA Financial berkomitmen untuk meningkatkan pelayanan prima kepada para nasabah dankeluarganya. Pada tahun 2009 ini dan dengan pengalaman lebih dari 26 tahun di Indonesia, AIA Financial bertekad untuk mencapai kesuksesan yang lebih besar, di samping memastikan komitmen pelayanan sebagai nilai tambah bagi para nasabah. Adapun beberapa langkah strategis kami pada tahun 2009 ini antara lain:

- Melakukan re-branding project untuk mencapai kesuksesan yang lebih besar.
- 2. Memastikan tercapainya rekrutmen 20.000 agen.
- 3. Menciptakan produk-produk yang sesuai dengan tahapan kehidupan manusia (pendidikan, kesehatan, jiwa, investasi, dan pensiun/hari tua).
- 4. Meluncurkan unit bisnis asuransi syariah AIA Financial bertekad semakin memperkokoh posisi sebagai perusahaan asuransi jiwa terkemuka di Indonesia, yang didukung oleh tenaga pemasar dan karyawan yang profesional dan kepercayaan nasabah. Akhirnya, kami persembahkan laporan unit link ini kepada Anda, para nasabah AIA Financial tercinta. Terima kasih atas dukungan Anda selama ini.

Mari membangun masa depan baru yang lebih cerah, Moving Forward.

## 3. Struktur Organisasi



Gambar 7 Struktur Organisasi PT.AIA Financial Malang Sumber: PT.AIA Financial Malang, 2014

Struktur organisasi merupakan gambaran sistematis tentang sususnan tugas, wewenang dan tanggung jawab serta hubungan kerja sama antara bagian atau orang-orang yang terlibat dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Struktur organisasi memiliki peran penting karena dari struktur organisasi dapat meningkatkan efisiensi sehingga pembagian kerja dapat berjalan dengan lancer.

# 4. Tugas dan Wewenang

Masing-masing bagian dari struktur organisasi diatas memiliki pembagian kerja yang telah ditentukan. Pembagian kerja pada PT.AIA Financial Malang dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1. Senior agency directur atau penasih
  - a) Menjaga kelangsungan hidpup perusahaan.
  - b) Mengawasi kinerja seluruh elemen divisi dalam struktur organisasi.
  - c) Memberikan tugas dan mengkoordinasi serta meminta laporan pertanggung jawaban dari masing-masing divisi.
- 2. Kepala departemen penjualan memiliki peran penting sebagai: 

  customer gathering, pameran, canvassing dan membuat promo

  penjalan
- 3. Kepala departemen perekrutan memiliki peran penting yang bekerja sebagai: business opportunity presentation, agent get agent, campus roadshow, dan membuat promo recruiting.
- 4. Kepala departemen pelatihan memiliki peran penting sebagai: mempersiapkan *schedule training* dan pemateri, *meriview modul training*, membuat *program training*.
- 5. Kepala departemen pengawasan memiliki peran penting yang bekerja sebagai: menyiapkan *structured day* dan pembicara, memonitor pelaksanaan *structured day*, *monitoring performance agent* dan *leader*.

# 5. Logo Perusahaan



Gambar 8 Logo Perusahaan PT.AIA Financial Malang Sumber: PT.AIA Financial Malang, 2014

Didalam logo AIA terdapat gambar gunung everst, garis lingkaran, warna merah yang memiliki arti sebagai berikut:

- 1) Gunung Everst: gunung everst merupakan gunung tertinggi di dunia yang merupakan gambaran tentang suatu tujuan perusahaan AIA untuk mencapai keberhasilan yang maksimal dalam melakukan bisnisnya.
- 2) Garis lingkaran: suatu satu kesatuan visi dan misi dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang maksimal. Tujuan-tujuan tersebut harus dilakukan secara bersama oleh staf yang ada dan bergabung dalam perusahaan AIA, lambang ini juga menyatakan kebersamaan dan kekeluargaan yang ada pada perusahaan AIA.
- 3) Warna merah: arti warna merah merupakan suatu tanda keberanian dan tanggung jawab perusahaan dalam menjalankan bisnisnya demi kesejahteraan nasabah asuransi.

# 6. Sekilas Kinerja AIA Financial

# a. Pendapatan Premi

AIA Financial berhasil mempertahankan tradisi mencetak kinerja penjualan yang optimal, dengan membukukan pendapatan premi pada tahun 2008 sebesar Rp 3,940 triliun. Pendapatan premi ini menjadikan AIA Financial sebagai salah satu perusahaan asuransi jiwa dengan pendapatan premi terbesar di Indonesia.

### b. Laba Bersih

Laba bersih (setelah pajak) AIA Financial pada tahun 2008 mencapai Rp 82,257 miliar. Perolehan laba ini menjadi cermin konsistensi AIA Financial dalam menerapkan manajemen risiko yang hati-hati, efisiensi biaya dan investasi yang tepat. Hasil ini semakin memperkokoh kondisi keuangan AIA Financial yang semakin kuat di tahun-tahun mendatang.

#### c. Aset

Dengan kinerja yang optimal di tahun 2008, saat ini AIA Financial telah mengelola aset sebesar Rp. 10,472 triliun. Dengan hasil ini, AIA Financial tercatat sebagai perusahaan asuransi jiwa multinasional terbesar berdasarkan jumlah aset yang dikelola.

### d. Hasil Investasi

Hasil Investasi AIA Financial pada tahun 2008 mencapai Rp 1,003 triliun atau meningkat sebesar Rp 246 miliar lebih dibandingkan

tahun sebelumnya. Hal ini menjadi bukti kemampuan kami dalam melakukan investasi secara prudent dan optimal.

## e. Fakta AIA Group

Grup AIA memiliki fondasi yang kuat. Pada tanggal 30 November 2008:

- 1. AIA memiliki lebih dari 250.000 agen dan 20.000 karyawan untuk melayani nasabah.
- 2. AIA memiliki basis pelanggan yang luas dengan lebih dari 20 juta nasabah.
- 3. AIA juga melayani 90.000 nasabah korporasi yang mencakup Sembilan juta peserta asuransi jiwa kelompok dan asuransi kesehatanserta lebih dari 38.000 nasabah korporasi dana pensiun dengan lebih dari satu juta peserta.
- 4. Dengan lebih dari 1.120 pusat layanan nasabah dan kantor keagenan, AIA dengan mudah dapat diakses oleh nasabah.
- 5. AIA juga secara aktif menjangkau nasabahnya melalui bank.
  Saat ini AIA memiliki 130 hubungan bancassurance dengan berbagai bank terkemuka, baik bank asing maupun lokal.

## 7. Produk Unit Link AIA Financial

Produk Unit Link merupakan kombinasi antara produk Asuransi dan Investasi. Produk ini sangat tepat bagi Anda yang menginginkan kepraktisan karena cukup dengan 1 produk, Anda akan memperoleh perlindungan dan investasi sesuai kebutuhan Anda.

AIA Financial memiliki protofolio produk unit link yang sangat lengkap untuk memenuhi berbagai segmen dan target market yang berbeda-beda. Sebagai contoh, untuk nasabah yang lebih mementingkan unsur investasi jangka menengah dibandingkan unsur perlindungan, tersedia fasilitas Top Up untuk meningkatkan dana investasi. Sedangkan bagi nasabah yang sangat peduli terhadap perlindungan menyeluruh, di samping mendapat manfaat yang dapat dinikmati selagi masih hidup mau pun bagi keluarga yang ditinggalkan, nasabah juga dapat memilih berbagai perlindungan tambahan yang sesuai.

Inovasi terbaru produk unit link dari AIA Financial adalah produk unit link dengan kombinasi konsep biaya akuisisi awal dan biaya pembatalan, yaitu Aktiva Prioritas Aktiva Prioritas dirancang khusus bagi nasabah tetap ingin berasuransi dan berinvestasi di masa kondisi ekonomi yang belum pulih, untuk mengantisipasi pertumbuhan di masa depan. Dengan dilengkapi fitur loyalty bonus dan 1 kali biaya akuisisi, dana investasi Anda akan dikembangkan secara lebih optimal. Aktiva Prioritas sudah dapat Anda nikmati mulai tahun 2009

Nama produk	Jalur Distribusi
Aktiva Prima	Agency
Privasi Link	BII
Fortuna	CIMB (Previously Lippo)
ProActive	Partnership Distribution
Solution	Agency, Partnership Distribution

Prestasi	Worksite Marketing
Profit	BII
Bung SPEKTA Profit	Bumiputra
Edusave & Optishield	BCA
Provisa Max	BCA
Provisa Platinum Max	BCA Prioritas
ProFIT Plus	BII
Fortuna X-Tra Plus	CIMB Niaga

Gambar 9 Produk Unit Link PT.AIA Financial Malang Sumber: PT.AIA Financial Malang, 2014

Produk-produk baru yang diluncurkan di tahun 2008 & 2009 :
ProFIT, Bung Spekta ProFIT, EduSave, OptiShield, Provisa Max,
Provisa Platinum Max, ProFIT Plus, dan Fortuna X-Tra Plus. Sedangkan
untuk produk-produk: Bahagia Link (Bank Jabar), Ekolink (Bank
Ekonomi), Provisa & Provisa Platinum (BCA), Bung Spekta
(Bumiputra), PILA (Commonwealth), Fortresse Plus (RBS), saat ini
sudah tidak dipasarkan.

