

**PENGARUH INSENTIF DAN PELATIHAN  
TERHADAP KINERJA AGEN ASURANSI DI  
PT GENERASI PASTI SUKSES**

1/2  
1-



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen**

**Oleh:  
Natasya Ariella  
6031901024**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

**Terakreditasi Unggul oleh BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022**

**BANDUNG**

**2023**

**THE INFLUENCE OF INCENTIVE AND TRAINING  
ON INSURANCE AGENT PERFORMANCE IN  
PT GENERASI PASTI SUKSES**

P-



**UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete part of the requirements  
for Bachelor's Degree in Management

**By:  
Natasya Ariella  
6031901024**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS  
PROGRAM IN MANAGEMENT**

Excellent Accredited by BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

**BANDUNG**

**2023**

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN



PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH INSENTIF DAN PELATIHAN TERHADAP KINERJA  
AGEN ASURANSI DI PT GENERASI PASTI SUKSES

Oleh:

Natasya Ariella

6031901024

Bandung, Juli 2023

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini, CMA., CPM.

Pembimbing Skripsi,

Angela Teressia, S.IP., M.M.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (sesuai akte lahir) : Natasya Ariella  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 27 Oktober 2000  
NPM : 6031901024  
Program studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh Insentif dan Pelatihan Terhadap Kinerja Agen Asuransi di PT Generasi Pasti Sukses  
Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Angela Teressia, S.IP., M.M.

Adalah benar-benar karyan tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.

2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.  
Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam  
Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 Juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 19 Juli 2023

Pembuat pernyataan : Natasya Ariella

  
(Natasya Ariella)

## ABSTRAK

**Pendahuluan** - Pertumbuhan industri asuransi kian tahun terus meningkat tercatat pada tahun 2022 terdapat penambahan 2,01 % perusahaan asuransi di Indonesia tetapi berdasarkan data keuangan asuransi, data keuangan Prudential dan data kinerja agen diketahui bahwa terjadi penurunan laba dan penurunan kinerja, terjadi juga penurunan jumlah agen dalam asuransi.

**Tujuan penelitian** - Berdasarkan rumusan masalah, maka peneliti melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui persepsi agen asuransi pada insentif dan pelatihan serta untuk mengetahui tingkat insentif dan pelatihan agen asuransi, dan untuk mengetahui pengaruh insentif dan pelatihan pada kinerja agen asuransi di PT Generasi Pasti Sukses.

**Metodologi penelitian** - Metode penelitian yang dilakukan dengan pendekatan kuantitatif Penelitian juga menggunakan kuesioner dengan responden sebanyak 62 responden. Analisis yang dipakai ialah analisis regresi berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh insentif dan pelatihan pada kinerja agen di PT Generasi Pasti Sukses.

**Hasil dan Kesimpulan** - Berdasarkan persepsi agen pada insentif dengan rata-rata analisis deskriptif statistik ialah yang diberikan perusahaan memadai. Selain itu, persepsi agen terhadap pelatihan termasuk baik. Pada hasil analisis regresi berganda insentif memiliki pengaruh signifikan pada kinerja sedangkan pelatihan memiliki pengaruh tidak signifikan pada kinerja agen secara parsial.

Kata Kunci: Insentif, pelatihan, kinerja agen, asuransi

## ABSTRACT

**Introduction** - The growth of the insurance industry continues to increase every year, recorded in 2022 there is an additional 2.01% of insurance companies in Indonesia but based on insurance financial data, Prudentia financial data and agent performance data it is known that there has been a decrease in profits and a decrease in performance, there has also been a decrease in the number of agents in insurance.

**Purpose of the study** - Based on the formulation of the problem, the researchers conducted a study that aims to determine the perception of insurance agents on incentives and training and to know the level of incentive and training of insurance agents and to determine the effect of incentive and training on the performance of insurance agents at PT Generasi Pasti Sukses .

**Research methodology** - The research method carried out with a quantitative approach The research also used a questionnaire with 62 respondents. The analysis used is multiple regression analysis to determine how much influence incentive and training have on agent performance at PT Generasi Pasti Sukses.

**Results and conclusions** - Based on the agent's perception of incentives with an average descriptive statistical analysis is that what the company provides is adequate. In addition, the agent's perception of training is good. In the results of multiple regression analysis, incentive has a significant effect on performance but training has a non-significant effect on agent performance partially.

**Keywords:** Incentive, training, agent performance, insurance

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan saya kesempatan dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Insentif dan Pelatihan Terhadap Kinerja Agen Asuransi di PT Generasi Pasti Sukses Tahun 2022 “ Dalam penyusunan skripsi ini juga tidak terlepas dari panduan. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait laporan yang telah memberikan bimbingan dan dukungan pada saya. Oleh karena itu, ucapan terima kasih saya ucapkan kepada:

1. Keluarga penulis yaitu orang tua, kakak, nenek yang selalu memberikan dukungan dalam doa, moral, material dan memotivasi dalam segala aspek kehidupan peneliti.
2. Ibu Budiana Gomulia, Dra., M,Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan
3. Ibu Brigita Meylianti Sulungbudi, PhD.,ASCA., CIPM selaku ketua jurusan ilmu Manajemen.
4. Ibu Dr. Istiharini, CMA.,CPM selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
5. Ibu Angela Teressia, S.IP.,M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu,tenaga,pikiran dan memberikan pengarahan dalam membimbing pembuatan skripsi ini sehingga skripsi ini tersusun dengan baik.
6. Bapak V.J. Wisnu Wardhono, Drs.,MSIE selaku dosen wali penulis, dan yang telah meluangkan waktu,tenaga,pikiran memberikan masukan terhadap pembuatan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti.
8. Bapak Felix Haryanto selaku leader peneliti yang telah mengizinkan dan membantu peneliti meneliti di PT Generasi Pasti Sukses.
9. Bapak Gamaliel Tanusaputra selaku pemilik dari GPS INFINITE (cabang Bandung )yang telah membantu sebagai perantara peneliti yang mengizinkan dan membantu peneliti meneliti di GPS INFINITE dan Bapak Albert Dalimarta selaku koordinator dari GPS GENESIS (Jakarta) yang telah

membantu peneliti sebagai perantara dengan para agen di GPS GENESIS ( Jakarta ).

10. Seluruh Agen Asuransi selaku responden yang telah membantu peneliti dalam meneliti di PT Generasi Pasti Sukses
11. Adela Nadya, Valent Yolanda, Celine Sunjaya, Ivana Mulan, Eldogamilo, Felice Constantine, Aliya Inshira, Hansen Renaldi, Ignatius Matthew selaku teman perkuliahan yang selalu mendorong, memberikan saran, motivasi, kesabaran terhadap penulis.
12. Seluruh teman-teman Manajemen Universitas Katolik Parahyangan angkatan 2019 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
13. Teman-teman *Cell Unpar 2* ( Gabriela Carolyn, Raina Elysia, Dea Dlomaris, Celia Amelia, Yonathan Nathanael, Steven Himawan, Ka Daniel Tanukusuma, Ka Nadine Grace, Ka Patria Virganta dan Ka Tanya Marcella, Monica Cecilia, Ka Lydia, Levina, Helen Priskila, Ka Valerio Fanama, dan Marvelyn ) selaku teman penulis yang telah memberikan motivasi, masukan, saran, kebersamaan, dan yang selalu menjadi pendengar yang baik bagi penulis.
14. Teman-teman *Twist Youth* ( Michelle Flo, Delphia Fransisca, SK Beryl, Angel ) selaku teman penulis yang telah memberikan motivasi, masukan, saran, kebersamaan, dan yang selalu menjadi pendengar yang baik bagi penulis.
15. Teman-teman di Stage Crew Mahasiswa GKPB Fajar Pengharapan (Lukitanto, Ka Meiliana Lukman, Reybano, Jocelyn, Yonathan Nathael, Victoria, Marcella Jacinda) yang telah memberikan motivasi, masukan, saran, kebersamaan, dan yang selalu menjadi pendengar yang baik bagi penulis.
16. Seluruh rekan di Unit pelayanan di GKPB Fajar pengharapan yang tidak bisa disebutkan satu persatu telah memberikan motivasi, kebersamaan, masukan dan yang selalu menjadi pendengar yang baik bagi penulis.
17. Teman-teman seperjuangan SMA ( Hansen Renaldi, Michelle Flo, Arthika Putri, Michael Sanjaya, Thasya Natalia, Gabriela Carolyn, Edrick, Rotua ) yang memberikan motivasi, kebersamaan, masukan dan yang selalu menjadi pendengar yang baik bagi penulis.



18. Teman-teman sosialita ( Monica Cecilia, Marcella Gabriel, Daniel Kurniady, Catherine, Ka Tiffany, Ka Jeff ) yang memberikan motivasi, kebersamaan, masukan dan yang selalu menjadi pendengar yang baik bagi penulis. Saya mengakui bahwa skripsi ini tidak sempurna, maka dari itu penulis memohon maaf bila ada kata/kalimat yang kurang baik dan saran/kritik yang bersifat membangun dari semua pihak diharapkan. Semoga skripsi ini menambah pengetahuan bagi para pembaca.

