

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MOTIVASI KERJA AGEN ASURANSI DI AGENSI VISION²**
CIKARANG



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Christina Putri Clarissa Sugihat
6031901152

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Terakreditasi oleh LAMEMBA No. 720/DE/A.5/AR.10/IX/2023

BANDUNG

2024

**ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE THE WORK
MOTIVATION OF INSURANCE AGENTS AT THE VISION
CIKARANG AGENCY**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements

for Bachelor's Degree in Management

By

Christina Putri Clarissa Sugihat

6031901152

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

PROGRAM IN MANAGEMENT

Accredited by LAMEMBA No. 720/DE/A.5/AR.10/IX/2023

Bandung

2024

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN



PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI KERJA
AGEN ASURANSI DI AGENSI VISION CIKARANG

Oleh:

Christina Putri Clarissa Sugihat
6031901152

Bandung, 1 Februari 2024

Ketua Program Studi Manajemen

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Katlea Fitriani".

Katlea Fitriani, S.T., M.S.M., CIPM

Pembimbing skripsi

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Regina Deti".

Dr. Regina Deti, SE, MM.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Christina Putri Clarissa Sugihat
Tempat, tanggal lahir : Bogor, 9 Mei 2001
NPM : 6031901152
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI KERJA AGEN ASURANSI DI AGENSI VISION CIKARANG

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan :

Dr. Regina Deti, SE, MM.

Adalah benar-benar karyatulis 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 : 1 Februari 2024

Pembuat pernyataan :



(Christina Putri Clarissa Sugihat)

ABSTRAK

Pendahuluan - Industri asuransi mengalami pertumbuhan sejak 2020 penetrasinya hanya 2,93persen hingga 2022 3,55 persen. Persaingan ini kerap mengarah kepada persaingan harga yang tidak sehat sehingga membuat karyawan memperebutkan nasabah. Terlebih lagi sejak adanya COVID -19 kesadaran masyarakat terhadap proteksi diri terkait kesehatan dan jiwa semakin meningkat. Hal ini tentu memiliki pengaruh terhadap penjualan di industri asuransi sehingga para karyawan juga seharusnya memiliki motivasi yang lebih besar untuk mendapatkan keuntungan bagi mereka. Pentingnya suatu perusahaan membuat para karyawannya memiliki motivasi kerja yang tinggi, karena tanpa ada motivasi karyawan akan merasa terbebani dalam menyelesaikan pekerjaannya mudah putus asa ketika mengalami kegagalan. Apabila hal ini terus dibiarkan motivasi kerja karyawan akan menurun dan mempengaruhi pekerjaan.

Tujuan - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi motivasi kerja karyawan yang ada di Agensi Vision..

Metode Penelitian - penelitian ini merupakan penelitian *applied research* dengan menggunakan metode *cross-sectional*. Pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara mendalam kepada 4 orang karyawan yang bekerja di Agensi Vision selama 1 - 12 bulan.

Hasil dan kesimpulan - Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi motivasi kerja agen asuransi, diantaranya : (1) tantangan dalam bekerja, para agen asuransi di Vision memiliki tantangan dalam bekerja (2) tanggung jawab, memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah maupun calon nasabahnya (3) presrasi kerja, para agen asuransi Vision dinilai dari pencapaian target yang dipenuhi (4) keinginan mempengaruhi orang lain, dengan berinteraksi sesama rekan kerja melalui pertemuan langsung, maupun pertemuan jarak jauh (5) promosi jabatan, agen asuransi memiliki kesempatan yang sama dalam meraih promosi jabatan (6) hubungan baik dengan karyawan (7) kerjasama yang baik, menjalin kerja sama yang baik dengan atasannya dalam bentuk bimbingan dan dukungan bagi para agen.

Kata kunci : faktor-faktor motivasi, motivasi kerja, agen asuransi.

ABSTRACT

Introduction - The insurance industry has experienced growth since 2020 penetration was only 2.93 percent to 2022 3.55 percent. This competition often leads to unhealthy price competition that makes employees fight for customers. Moreover, since the COVID -19 public awareness of self-protection related to health and life has increased. This certainly has an influence on sales in the insurance industry so that employees should also have greater motivation to get benefits for them. It is important for a company to make its employees have high work motivation, because without motivation employees will feel burdened in completing their work easily despair when experiencing failure. If this continues to be allowed employee work motivation will decrease and affect work.

Objective - This research aims to determine the factors that influence the work motivation of employees at the Vision Agency.