### 8. Jalur Distribusi dan Mitra Bisnis

- a) AIA Financial memberikan beragam produk perlindungan dan perencanaan keuangan bagi masyarakat melalui multi jalur distribusi, yaitu:
  - 1. Agency
  - 2. Bancassurance

- 3. Corporate Solution (Pension & Employee Benefit)
- 4. Direct Marketing/Telemarketing
- b) Mitra bisnis AIA Financial dalam jalur distribusi bancassurance:
  - 1. Bank Central Asia (BCA)
  - 2. CIMB Niaga
  - 3. Bank ANZ Indonesia
  - 4. BNI
  - 5. Bank BJB
  - 6. Bank Saudara
  - 7. QNB Kesawan
- c) Mitra bisnis AIA Financial dalam jalur distribusi Direct Marketing/
  Telemarketing: Bank ANZ Indonesia

BRAWIUAL

- d) Mitra bisnis AIA Financial dalam kerja sama Credit Life:
  - 1) Bank Central Asia Tbk. (BCA)
  - 2) Bank Permata Tbk.
  - 3) Astra Credit Company (ACC)
  - 4) Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk. (BTPN)
  - 5) Bank Negara Indonesia Tbk. (BNI)
  - 6) Bank ANZ Indonesia

# 9. Produk yang dijual

Produk jasa asuransi yang ditawarkan oleh PT.AIA Financial untuk memberikan perlindungan bagi calon nasabahnya adalah sebagai berikut:

1) Perlindungan Keluarga

- 2) Rencana Pendidikan
- 3) Dana Investasi
- 4) Santunan Kesehatan & Rawat Inap
- 5) Perlindungan Kecelakaan
- 6) Asuransi Kredit
- 7) Asuransi Kelompok
- 8) Dana Pensiun

#### 10. Hasil Wawancara

Peneliti melakukan suatu wawancara secara mendalam kepada informan. Wawancara dilakukan untuk meperoleh gambaran umum tenang sistem yang sedang berjalan dan menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh agen khususnya pada sistem informasi MARETA. Wawancara diajukan langsung kepada para agen di PT.AIA Financial Malang sehingga peneliti dapat memperoleh informasi yang lengkap dan terinci sesuai dengan hasil di lapangan tentang sistem informasi MARETA yang ada. Berikut hasil wawancara penelitian kepada informan.

SBRAWA

Waktu wawancara dengan Agen

Tanggal: 10-13 September 2014

Jam : 11.30 - 13.00 wib

Tempat : PT. AIA Financial Malang

Informan 1 : Fajar Maulana (agen)

Informan 2 : Novia Kartika (agen)

Informan 3 : Wisnu Nugroho (agen)

### a) Peneliti: Apakah ada permasalahan dalam pengoperasian Program MARETA?

Informan 1: ya, karena saya sebagai agen kurang diberikan pelatihan mengenai Program MARETA oleh PT. AIA Financial.

Informan 2: ya, karena saya sebagai agen lama belum sepenuhnya mengetahui tentang Teknologi Informasi.

Informan 3: ya, karena para agen kurang diberikan seminar-seminar tentang Program MARETA.

# b) Peneliti: Apa permasalahan yang dihadapi perusahaan khususmya dalam pelayanan pada nasabah?

Informan 1: calon nasabah mayoritas kurang mengetahui tentang arti penting asuransi, sehingga kita sebagai agen harus sabar dalam menjelaskan pada calon nasabah secara detail tentang produk asuransi yang ditawarkan PT. AIA Financial Malang.

Informan 2: calon nasabah kebanyakan sudah mengikuti program asuransi dari perusahaan asuransi lain.

## c) Peneliti: Bagaimana tanggapan anda tentang keinginan pelanggan tersebut?

Informan 1: calon nasabah menginginkan adanya layanan penjualan produk asuransi secara online.

Informan 2: calon nasabah banyak yang meminta jangka penerimaan asuransi lebih pendek dari pada yang sudah ditentukan oleh perusahaan.

# d) Peneliti: apakah selama bekerja pernahkah mengalami kekeliruan (data tertukar antara nasbah A dan nasabah B)?

Informan 1: Pernah, karena agen tersebut merupakan karyawan baru yang masih dalam proses pelatihan jadi belum lancar menggunakannya.

Waktu wawancara dengan Calon Nasabah:

Tanggal : 3 Oktober 2014

Jam : 09.00 - 10.00 wib

Tempat : PT. AIA Financial Malang

Calon nasabah : Nurul Mustofah

Nasabah : Sugiharto

# a) Peneliti: Apakah anda memahami ilustrasi asuransi yang ditawarkan oleh agen?

Calon nasabah: iya kurang paham, pada salah satu dari ilustrasi asuransi yaitu tentang ilustrasi pertumbuhan nilai akun.

b) Peneliti: Motovasi apa yang mendorong anda untuk ikut asuransi di PT. AIA Financial?

Calon nasabah: untuk memberikan yang terbaik buat keluarga saya kedepannya.

c) Peneliti: Apakah anda pernah mendapat surat teguran tentang keterlambatan pembayaran premi asuransi?

Nasabah: Tidak pernah karena saya selalu membayar asuransi tepat waktu melewati transfer kerekening.

d) Peneliti: Apakah ada kendala selama anda menjadi nasabah asuransi ini?

Nasabah: Iya ada, kendalanya pada saat akhir masa asuransi yaitu penarikan dari manfaat investasi dan kurang memahami tentang arti polis.

Dengan adanya hasil wawancara diatas dapat disimpulkan sebagai berikut yaitu: Perusahaan kurang memperhatikan para karyawannya (agen) dalam memahami sistim informasi MARETA sehingga calon nasabah merasa keberatan serta tidak paham terhadap apa yang sudah dijelaskan oleh agen mengenai produk asuransi PT.AIA Financial Malang.

#### B. Gambaran Sistem Informasi MARETA pada PT.AIA Financial

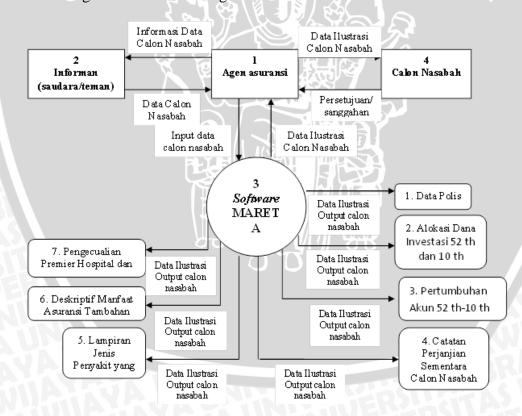
#### 1. Pengertian Sistem MARETA

Sistem MARETA merupakan suatu alat yang berbentuk Program dimana Program tersebut sangat berguna dan efisien bagi perusahaan yang telah di pakai hingga saat ini. *Program* MARETA termasuk suatu golongan (*Marketing Information System*) yang biasanya kita kenal dengan sebutan MKTIS. Program MARETA merupakan suatu alat bantu ilustrasi untuk memberikan penjelasan tentang jasa asuransi yang akan ditawarkan oleh agen ke calon nasabah. Program MARETA telah lama

BRAWIJAYA

dipergunakan oleh perusahaan sebelum menjual produk jasa asuransi yang ditawarkan.

Proses penggunaan Program tersebut berawal dengan memasukkan data calon nasabah secara manual ke Program MARETA lalu kemudian Program tersebut secara otomatis memberikan hasilnya produk-produk asuransi apa saja yang akan di dapat oleh calon nasabah. Setelah hasil dari proses tersebut penyedia layanan harus bisa menjelaskan secara rinci dan jelas tentang hasil yang telah dikeluarkan oleh Program MARETA tersebut. Berikut dibawah ini merupakan gambaran Data Flow Diagram Program MARETA sebagai berikut:



Gambar 10 Data Flow Diagram Program MARETA Sumber: Data Primer diolah, 2014

Dari gambar DFD diatas Program MARETA tersebut akan menginput dan memproses data calon nasabah yang akan menghasilkan laporan ilustrasi yang akan ditawarkan dan dijelaskan oleh agen kecalon nasabah. Apakah calon nasabah telah menyetujui laporan ilustrasi yang ditawarkan agen tersebut maka agen akan memproses lebih lanjut di PT.AIA Financial Malang untuk mendapatkan persetujuan dari PT AIA Financial Malang menjadi calon nasabah asuransi di PT. AIA Financial Malang.