Bandung, Juli 2023

Natasya Ariella

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	22
1.3 Tujuan Penelitian .....	23
1.4 Manfaat Penelitian .....	23
1.5 Kerangka pemikiran .....	23
1.6 Hipotesis Penelitian.....	25
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	26
2.1. Insentif .....	26
2.1.1. Pengertian Insentif .....	26
2.1.2. Jenis-jenis Insentif.....	26
2.1.3. Pertimbangan dalam pemberian Insentif.....	27
2.1.4 Tujuan Insentif .....	27
2.1.5 Sistem Pemberian Insentif.....	27
2.2 Pelatihan.....	28
2.2.1. Pengertian Pelatihan.....	28
2.2.2. Indikator pelatihan .....	28
2.3 Kinerja Karyawan .....	29
2.3.1. Pengertian Kinerja Karyawan .....	29
2.3.2. Faktor yang berpengaruh pada kinerja karyawan .....	29
2.3.3. Indikator Kinerja Karyawan.....	30
2.3.4. Penelitian Terdahulu .....	31
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1. Metode dan Jenis Penelitian.....	35
3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	36
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian .....	37
3.5. Keterbatasan penelitian .....	37

3.6. Operasionalisasi Variabel.....	38
3.7. Uji Instrumen penelitian.....	48
3.7.1 Uji Validitas Data.....	48
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	50
3.8. Teknik Analisa Data.....	54
3.8.1. Uji Asumsi Klasik .....	54
3.9 Analisis Data .....	55
3.9.1 Analisis statistik deskriptif.....	55
3.10 Analisis Regresi Linier berganda .....	56
3.10.1 Analisis koefisien determinasi .....	57
3.11 Uji Hipotesis .....	57
3.11.1 Uji F .....	57
3.11.2 Uji t .....	57
3.12 Objek Penelitian .....	58
3.12.1 Profil Perusahaan .....	58
3.12.2 Struktur Organisasi .....	58
3.12.3 Tugas dan Tanggung Jawab .....	59
3.12.4 Logo PT Generasi Pasti Sukses.....	59
3.12.5 Nilai Perusahaan.....	59
3.13 Analisis Data Responden .....	60
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>64</b>
4.1 Analisis Deskriptif Variabel Insentif .....	64
4.1.1 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap variabel Insentif Tingkat Agen .....	64
4.1.2 Dimensi Insentif Finansial Tingkat Agen .....	65
4.1.3 Dimensi Insentif Non-Finansial Tingkat Agen.....	69
4.1.4 Dimensi Insentif Sosial Tingkat Agen .....	72
4.1.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap variabel Insentif Tingkat AAD .....	77
4.1.6 Dimensi Insentif Finansial Tingkat AAD .....	78
4.1.7 Dimensi Insentif Non-Finansial Tingkat AAD.....	81
4.1.8 Dimensi Insentif Sosial Tingkat AAD .....	83

4.1.9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap variabel Insentif Tingkat AD.....	87
4.1.10 Dimensi Insentif Finansial Tingkat AD.....	88
4.1.11 Dimensi Insentif Non-Finansial Tingkat AD.....	90
4.1.12 Dimensi Insentif Sosial Tingkat AD.....	92
4.2 Analisis Deskriptif Variabel Pelatihan.....	95
4.2.1 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap variabel Pelatihan Tingkat Agen.....	95
4.2.2 Dimensi Instruktur Tingkat Agen.....	96
4.2.3 Dimensi Tujuan dan Sasaran Tingkat Agen.....	98
4.2.4 Dimensi Metode Tingkat Agen.....	100
4.2.5 Dimensi Materi Tingkat Agen.....	101
4.2.6 Dimensi Peserta Pelatihan Tingkat Agen.....	102
4.2.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap variabel Pelatihan Tingkat AAD.....	104
4.2.8 Dimensi Instruktur Tingkat AAD.....	105
4.2.9 Dimensi Tujuan dan Sasaran Tingkat AAD.....	107
4.2.10 Dimensi Peserta Pelatihan Tingkat AAD.....	108
4.2.11 Dimensi Metode Tingkat AAD.....	109
4.2.12 Dimensi Materi Tingkat AAD.....	110
4.2.13 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap variabel Pelatihan Tingkat AD.....	112
4.2.14 Analisis Deskriptif Variabel Pelatihan Tingkat AD.....	113
4.2.15 Dimensi Instruktur Tingkat AD.....	113
4.2.16 Dimensi Tujuan dan Sasaran Tingkat AD.....	115
4.2.17 Dimensi Materi Tingkat AD.....	116
4.2.18 Dimensi Metode Tingkat AD.....	118
4.2.19 Dimensi Peserta Pelatihan Tingkat AD.....	119
4.3 Analisis Deskriptif Variabel Kinerja.....	120
4.3.1 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap variabel Kinerja Tingkat Agen.....	121
4.3.1 Dimensi Kuantitas Tingkat Agen.....	122

4.3.2 Dimensi Kualitas Tingkat Agen.....	123
4.3.3 Dimensi Kemandirian Tingkat Agen .....	126
4.3.4 Dimensi Inisiatif Tingkat Agen.....	127
4.3.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap variabel Kinerja Tingkat AAD .....	129
4.3.6 Dimensi Kuantitas Tingkat AAD.....	130
4.3.7 Dimensi Kualitas Tingkat AAD.....	132
4.3.8 Dimensi Kemandirian Tingkat AAD .....	134
4.3.9 Dimensi Inisiatif Tingkat AAD.....	136
4.3.10 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel Kinerja Tingkat AD.....	137
4.3.11 Dimensi Kuantitas Tingkat AD.....	138
4.3.12 Dimensi Kualitas Tingkat AD.....	140
4.3.13 Dimensi Kemandirian Tingkat AD .....	142
4.3.14 Dimensi Inisiatif Tingkat AD .....	144
4.4 Analisis Pengaruh Insentif (X1) Terhadap Kinerja Agen Asuransi di PT Generasi Pasti Sukses.....	146
4.5 Analisis Pengaruh Pelatihan (X2) Terhadap Kinerja Agen Asuransi di PT Generasi Pasti Sukses.....	146
4.6. Uji Asumsi Klasik .....	147
4.6.1 Uji Normalitas .....	147
4.6.2 Uji Multikolinearitas .....	149
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	149
4.7 Analisis Regresi Linier berganda .....	150
4.8 Excludes Variables.....	150
4.8 Persamaan Regresi .....	151
4.9. Koefisien Determinasi.....	152
4.10 Uji Hipotesis .....	153
4.10.1 Uji F .....	153
4.10.2 Uji t .....	154
4.10.3 Pembahasan.....	154
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>157</b>

5.1 Kesimpulan .....	157
5.2 Saran.....	159
DAFTAR PUSTAKA .....	160
LAMPIRAN.....	165
RIWAYAT HIDUP.....	212

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skala organisasi dalam PT Prudential Life Assurance.....	2
Tabel 1.2 Pelaporan Pelatihan.....	5
Tabel 1.3 Data kinerja agen PT Generasi Pasti Sukses yang mencapai insentif berupa trip 2022 .....	8
Tabel 1.4 Besaran Insentif dari PT Prudential Life Assurance .....	10
Tabel 1.5 Daftar Jenis Pelatihan .....	18
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu yang relevan .....	31
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel .....	38
Tabel 3.2 Uji Validitas .....	48
Tabel 3.3 Koefisien Reliabilitas .....	51
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Parallel Form .....	51
Tabel 3.5 Hasil Cronbach's Alpha .....	54
Tabel 3.6 Kriteria Interval.....	56
Tabel 3.7 Tugas dari Jabatan.....	59
Tabel 3.8 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	60
Tabel 3.9 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	61
Tabel 3.10 Karakteristik responden berdasarkan tingkat keagenan.....	62
Tabel 3.11 Karakteristik responden berdasarkan domisili.....	62
Tabel 4.1 Analisis Deskriptif Variabel Insentif Tingkat Agen .....	65
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Dimensi Insentif Finansial Tingkat Agen.....	66
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Dimensi Insentif Non-Finansial Tingkat Agen....	69
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Dimensi Insentif Sosial Tingkat Agen.....	73
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Insentif Tingkat AAD .....	78
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Dimensi Insentif Finansial Tingkat AAD.....	79
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Dimensi Insentif Non-Finansial Tingkat AAD....	81
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Dimensi Insentif Sosial Tingkat AAD.....	84
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Insentif Tingkat AD .....	87
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Dimensi Insentif Finansial Tingkat AD.....	88
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Dimensi Insentif Non-Finansial Tingkat AD ....	91
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Dimensi Insentif Sosial Tingkat AD.....	93
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Variabel Pelatihan Tingkat Agen.....	96