Research Methods - This research is an applied research using a cross-sectional method. Data collection was carried out by in-depth interviews with 5 employees who worked at the Vision Agency for 1 - 12 months.

Findings - Based on research conducted, there are several factors that can influence insurance agents' work motivation, including: (1) challenges in working, insurance agents at Vision have challenges in working (2) responsibility, providing the best service for customers and prospective customers (3)) work performance, Vision insurance agents are assessed by achieving targets that are met (4) desire to influence other people, by interacting with colleagues through face-to-face meetings or long-distance meetings (5) position promotions, insurance agents have the same opportunity to achieve promotion position (6) good relations with employees (7) good cooperation, establishing good cooperation with superiors in the form of guidance and support for agents.

Keywords: motivational factors, work motivation, insurance agents.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatnya peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Motivasi Kerja Agen Asuransi di Agensi Vision Cikarang”. Penyusunan skripsi ini memiliki tujuan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti mengalami beberapa hambatan baik dari luar maupun dalam diri penulis. Namun berkat dukungan dari berbagai pihak yang ada, akhirnya peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Kepada orang tua peneliti yaitu Inawan Sugihat dan Bernadeta Elly Lamba yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan doa dari awal hingga akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Regina Deti, SE, MM. selaku dosen pembimbing skripsi peneliti yang selalu sabar membantu, memberikan arahan, kritik, motivasi dan juga semangat kepada peneliti hingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Katlea Fitriani, S.T., M.S.M., CIPM selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan yang peneliti hormati dan atas kesempatan pembelajaran yang diberikan selama masa perkuliahan.
4. Seluruh dosen pengajar, staf, dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung, yang selalu membantu proses pembelajaran.
5. Seluruh Narasumber yang sudah memberikan waktunya untuk diwawancara.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti sangat menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Maka dari itu, peneliti memohon maaf atas kekurangan yang ada dan berharap adanya kritik dan saran yang berguna bagi peneliti dan pihak terkait.

Bandung, 8 Januari 2024



Christina Putri Clarissa Sugihat

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Kerangka Pemikiran	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Motivasi Kerja.....	14
2.1.1. Pengertian Motivasi Kerja	14
2.1.2. Tujuan Motivasi Kerja	14
2.1.3. Teori Motivasi Kerja.....	15
2.1.4. Metode Motivasi Kerja	16
2.1.5. Dimensi Motivasi Kerja.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Metode dan Jenis Penelitian.....	25
3.2 Teknik Pengambilan Data	25
3.3 Populasi dan Sampel	26
3.4 Operasional Variabel.....	27
3.5 Teknik Pengolahan Data	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	31
3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	32
3.7.1 Uji Validitas.....	32
3.7.2 Uji Reliabilitas	33
3.8 Objek Penelitian	33
3.8.1 Unit Analisis	33

3.8.1	Profil Perusahaan	33
3.8.2	Profil Narasumber.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		35
4.1.	Hasil Penelitian Motivasi Kerja	35
4.1.1	Hasil Wawancara Motivasi Kerja Aspek Tantangan Dalam Bekerja...35	
4.1.2	Hasil Wawancara Motivasi Kerja Aspek Tanggung Jawab	44
4.1.3	Hasil Wawancara Motivasi Kerja Aspek Prestasi Kerja	52
4.1.4	Hasil Wawancara Motivasi Kerja Aspek Keinginan Mempengaruhi Orang Lain	66
4.1.5	Hasil Wawancara Motivasi Kerja Aspek Promosi Jabatan	71
4.1.6	Hasil Wawancara Motivasi Kerja Aspek Hubungan Baik Dengan Karyawan Lain	77
4.1.7	Hasil Wawancara Motivasi Kerja Aspek Kerja Sama Yang Baik.....	83
4.2.	Analisis Faktor Pengaruh Motivasi Kerja	89
4.2.1.	Faktor Motivasi Kerja Terkait Tantangan Dalam Bekerja	89
4.2.2.	Faktor Motivasi Kerja Terkait Tanggung Jawab	91
4.2.3.	Faktor Motivasi Kerja Terkait Prestasi Kerja.....	93
4.2.4.	Faktor Motivasi Kerja Terkait Keinginan Untuk Mempengaruhi Orang Lain	95
4.2.5.	Faktor Motivasi Kerja Terkait Promosi Jabatan.....	96
4.2.6.	Faktor Motivasi Kerja Terkait Hubungan Baik Dengan Karyawan Lain	98
4.2.7.	Faktor Motivasi Kerja Terkait Kerjasama Yang Baik	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		102
5.1	Kesimpulan	102
5.2	Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN.....		111
RIWAYAT HIDUP.....		131