#### 2. Peran Program MARETA dalam pembuatan keputusan

- a. **Peran Program MARETA**: mengelolah data calon nasabah dan memproses data tersebut secara sementara apakah calon nasabah tersebut layak atau tidak untuk menjadi nasabah asuransi.
- b. Laporan yang dikeluarkan oleh MARETA adalah: laporan ilustrasi yang akan ditawarkan kepada calon nasabah yang dimana laporan ilustrasi tersebut yang akan dijadikan bahan untuk menjelaskan secara detai kepada calon nasabah.

#### c. Keputusannya adalah:

- 1. Layak atau tidaknya calon nasabah untuk dijadikan dan diproses lebih lanjut untuk menjadi nasabah di PT. AIA Financial Malang.
- Pembuatan Surat Pengajuan Asuransi Jiwa (SPAJ) ke PT. AIA Financial Malang.

#### 3. Proses dan cara kerja Mareta

Berikut merupakan proses atau cara kerja dari Program MARETA yang dibagi menjadi beberapa proses diantaranya:

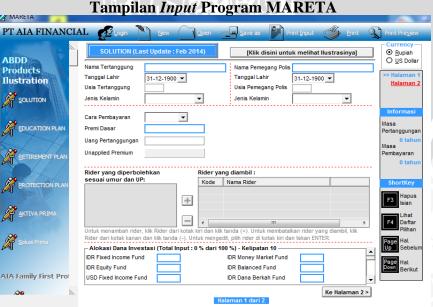
a) Input: Menjalankan program Program MARETA tersebut dengan memasukan user (AIA) dan password (87654321) untuk mengentri kedalam proses selanjutnya, password pada Program ini dapat diubah-ubah sesuai dengan kebijakan perusahaan yang baru. Setelah input kedalam Program MARETA Agen menawarkan kecalon nasabah tentang macam-macem Products Ilustration apa saja yang akan ditentukan. Serta kita juga menyediakan data calon nasabah yang akan dip roses. Data yang akan diproses merupakan data yang benar-benar real atau nyata dari calon nasabah tersebut yang sesuai dengan data diri calon nasabah.

**Tampilan input Program MARETA** 

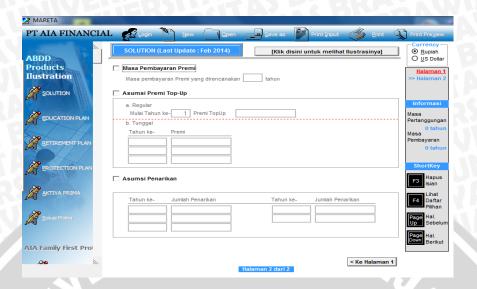


Gambar 11 Proses Input MARETA Sumber: PT.AIA Financial Malang, 2014

b) **Proses:** suatu cara dimana data calon nasabah dimasukkan oleh Agen dengan mengisi kolom yang tertera di Program MARETA tersebut. Dalam proses tersebut terdapat 2 halaman yang halaman pertama berisikan tentang data tertanggung, data pemegang polisi, cara pembayaran, premi dasar, uang pertanggungan, asuransi tambahan, serta alokasi dana investasi. Berikutnya dihalaman kedua terdapat masa pembayaran premi dalam investasi, asumsi premi topup investasi serta serta asumsi penarikan dana investasi. Dari formform tersebut agen mengisi satu persatu form tersebut dengan data diri calon nasabah yang didapatkan secara real atau nyata dari hasil wawancara langsung. Setelah agen mengisis form tersebut agen menampilkan hasil input data yang kemudian akan menjadi sebuah informasi untuk calon nasabah. Dari proses inilah kita dapat memahami tentang suatu data yang diproses untuk menghasilkan suatu informasi yang bernilai tinggi.

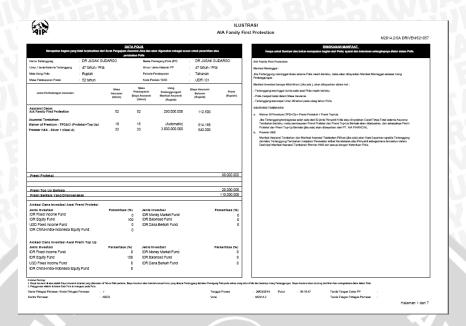


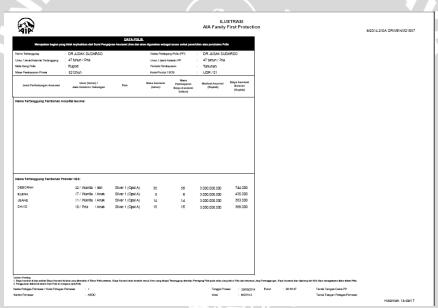
Gambar 12 Proses *Input* MARETA hal 1 Sumber: PT.AIA Financial Malang, 2014



Gambar 13 Proses *Input* MARETA hal 2 Sumber: PT.AIA Financial Malang, 2014

c) Output: suatu kegiatan yang merupakan hasil dari proses diatas berupa informasi yang bermanfaat bagi calon nasabah. Informasi tersebut berisi tentang gambaran hak dan kewajiban atas tentang data polis, pembayaran premi, ringkasan manfaat, alokasi dana investasi, asumsi rencana masa pembayaran premi asuransi, ilustrasi pertumbuhan nilai akun, keterangan-keterangan surat perjanjian serta ringkasan ilustrasi manfaat solution. Dari hasil proses tersebut agen mulai menjelaskan dengan rinci dan jelas kepada calon nasabah sebelum menandatangani kontrak perjanjian tersebut. Berikut adalah hasil Program MARETA:





Gambar 14 *Output* Program MARETA hal 1 Sumber: PT.AIA Financial Malang, 2014

Gambar diatas adalah Ilustrasi AIA Family First Protection yang berisi tentang:

 Biaya Asuransi di atas adalah Biaya Asuransi bulanan yang dikenakan di Tahun Polis pertama. Biaya Asuransi akan berubah sesuai Umur yang dicapai Tertanggung dan/atau Pemegang Polis pada setiap ulang tahun Polis dan besarnya Uang Pertanggungan. Biaya Asuransi akan dipotong dari Nilai Akun sebagaimana diatur dalam Polis.

Penggunaan definisi di dalam Data Polis ini mengacu pada Polis.