Tabel 4.14	Analisis Deskriptif Dimensi Instruktur Tingkat Agen.....	97
Tabel 4.15	Analisis Deskriptif Dimensi Tujuan dan Sasaran Tingkat Agen.....	99
Tabel 4.16	Analisis Deskriptif Dimensi Metode Tingkat Agen.....	100
Tabel 4.17	Analisis Deskriptif Dimensi Materi Tingkat Agen.....	101
Tabel 4.18	Analisis Deskriptif Peserta Pelatihan.....	102
Tabel 4.19	Analisis Deskriptif Variabel Pelatihan Tingkat AAD.....	104
Tabel 4.20	Analisis Deskriptif Dimensi Instruktur Tingkat AAD.....	105
Tabel 4.21	Analisis Deskriptif Dimensi Tujuan dan Sasaran Tingkat AAD....	107
Tabel 4.22	Analisis Deskriptif Peserta Pelatihan Tingkat AAD.....	108
Tabel 4.23	Analisis Deskriptif Dimensi Metode Tingkat AAD.....	110
Tabel 4.24	Analisis Deskriptif Dimensi Materi.....	111
Tabel 4.25	Analisis Deskriptif Variabel Pelatihan Agen Tingkat AD.....	112
Tabel 4.26	Analisis Deskriptif Dimensi Instruktur Tingkat AD.....	113
Tabel 4.27	Analisis Deskriptif Dimensi Tujuan dan Sasaran Tingkat AD.....	115
Tabel 4.28	Analisis Deskriptif Dimensi Materi Tingkat AD.....	117
Tabel 4.29	Analisis Deskriptif Dimensi Metode Tingkat AD.....	118
Tabel 4.30	Analisis Deskriptif Peserta Pelatihan Tingkat AD.....	119
Tabel 4.31	Analisis Deskriptif Variabel Kinerja Tingkat Agen.....	121
Tabel 4.32	Analisis Deskriptif Kuantitas Tingkat Agen.....	122
Tabel 4.33	Analisis Deskriptif Kualitas Tingkat Agen.....	123
Tabel 4.34	Analisis Deskriptif Kemandirian Tingkat Agen.....	126
Tabel 4.35	Analisis Deskriptif Inisiatif Tingkat Agen.....	128
Tabel 4.36	Analisis Deskriptif Variabel Kinerja Tingkat AAD.....	129
Tabel 4.37	Analisis Deskriptif Kuantitas Tingkat AAD.....	131
Tabel 4.38	Analisis Deskriptif Kualitas Tingkat AAD.....	132
Tabel 4.39	Analisis Deskriptif Kemandirian Tingkat AAD.....	134
Tabel 4.40	Analisis Deskriptif Inisiatif Tingkat AAD.....	136
Tabel 4.41	Analisis Deskriptif Variabel Kinerja Tingkat AD.....	137
Tabel 4.42	Analisis Deskriptif Kuantitas Tingkat AD.....	139
Tabel 4.43	Analisis Deskriptif Kualitas Tingkat AD.....	141
Tabel 4.44	Analisis Deskriptif Kemandirian Tingkat AD.....	143
Tabel 4.45	Analisis Deskriptif Inisiatif Tingkat AD.....	144



Tabel 4.46	One- Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	147
Tabel 4.47	Uji Multikolinearitas .....	149
Tabel 4.48	Tabel Variables Entered ( <i>Stepwise</i> ) .....	150
Tabel 4.49	<i>Excludes Variables</i> .....	150
Tabel 4.50	ANOVA .....	151
Tabel 4.51	Koefisien Determinasi.....	153
Tabel 4.52	Uji F .....	153
Tabel 4.53	Uji t .....	154
Tabel 4.54	Pembahasan.....	155

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Perusahaan Asuransi di Indonesia .....	1
Gambar 1.2 Ulasan Agen .....	10
Gambar 1.3 Ulasan Agen .....	11
Gambar 1.4 Syarat insentif berupa trip .....	12
Gambar 1.5 SOP Kerja.....	16
Gambar 1.6 Kerangka Penelitian .....	25
Gambar 3.1 Struktur dalam organisasi.....	58
Gambar 3.2 Logo perusahaan .....	59
Gambar 4.1 Histogram Uji Kolmogorov-Smirnov .....	148
Gambar 4. 2 P-Plot.....	148
Gambar 4.3 Scatterplot.....	149
Gambar 4. 4 Model Regresi Penelitian .....	152

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	165
Lampiran 2. Hasil Rekapitulasi Data Kuesioner.....	188
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas .....	208
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas ( Crobach's Alpha ).....	211

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada tahun 2022, Industri asuransi mengalami peningkatan 2,01 % dari 149 perusahaan menjadi 152 perusahaan berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), berikut data pertumbuhan industri asuransi:

**Gambar 1.1**  
**Perkembangan Perusahaan Asuransi di Indonesia**



**Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)**

Dari data tersebut diketahui terjadi peningkatan perusahaan asuransi di Indonesia sehingga semakin ketatnya persaingan di dunia industri asuransi. Tentunya dengan peningkatan perusahaan asuransi meningkatnya orang menjadi agen asuransi. Hal itu terbukti dari data AAJI adanya peningkatan jumlah agen.

Berdasarkan data AAJI, pendapatan premi dalam industri asuransi mengalami penurunan sebesar 5,3% dan total *income* menurun sebesar -7,5%.

Salah satu perusahaan yang beroperasi pada sektor asuransi adalah PT Prudential Life Assurance. Berdasarkan laporan keuangan Prudential 2022, laba perusahaan Prudential Life Assurance turun dari \$2,2 miliar (2021) menjadi \$1 miliar (2022).

Dari data tersebut dapat disimpulkan adanya penurunan kinerja agen sehingga perusahaan perlu mengevaluasi kinerja agen. Berdasarkan hasil laporan keberlanjutan Prudential sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Skala organisasi dalam PT Prudential Life Assurance**

Uraian	Satuan	2022	2021	2020
Jumlah Tenaga Pemasar	Orang	~ 150.000	> 170.000	> 240.000
Jumlah Nasabah		> 1.000.000	>1.500.000	> 1.700.000
Pendapatan Premi	Triliun	19,7	23,0	23,7
Total Investasi Keuangan		57,6	66,6	70,2
Beban Klaim dan Manfaat		16,6	16,6	12,8
Laba Tahun Berjalan		2,2	3,3	4,7
Total Liabilitas		55,6	60,5	63,0
Total Ekuitas		5,6	6,1	6,8
Total Aset		61,3	72,0	76,3
Rasio Pencapaian Solvabilitas	%	520	479	549
Rasio Likuiditas		105	168	146
Rasio Beban terhadap Pendapatan Premi		112	76	64

**Sumber: Laporan keberlanjutan Prudential 2022**

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui terdapat penurunan drastis terhadap tenaga pemasar sebesar 20.000. Penurunan drastis dari tenaga pemasar yang berdampak negatif terhadap profitabilitas perusahaan.

Menurut OJK, Agen Asuransi adalah seseorang tenaga pemasar maupun perantara dari sebuah perusahaan asuransi yang ditunjuk untuk menawarkan jasa maupun layanan sesuai dengan prosedur dan perjanjian tertentu.

Tenaga pemasar / agen asuransi yang merupakan sumber daya manusia juga yang penting bagi operasional perusahaan asuransi. Seringkali perusahaan diperhadapkan dengan masalah tenaga pemasar. Kinerja tenaga pemasar yang tidak baik merugikan perusahaan..

Menurut Busro (2020), kinerja merupakan pekerjaan yang berhasil dikerjakan oleh karyawan dengan usaha melakukan tugas hingga selesai dan

kewajibannya dalam berkontribusi untuk perusahaan yang dinilai sesuai dengan standar kerja. Dari teori ini dapat dinyatakan bahwa kinerja adalah usaha yang selesai dikerjakan oleh tenaga pemasar dalam menyelesaikan tugas yang diberikan dari perusahaan berdasarkan standar kerja yang sudah disetujui. Apabila kinerja tenaga pemasar tidak sesuai dengan standar kerja tentu akan berdampak buruk terhadap perusahaan. Tenaga pemasar di perusahaan asuransi tidak ada gaji melainkan berbasis pada penjualan dan target. Apabila dapat menjual produk mendapatkan komisi apabila tidak berhasil melakukan penjualan maka tidak mendapatkan komisi. Apabila tidak mencapai target penjualan finansial maka tidak akan bonus finansial, apabila tidak mencapai target non finansial maka tidak akan mendapatkan bonus berupa trip. Tenaga pemasar pada perusahaan asuransi tidak dikontrak, melainkan *freelancer* maka dari itu banyak orang yang menjadi agen untuk penghasilan tambahan dan pekerjaan sampingan.

Berdasarkan survei mekari dinyatakan bahwa 75% karyawan mengalami stress finansial sehingga mengganggu konsentrasi kerja dan produktivitas kerja

Berdasarkan survei mekari juga dinyatakan bahwa program kesejahteraan finansial dari perusahaan mendorong semangat karyawan karena membuat 97% karyawan lebih produktif, 93% karyawan menjadi lebih loyal terhadap perusahaan, dan 79 % karyawan setuju bahwa kesejahteraan finansial dari perusahaan menjadi faktor yang mempengaruhi pilihan untuk pindah tempat kerja. Berdasarkan hasil survei kesejahteraan finansial paling berdampak terhadap semangat karyawan dalam bekerja ..

Insentif bisa saja menjadi faktor yang mempengaruhi kinerja sumber daya. Pemberian insentif terhadap tenaga pemasar merupakan sebuah upaya bentuk penghargaan dari perusahaan untuk mendorong kinerja tenaga pemasar. Insentif merupakan pendapatan diluar gaji yang berguna mendorong tenaga pemasar agar lebih semangat dalam bekerja dan berusaha untuk terus meningkatkan kinerjanya di perusahaan. Berdasarkan Meiditami & Sunuharyo (2018: 181), Insentif merupakan suatu apresiasi berupa uang atau bonus yang diterima diluar gaji terhadap karyawan yang telah mencapai target sehingga memberikan kontribusi positif untuk perusahaan. Dari teori tersebut dapat

dinyatakan bahwa insentif merupakan aspek penting yang sudah selayaknya diperhatikan oleh pihak perusahaan karena insentif sebagai dorongan terhadap motivasi kerja agen dalam kinerjanya untuk memberikan kontribusi terhadap perusahaan secara optimal.