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Jumlah Agen di Agensi Vision Cikarang	6
Tabel 2. 1	Journal Mapping	19
Tabel 3. 1	Operasionalisasi Variabel Motivasi Kerja	28
Tabel 3. 4	Profil Narasumber.....	34
Tabel 4. 1	Ringkasan Wawancara Motivasi Kerja Aspek Tantangan Dalam Bekerja ..	40
Tabel 4. 2	Ringkasan Wawancara Motivasi Kerja Aspek Tanggung Jawab	48
Tabel 4. 3	Ringkasan Wawancara Motivasi Kerja Aspek Prestasi Kerja	58
Tabel 4. 4	Ringkasan Wawancara Motivasi Kerja Aspek Keinginan Mempengaruhi Orang Lain	68
Tabel 4. 5	Ringkasan Wawancara Motivasi Kerja Aspek Promosi Jabatan	74
Tabel 4. 6	Ringkasan Wawancara Motivasi Kerja Aspek Hubungan Baik Dengan Karyawan Lain.....	79
Tabel 4. 7	Ringkasan Wawancara Motivasi Kerja Aspek Kerjasama Yang Baik	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara A.....	111
Lampiran 2. Transkrip Wawancara B.....	116
Lampiran 3 Transkrip Wawancara C.....	121
Lampiran 4 Transkrip Wawancara D.....	126

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini industri asuransi mengalami pertumbuhan pada akhir tahun 2020 penetrasinya 2,92 persen (bisnisindonesia.id, 2022) dan tahun 2022 tingkat penetrasi asuransi 3,18 persen (Data Otoritas Jasa Keuangan). Meski penetrasi mengalami kenaikan setiap tahunnya tetapi tingkat penetrasi ini masih jelas sangat rendah sehingga para pelaku industri asuransi memperebutkan pangsa pasar. Persaingan ini kerap mengarah kepada persaingan harga yang tidak sehat sehinggamembuat karyawan memperebutkan nasabah (bisnisindonesia.id, 2022).

Terlebih sejak munculnya pandemi COVID-19, kesadaran masyarakat terhadap perlunya melindungi diri, terutama dalam aspek kesehatan dan jiwa, mengalami peningkatan signifikan (infobanknews, 2022). Pandemi ini telah memperjelas bahwa manusia, sebagai makhluk sosial, selalu berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Dalam dinamika interaksi tersebut, individu terlibat dalam berbagai aktivitas sosial yang membuka peluang untuk berhadapan dengan ancaman dan risiko. Ancaman tersebut dapat berasal dari berbagai peristiwa yang tidak dapat diprediksi sebelumnya, yang berpotensi membahayakan jiwa dan harta benda mereka. Oleh karena itu, kondisi ini dikenal sebagai risiko, yaitu suatu keadaan yang dapat terjadi tanpa peringatan sebelumnya. Kesadaran akan risiko ini, terutama dalam hal kesehatan dan keamanan jiwa, semakin memperkuat pemahaman akan pentingnya proteksi diri dan perlindungan asuransi dalam menghadapi ketidakpastian yang mungkin timbul.

Asuransi adalah langkah bijak yang dapat diambil oleh individu untuk mengantisipasi kemungkinan terjadinya risiko yang tidak diinginkan dan merugikan. Ini juga merupakan strategi pengelolaan risiko yang melibatkan pemindahan tanggung jawab risiko

dari pihak yang diasuransikan kepada perusahaan asuransi, yang dilakukan melalui perjanjian asuransi. (Sumiyati, 2017)

Di Indonesia, regulasi seputar industri perasuransian diatur oleh Undang- Undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian. Undang-undang ini bertujuan untuk menciptakan industri perasuransian yang sehat, dapat diandalkan, amanah, dan kompetitif, dengan tujuan utama meningkatkan tingkat perlindungan bagi pemegang polis, tertanggung, atau peserta, serta berperan dalam mendorong pembangunan nasional.