ke (Ruplat) (Ruplat)	eal dari Premi Top-Up urmai tingtori inventasi 5%, 10%, 15%) dalam ribuan (000) emi Berkala Yang Direncarakan	>Up dasi5%, 10%, 15%)	Note An						
Perkitaan perhitungan dalam ribuan (000) Tahun Pota ta Umur Potan (Rupiah) Phemi Top-Up Tunggal (Rupiah)	dalam ribuan (000) emi Berkata Yang Pemi Top-Up Tungs Disencanakan	00)	No. 40						
Tatun Pots Disercate Yang Disercate (Ruplet) (Ruplet)	emi Berkata Yang Premi Top-Up Tung: Direncanakan (Rusinta)		Nikel Ale						
Polis Dimension (Rupish)	Direncanskan (Surjet)	Premi Too-Uo Tunggal		un Premi Proteksi Pada Akhir Ti		Nilai Akun Premi Top-Uo Pada Akhir Tahun Polis			
(espan)			Penerikan Nilai Akun (Rupish) Tinokat Investasi Rendah	Tincket Investasi Sedano	Tincket Investeal Tinggi	Tingkat Investasi Rendah Tingkat Investasi Se		Tahun Polis Tingkat Investasi Tinoo	
	(Hupan)		(Rupiah)	(Rupish)	(Rupieh)	(Rupish)	(Rupish)	(Rupish)	
1 47 110,000 0			0 0 .			19,950	20,900	21,8	
2 48 110,000 0 3 49 110,000 0			g		1	40,898 62,892	43,690 69,179	48,6 75,6	
4 50 110,000 0			0			85,987	96,997	109,1	
5 51 110,000 0	110,000	0	0 0 19,114	22,476	28,008	110,298	127,507	147,3	
8 52 110,000 0			0 0 57,326	85,000	73,252	135,698	181,256	191,2	
7 58 110,000 0			0 0 94,000	100,236	124,929	162,433	198,282	241,8	
8 54 110,000 0 9 55 110,000 0			0 0 152,099 0 0 176,009	155,436 210,306	181,883 251,490	190,505 219,980	299,010 283,811	299,9	
10 56 110,000 0			0 218,146	208.054	201,490 329,500	290,929	333,092	443.6	
11 57 110,000 0			0 0 282,266	331,653	417,900	283,425	387,301	532,0	
12 58 110,000 0			0 0 306,782	300,000	517,864	317,547	446,932	633,6	
13 59 110,000 0			0 0 352,024	471,736	631,138	363,374	512,525	750,5	
14 60 110,000 0			0 0 398,430 0 0 452,765	550,518 642,934	760,243 914,614	390,993 430,492	584,677 694,045	885,0 1,039,6	
16 62 110,000 0			0 616,516	750.496	1,098,131	471,967	751,346	1,217.4	
17 68 110,000 0			0 681,061	868,327	1,308,804	515,515	847,384	1,421,8	
18 64 110,000 0			0 0 650,284	998,458	1,651,621	561,241	953,029	1,657,0	
19 65 110,000 0 20 66 110,000 0			0 0 721,838	1,140,380 1,293,015	1,829,436 2,145,449	609,253 659,666	1,089,225	1,927,4 2,238,3	
21 67 110,000 0			0 865.429	1,457,426	2,505,290	712.599	1,337,652	2,598.0	
22 68 110,000 0			0 0 937,133	1,634,396	2,915,130	768,179	1,492,317	3,007,2	
23 69 110,000 0					3,382,390		1,662,446	3,480,1	
								4,649,5 5,368,8	
		}	3		0,210,010		2,201,000		
30 76 110,000 0			0 1,473,617	3,650,586	9,142,538	1,325,455	3,437,925	9,400,1	
					18,412,231		5,664,406	19,253,5	
								78,330,0 157,707,1	
52 98 110,000 0			0 0 5,540,164	31,830,682	201,584,258	4,645,480	29,477,973	208,614,6	
23 66 110,000 0 0 1 10,000 0 0 1 10,000 0 0 0	110,000 110,000 110,000 110,000 110,000 110,000 110,000 110,000	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	0 0 0,000,000 0 0 0,000,000 0 0 0 0 0 1,140,000 0 0 0 1,140,000 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	1,625,107 2,000,851 2,250,360 2,491,360 3,650,586 5,685,146 0,764,877 16,176,622 20,200,065	3,962,006 3,915,662 4,822,666 5,215,666 0,142,536 18,412,237 37,946,246 76,066 152,407,175	600,006 887,915 062,150 1,010,713 1,505,465 1,501,600 2,400,005 5,190,016 4,170,600	1,862,446 1,840,564 2,056,564 2,056,566 3,457,025 5,864,405 0,250,164 16,026,111 24,305,888	3,49 4,64 5,39 9,40 19,25 38,87 78,39 157,70	

Gambar 15 Output Program MARETA hal 2 Sumber: PT.AIA Financial Malang, 2014

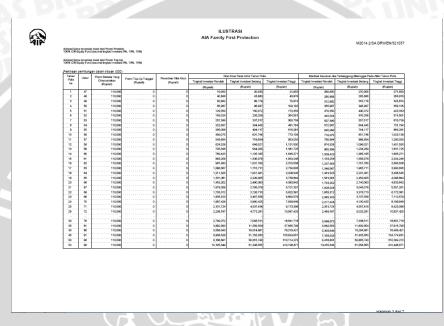
Gambar diatas adalah ilustrasi perhitungan alokasi dana dari premi proteksi dan premi top up sebagai berikut:

- 1) Ilustrasi ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran kepada calon Pemegang Polis mengenai Premi yang dibayar, penarikan Nilai Akun, perkiraan Nilai Akun Premi Proteksi, dan Nilai Akun Premi Top-Up pada akhir Tahun Polis.
- 2) Asumsi nilai tukar USD 1 = Rp.10.000,- (Perubahan nilai tukar ini dapat mempengaruhi perkiraan Nilai Akun Premi Proteksi dan Nilai Akun Premi Top-Up pada akhir Tahun Polis).

BRAWIJAYA

- 3) Nilai Akun Premi Proteksi dan Nilai Akun Premi Top-Up pada akhir Tahun Polis sebagaimana digambarkan dalam ilustrasi ini dihitung dengan menggunakan asumsi tingkat investasi rendah, sedang, tinggi sesuai dengan alokasi Dana Investasi dan jenis investasi yang Anda pilih. Asumsi tingkat investasi di atas bukan merupakan tingkat investasi yang sebenarnya atau menggambarkan tingkat investasi sebenarnya di masa yang akan datang.
- 4) asumsi nilai tukar, tingkat investasi, nilai akun premi proteksi dan nilai akun premi top-up pada akhir tahun polis dapat berubah (lebih tinggi atau lebih rendah) setiap saat dan oleh karena itu tidak dijamin oleh petugas pemasar dan atau PT. AIA Financial.
- 5) Nilai Akun Premi Proteksi dan Nilai Akun Premi Top-Up pada akhir Tahun Polis di atas sudah memperhitungkan biaya-biaya pada saat dikeluarkannya ilustrasi ini dan biaya-biaya tersebut dapat berubah setiap saat sesuai dengan kebijakan PT. AIA Financial Malang dan pemberitahuan kepada calon Pemegang Polis.
- 6) Ilustrasi ini bukan merupakan bagian dari Polis.
- \* Menunjukkan bahwa Nilai Akun pada tahun tersebut tidak mencukupi untuk membayar biaya-biaya yang timbul, namun Polis tidak menjadi batal karena masih pada masa *No Lapse Guarantee*. Biaya-biaya tersebut akan dihutangkan dan akan dibayarkan pada saat Nilai Akun mencukupi untuk membayar seluruh Biaya yang terhutang. Menunjukkan bahwa Nilai Akun pada tahun tersebut tidak

mencukupi untuk membayar biaya-biaya yang timbul, sehingga Polis menjadi batal. Agar manfaat polis dapat terus berlanjut, maka anda harus melakukan pembayaran premi berkala yang direncanakan dan atau premi top up tunggal.



Gambar 16 Output Program MARETA hal 3 Sumber: PT.AIA Financial Malang, 2014

Gambar diatas adalah ilustrasi perhitungan alokasi dana dari premi proteksi dan premi top up sebagai berikut:

- 1) Manfaat Asuransi jika Tertanggung meninggal meliputi Manfaat Investasi dan Manfaat Meninggal sebagaimana dinyatakan dalam Ringkasan Manfaat pada halaman 1.
- 2) Ilustrasi ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran kepada calon Pemegang Polis mengenai Premi yang dibayar, penarikan Nilai Akun, perkiraan Nilai Akun pada akhir Tahun Polis dan Manfaat Asuransi jika Tertanggung meninggal pada akhir Tahun Polis.

BRAWIJAYA

- 3) Asumsi nilai tukar USD 1 = Rp.10.000,- (Perubahan nilai tukar ini dapat mempengaruhi perkiraan Nilai Akun pada akhir Tahun Polis dan Manfaat Asuransi jika Tertanggung meninggal pada akhir Tahun Polis).
- 4) Nilai Akun pada akhir Tahun Polis dan Manfaat Asuransi jika Tertanggung meninggal pada akhir Tahun Polis sebagaimana digambarkan dalam ilustrasi ini dihitung dengan menggunakan asumsi tingkat investasi rendah, sedang, tinggi sesuai dengan alokasi Dana Investasi dan jenis investasi yang Anda pilih. Asumsi tingkat investasi di atas bukan merupakan tingkat investasi yang sebenarnya atau menggambarkan tingkat investasi di masa yang akan datang.
  - 5) Asumsi nilai tukar, tingkat investasi, Nilai Akun pada akhir Tahun Polis dan Manfaat Asuransi jika Tertanggung meninggal pada akhir Tahun Polis dapat berubah (lebih tinggi atau lebih rendah) setiap saat dan oleh karena itu tidak dijamin oleh Petugas Pemasar dan atau PT. AIA Financial.

#### 7) Ilustrasi ini bukan merupakan bagian dari Polis.

a. Menunjukkan bahwa Nilai Akun pada tahun tersebut tidak mencukupi untuk membayar biaya-biaya yang timbul, namun Polis tidak menjadi batal karena masih pada masa *No Lapse Guarantee*. Biaya-biaya tersebut akan dihutangkan dan akan dibayarkan pada saat nilai Akun mencukupi untuk membayar seluruh Biaya yang terhutang.

 b. Menunjukkan bahwa Nilai Akun pada tahun tersebut tidak mencukupi untuk membayar biaya-biaya yang timbul, sehingga Polis menjadi batal. Agar Manfaat Polis dapat terus berlanjut, maka Anda harus melakukan pembayaran Premi Berkala yang Direncanakan dan atau Premi Top Up Tunggal.