Hubungan antara teori insentif dengan kinerja agen / tenaga pemasar adalah insentif merupakan alat untuk memotivasi para agen agar dapat meningkatkan profit perusahaan, perusahaan dapat memberikan insentif sesuai dengan kinerja agen. Besar kecilnya insentif berpengaruh terhadap kinerja agen sehingga pentingnya perusahaan untuk memberikan perhatian dengan memberikan insentif yang sepatutnya. Kinerja agen berhubungan erat dengan insentif karena jika insentif sesuai yang diharapkan karyawan tentu bisa berpengaruh positif terhadap motivasi karyawan dalam, tetapi bila insentif tidak sesuai yang diharapkan agen bisa jadi berdampak negatif terhadap motivasi kerja agen. Pemberian insentif terhadap agen merupakan upaya perusahaan dalam meningkatkan kinerja agen. Keberhasilan perusahaan asuransi pada dasarnya tergantung dalam peran tenaga pemasar Pemberian insentif yang sesuai bisa memberikan motivasi kerja untuk agen karena agen akan merasa kinerjanya dihargai sesuai dengan kemampuan dan usaha mereka hingga berdampak terhadap kinerja mereka ke arah yang positif.

Beberapa studi tentang pengaruh insentif pada kinerja karyawan menyimpulkan bahwa insentif mempunyai pengaruh pada kinerja karyawan, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Dian Maharani, Sudarmi, Hafiz Elfiansyah (2021) penelitian tersebut membuktikan adanya pengaruh yang signifikan insentif pada kinerja karyawan dan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nida Istikomah & Neneng Ratnasari (2022), dinyatakan insentif berdampak positif terhadap kinerja karyawan dan berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Evi Yusnita dan Tulus Rohanad (2022) dinyatakan bila insentif berdampak positif pada kinerja karyawan.

Selain itu, pelatihan juga bisa saja menjadi faktor yang mempengaruhi kinerja sumber daya. Menurut Priansa (2019) pelatihan merupakan usaha dari perusahaan untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan dan sikap baru berorientasi kepentingan perusahaan guna bersaing. Pelatihan diberikan terhadap karyawan agar karyawan memiliki keahlian dalam bidang pekerjaannya

karena apabila karyawan tersebut karyawan baru belum tentu ia mengetahui cara melakukan pekerjaan tersebut dengan benar di perusahaan maka perlu pelatihan dari perusahaan. Lalu, dengan perkembangan zaman dan teknologi, karyawan perlu diberi pengetahuan dan keterampilan agar dapat berkontribusi terhadap perusahaan secara maksimal.

Berdasarkan survei MDI 2020 terhadap praktisi L&D Metode pelatihan tatap muka lebih efektif dibanding metode pelatihan lainnya seperti *video learning* dan *virtual live workshop*. Tingkat keefektifan tatap muka mencapai rating 7.9, *video learning* mencapai *rating* 4.5 dan *virtual live workshop* mencapai *rating* 6.3.

Berdasarkan laporan keberlanjutan Prudential tahun 2022, perusahaan sudah mengeluarkan dana terbesar sebesar 9,7 miliar pada tahun 2022 dibandingkan tahun 2021 sebesar 7,6 miliar karena pelatihan terpaksa dilakukan dengan 2 metode secara online serta tatap muka juga sehingga pelatihan diberikan beberapa kali agar optimal, berikut ini pelatihan dan waktu pelatihan dari Prudential pada tahun 2022

**Tabel 1.2**

**Pelaporan Pelatihan**

Uraian	Satuan	2022	2021	2020
Jam Pelatihan per Karyawan	Jam	33	30,6	28,8
Total Jam Pelatihan	Jam	69692	59945	55768
	Tahun	3-4 Hari		

**Sumber : Laporan keberlanjutan Prudential 2022**

Berdasarkan uraian tersebut pelatihan yang diberikan prudential setiap tahunnya hanya 3-4 hari kerja per tahun. Pelatihan untuk tenaga pemasar asuransi sangat penting karena dari pelatihan, agen asuransi mendapatkan pengetahuan yang baru, bisa meningkatkan kemampuan mereka dari kompetensi, pengembangan karier, skill dalam pemasaran, memastikan pengetahuan produk yang tepat dimiliki oleh agen, meningkatkan produktivitas agen asuransi.

Hubungan pelatihan terhadap kinerja karyawan adalah manfaat pelatihan untuk upaya meningkatkan kinerja karyawan agar meningkatkan produktivitas perusahaan. Dari pelatihan, karyawan baru dapat mendapatkan ilmu



dan keterampilan sesuai keahlian yang diperlukan karyawan dalam menjalankan tugasnya.

Selain itu beberapa studi tentang pengaruh pelatihan terhadap kinerja karyawan menyimpulkan bahkan ada dampak positif pelatihan kerja terhadap kinerja karyawan berdasarkan penelitian oleh Pranata & Purbasari (2021), Indri Andesta Dyastuti (2018), Ridwan, Rasfiuddin Dodi Novingky & Sawqi (2022).

PT Generasi Pasti Sukses merupakan perusahaan yang muncul pada tahun 2014. PT Generasi Pasti Sukses merupakan agency / mitra dengan PT Prudential Life Assurance di bidang asuransi. PT Generasi Pasti Sukses sebagai penyedia jasa tenaga pemasar yang merekrut agen asuransi dan memberikan pelatihan terhadap agen asuransi. Selain menjadi penyedia jasa di bidang keuangan, *agency* ini juga bergerak di bidang kesehatan dan bidang pengembangan diri. Mereka aktif merekrut mahasiswa-i di seluruh Indonesia untuk magang dalam membimbing mereka untuk berinvestasi dalam keuangan dan kesehatan lalu melatih kerjasama tim, keberanian untuk aktif dan bagaimana menjadi seorang agen. Peneliti memilih PT Generasi Pasti Sukses karena PT Generasi Pasti Sukses merupakan mitra bisnis dari PT Prudential Life Assurance.

PT Generasi Pasti Sukses didirikan oleh orang yang menjabat sebagai *Business Development* di *Prudential Life Assurance*. Hubungan PT Generasi Pasti Sukses dengan *PT Prudential Life Assurance* adalah *PT Prudential Life Assurance* merupakan perusahaan yang menyediakan produk asuransi, yang mengatur besaran insentif, skema promosi jabatan untuk agen dan yang memberikan pelatihan produk untuk agen, aturan untuk agen asuransi sedangkan PT Generasi Pasti Sukses sebagai orang menyeleksi dan merekrut orang untuk menjadi agen melalui beberapa tahap, memberikan pelatihan yang lebih kepada cara melakukan penjualan menjadi seorang agen. Agen di PT Generasi bertugas melakukan penjualan produk asuransi *PT Prudential Life Assurance*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan agen masih banyak agen asuransi yang tidak melakukan tugasnya sebagai agen asuransi hingga perusahaan dianggap kurang membenahi kinerja agen. Ada beberapa agen yang melakukan tindakan yang dilarang oleh perusahaan dari membohongi nasabah, agen tidak membayarkan klaim asuransi, lalu agen yang gagal ujian AASI dan AAJI tetapi

menyebut dirinya agen asuransi. Insiden ini juga terjadi di PT Generasi Pasti Sukses yang berdampak terhadap persepsi nasabah terhadap perusahaan.

Berdasarkan penjelasan fenomena tersebut, peneliti melakukan *preliminary research* dengan cara wawancara terhadap 7 Agen yang terdaftar di PT Generasi Pasti Sukses dan 3 orang merupakan agen dari Prudential yaitu :

1. Bpk. Gamma Tanusaputera selaku pemilik dan penanggung jawab *GPS INFINITE (cabang Bandung)*
2. Bpk. Timotius Ari selaku agen di *GPS INFINITE (cabang Bandung)*
3. Ka Garry Anthony selaku agen di *GPS INFINITE (cabang Bandung)*
4. Adela Nadya selaku agen yang berstatus mahasiswi magang di PT Generasi Pasti Sukses
5. Ka Felix Haryanto selaku agen di PT Generasi Pasti Sukses
6. Aliya Inshira selaku agen yang berstatus mahasiswi magang di PT Generasi Pasti Sukses
7. Ivana Mulan selaku agen yang berstatus mahasiswi magang di PT Generasi Pasti Sukses
8. Monica Cecillia selaku tenaga pemasar dari PT Prudential Life Assurance
9. Victoria selaku tenaga pemasar dari PT Prudential Life Assurance
10. Rachel Anretkha selaku tenaga pemasar dari PT Prudential Life Assurance

Dari hasil wawancara peneliti menemukan masalah seperti :

1. Dari aspek kuantitas yang berdampak terhadap profit perusahaan diduga disebabkan oleh insentif

Banyak agen yang kinerjanya tidak mencapai target mendapatkan insentif sehingga berdampak pada profit perusahaan yang mengalami penurunan. Hal itu dibuktikan dari hasil data kinerja agen dibawah ini:

**Tabel 1.3**  
**Data kinerja agen PT Generasi Pasti Sukses yang mencapai insentif berupa trip 2022**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Mencapai Target</b>	<b>Target (%)</b>	<b>Tidak mencapai Target</b>	<b>Tidak Target (%)</b>
Jan	1957	64	3,270%	1893	96,730%
Feb	1810	45	2,486%	1765	97,514%
Mar	2027	68	3,355%	1959	96,645%
Apr	1963	47	2,394%	1916	97,606%
May	1967	60	3,050%	1907	96,950%
Jun	1952	58	2,971%	1894	97,029%
Jul	1952	51	2,613%	1901	97,387%
Aug	1938	49	2,528%	1889	97,472%
Sept	1974	70	3,546%	1904	96,454%
Oct	1968	167	8,486%	1801	91,514%
Nov	1971	90	4,566%	1881	95,434%

**Sumber: Hasil olahan oleh penulis**

Dari tabel tersebut disimpulkan banyak sekali agen yang tidak mencapai kinerja target insentif berupa trip target setiap bulanan sebesar 40.000.000. Dimana paling banyak agen yang berhasil menggapai target terjadi pada bulan Oktober 2022. Selain itu agen yang gagal menggapai target insentif berupa trip paling banyak terjadi bulan Februari 2022. Berdasarkan hasil data

penjualan pada target insentif finansial. Agen lebih termotivasi mengejar target insentif finansial sehingga profit *Prudential* mengalami penurunan.