Peran sektor asuransi dalam perekonomian Indonesia sangat besar dan luas. Sebagai produk jasa, sektor asuransi relatif kurang diminati konsumen (non-search good). Pada kenyataannya, banyak kegiatan industri dan komersial tidak akan terlaksana tanpa dukungan produk jasa asuransi. Peran industri asuransi yang sangat luas tentunya menciptakan kemampuan bagi perusahaan asuransi untuk bersaing mencapai tujuan perusahaan. Hal ini tidak lepas dari peran perusahaan asuransi di garis depan pemasaran, penjualan dan pelayanan serta dalam merekrut calon pelanggan menjadi pelanggan

Peran yang sangat luas ini, menciptakan persaingan yang sengit antara perusahaan-perusahaan asuransi, yang saling berlomba untuk mencapai tujuan perusahaan mereka. Dalam dinamika ini, agen asuransi menjadi garda terdepan yang tidak hanya bertugas memasarkan dan menjual produk-produk asuransi, tetapi juga memberikan layanan pelanggan yang unggul serta merangkul calon nasabah untuk menjadi nasabah yang setia, (Putra & Sukihana, 2020)

Peran agen asuransi sangat krusial bagi perusahaan asuransi, karena melalui agen tersebut, produk asuransi dipasarkan dan dijual kepada calon pelanggan. Untuk menjalankan tugasnya dengan baik, seorang agen harus memiliki pengetahuan yang mendalam tentang berbagai jenis produk asuransi dan strategi efektif dalam mempromosikannya. Meskipun memiliki lisensi untuk menyediakan asuransi syariah, tidak dapat dipastikan bahwa seorang

agen sepenuhnya memahami konsep tersebut. (Nasution & Yusrizal, 2022)

Selain itu, Pasal 1 angka 28 UU No. 40 Tahun 2014 juga mengatur mengenai Agen Asuransi. Agen Asuransi dijelaskan sebagai individu yang bekerja secara mandiri atau sebagai bagian dari badan usaha, yang bertindak atas nama Perusahaan Asuransi atau Perusahaan Asuransi Syariah. Agen Asuransi ini memenuhi persyaratan tertentu untuk dapat mewakili dan memasarkan produk asuransi atau produk asuransi syariah dari perusahaan yang mereka wakili.

Agen asuransi sebagai Sumber Daya Manusia (SDM) tentu memiliki peranan yang sangat vital dan strategis dalam sebuah perusahaan. Sumber daya manusia di sini mencakup keseluruhan manusia yang ada dalam organisasi yaitu mereka yang terlibat dalam kegiatan operasional perusahaan mulai dari level yang paling bawah sampai level yang paling atas (top management), meskipun berbeda level seluruh elemen sumber daya manusia tersebut memiliki peran yang sama terhadap tercapai tidaknya tujuan perusahaan, pengabaian terhadap salah satu bagian berakibat terhambatnya pencapaian tujuan perusahaan. Artinya bahwa kinerja setiap elemen SDM harus sesuai dengan tujuan perusahaan. Sebagaimana menurut Anwar Prabu Mangkunegara bahwa, pengertian kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja atau prestasi kerja karyawan yaitu tingkat motivasinya, (Maharani, dkk. 2023). Jika motivasi yang diberikan berhasil dipahami dan diterapkan dengan efisien, hal tersebut akan menciptakan semangat untuk terus berkembang, bekerja sama, dan mempertahankan loyalitas terhadap perusahaan. Sebaliknya, apabila karyawan tidak mendapatkan motivasi yang memadai, dampaknya akan terlihat pada penurunan kualitas kinerja yang mereka tampilkan.

Motivasi merupakan daya penggerak setiap individu yang membuat individu tersebut mau bertanggung jawab untuk memenuhi kewajibannya guna mencapai tujuan organisasi (Saputro & Melinda, 2021). Motivasi kerja adalah suatu kekuatan potensial yang ada dalam diri seorang manusia, yang dapat dikembangkannya sendiri atau dikembangkan oleh sejumlah kekuatan luar yang berdasar sekitar imbalan moneter dan non moneter, yang dapat mempengaruhi hasil kinerjanya secara positif atau secara negatif yang dipengaruhi oleh situasi dan kondisi yang dihadapi orang yang bersangkutan. Kemudian untuk mengetahui motivasi orang bekerja. Menurut Sharma dan Robbins yang dikutip yang dikutip oleh Kadarisman (2012) bahwa "*motivation is will to work*", artinya mau bekerja. Selain itu "*motivation is the Willingness to do something and is conditioned by this action ability satisfy some needs for the individual*". Artinya bahwa motivasi merupakan suatu kehendak untuk melakukan sesuatu dikondisikan oleh kemampuan untuk memenuhi kebutuhan seseorang. Sejalan dengan hal tersebut pemimpin agar semangat bekerja tetap terjaga, dengan pemberian motivasi yang tepat supaya pekerja terdorong untuk bekerja lebih baik. Menurut Stokes yang dikutip M. Kadarisman mengatakan bahwa "Motivasi Kerja adalah sebagai pendorong bagi seseorang untuk melakukan pekerjaannya dengan lebih baik, juga merupakan faktor yang membuat perbedaan antara sukses dan gagalnyadalam banyak hal dan merupakan tenaga emosional yang sangat penting untuk sesuatu pekerjaan baru.