					AIA Fami	USTRASI ly First Protection	1		M2014	2/SA DRIVEN/521
Alokani Dana 100% IDR Eq	Investant ofly Fund	Awat dari Premi Protei (seuma tingkat investes	ni ( Asumni Rencana Mas i 5%, 10%, 15%)	ia Pembayanan Premi 10	tahun)					
Alekani Dana 100% IDR Eq	Investasi uity Fund I	Awal dari Premi Top-U (seumai tingkat investes	p ( Asumai Rencana Masa i 5%, 10%, 15%)	a Pembayaran Prami 10	tahun )					
	erhitunga	n dalam ribuan (000	)					Nilai Akan Premi Top-Up Pada Akhir Tahun Polis		
Tahun Polis	Umar	Premi Berkala Yang Direncanakan	Premi Top-Up Tunggel	Penerikan Nilei Akun		un Phemi Proteksi Pada Akhir				Traftun Polis Tingliat Investasi Ting
10		(flupish)	(Rupish)	(Rupiet)	Tinglat (mrestasi Rendah (Rapiah)	Tingkat Investasi Sedang (Replat)	Tingkat Investori Tinggi (Rupish)	Tingkat Investesi Rendah (Rusiah)	Tingkat Investasi Sedang (Rapiah)	(Recish)
1	47	110,000		9 0				19,950	20,900	21
2	48	110,000		0 0		,		40,898	43,690	41
3	49	110,000		9 0		,		62,892	69,179	71
4	50	110,000		9				85,987	96,097	100
	51	110,000		9	19,114 57,300	22,476 65,032	26,008	110,236 136,698	127,097	141
	53	110,000		]	94,966	109,230	75,252 124,929	102,433	198,282	241
	54	110,000			122.063	155,430	181.852	190,505	239,010	299
	55	110,000		3	175,005	210,300	251.490	219.980	283,811	305
10	56	110,000		0	218,146	268.654	329,500	250,929	353.092	443
11	57	0		0 0	167,122	281,986	313,816	263,475	366,431	510
12	58	0		0	111,675	189,739	293,818	276,649	400,042	586
18	59			0 0	51,866	141,696	269,181	290,482	443,346	874
14	60		l	9	0°	87,596	289,627	292,978	487,690	775
15	61			9	0**	33,780	211,458	246,656	590,449	892
17	62 63						184,956 154,017	209,569 157,648	570,498 570,298	1,026 1,180
	84						194,017	110.887	570,320 670,322	1367
19	- 65			]	(e+	0-	76,820	59.077	560,113	1,960
20	00			j	G=-	6-	25,016	1,712	564,149	1,794
21	67	0		9	0**	0**	0		555,097	2,025
22	80	0		9	0**	0	O	0	\$41,051	2,268
29	69			9	0**	0	One One		621,618	2,521
24	70			9 0	0**	Cree	O		495,798	2,819
25	71			0 0	One One	Com	O.s.	0	452,544	3,167
26	72			9	0**	Om.	0**		421,087	3,541
	76								146,141	5.070
36	81			3		Char	0"		140,141	10,678
40	86			J	0-	0**	0		l	20,96
46	91			d	(**	6**	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·			41.849
50	96			9	0**	0**	0**		· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	83,627
62	98	0		0	(P*	0**	Úm.	0	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	110,270

Gambar 17 *Output* Program MARETA hal 4
Sumber: PT.AIA Financial Malang, 2014
Gambar diatas adalah ilustrasi perhitungan alokasi dana dari premi
proteksi dan premi top up (asumsi rencana pembayaran premi 10 tahun)
sebagai berikut:

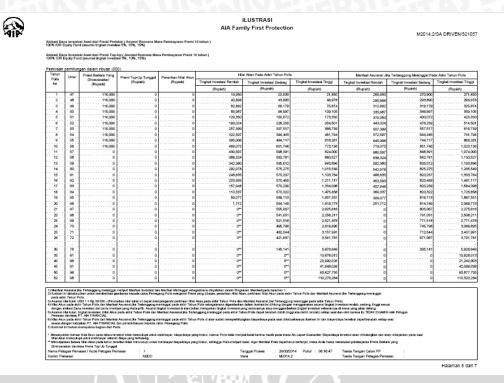
1) Ilustrasi ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran kepada calon Pemegang Polis mengenai Premi yang dibayar, penarikan Nilai Akun, perkiraan Nilai Akun Premi Proteksi, dan Nilai Akun Premi Top-Up pada akhir Tahun Polis, Asumsi nilai tukar USD 1 = Rp.10.000,- (Perubahan nilai tukar ini dapat mempengaruhi perkiraan Nilai Akun Premi Proteksi dan Nilai Akun Premi Top-Up pada akhir Tahun Polis).

- 3) Nilai Akun Premi Proteksi dan Nilai Akun Premi Top-Up pada akhir Tahun Polis sebagaimana digambarkan dalam ilustrasi ini dihitung dengan menggunakan asumsi tingkat investasi rendah, sedang, tinggi sesuai dengan alokasi Dana Investasi dan jenis investasi yang Anda pilih. Asumsi tingkat investasi di atas bukan merupakan tingkat investasi yang sebenarnya atau menggambarkan tingkat investasi di masa yang akan datang.
- 4) Asumsi nilai tukar, tingkat investasi, Nilai Akun Premi Proteksi dan Nilai Akun Premi Top-Up pada akhir Tahun Polis dapat berubah (lebih tinggi atau lebih rendah) setiap saat dan oleh karena itu TIDAK DIJAMIN oleh Petugas Pemasar dan atau PT. AIA FINANCIAL MALANG.
- 5) Nilai Akun Premi Proteksi dan Nilai Akun Premi Top-Up pada akhir Tahun Polis di atas sudah memperhitungkan biaya-biaya pada saat dikeluarkannya ilustrasi ini dan biaya-biaya tersebut dapat berubah setiap saat sesuai dengan kebijakan PT. AIA Financial Malang dan pemberitahuan kepada calon Pemegang Polis.

#### 6) Ilustrasi ini bukan merupakan bagian dari Polis.

a) Menunjukkan bahwa Nilai Akun pada tahun tersebut tidak mencukupi untuk membayar biaya-biaya yang timbul, namun Polis tidak menjadi batal karena masih pada masa *No Lapse Guarantee*. Biaya-biaya tersebut akan dihutangkan dan akan

dibayarkan pada saat Nilai Akun mencukupi untuk membayar seluruh Biaya yang terhutang.



Gambar 18 Output Program MARETA hal 5 Sumber: PT.AIA Financial Malang, 2014 Gambar diatas adalah ilustrasi perhitungan alokasi dana dari premi proteksi dan premi top up (asumsi rencana pembayaran premi 10 tahun) sebagai berikut:

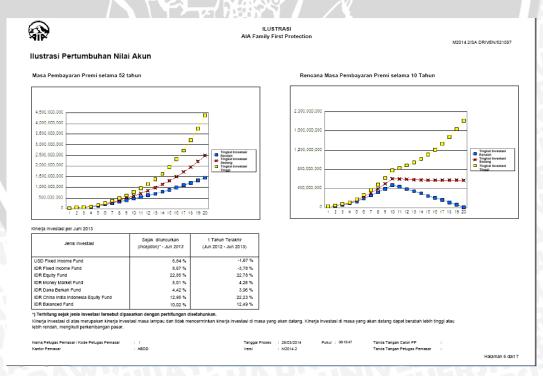
- 1) Manfaat Asuransi jika Tertanggung meninggal meliputi Manfaat Investasi dan Manfaat Meninggal sebagaimana dinyatakan dalam Ringkasan Manfaat pada halaman 1.
- 2) Ilustrasi ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran kepada calon Pemegang Polis mengenai Premi yang dibayar, penarikan Nilai Akun, perkiraan Nilai Akun pada akhir Tahun Polis dan Manfaat Asuransi jika Tertanggung meninggal pada akhir Tahun Polis.