2. Dari aspek insentif yang berdampak terhadap inisiatif, kemandirian agen pada pemasaran produk dan mengikuti pelatihan tanpa diminta atasan, yang berpengaruh terhadap kuantitas agen

Banyak agen yang kurang mandiri diduga karena tidak adanya sistem gaji melainkan sistem insentif berupa penjualan. Hal itu dibuktikan dengan banyak agen mengesampingkan tugas mereka sebagai agen karena agen dalam bisnis asuransi tidak terikat kontrak sehingga ada yang agen yang lebih fokus akan pekerjaan tetapnya dibanding menjadi agen yang pendapatannya tidak tetap sehingga mereka tidak melakukan pemasaran produk asuransi. Hal itu terbukti juga dari kuantitas perbulan pada no 1 dimana banyak agen yang tidak mencapai target hingga profit perusahaan mengalami penurunan, kurangnya kemandirian dan inisiatif agen dalam pelatihan dan bekerja terbukti karena banyak agen yang tidak mengikuti pelatihan setiap minggunya dan kinerja mereka yang tidak melakukan penjualan tercatat pada data kinerja agen per bulannya tidak ada. Mereka ikut pelatihan jika disuruh atasan saja dan melakukan penjualan apabila disuruh atasan saja.

3. Dari aspek insentif yang diduga berdampak terhadap kinerja agen tingkat AD yang tidak melakukan tugasnya memberikan pelatihan sehingga kualitas dan kuantitas agen tingkat agen dan AAD menjadi kurang baik.

Instruktur yang merupakan agen tingkat AD, tidak melakukan tugasnya yaitu melakukan pelatihan di PT Generasi Pasti Sukses. Hal itu diduga karena tidak digaji sehingga mereka tidak memberikan pelatihan karena mereka hanya mendapatkan insentif apabila menjual produk asuransi. Hal itu dibuktikan dengan banyak instruktur yang tidak memberikan pelatihan kepada timnya maupun menolak menjadi instruktur bila diminta perusahaan untuk menjadi instruktur pada pelatihan. Hal itu dibuktikan dengan instruktur pada pelatihan terkadang berasal dari *agency* lain dan terkadang instruktur tidak memberikan pelatihan kepada timnya sehingga agen yang berada dibawahnya tidak mendapatkan pelatihan yang menjadi kebutuhan agen seperti keterampilan menjadi agen dan materi produk yang menyebabkan kinerja agen dalam aspek

kualitas dan kuantitas kurang karena mereka tidak dibekali dengan pelatihan berupa keterampilan sebagai agen oleh leader mereka yang tingkat AD. Keterampilan agen yang berdasarkan pada daftar pelatihan seperti bagaimana agen melakukan *prospecting* dari membuat janji temu, *approaching*, presentasi produk asuransi, *handling objection*, *trial closing* untuk penjualan produk dan tahap akhir *sales*.

4. Besaran insentif yang diduga belum sesuai keinginan agen karena beban kerja yang dianggap berat yang diduga berdampak terhadap kinerja agen dalam aspek kuantitas yang mengalami penurunan, kemandirian yang kurang dan inisiatif yang kurang dari agen.

Besaran insentif finansial yang diduga tidak sesuai dengan keinginan agen Besaran komisi dan insentif finansial bisa tidak sebesar gaji bulanan karena semua tergantung besaran premi yang dibayarkan tertanggung. Berikut besaran komisi, bonus, dan *overriding leader*:

**Tabel 1.4**

**Besaran Insentif dari PT Prudential Life Assurance**

**Komisi Agen :**

Tahun	1	2	3	4	5
Komisi	30%	30%	5%	5%	5%
Bonus	12%	13,5%			
<b>Total</b>	<b>42%</b>	<b>43,5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>

**Overriding Leader :**

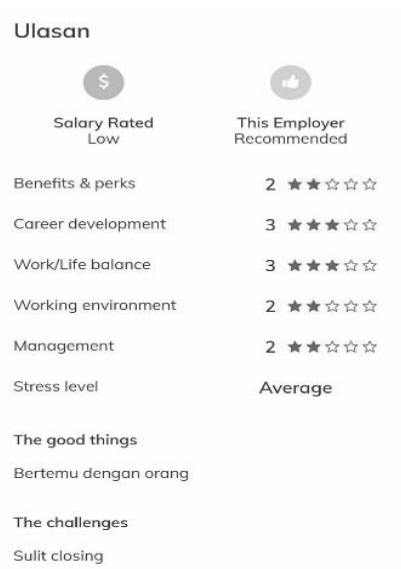
Jenjang	Thn 1	Thn 2	Total
<b>AAD</b>	<b>13,5%</b>	<b>9%</b>	<b>22,5%</b>
<b>AD</b>	<b>21%</b>	<b>12%</b>	<b>33%</b>
<b>AD1</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>6%</b>
<b>AD2</b>	<b>3%</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>
<b>AD3</b>	<b>3%</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>
<b>AD4</b>	<b>3%</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>
<b>AD5</b>	<b>3%</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>
<b>AD6</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>3%</b>

Frekuensi pembayaran	Pembayaran Tahunan	Pembayaran Non-tahunan
<b>Komisi Tahun 1</b>	30%	25%
<b>Komisi Tahun 2</b>	20%	15%
<b>Total Komisi Tenaga Pemasar</b>	<b>50%</b>	<b>40%</b>

**Sumber : Prudential**

Beban kerja dianggap berat karena pendapatan berasal dari kemampuan penjualan sehingga diduga agen berpendapat bahwa besaran insentif tidak sebanding dengan beban kerja. Hal itu dibuktikan dengan beberapa tanggapan agen pada aspek insentif:

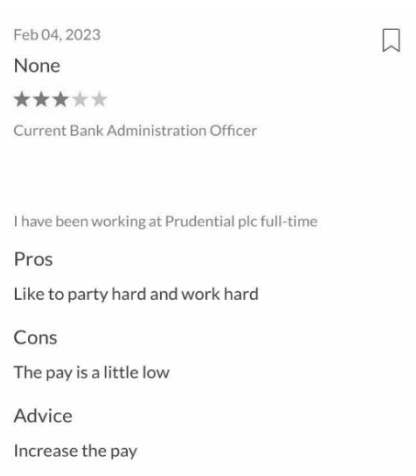
**Gambar 1.2**  
**Ulasan Agen**



**Sumber : Glassdoor**

Dari ulasan agen tersebut didapatkan *salary* yang diberikan rendah dengan beban kerja yang sulit. Hal itu karena *salary* berupa komisi diberikan apabila mampu menjual produk asuransi saja.

**Gambar 1.3**  
**Ulasan Agen**



**Sumber : Glassdoor**

Dari ulasan agen tersebut didapatkan pembayaran yang diberikan rendah dengan harus kerja keras. Bagi para agen sulitnya menjual produk asuransi karena literasi masyarakat yang kurang terhadap asuransi ditambah lagi adanya berita-berita mengenai penipuan asuransi yang tidak bisa diklaim apabila terjadi musibah.

7. Insentif tetap tetapi target mendapatkan insentif terus meningkat tiap tahun yang diduga berdampak kinerja agen karena agen menjadi pesimis dan menganggap tantangan semakin berat

Terjadi kenaikan target setiap tahun tetapi insentif tetap. Setiap tahun target mencapai insentif selalu meningkat tetapi besarnya insentif tetap Hal itu diduga menyebabkan agen pesimis untuk mengejar target insentif finansial, non finansial dalam aspek kenaikan tingkat keagenan, dan insentif sosial dalam aspek trip. Hal itu terbukti banyak agen yang sebetulnya sudah tingkat AAD tetapi mereka memilih berhenti dan tidak melanjutkan menjadi agen asuransi karena syarat kenaikan tingkat agen semakin berat, besaran minimal penjualan mencapai target trip dan target finansial yang meningkat terus menerus tiap tahun sehingga semakin meningkatnya syarat insentif akan semakin menambah beban agen sehingga tantangan mendapatkan insentif semakin berat, Berikut syarat mendapatkan insentif :

**Gambar 1.4**

**Syarat insentif berupa trip**

The infographic is titled 'PRU Premier Club Bangkok' and covers the period from 1 Jan 2022 to 31 Dec 2022. It lists two main targets: 'Target Jalur Produksi (Rp)' at 1,25 Miliar and 'Target Jalur Promosi (Rp)' at 930 Juta. Below these, it details the requirements for each: 'Jalur Produksi' requires a minimum of 4 Active New Agents (Direct New Agent Active), and 'Jalur Promosi' requires a minimum of 2 Keagenan Managers in a Direct Unit or 4 Keagenan Managers in a Direct Group. A common requirement for both is a minimum 'Rolling Persistency Direct Unit' of 85%. The infographic also includes a small PRU Premier Club logo and a vertical date stamp '01/12/2022'. At the bottom, it notes that the terms are based on Agency Update No.009/PLA/1/2022 and that travel locations are subject to change.