Penelitian sebelumnya mendukung bahwa analisis motivasi kerja karyawan bagian pemasaran PT Global Mitra Prima yang dilakukan oleh Nugroho et al., pada tahun 2019 menyatakan bahwa *indirect motivation* yaitu fasilitas yang diberikan kepada karyawan, suasana lingkungan kerja, rekan kerja sangat membantu karyawan dalam melakukan pekerjaannya tetapi *direct motivation* kurang dilakukan oleh atasan antara lain memberikan apresiasi, kenaikan jabatan dan gaji kepada karyawannya. Selain itu, terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yanuari, Y pada tahun 2019 bahwa faktor - faktor yang

mempengaruhi kinerja karyawan adalah motivasi kerja dan lingkungan kerja. Karyawan yang mempunyai motivasi kerja tinggi dan lingkungan kerja yang baik akan memberikan dampak positif bagi organisasi sehingga tujuan organisasi tercapai. Penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa apabila tidak dilakukan kebijakan terhadap motivasi kerja dan pelatihan kerja, maka kinerja karyawan akan menurun. Sedangkan apabila motivasi ditingkatkan maka kinerja karyawan akan meningkat dan apabila lingkungan kerja ditingkatkan maka kinerja karyawan akan meningkat. Dari penelitian terdahulu ini dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja dan lingkungan kerja secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap peningkatan kinerja karyawan.

Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan sumber daya manusia yang handal dalam mengelola organisasi. Mengingat sumber daya manusia merupakan modal dasar dan bagian terpenting dari organisasi, maka sumber daya manusia mencakup semua tingkatan dari bawah ke atas dan memiliki tanggung jawab untuk memahami apakah tujuan perusahaan merupakan kepentingan perusahaan asuransi atau tidak. Untuk mengembangkan bisnis ini, agen tentunya perlu meningkatkan produktivitas dan mampu menggunakan teknologi yang semakin modern. Dalam hal ini perusahaan perlu menyadari bahwa dalam suatu organisasi perusahaan, aspek manusia sebagai karyawan merupakan suatu *asset* perusahaan yang sangat berharga bagi kelangsungan hidup perusahaan (Titisari & Ikhwan, 2021).

Motivasi sangat penting bagi setiap perusahaan untuk meningkatkan kinerja karyawan dan produktivitas perusahaan. Pengakuan dan pemberdayaan meningkatkan motivasi agen untuk melakukan tugas untuk memberi penghargaan kepada karyawan atas pekerjaannya dan menjadi penguat moral. Motivasi kerja dapat memberikan kekuatan atau potensi yang ada pada suatu perusahaan dan dapat mengangkat tujuan organisasi atau perusahaan tersebut. Motivasi kerja berpengaruh dalam memelihara dan mengarahkan perilaku dalam perusahaan, motivasi kerja menitikberatkan pada mewujudkan tujuan perusahaan dan

memuaskan kebutuhan.

Peneliti akan melakukan penelitian di Agensi Vision yang berlokasi di Cikarang. Peneliti akan meneliti mengenai motivasi kerja karyawan. Lalu untuk dimensi motivasi kerja karyawan yang digunakan menurut McClelland yaitu kebutuhan prestasi, kebutuhan kekuatan dan kebutuhan hubungan.

Agensi Vision merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan asuransi. Agensi Vision berlokasi di Wisma GKBI (Jl. Jendral Sudirman Kav 28, Jakarta Selatan). Sebagai perusahaan asuransi, Agensi Vision memiliki tujuan untuk mengedukasi masyarakat agar memiliki proteksi diri dan keluarga agar terhindar dari dampak finansial yang terjadi apabila seseorang terserang penyakit kritis atau meninggal dunia.