- 3) Asumsi nilai tukar USD 1 = Rp.10.000,- (Perubahan nilai tukar ini dapat mempengaruhi perkiraan Nilai Akun pada akhir Tahun Polis dan Manfaat Asuransi jika Tertanggung meninggal pada akhir Tahun Polis).
- 4) Nilai Akun pada akhir Tahun Polis dan Manfaat Asuransi jika Tertanggung meninggal pada akhir Tahun Polis sebagaimana digambarkan dalam ilustrasi ini dihitung dengan menggunakan asumsi tingkat investasi rendah, sedang, tinggi sesuai dengan alokasi Dana Investasi dan jenis investasi yang Anda pilih. Asumsi tingkat investasi di atas bukan merupakan tingkat investasi yang sebenarnya atau menggambarkan tingkat investasi sebenarnya di masa yang akan datang.
- 5) Asumsi nilai tukar, tingkat investasi, Nilai Akun pada akhir Tahun Polis dan Manfaat Asuransi jika Tertanggung meninggal pada akhir Tahun Polis dapat berubah (lebih tinggi atau lebih rendah) setiap saat dan oleh karena itu TIDAK DIJAMIN oleh Petugas Pemasar dan/atau PT. AIA Financial Malang.
- 6) Nilai Akun pada akhir Tahun Polis dan Manfaat Asuransi jika Tertanggung meninggal pada akhir Tahun Polis di atas sudah memperhitungkan biaya-biaya pada saat dikeluarkannya ilustrasi ini dan biaya-biaya tersebut dapat berubah setiap saat sesuai dengan kebijakan PT. AIA Financial Malang dan pemberitahuan kepada calon Pemegang Polis.

# BRAWIJAYA

#### 7) Ilustrasi ini bukan merupakan bagian dari Polis.

- a. Menunjukkan bahwa Nilai Akun pada tahun tersebut tidak mencukupi untuk membayar biaya-biaya yang timbul, namun Polis tidak menjadi batal karena masih pada masa *No Lapse Guarantee*. Biaya-biaya tersebut akan dihutangkan dan akan dibayarkan pada saat Nilai Akun mencukupi untuk membayar seluruh Biaya yang terhutang.
- b. Menunjukkan bahwa Nilai Akun pada tahun tersebut tidak mencukupi untuk membayar biaya-biaya yang timbul, sehingga Polis menjadi batal. Agar Manfaat Polis dapat terus berlanjut, maka Anda harus melakukan pembayaran Premi Berkala yang direncanakan dan/atau Premi Top Up Tunggal.



Gambar 19 *Output* Program MARETA hal 6 Sumber: PT.AIA Financial Malang, 2014

Gambar diatas adalah gambaran ilustrasi pertumbuhan nilai akun antara 52 tahun dengan 10 tahun Terhitung sejak jenis investasi tersebut dipasarkan dengan perhitungan disetahunkan. Kinerja investasi di atas merupakan kinerja investasi masa lampau dan tidak mencerminkan kinerja investasi di masa yang akan datang. Kinerja investasi di masa yang akan datang dapat berubah lebih tinggi atau lebih rendah, mengikuti perkembangan pasar.

					bukan merupakan b		lis; sywnat d				dalam Polis	M2014 2/5A DRIVENIS2 (
	Manfeet M	eningge Tertan	edelsh sebo ggung pada	egel berikut saal menin	dalah sampai Terlangs	Manfinsk		ung akan diterima		luen Polis.		Cay, you presintenage of the beach it, recognition.  1. Sup licit in recommendation and properties of the interdepolar preprinted instant, dots due findings firmes interpret product.  All nextly first financies upon developments and in hard your provision paids failured, done to let managed in less preprinted programming description interests.  2. Sup investigation on interpret platforms and producing your plantants destinations for terminal top of the latter paid in this start, all space.
		3	talvan s/d < ; talvan s/d < ; talvan s/d < « ½ 4 tahu	Stelvan Stelvan Stelvan		40 00 00	N Uang Ped N Uang Ped N Uang Ped	tenggungan tenggungan				Invested, Niki Alan Perei Protect, Niki Alan Perei Tyo-Up Debish dendan Manhar Harman kerkeral pirkegarana berkeri bang mengakan sada Jahari almanda den basan mengahan pingeranan deli Papa Pereiana dendah yang TAA, A PANANCIA, Ban ban mengakan bang deli Pali, Lacar Interia tipan dipulikan sebelahya. 2. Daya mengahan den mengahaj berkeri pengah melah sebelah pengahan pengahan pengahan pengahan pengahan sebelah
. Alok	Tabus 1	olek si / i	Tinya Akulala Tinta		Tehun 3		sn 4	Telen 5	_	-	un 6 +	politik, fisiko perubahan peraturan pemerintah atau perundang-undergan labaya, risiko perubahan tingkat suku bunga, risiko likukitias, risiko kredit, risiko perubahan nilai ekulias dan risiko perubahan nilai bakar mata sang merupakan tanggang jawab Saya.
,	Select 1	Siaya Kufalal	Aokasi	Diesye Abadesiel	Access Days	Alckssi	Days Akuloisi	Aldred 5	Zeys kulská	Alcked	Dieys Absteid	4. Gaye mengert den menyetejal bahwa terdapat biaya-kirya yang ditersakan setabangan dengan produk asamani yang ditersakan dan biaya-kirya tersakal sebagaimana digerabakan darian katrasi isi adalah biaya-biaya yang berlaka pada saati dikebarkannya katrasi ini dan dapat berabah setiap asal sasak katajaan PT. Ang PANICOAL.
	0%	100%	45%	55%	70% 30%	90%	10%	90%	10%	100%	0%	<ol> <li>Saya mengeti dan menyatujui bahwa jiba dalam masa Cuti Premi Otomatis, Nikil Altun tidak menculupi untuk membayar biaya-biaya yang timbut, maka Puta Saya secura otomatis akan menjadi batul.</li> </ol>
s. 0		trest : R	p. 27.500 - p	er bulen dib	ebenken sejek Tahun I Iai berisku selek Tanco							<ol> <li>Gays merchell produk asszeni justy dissentian dinges jost invested selegalinens tercentare dalam Data Polis pada belemen 1 terpa adanya pakasan dari pilak managum dan bersedia untuk mercentah kewajban yang finibul sebagaintana tercentare dalam Polis.</li> </ol>
6. B	inya tersebu ilan, mulai t aya Top-Up	waft d stan ke : 5% z f Saan by	Dayer den si -13 hingge b Yemi Top Up -estasi : bisy	kan dibeten ulan ke-24. syang diken	lai beriaku sejak Tangg kan sejak ulang tahun sakan sehubungan den	Polis ke-2 mel	alui pemotos	igen unit sellep bu	len yang	eken diek	akan selame	<ol> <li>Sept erzeget den menyangichen solchil dem prose persobler filst bried perhabets perhangen unzu, mile Fels kan distribten direge menganiskan perhangen vern yng betikke di PT. AA FRANCIAL Buttestillt berak brieks untet verst transpresent di historie 1 des folk berkku Ria sels personner vern.</li> </ol>
a. Av b. Th c. Th d. Th Dale. Pren dice:	laik ada pensi laik ada pensi laik ada pensi m 10 Tahun ii Proteksi da akan pada 1 assat "Wo La	er penult irtken N irunen U ganenge Polis pe in apabl isast Nils pae Gus but akan	tel Akun Pre Peng Pertang n perindung rtama apabil Is Nitel Akun I Akun Prem resister I Idal I dikenakan p	mi Proteksi : gungan Asu an Asuransi a kelemban Premi Prote ii Proteksi m c berlaku dar peda Milai A	O Tahun Polis periema dalam 10 Tahun Polis ; massi Dasar dalam 10 T Tarabahan dalam 10 T "No Lapur Guarantee" ikuli Suki mencubapi ur ercukapi untuk memba n apabbis Nilai Akun Po uan Premi Top-Up, jika dil batal.	eriama; Tahun Polis pr akun Polis pe depenuhi, m tuk membeya yar biaya-bia; mi Prolekal ti	rterne, dan terne. da bleye-bleye e tersebet. lek mencubu	nya yang litrabul ako I yang timbol, mako Ipi untuk membaya	an dikema a biaya-bi ar biaya-b	isya lenseb bisya yang i	ut eken timbut, meks	Charakterger d
- And - Tid - Tid - Tid - Tid	is membaya ik ada pena ik ada penu ik ada peng mya diakon	renel De r perch fken de renen U arengen Days A	ssar sken di: Premi Prolei i Nilai Akun eng Pertang perindunga suransi Dass	od secera te Premi Profei yangen Asse n Asuransi T eradalah sel	erni Deser; den 'embehen. begel berkut:		fasilitas Out	il Premi Otomellis;				Tends brogen den names regione Calate Prenagenç Parla
- Tai	un Polis ke- Premi Otoma	31 dan s disakar	berlaku spa	steser 40%. Min Perregi	e-30 sebesar 20%. ang Polis tidak membe; Nilai Akun setap bulan	sır Premi Prot Apeblin Misi	skali mudeli Te Akun tidek m	ahun Polis ketiga. I sensukupi untuk m	Delam me embeyer	asa Culi Pr	emi Otomati n yang beris	
Prem Prem pada Jika a dalar	Proteksi de jenis krvest de, berkut t Surat Peng	untuk pe n Premi esi IDR esikya, pajuan A	odsk AIA Fis Top Up, Jike Money Wark Jike ede, sk sumnel Jiwa	eda, eken d el Fund. Get en dialosasi	cieclion adalah 30 hari Islokasikan pada jenis alah Pine Look Pankel kan sesual dengan jeni sal dengan ketentaan p	investaal yerg serakhir, maks s investaal yer	dpilh deh i seluruh Dw g dpilh deh	PT. AIA FINANCIA na investosi dari Pi n Pemegang Polis,	L. Delarr	n hal ini dite leksi dan Pr	mpalkan rani Top Up	нопом шитых толк жемандатамдам в цитваз шитьях пу ака акса вецыя жералименти, весяла яню.
			Gode Petua									: 26092014 Pukui : 081647