Target Jalur Produksi (Rp)	Target Jalur Promosi (Rp)
1,25 Miliar	930 Juta

**Jalur Produksi**  
Min. 4 Agen Aktif Baru (Direct New Agent Active)

**Jalur Promosi**  
Min. mempromosikan 2 Manajer Keagenan dalam Direct Unit atau 4 Manajer Keagenan dalam Direct Group

**Min. Rolling Persistency Direct Unit 85%**

• Syarat dan ketentuan mengacu pada Agency Update No.009/PLA/1/2022 mengenai "Kualifikasi Incentive Trip 2022"  
• Tempat dan lokasi yang dikunjungi disesuaikan saat keberangkatan

**Kategori**  
**Producer**

**PRUPremier Club Bangkok**

Periode: 1 Jan 2022 – 31 Des 2022

Producer	Target (Rp)
PRUPremier Club	480 Juta
PRUPremier Club Special	350 Juta

Min. 10 Tertanggung Utama di tahun 2022  
 Min. *Rolling Persistency* Individu 90%

• Syarat dan ketentuan mengacu pada Agency Update No.009/PLA/1/2022 mengenai "Kualifikasi Incentive Trip 2022"  
 • Tempat dan lokasi yang dikunjungi disesuaikan saat keberangkatan

Khusus untuk Leaders (AD dan AAD)

**MID YEAR LEADER CHALLENGE 2022**

Periode Kontes:  
1 Jan - 31 Mei 2022

STRONGER TOGETHER  
GREATER

**Syarat:**  
 Min. Net API Direct Unit Rp. 400 juta  
 Min. 4 Agen Aktif Baru  
 Min. *Rolling Persistency* Unit 85%

**PALC:**  
 TOP 1 s.d. 35  
 TOP 3 Newly Promoted to AD  
 TOP 2 Newly Promoted to AAD  
 (Hanya bisa memenangkan 1 kategori)  
 Mendapatkan penghargaan khusus dari Prudential Corporation Asia (PCA)

**MYLC:**  
 TOP 41 s.d. 200  
 Mendapatkan paket perjalanan ke:  
**Bangkok, Thailand**

Syarat dan ketentuan mengacu pada Agency Update No.001/PLA/1/2022 mengenai "Mid-Year Leader Challenge 2022"

**Kategori**  
**Leader**

**Production Club**

**PCC Miami - SC New York**

Periode: 1 Jan 2022 – 31 Des 2022

Kategori	Target Jalur (Rp)	
	Produksi (Rp) Dalam Miliar	Promosi (Rp) Dalam Miliar
<b>PCC</b> President's Cabinet's Club	I. Kategori direct unit	3,8 / 2,6
	II. Kategori direct group AD	7,1 / 5,4
	III. Kategori AD on AD	Top 3 dengan min. 200 Miliar / -
<b>DSC</b> Double Star Club	I. Kategori direct unit	2,85 / 2,1
	II. Kategori direct group AD	5,5 / 4,25
	III. Kategori AD on AD	27 / -
<b>SC</b> Star Club	I. Kategori direct unit	1,7 / 1,25
	II. Kategori direct group AD	3,15 / 2,5
	III. Kategori AD on AD	18,8 / -

**Jalur Produksi**  
 Min. 4 Agen Aktif Baru (Direct New Agent Active)

**Jalur Promosi**  
 Min. mempromosikan 2 Manajer Keagenan dalam Direct Unit atau 4 Manajer Keagenan dalam Direct Group

**Min. *Rolling Persistency* Direct Unit 85%**

• Syarat dan ketentuan mengacu pada Agency Update No.009/PLA/1/2022 mengenai "Kualifikasi Incentive Trip 2022"  
 • Tempat dan lokasi yang dikunjungi disesuaikan saat keberangkatan

Sumber : Prudential



Berdasarkan gambar tersebut memang diduga target insentif sulit dicapai karena diduga selain persaingan antar agen yang tinggi adanya batas minimal yang cukup sulit. Hal itu dibuktikan hanya 30 orang yang mencapai target insentif berupa trip dari PT Generasi Pasti Sukses, yang 8 diantaranya dari Bandung.

8. Dari aspek pelatihan produk yang masih kurang diduga berdampak pada kualitas agen dalam segi pemahaman produk dan kuantitas agen dalam aspek penjualan.

Banyak agen yang kinerjanya dalam aspek kualitas diduga masih kurang memahami produk seperti belum sepenuhnya memahami produk asuransi. Hal itu dibuktikan dari kegiatan pelatihan *role play* di kantor ada beberapa agen yang tidak bisa menjawab saat *on job training*, dan masih ada kesalahan menjawab pertanyaan tentang produk asuransi. Dalam asuransi, apabila nasabah bertanya mengenai produk asuransi terhadap agen tetapi agen kesulitan menjawab akan muncul rasa keraguan nasabah terhadap agen sehingga mereka memilih tidak membeli produk yang ditawarkan agen tersebut. Hal itu tentunya berdampak terhadap kuantitas agen.

9. Jadwal pelatihan yang terlalu malam dan tidak menentu diduga yang berdampak pada kinerja agen

Jadwal pelatihan yang terlalu malam dan tidak menentu pada hari biasa diduga yang berdampak pada kinerja agen. Hal itu diduga menyebabkan banyak agen yang tidak mengikuti pelatihan sehingga diduga akibatnya agen yang tidak mengikuti pelatihan tidak mendapatkan keterampilan yang diberikan pada pelatihan. Hal itu dibuktikan dari hasil wawancara dengan mahasiswa magang jadwal pelatihan magang dari PT Generasi Pasti Sukses terkadang terlalu malam dan tidak menentu pada hari biasa sehingga banyak agen yang tidak mengikuti pelatihan dan akhirnya tidak mendapatkan keterampilan yang menjadi kebutuhan agen.

10. Materi pelatihan cukup banyak dan sama, hanya beda instruktur diduga berdampak terhadap kinerja agen dalam aspek inisiatif

Materi pelatihan yang diberikan cukup banyak, materi sama, membosankan diduga menjadi penyebab agen yang tidak ada inisiatif mengikuti pelatihan.

Hal itu dibuktikan dari hasil wawancara dengan peserta magang, materi yang diberikan banyak yang sama dan diberikan berulang-ulang hanya beda instruktur dan hal itu dibuktikan pada beberapa pelatihan banyak agen yang tidak ikut dalam pelatihan.

11. Materi pelatihan yang dipaparkan tidak sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan agen diduga berdampak terhadap kinerja agen

Beberapa materi yang diberikan ke agen tidak sesuai kebutuhan agen seperti mempelajari karakter orang dari tanda tangan dan tulisan, investasi, mempelajari antisipasi penyakit jantung dan diabetes. Hal itu diduga menyebabkan banyak agen yang tidak mengikuti pelatihan karena bagi mereka yang penting adalah keterampilan dan produk asuransi. Hal itu dibuktikan hanya dari 121 agen hanya 20 agen gabungan tingkat agen dan AAD yang aktif mengikuti pelatihan dan hal itu dibuktikan dengan hasil wawancara dengan agen yang magang bahwa materi yang dipaparkan terkadang tidak sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan agen sehingga mereka malas mengikuti pelatihan.


12. Metode pelatihan yang daring yang penyampaian banyak teori, kurang jelas, keterbatasan dan banyak gangguan teknis diduga menyebabkan instruktur kesulitan menyampaikan materi sehingga pelatihan kurang efektif yang menyebabkan peserta pelatihan sulit memahami materi yang diberikan instruktur

Metode pelatihan yang daring sehingga lebih banyak teori dibanding prakteknya diduga menyebabkan agen sulit memahami materi dan jenuh karena terlalu banyak teori. Hal itu dibuktikan dengan hasil wawancara dengan beberapa agen magang, mereka mengeluhkan adanya penggunaan bahasa oleh beberapa instruktur yang sulit dimengerti. Lalu dibuktikan dengan instruktur yang menyampaikan materi terkadang membuat peserta mengantuk karena menjelaskan teori terlalu banyak dan selain itu juga, metode pelatihan secara daring banyak gangguan teknis dari kejelasan suara, sinyal, dan adaptasi dengan teknologi. Hal itu terbukti dengan banyaknya agen yang tidak bisa mempraktekan keterampilan yang dijelaskan pada pelatihan dan tidak memahami keterampilan setelah pelatihan diberikan. Selain itu juga, bagi

mereka yang kurang memahami penggunaan teknologi, metode pelatihan secara daring diduga menyebabkan mereka kesulitan menggunakan fitur *zoom / google meet*. Berdasarkan hasil wawancara dengan agen tingkat AD, metode pelatihan ini juga berdampak pada instruktur yang juga agen tingkat AD karena berdasarkan hasil wawancara mereka mengakui bahwa pada tahun 2021-2022 pelatihan yang dilakukan secara daring menyebabkan pelatihan kurang maksimal karena banyak gangguan teknis lalu metode pelatihan yang diberikan dengan keterbatasan yang ada seperti *platform* yang digunakan dan keterbatasan waktu.