Tabel 1. 1
Jumlah Agen di Agensi Vision Cikarang

Nama Jabatan	Jumlah	Keterangan
BP	3	-
BE	23	Di bawah 12 bulan
BE	4	Di atas 12 bulan

Sumber: Hasil Wawancara (2023)

Pada hasil *preliminary research* terdapat 4 orang dari 23 total responden yang belum naik tingkat BP dengan masa kerja diatas 12 bulan. Peneliti melakukan wawancara semi terstruktur kepada *leader* tim. Berdasarkan hasil wawancara dengan *leader* tim, terdapat beberapa karyawan yang sudah bekerja lebih dari 12 bulan dan belum naik tingkat jabatan walaupun sudah melewati periode penjualan. Periode penjualan untuk naik tingkat jabatan diberikan waktu 11 bulan, dengan kriteria penjualan pribadi sebesar 25 juta dan apabila tidak tercapai sesuai dengan periode penjualan yang diberikan maka karyawan tersebut akan mengalami *reset* penjualan. Dari seluruh BE yang ada terdapat 4 orang BE yang sudah melebihi periode penjualan dan belum naik tingkat jabatan sesuai dengan **Tabel 1.1**. *Leader*

tim juga mengatakan karyawan masih harus diingatkan untuk membuat janji temu prospek, rekrut, *follow up* nasabah dan pada saat karyawan sudah diingatkan mereka menunda untuk melakukan hal tersebut atau tidak melakukannya. Hal ini menjadi penting karena apabila janji temu tidak dilakukan maka *target* yang sudah dibuat oleh *leader* dan karyawan tidak akan tercapai. Janji temu ini merupakan aktivitas yang dilakukan oleh *leader* dan juga karyawan untuk melakukan edukasi dan penjualan produk asuransi. Sedangkan *target* yang dimaksud adalah penjumlahan asuransi dan naik tingkat jabatan. Rendahnya semangat kerja juga terjadi ketika diberi tambahan pekerjaan untuk lebih banyak lagi bertemu dengan calon nasabah agar mampu mencapai *target* penjualan untuk naik tingkat jabatan.

Untuk menggali lebih dalam, peneliti melakukan wawancara semi terstruktur dengan beberapa karyawan yang telah bekerja 12 bulan di Agensi Vision dan belum mencapai target. Hasil wawancara menunjukkan adanya keluhan terkait kesulitan dalam mencari calon nasabah untuk di prospek walaupun atasan sudah memberi tahu bagaimana untuk mencari *market* prospek, diingatkan untuk membuat janji temu, mereka masih memiliki rasa takut ketika ingin bertemu dengan calon nasabah, memiliki rasa malas dalam bekerja dan kurangnya urgensi untuk bekerja.

Sementara itu, rendahnya motivasi karyawan di Agensi Vision, yang sebagian besar dapat diatributkan kepada beberapa faktor kunci. Pertama-tama, terdapat ketidaksesuaian antara sistem penilaian kinerja dan peningkatan jabatan, terlihat dari sejumlah karyawan yang belum naik tingkat jabatan meskipun telah melewati periode penjualan yang ditetapkan. Selain itu, kendala dalam mencapai target penjualan juga menjadi masalah, di mana beberapa karyawan menghadapi kesulitan dalam melakukan aktivitas seperti membuat janji temu prospek, rekrutmen, dan *follow up* nasabah.

Dalam wawancara dengan *leader* tim, muncul faktor-faktor psikologis seperti rasa takut, malas, dan kurangnya urgensi dalam melaksanakan tugas-tugas terkait penjualan.

Rendahnya semangat kerja juga menjadi masalah, terutama ketika karyawan diberi tambahan pekerjaan untuk bertemu dengan calon nasabah. Kesulitan mencari prospek serta kurangnya motivasi dalam menjalankan tugas-tugas tersebut memberikan gambaran menyeluruh tentang rendahnya semangat dan keterlibatan karyawan di Agensi Vision.

Menurut Sarinadi (2014) bahwa factor – factor yang mempengaruhi motivasi kerja yaitu factor eksternal dan factor internal. Faktor internal bersumber dari dalam diri karyawan. Sedangkan, factor eksternal meliputi factor yang bersumber dari luar diri karyawan.

Dalam wawancara dengan karyawan di Agensi Vision rendahnya motivasi karyawan di Agensi Vision melalui beberapa indikator , sejumlah tanda yang mencakup aspek aktivitas penjualan dan rekrutmen. Pertama, rendahnya partisipasi dalam aktivitas penjualan, seperti kurangnya janji temu dengan prospek atau kesulitan dalam merekrut, menjadi indikator utama. Selain itu, faktor internal seperti sikap malas dan kurangnya dorongan diri juga dapat diamati sebagai tanda motivasi yang rendah. Terlihat pula dari ketidakaktifan mereka dalam mencari peluang pasar baru. Selain faktor eksternal, kurangnya pemahaman akan urgensi dan relevansi tugas juga menjadi indikator yang mencerminkan tingkat motivasi yang rendah. Dengan memahami dan mengidentifikasi indikator tersebut, langkah-langkah dapat diambil untuk meningkatkan motivasi karyawan dan merancang strategi yang sesuai untuk mengatasi faktor-faktor penyebab motivasi rendah.