Gambar 20 *Output* Program MARETA hal 7 Sumber: PT.AIA Financial Malang, 2014

Gambar diatas merupakan berisi tentang persetujuan sementara antara agen dengan calon nasabah untuk mengikuti produk asuransi tersebut sebelum disetorkan dan diproses lebih lanjut di PT. AIA Financial Malang.

#### 4. Penerapan MARETA kepada calon nasabah

Berikut proses penerapan Program MARETA terdiri dari beberapa langkah-langkah yaitu:

#### a) Planning

Proses yang menjembatani kondisi saat ini dan kondisi yang ingin dicapai di masa mendatang. Itulah sebabnya rencana selalu mendahului tindakan. Perencanaan sama pentingnya dengan pelaksanaan yang membuat tujuan bisa tercapai dan aktifitas memiliki arti.

#### b) Prospekting

Proses kegiatan mencari orang yang berkualitas untuk membeli produk asuransi. Prospekting dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan sumber individu berkualitas yang akan membeli produk asuransi jiwa.

#### c) Approach

Mempersiapkan suatu pertemuan dengan membuat janji terlebih dahulu melalui telepon. Tujuan dari pendekatan melalui telepon adalah membuat janji, bukan menjelaskan produk atau menawarkan produk.

#### c) Fact Finding

Langkah awal wawancara merupakan proses dari penjualan Produk asuransi tersebut. Tujuan Pencarian Fakta merupakan untuk menemukan dan mengerti kebutuhan, kehendak serta keinginan prospek, merekam semua data pribadi dan keuangan, menumbuhkan minat dan tekanan pada diri prospek.

#### d) Presentation

Memperkenalkan produk anda kepada prospek sebagai pemenuhan kebutuhannya, mendidik dan menginformasikan prospek tentang nilai dan manfaat produk asuransi.

#### e) Handling Objection and Closing

Keberatan atau sanggahan tentang produk asuransi yang ditawarkan merupakan hal alami yang sering terjadi dan dialami oleh calon nasabah atau klient.

#### f) Servicing

Menjual kembali kebutuhan klien, mengarahkan klien ke pembelian selanjutnya, atau mendapatkan referensi.

#### C. Analisis Masalah Program MARETA pada PT. AIA Financial Malang

Identifikasi masalah berdasarkan masalah sistem informasi MARETA yang ada, berdasarkan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun permasalahan yang sering terjadi pada sistem informasi MARETA yang ada pada PT. AIA Financial Malang yaitu:

 Kurangnya pengetahuan dan pelatihan terhadap agen dalam mengoprasikan Program MARETA, seperti yang dikatakan oleh para agen pada hasil wawancara saya yang dapat disimpulkan bahwa para agen kurang mendapatkan pelatihan dan seminar mengenai Program MARETA oleh PT. AIA Financial Malang.

- Masalah yang sering dihadapi oleh agen yaitu kesulitan dalam penggunaan aplikasi Program MARETA dalam menyampaikan hasil proses dari Program MARETA kepada calon nasabah.
- Belum adanya layanan penjualan produk asuransi secara *online* oleh
   PT. AIA Financial malang.

Berdasarkan dari hasil identifikasi masalah yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti akan memberikan alternatif solusi dengan memberikan saran-saran agar masalah yang sedang dihadapi selama ini dapat teratasi dan dapat memberikan kemudahan dalam mengelola data nasabah secara keseluruhan dan terintegrasi antara perusahaan dengan nasabah. Perusahaan juga harus menyelenggarakan pelatihan dan seminar terbuka bagi karyawan atau masyarakat tentang penggunaan sistem informasi MARETA dan seminar tentang arti penting dari asuransi tersebut.

# D. Alternatif dan Solusi Untuk Mengatasi Permasalahan Program MARETA

Berdasarkan dari hasil analisis masalah sistem informasi MARETA yang ada selanjutnya peneliti akan memberikan usulan alternatif solusi. Usulan alternatif solusi diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan yang ada yaitu semua agen dapat menggunakan Program MARETA dan dapat menjelaskan hasilnya kepada calon nasabah dengan baik dan lancar. Yaitu sebagai berikut:

Memberikan pelatihan kepada karyawan atau agen yang bekerja di PT.
 AIA Financial Malang tentang cara pengoperasian Program MARETA

- sehingga karyawan memiliki bekal atau kemampuan sebelum menjual produk asuransi yang ditawarkan.
- 2. Mengadakan seminar terbuka tentang asuransi di PT. AIA Financial Malang dan memperbanyak sponsor tentang manfaat kegunaan dari asuransi tersebut.
- Memberikan layanan secara online tentang asuransi di PT. AIA Financial Malang sehingga dapat memberikan kemudahan terhadap masyarakat apabila sewaktu-waktu ada yang berminat mengikuti jasa asuransi tersebut.

#### **BAB V**

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian skripsi yang dilakukan di PT. AIA Financial Malang dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1. Berdasarkan gambaran sistem informasi MARETA yang berjalan saat ini, Program MARETA pada PT. AIA Financial Malang merupakan suatu golongan MKTIS (*Marketing Information System*) yang merupakan suatu alat bantu ilustrasi untuk memberikan penjelasan penjelasan tentang jasa asuransi yang akan ditawarkan oleh agen ke calon nasabah.
- 2. Permasalahan yang ada pada sistem informasi MARETA yang berjalan saat ini yaitu:
  - a. Proses penggunaan Program MARETA tersebut dapat dikategorikan sulit saat agen memasukan data calon nasabah ke Program MARETA dan agen kesulitan saat menjelaskan secara rinci hasil output kepada calon nasabah.
  - b. Proses pembuatan data ilustrasi *output* calon nasabah tersebut sangatlah memakan waktu yang lama dimana data calon nasabah yang akan mengikuti produk asuransi tersebut haruslah sesuai dengan prosedur yang diinginkan oleh PT. AIA Financial Malang.
  - c. Program MARETA merupakan alat bantu untuk membuat gambaran tentang data ilustrasi output calon nasabah yang bersifat

hanya sementara yang dimana hasil data ilustrasi output calon nasabah tersebut akan dijelaskan oleh agen ke calon nasabah apabila calon nasabah ingin menjadi nasabah asuransi tersebut.

- 3. Alternatif solusi atau rekomendasi sistem informasi MARETA yang diusulkan oleh peneliti yaitu:
  - a. Dengan adanya sistem informasi maka perlu pengetahuan dan pelatihan khusus bagi agen tentang penggunaan Program MARETA. Karena data Ilustrasi output calon nasabah atau Print Out dari Program MARETA lebih cepat dan akurat datanya, hal ini dapat menambah kepercayaan kepada calon nasabah pada perusahaan asuransi ini.
  - b. PT. AIA lebih memperbanyak pengenalan dengan calon nasabah dengan cara mengikuti pameran-pameran yang diadakan disetiap kota dan memberikan pelayanan secara online oleh PT.AIA Financial kepada calon nasabah.
  - c. Pengembangan Program PT. AIA Financial lebih familiar sehingga mudah dipahami dan dipelajari oleh semua karyawannya atau memberikan buku pedoman cara penggunaan Program MARETA yang ada di PT. AIA Financial Malang. Dengan adanya sistem ini, maka peningkatan pengamanan *asset* perusahaan dari kehilangan atau kerusakan data baik disengaja atau tidak akan dapat dilakukan karena setiap hari petugas dari bagian polis melakukan *cross check* dengan bagian *underwriting*.