13. Insentif dan pelatihan diduga berpengaruh terhadap kinerja agen  
Berikut ini SOP kerja untuk agen baru yang magang;

### Gambar 1.5 SOP Kerja




SOP Kerja untuk Internship

1. Peserta magang wajib mengikuti training, acara, atau pertemuan yang diadakan di GPS United.
2. Peserta magang diharapkan aktif berpartisipasi dalam meeting ataupun acara yang diadakan dari GPS United ataupun Leader/Mentor.
3. Melakukan tugas, pekerjaan, dan arahan yang diberikan Mentor/Leader.
4. Dalam kondisi pandemic mayoritas acara akan dilakukan virtual lewat zoom. Peserta magang diharapkan untuk mengikuti acara dengan video on.
5. Peserta magang akan diberikan surat keterangan kerja beserta segala kebutuhan yang dibutuhkan demi memenuhi persyaratan magang di Universitas masing-masing dengan syarat melewati batas score/poin yang akan dijelaskan dibawah:
 

a. Kehadiran Training/acara di GPS	: 1
b. Camera on	: 1
c. Kehadiran Meeting	: 1
d. Menyelesaikan tugas/projek	: 3
e. Ketepatan waktu dalam mengikuti acara	: 1
f. Ikut serta dalam komunitas di GPS United	: 10
g. Melakukan market survey/research dan sosialisasi(per orang)	: 1
h. Menjelaskan ilustrasi dan melakukan trial closing	: 2
i. Berhasil mendapatkan nasabah	: 20
j. Berhasil merekomendasikan GPS sebagai tempat kerja/magang ke teman	: 10
k. Berhasil mengundang orang ke acara terbuka dari GPS	: 2
l. Posting di sosmed yang berhubungan dengan GPS (per post)	: 1
m. Update pekerjaan di linkedin internship di GPS	: 5
6. Surat Keterangan kerja/magang dan sertifikat magang akan dikeluarkan oleh GPS United jika peserta berhasil melewati **200 poin** pada perhitungan poin di atas

PT. Generasi Pasti Sukses  
APL Tower Lt.36 Unit T5,  
J. Lelend S. Paman Kar. 28,  
Jakarta Barat Phone : 021-29119119



7. Setiap aktifitas yang berhubungan dengan penilaian poin wajib dilaporkan di dalam Link yang sudah dibuat.
8. Market research/survey yang dihitung adalah dengan melampirkan screenshot foto zoom ketika online dan foto selfie bersama responden ketika offline. Serta ada TTD dari responden pada lembaran survey.
9. Ketidakhadiran dalam acara training atau acara wajib yang dilakukan di GPS diberlakukan pengurangan poin sebesar (-5)
10. Untuk ketidakhadiran acara yang diperbolehkan hanya ketika peserta magang dirawat opname, acara keluarga yang sifatnya berduka, dan ijin yang sudah diberikan dari Leader/mentor.
11. SOP dan peraturan ini dapat diubah sewaktu-waktu oleh PIC dari Tim GPS untuk kepentingan dan kemajuan bersama.

**Sumber: Natasya A(2022). Laporan Magang di PT Generasi Pasti Sukses.**

Berdasarkan hasil *preliminary research*, SOP tersebut merupakan SOP kinerja pada magang di PT Generasi Pasti Sukses, tetapi banyak agen yang tidak mengikuti SOP tersebut. Hal itu diduga disebabkan karena tidak adanya gaji melainkan insentif yang berdasarkan penjualan produk asuransi sehingga banyak agen tidak ada kemandirian dan inisiatif untuk melakukan tugas mereka sebagai agen, materi pelatihan yang tidak sesuai kebutuhan agen, jadwal pelatihan yang terlalu malam dan kadang tidak menentu, dan metode pelatihan yang daring yang sudah dijelaskan pada beberapa point diatas. Ketidakhadiran agen dalam pelatihan diduga menyebabkan agen tersebut tidak memahami keterampilan yang diberikan dan tidak menguasai produk sehingga diduga berdampak pada kualitas agen tersebut, kualitas yang buruk menyebabkan mereka sulit untuk melakukan penjualan produk karena apabila mereka tidak menguasai produk mereka tidak bisa melakukan penjualan produk. Hal itu dibuktikan dengan jumlah peserta yang mengikuti pelatihan hanya sedikit dan syarat agen untuk melakukan penjualan mulai diperketat dengan agen wajib mengikuti pelatihan produk dan sertifikasi produk dengan wajib ujian setiap materi produk. Bila tidak mengikuti pelatihan produk, mereka tidak bisa melakukan sertifikasi produk asuransi tersebut sesuai dengan aturan perusahaan bahwa sertifikasi produk diperbolehkan bagi agen yang sudah mengikuti pelatihan pada produk tersebut. sertifikasi produk sebagai syarat melakukan penjualan produk tersebut misalnya apabila agen tidak mengikuti pelatihan produk PCB 88, mereka tidak boleh mengikuti ujian sertifikasi produk PCB 88 sehingga mereka tidak bisa dan tidak boleh melakukan penjualan produk asuransi PCB 88. Apabila agen belum melakukan satu pun pelatihan materi produk maka mereka tidak bisa melakukan penjualan produk asuransi apapun yang berada di PT Prudential Life Assurance karena mereka belum lulus uji sertifikasi produk. Hal itu juga dibuktikan dengan menurunnya tenaga pemasar PT Prudential Life Assurance sebanyak 20.000 karena sistem yang diperketat, apabila mereka belum mengikuti pelatihan produk maka mereka belum memahami produk tersebut dan tidak bisa melakukan penjualan produk karena belum melakukan ujian sertifikasi produk. Masa berlaku hasil uji sertifikasi hanya 2 tahun setiap produknya maka setelah 2 tahun setelah ujian sertifikasi, harus uji sertifikasi ulang setiap produk.

14. Kegiatan pelatihan pengetahuan produk dan kesehatan yang tidak efektif karena pelatihan sebenarnya untuk agen tetapi suka adanya nasabah yang diajak oleh agen untuk mengikuti acara pengetahuan produk sehingga diduga tidak efektif. Kegiatan pelatihan yang tidak efektif diduga karena banyak nasabah yang bertanya-tanya di sela pelatihan pengetahuan produk tersebut. Hal itu dibuktikan dengan banyaknya nasabah yang hadir pada acara pelatihan pengetahuan produk yang diajak oleh agen sehingga banyak nasabah bertanya-tanya mengenai produk dan kesehatan pada kegiatan pelatihan sehingga tidak efektif karena seharusnya pengetahuan produk dilakukan oleh agen sendiri diluar jam pelatihan dan pelatihan sebetulnya hanya untuk agen.

Berikut ini beberapa daftar pelatihan yang menurut para agen bermanfaat yang diberikan terhadap agen asuransi PT Generasi Pasti Sukses :

**Tabel 1.5**  
**Daftar Jenis Pelatihan**

No	Jenis Pelatihan	Penjelasan
1.	Pelatihan operasional di kantor	Kegiatan ini berhubungan dengan operasional yang terdiri dari cara pembuatan polis yang pencatatan data nasabah, alur mendaftarkan nasabah ke perusahaan, administrasi, komunikasi dengan atasan , hubungan dengan <i>admin</i> kantor bertujuan untuk memastikan bahwa data nasabah yang membuat polis sudah diinput melalui sistem komputer ke PT Prudential, lalu penyerahan data nasabah yang sudah diisi oleh agen ke kantor dan admin kantor menyerahkan polis yang beserta data nasabah yang sudah disetujui oleh <i>PT Prudential</i> yang hard copy polis diberikan kepada agen

No	Jenis Pelatihan	Penjelasan
		yang bersangkutan untuk diberikan ke nasabah, cara pendaftaran setiap kegiatan seminar melalui aplikasi <i>online pruforce</i> .
2.	Pelatihan Pemasaran produk	Kegiatan ini agen dilatih bagaimana melakukan pemasaran. Disini agen diajarkan bagaimana komunikasi dengan calon nasabah, lalu pembuatan materi presentasi untuk produk, strategi pemasaran yang mengikuti trend yang baru dan membuat ppt yang berisi tentang spesifikasi produk asuransi yang menarik dan memasarkan kepada nasabah
3.	Pelatihan Manajemen keuangan dan manajemen risiko di asuransi	Kegiatan ini agen diwajibkan menjadi solusi setiap permasalahan nasabah. Dari keuangan nasabah hingga resiko nasabah dari faktor kesehatan dan keuangan. <i>Training</i> ini bagaimana kita sebagai problem solver dan penasehat calon nasabah mengenai produk apa yang cocok dengan kebutuhan keluarga dengan mempertimbangkan penghasilan mereka, kebutuhan mereka dan adanya penyakit-penyakit yang dapat mengeluarkan dana besar.
4.	Pelatihan “ <i>Handling Objection</i> ”	Kegiatan ini agen diajarkan untuk memberikan pemahaman terhadap calon nasabah dari komunikasi hingga

No	Jenis Pelatihan	Penjelasan
		keterampilan menanggapi pertanyaan calon nasabah. Di kegiatan ini juga diberi keterampilan menanggapi permasalahan dari nasabah hingga menghubungi calon nasabah yang benar dan baik.
5.	Pelatihan “ <i>Trial Closing</i> ”	Kegiatan ini agen diajarkan untuk menawarkan produk berdasarkan hasil Analisa kebutuhan calon nasabah setelah memberikan pemahaman asuransi. Kegiatan <i>Trial Closing</i> ini merupakan tahap akhir dari proses bisnis yang ada. <i>Trial Closing</i> ini akhir dari semua kegiatan dalam asuransi dimana agen memiliki kemampuan bisa menjual produk asuransi.
6.	Pelatihan “ <i>Approaching dan Presentation</i> ”	Kegiatan ini dimana agen diajarkan bagaimana cara menghubungi calon nasabah dengan baik dan sopan, lalu membuat berkomunikasi intens, membuat janji temu dan mempresentasikan edukasi asuransi, manfaat asuransi, pemasaran produk dalam bentuk <i>ppt</i> maupun presentasi dalam <i>market survey</i> .
7.	Pelatihan pengetahuan produk	Kegiatan ini dilakukan secara <i>hybrid</i> melalui zoom dan tatap muka yang dilakukan dimana pihak perusahaan menjelaskan produk tersebut dari