Untuk mengatasi permasalahan ini, langkah-langkah perbaikan dan motivasi karyawan harus menjadi fokus utama. Perlu adanya peninjauan kembali sistem penilaian kinerja dan kriteria peningkatan jabatan agar lebih sesuai dengan realitas lapangan. Pelatihan dan dukungan tambahan juga dapat diberikan kepada karyawan untuk mengatasi ketidak

nyamanan dalam mencari prospek dan meningkatkan keterampilan penjualan. Selain itu, perlu dilakukan langkah-langkah untuk meningkatkan motivasi dan semangat kerja karyawan, seperti memberikan dukungan psikologis, meningkatkan komunikasi antara atasan dan bawahan, dan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung. Dengan demikian, tindakan proaktif ini diharapkan dapat meningkatkan performa dan kepuasan kerja di Agensi Vision

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai motivasi kerja karyawan di Agensi Vision. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Kerja Agen Asuransi di Agensi Vision Cikarang”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas penelitian ini akan menjawab beberapa rumusan masalah di bawah adalah apakah saja faktor – faktor yang mempengaruhi motivasi kerja agen asuransi di Agensi Vision?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti buat maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi motivasi kerja karyawan yang ada di Agensi Vision.

1.4. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti berharap agar dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan terhadap masalah yang ada didalam

perusahaan terkait dengan motivasi kerja agen asuransi di Agensi Vision dapat menentukan tindakan apa yang akan dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca mengenai motivasi kerja karyawan, serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5. Kerangka Pemikiran

Motivasi kerja merupakan suatu sikap atau kondisi mental seseorang, di mana orang tersebut merasa tergerak untuk melakukan suatu pekerjaan yang dibebankan kepadanya, sehingga dapat mempengaruhi kemampuan dan kemampuan pegawai dalam melakukan pekerjaan (Nurlina & Jumady (2023).

Pentingnya motivasi kerja sebagai kunci utama dalam meningkatkan kinerja pegawai telah menjadi fokus perhatian dalam konteks manajemen sumber daya manusia. Motivasi kerja tidak hanya menciptakan atmosfer positif di lingkungan kerja, tetapi juga memiliki dampak langsung terhadap kemampuan dan dedikasi karyawan dalam mencapai tujuan perusahaan. Dalam era ketat dan dinamis saat ini, pemahaman mendalam terhadap dinamika motivasi kerja menjadi krusial untuk mencapai produktivitas optimal dan keberhasilan organisasi.

Menurut Robbins (2001) daya kuat yang bisa diupayakan demi peningkatan kinerja karyawan salah satunya adalah motivasi kerja. Aspek-aspek yang berperan dalam meningkatkan motivasi kerja tidak hanya terbatas pada penghargaan non materiil; sebaliknya, banyak faktor yang perlu dipertimbangkan, termasuk penciptaan lingkungan kerja yang mendukung. Terlebih lagi, memberikan sanksi atau hukuman kepada karyawan yang tidak mematuhi disiplin juga dianggap sebagai langkah yang sangat penting untuk merangsang motivasi kerja mereka. Rendahnya motivasi kerja di Agensi Vision

memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja pegawai, terutama terlihat dari kurangnya karyawan yang naik tingkat jabatan meskipun telah melewati periode penjualan yang ditentukan. Hasil wawancara dengan *leader* tim mengungkapkan bahwa beberapa karyawan cenderung menunda atau tidak melaksanakan aktivitas penting seperti membuat janji temu dengan calon nasabah, rekrut, dan *follow-up* nasabah, yang menjadi kunci dalam mencapai target penjualan dan naik tingkat jabatan. Selain itu, adanya keluhan dari karyawan yang telah bekerja selama 12 bulan menunjukkan kesulitan dalam mencari calon nasabah, rasa takut dalam bertemu dengan calon nasabah, malas bekerja, dan kurangnya urgensi untuk melakukan pekerjaan.

Dimensi motivasi kerja mengacu kepada teori teorinya *McClelland's Achievement Motivation Theory* dari aspek aspek *Need for Achievement, Need for Power dan Need for Affiliation* dengan indikator tantangan dalam bekerja, tanggung jawab, prestasi kerja, keinginan untuk mempengaruhi orang lain, promosi jabatan, hubungan baik dengan karyawan lain dan kerja sama yang baik.