#### B. SARAN

Saran berisi tentang solusi atau rekomendasi sistem informasi MARETA adalah sebagai berikut:

- 1. Dengan adanya sistem informasi maka perlu pengetahuan dan pelatihan khusus bagi agen tentang penggunaan Program MARETA agar pekerjaan dapat berjalan lancar apabila agen tersebut sangatlah paham tentang cara penggunaan Program MARETA serta lancar dalam menjelaskan hasil dari output Program MARETA ke calon nasabah.
- 2. Perlunya diadakan seminar-seminar mengenai sistem informasi MARETA terhadap para agennya atau karyawan.
- 3. Pengembangan Program PT. AIA Financial Malang lebih familier sehingga mudah dipahami dan dipelajari oleh semua karyawannya atau memberikan buku pedoman cara penggunaan Program MARETA yang ada di PT. AIA Financial Malang.
- 4. PT. AIA Financial Malang lebih memperbanyak pengenalan dengan calon nasabah dengan cara mengikuti pameran-pameran yang diadakan disetiap kota dan membuat pelayanan nasabah secara online oleh PT. AIA Financial Malang untuk memberikan kemudahan kepada calon nasabah.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Salim, Abbas. 2007. Asuransi dan Manajemen Risiko. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Fayshal, Abung dan Medyawati, Henny. 2013. *Analisis Strategi pemasaran produk asuransi jiwa pada bumi putera syariah*. Jurnal asuransi dan menejemen. Volume 1, No 2.
- Amsyah, Zulkifli, 2005. *Manajemen Sistem Informasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Arikunto, Suharsimi, 2006. *Prosdur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka cipta.
- Creswell, John W. 2007. *Qualitative Inquiry and Research Design*. California: sage Publication.
- Terry, George R. dan Laslie W. Rue. 2000. Dasar-Dasar Menejemen. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara
- Darmawi, Herman. 2004. Manajemen Asuransi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jogiyanto, HM. 1999. Analisis dan Desain. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_\_. 2006. Analisis dan Desain Sistem Informasi. edisi ke tiga. Yogyakarta: Andi Offset
- Jeffry L Whitten, J. 2004, *Metode Design dan Analisis Sistem*. Edisi Bahasa Indonesia. McGrawHill companies
- Kotler, Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip pemasaran 2. Edisi Keduabelas. Jakarta:
- \_\_\_\_\_\_. 2004. *Manajemen Pemasaran Jilid* 2. Terjemahan Drs. Benyamin Molan. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Laudon, Kenneth C. 2005. Sistem Informasi Manajemen Edisi 8. Yogyakarta: Andi Offset
- Moh Nazir. 2003. Analisa Sistem Informasi. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Purba, Radiks. 2002. Asuransi Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.
- Suyanto. 2005. Teknologi Informasi. Jakarta: Prenada Media.

\_\_\_\_\_. 2008. Memahami Penelitian Kualitatif. Cetakan keempat. Bandung: CV. ALFABETA.

Yakub. 2012. Pengantar sistem informasi. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Santika, Yoppy. 2011. Analisis sistem informasi pendaftaran nasabah asuransi beasiswa berencana. Sekolah Teknologi Garut.

http://www.aia-financial.co.id. Diakses pada tanggal 5 Maret 2014.

http://www.scribd.com/doc/78327544/Kualitas-Ciri-Dan-Manfaat-Informasi. Diakses pada tanggal 13 Maret 2014.

http://digilib.sttgarut.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=0806021-140886-yoppysanti-53. Diakses pada tanggal 20 maret 2014.

http://www.e-jurnal.com/2013/11/pengertian-manajemen.html. Diakses pada tanggal 30 maret 2014.

http://banuaw.wordpress.com/2013/04/04/proses-pembuatan-asuransi/. Diakses pada tanggal 22 Mei 2014.

#### Lampiran 1

Informan 2

Hasil Wawancara dengan Agen Pemasaran

Waktu wawancara dengan Agen

:10-13 September 2014 Tanggal

Jam :11.30 - 13.00 wib

**Tempat** : PT. AIA Financial Malang

Informan 1 : Fajar Maulana (agen)

Informan 3 : Wisnu Nugroho (agen)

AP : Apakah ada permasalahan dalam pengoperasian Program **MARETA?** 

FM : iya ada, karena saya sebagai agen kurang diberikan pelatihan

mengenai Program MARETA oleh PT. AIA Financial.

RAWA

NK : ya, karena saya sebagai agen lama belum sepenuhnya mengetahui

tentang Teknologi Informasi.

: Novia Kartika (agen)

: ya, karena para agen kurang diberikan seminar-seminar tentang WN

Program MARETA.

AP : Apa permasalahan yang dihadapi perusahaan khususmya dalam pelayanan pada nasabah?

: calon nasabah mayoritas kurang mengetahui tentang arti penting FM asuransi, sehingga kita sebagai agen harus sabar dalam menjelaskan pada calon nasabah secara detail tentang produk

asuransi yang ditawarkan PT. AIA Financial Malang.

NK : calon nasabah kebanyakan sudah mengikuti program asuransi dari

perusahaan asuransi lain.

AP : Bagaimana tanggapan anda tentang adanya keinginan pelanggan yang lain?

: calon nasabah menginginkan adanya layanan penjualan produk FM

asuransi secara online.

WN : calon nasabah banyak yang meminta jangka penerimaan asuransi lebih pendek dari pada yang sudah ditentukan oleh perusahaan.

AP : apakah selama bekerja pernahkah mengalami kekeliruan (data tertukar antara nasbah A dan nasabah B)?

: Pernah, karena agen tersebut merupakan karyawan baru yang masih WN dalam proses pelatihan jadi belum lancar menggunakannya.

Hasil Wawancara dengan Calon Nasabah dan Nasabah

Waktu wawancara dengan Calon Nasabah:

Tanggal : 3 Oktober 2014

Jam : 09.00 - 10.00 wib

Tempat : PT. AIA Financial Malang

Calon nasabah : Nurul Mustofah

Nasabah : Sugiharto

AP : Apakah anda memahami ilustrasi asuransi yang ditawarkan oleh agen?

NM : iya kurang paham, pada salah satu dari ilustrasi asuransi yaitu tentang ilustrasi pertumbuhan nilai akun.

AP : Motovasi apa yang mendorong anda untuk ikut asuransi di PT. AIA Financial Malang?

NM : untuk memberikan yang terbaik buat keluarga saya kedepannya.

AP : Apakah anda pernah mendapat surat teguran tentang keterlambatan pembayaran premi asuransi?

SH : Tidak pernah karena saya selalu membayar asuransi tepat waktu melewati transfer kerekening.

AP : Apakah ada kendala selama anda menjadi nasabah asuransi ini?

SH : Iya ada, kendalanya pada saat akhir masa asuransi yaitu penarikan dari manfaat investasi dan kurang memahami tentang arti polis.



# SURAT KETERANGAN Nomor: 927/AIA/XI/2014

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan:

Nama : Antoni Prayogi

: Jakarta, 20 Oktober 1991 Tempat / Tgl Lahir

Alamat : Jl. KH. Zubair 35/17 Gresik

Pendidikan : S1 (Strata 1)

: Administrasi Bisnis (Konsentrasi Manajemen Sistem Informasi) Jurusan

Universitas Brawijaya

: 105030201111075 NIM

Bahwa Mahasiswa tersebut telah melaksanakan Penelitian Skripsi di PT. AIA Financial Malang mulai tanggal 12 – 15 Agustus 2014, 10 – 13 September 2014 dan 3 Oktober 2014.

Demikian Surat ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 27 November 2014

Achmad Fajar Maulana S.Ikom

Support & Development

# MIAYA

#### **CURRICULUM VITAE**

#### DATA PRIBADI

Nama : Antoni Prayogi Nomor Induk Mahasiswa : 105030201111075 Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 20 Oktober 1991

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Kewarganegaraan : Warga Negara Indonesia

Agama : Islam

Status : Belum Kawin Identitas : 3525166011920122

Alamat Asal : Jl. KH. Zubair no. 17, Gresik

No. Kontak : 081291345400

Email : <u>TUAN.MUDA.IGOY@gmail.com</u>

#### RIWAYAT PENDIDIKAN

Tingkat Pendidikan	Tahun Belajar
TK Kusuma Bangsa	1996 - 1998
SDN Bedilan 1 Gresik	1998 – 2004
SMPN 4 Gresik	2004 - 2007
SMA Semen Gresik	2007 - 2010
S-1 Administrasi Bisnis FIA UB	2010 - Sekarang

#### PENGALAMAN KERJA

1. Tahun 2013

: Magang di PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa

Timur Area Malang

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