No	Jenis Pelatihan	Penjelasan
		<p>manfaat, keunggulan, spesifikasi produk asuransi, masa berlaku, biaya produk dan rincian produk asuransi yang terdiri dari Pru Cinta , PCB 88, Pru Warisan, PSS Pro, Pru Syariah, produk unit link dll. Dimana setiap kegiatan seminar produk, perusahaan mempresentasikan 1 produk sehingga kegiatan perlu dilakukan beberapa kali. Di sesi ini adanya tanya jawab mengenai produk. Seminar produk ini juga terdiri dari produk asuransi yang terbagi menjadi 3 bagian asuransi jiwa, sakit kritis dan asuransi kesehatan. Dari kegiatan ini saya memahami manfaat, masa berlaku, biaya produk dan rincian produk, spesifikasi produk asuransi dari masing-masing produk asuransi tersebut. Dalam kegiatan ini dimana kita harus memahami setiap produk. Tujuan kegiatan seminar agar agen memahami setiap produk asuransi yang terdaftar di <i>PT Prudential Life Assurance</i>.</p>
8.	Pelatihan <i>market survey</i>	Melakukan <i>market survey</i> yang untuk mengetahui yang menjadi kebutuhan nasabah di asuransi. Hal ini sebagai acuan dalam pembuatan produk asuransi baru berdasarkan kebutuhan nasabah yang paling banyak dibutuhkan dalam



No	Jenis Pelatihan	Penjelasan
		<p>asuransi. <i>Market survey</i> dilakukan dengan wawancara terhadap nasabah melalui pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam <i>market survey</i> yang dibuat dalam bentuk ppt. Selain itu juga pengisian kuesioner melalui <i>g-form</i>. Pertanyaan yang diajukan sama seperti wawancara hanya yang membedakan jawaban melalui <i>g-form</i> untuk mengetahui asuransi apa saja yang dibutuhkan nasabah lalu apa saja manfaat produk yang diinginkan nasabah. Di kegiatan ini juga kita melakukan role play dengan agen lain untuk latihan dengan mentor maupun instruktur yang mengajar pada kegiatan pelatihan ini.</p>

**Sumber: Natasya A (2022).Laporan Magang di PT GENERASI PASTI SUKSES**

Dari hasil wawancara dengan agen di PT Generasi Pasti Sukses data penjualan hingga daftar pelatihan tersebut dan berdasarkan gejala yang sudah dipaparkan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian tentang sistem insentif dan pelatihan di PT Generasi Pasti Sukses yang mempengaruhi kinerja agen melalui skripsi yang berjudul “Pengaruh Insentif dan Pelatihan Terhadap Kinerja Agen Asuransi di PT Generasi Pasti Sukses.”

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana persepsi agen pada insentif di PT Generasi Pasti Sukses?
2. Bagaimana pelatihan agen di PT Generasi Pasti Sukses?
3. Bagaimana kinerja agen di PT Generasi Pasti Sukses?
4. Bagaimana pengaruh insentif pada kinerja agen di PT Generasi Pasti Sukses?
5. Bagaimana pengaruh pelatihan pada kinerja agen di PT Generasi Pasti Sukses?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui persepsi agen terhadap insentif di PT Generasi Pasti Sukses
2. Untuk mengetahui pelatihan agen asuransi PT Generasi Pasti Sukses
3. Untuk mengetahui pelatihan agen di PT Generasi Pasti Sukses
4. Untuk mengetahui pengaruh insentif pada kinerja agen di PT Generasi Pasti Sukses
5. Untuk mengetahui pengaruh pelatihan terhadap kinerja agen di PT Generasi Pasti Sukses

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang sudah peneliti lakukan bisa memberi manfaat untuk banyak pihak, berikut manfaatnya :

1. Bagi Penulis  
Hasil Penelitian yang diperoleh diharapkan bisa memberikan tambahan pengetahuan dan pemahaman tentang manajemen insani mengenai insentif dan pelatihan.
2. Bagi Perusahaan  
Hasil Penelitian yang diperoleh bisa memberikan pengetahuan dan dijadikan sebagai acuan bahan yang dipertimbangan organisasi dalam menyikapi permasalahan SDM perihal insentif dan pelatihan terhadap agen.
3. Bagi Pembaca  
Hasil penelitian yang didapat diperoleh bisa memberikan bahan kajian / referensi tentang insentif dan pelatihan bagi peneliti.

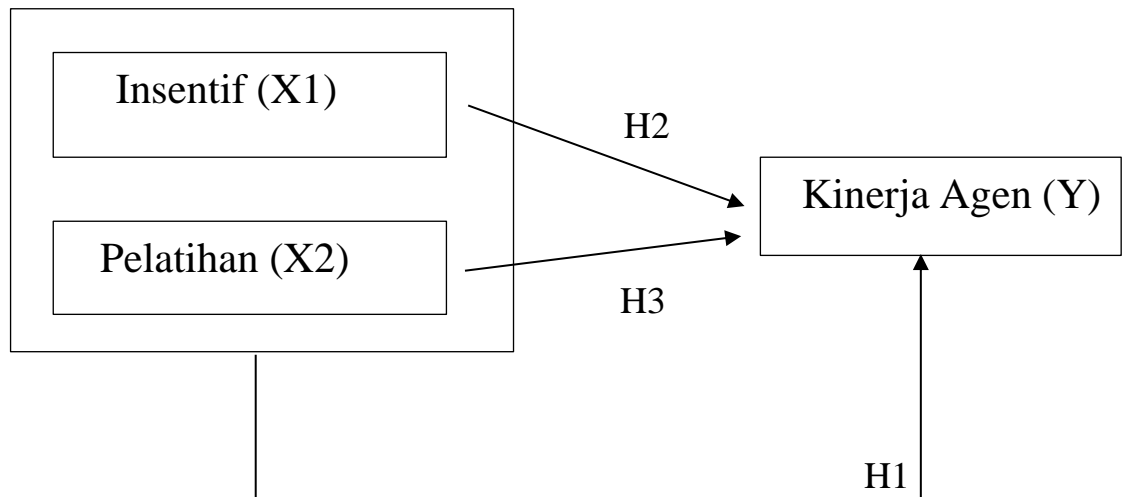
### **1.5 Kerangka pemikiran**

Kinerja agen yang baik dan buruk tergantung dari macam-macam individu karyawan tersebut. Salah satu pemberian insentif yang akan muncul motivasi terhadap partner bisnis tersebut untuk meningkatkan kinerjanya agar dapat berkontribusi terhadap perusahaan semaksimal mungkin. Menurut Busro (2020), kinerja merupakan pekerjaan yang berhasil dilakukan oleh karyawan dengan usaha menyelesaikan tugas dan kewajibannya dalam berkontribusi untuk perusahaan yang dinilai sesuai dengan standar kerja. Insentif berhubungan dengan kinerja agen asuransi. Apabila insentif sesuai dengan harapan agen maka akan membuat agen

memberikan kinerja yang baik terhadap organisasi. Hal itu akan mendorong organisasi dalam menggapai target maupun tujuan organisasi. Apabila insentif tidak sesuai dengan harapan agen akan berakibat negatif pada kinerja karyawan yang akan berpengaruh terhadap perusahaan juga karena agen berperan sebagai penggerak dalam perusahaan.. Insentif merupakan bentuk diluar gaji yang akan memotivasi agen asuransi agar lebih baik lagi dalam kinerjanya. insentif yang baik menguntungkan kedua belah pihak selain agen perusahaan akan pun akan menerima dampak positif. Apabila insentif sesuai harapan agen maka agen akan terus meningkat kinerjanya sehingga berdampak positif terhadap perusahaan. Berdasarkan Meiditami & Sunuharyo (2018: 181), insentif merupakan suatu apresiasi berupa uang atau bonus yang diterima diluar gaji terhadap karyawan yang telah mencapai target sehingga memberikan kontribusi positif untuk perusahaan. Selain itu, kegiatan *training* merupakan kegiatan yang sangat penting untuk diberikan terhadap agen agar agen mempunyai keterampilan menjadi seorang agen. Menurut Wahjono et al. (2019) pelatihan dan pengembangan mempunyai pemahaman yang hampir sama, karena tujuannya untuk memberikan keahlian, keterampilan dan kemampuan karyawan dalam melakukan pekerjaannya hingga dapat menggapai tujuan individual membantu perusahaan dalam mencapai tujuan. Pelatihan tentunya memberikan keterampilan terhadap karyawan agar bisa memberikan performa sesuai dengan standar yang telah ditentukan perusahaan. Apabila pelatihan yang diberikan baik akan berdampak terhadap kinerja agen.

Kerangka penelitian sebagai berikut:

**Gambar 1.6**  
**Kerangka Penelitian**



### **1.6 Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dugaan hipotesis berdasarkan gejala :

H1= Insentif berpengaruh positif pada kinerja agen

H2= Pelatihan berpengaruh positif pada kinerja agen

H3= Insentif dan pelatihan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap kinerja agen