1. *Need for Achievement (N-Ach)* atau kebutuhan prestasi adalah salah satu konsep dalam teori motivasi McClelland yang menyoroti dorongan individu untuk mencapai standar atau hasil yang tinggi dengan indikator :
 - a. Tantangan dalam Bekerja: Individu yang memiliki tingkat N-Ach yang tinggi cenderung mencari tantangan dalam pekerjaan. Mereka termotivasi oleh tujuan yang menantang dan pencapaian pribadi yang signifikan.
 - b. Tanggung Jawab: Mereka juga cenderung mencari tanggung jawab yang lebih besar dalam tugas atau proyek mereka.
 - c. Prestasi Kerja: Individu dengan N-Ach yang tinggi memiliki motivasi intrinsik untuk mencapai hasil kerja yang unggul.
2. *Need for Power (N-Pow)* atau kebutuhan akan Kekuasaan merupakan dorongan

individu untuk mempengaruhi dan mengontrol orang lain, memimpin, dan memiliki dampak pada lingkungan sekitar dengan indikator :

- a. Keinginan untuk Mempengaruhi Orang Lain: Individu dengan tingkat N-Pow yang tinggi cenderung memiliki dorongan untuk mempengaruhi orang lain, mengambil kendali, dan memimpin.
 - b. Promosi Jabatan: Mereka mungkin mencari posisi atau pekerjaan yang memberi mereka kesempatan untuk memiliki pengaruh yang lebih besar.
3. *Need for Affiliation (N-Aff)* atau kebutuhan akan Afiliasi merupakan dorongan individu untuk membina hubungan sosial yang positif, menjalin kontak interpersonal, dan mendapatkan penerimaan dari kelompok dengan indikator:
- a. Hubungan Baik dengan Karyawan Lain: Individu dengan N-Aff yang tinggi cenderung menekankan pentingnya hubungan sosial dan bekerja dengan baik dalam tim.
 - b. Kerjasama yang Baik: Mereka dapat termotivasi oleh kerja sama dan kolaborasi dengan rekan kerja.

Menggunakan teori motivasi, khususnya *McClelland's Achievement Motivation Theory*, untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kerja agen asuransi di agensi Vision Cikarang memiliki sejumlah alasan yang sangat beralasan. Pertama-tama, teori ini telah terbukti relevan dalam mengidentifikasi dimensi motivasi kerja, khususnya melalui *Need for Achievement, Need for Power, dan Need for Affiliation*. Dengan merinci indikator seperti tantangan dalam bekerja, tanggung jawab, prestasi kerja, keinginan untuk mempengaruhi orang lain, promosi jabatan, hubungan baik dengan karyawan lain, dan kerja sama yang baik, teori ini memberikan kerangka kerja yang komprehensif.

Selain itu, teori McClelland memberikan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan dorongan individu, yang dapat secara langsung diterapkan dalam konteks

agen asuransi. Hal ini penting karena lingkungan kerja agen asuransi seringkali memerlukan kombinasi keterampilan interpersonal, ambisi untuk mencapai target, dan kemampuan mempengaruhi pelanggan. Teori ini memberikan landasan untuk mengukur dan menganalisis variabel-variabel yang memiliki dampak signifikan terhadap motivasi agen asuransi di agensi Vision Cikarang.

Selanjutnya, keberagaman indikator dalam teori ini memungkinkan penelitian untuk mengeksplorasi dan memahami kompleksitas motivasi kerja agen asuransi dengan lebih terperinci. Faktor-faktor seperti tantangan, tanggung jawab, dan hubungan baik dapat diidentifikasi sebagai penggerak motivasi yang mungkin membedakan agen yang berhasil dari yang tidak berhasil. Dengan memahami variabilitas ini, organisasi dapat mengembangkan strategi pengelolaan motivasi yang lebih terfokus dan efektif.

Terakhir, hasil dari penelitian ini, yang didasarkan pada teori yang kokoh, dapat memberikan wawasan yang lebih baik kepada manajemen dan pemimpin agensi Vision Cikarang. Dengan pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi motivasi agen asuransi, organisasi dapat mengambil langkah-langkah konkret untuk meningkatkan kepuasan dan kinerja karyawan, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada kesuksesan keseluruhan agensi. Dengan menggunakan teori motivasi yang teruji seperti McClelland's, penelitian memiliki landasan ilmiah yang kuat untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan kunci terkait motivasi kerja agen asuransi di agensi Vision Cikarang