

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Praktek

Dalam perkembangan dunia kerja saat ini, kurangnya pengalaman bekerja di sebuah institusi atau perusahaan membuat banyak sarjana kaget dengan situasi kerja yang berat sehingga banyak dari mereka yang tidak sanggup untuk bersaing dan mundur, Hal ini pun berdampak pada naiknya tingkat pengangguran anak muda di Indonesia. Tingginya tingkat pengangguran tersebut sebaiknya menjadi evaluasi bukan hanya bagi mahasiswa melainkan institusi dimana mahasiswa belajar. Selalu ada faktor penyebab, mengapa tingkat pengangguran begitu tinggi di Indonesia. Keahlian, pengalaman, keterampilan serta mental yang kuat adalah faktor utama yang harus dimiliki seorang sarjana untuk bersaing di dunia kerja yang dinamis. Oleh sebab itu, banyak institusi mengadakan pelatihan kepada mahasiswanya untuk kerja ke sebuah institusi atau perusahaan dengan diadakannya program KP (Kerja Praktek), yang biasanya di laksanakan saat semester 6 agar mahasiswa terbiasa dengan suasana kerja di masa yang akan datang pada saat lulus nantinya. Adapun salah satu instansi yang mengadakan program penerimaan para pelajar untuk praktek kerja adalah PT BNI Life Insurance.

PT BNI Life Insurance (BNI Life) yang didirikan sejak 1996 senantiasa mengedepankan pelayanan pelayanan terbaik bagi nasabahnya melalui penyediaan berbagai macam produk asuransi (asuransi jiwa, kesehatan, pendidikan, investasi,

pensiun, unit link dan syariah) dengan jaringan yang luas di Indonesia demi kenyamanan nasabah.

Selama lebih dari 20 tahun BNI Life yang mana merupakan salah satu anak perusahaan PT Bank Negara Indonesia (Persero) ini, terus meneguhkan komitmen untuk tidak hanya sekedar memberikan perlindungan secara financial tetapi juga berupaya memberikan nilai tambah dan kontribusi pada setiap sisi kehidupan.

Seiring berjalannya waktu dan sehubungan dengan tuntutan bisnis yang semakin besar, mengharuskan BNI Life Insurance untuk meningkatkan reputasi yang handal dalam industri asuransi di Indonesia. Meskipun saat ini dikenal sebagai anak perusahaan BNI yang mana merupakan salah satu perusahaan terbesar yang bergerak dibidang perbankan, namun tidak cukup untuk menjamin sebuah reputasi yang baik dimata para pelanggan.

Maka dari itu diperlukan sebuah komunikasi bisnis yang baik untuk menjadi sebuah cara yang tepat dalam menghadapi permasalahan dalam meningkatkan reputasi BNI Life. Strategi komunikasi bisnis yang baik/efektif adalah salah satu cara untuk menyikapi situasi perekonomian, persaingan bisnis dan meningkatkan reputasi perusahaan secara berkesinambungan dan berkelanjutan yang sangat erat kaitannya dengan visi & misi BNI Life.

Dalam pertumbuhan ekonomi dan pertumbuhan industri asuransi jiwa, Lembaga Riset Media Asuransi (LMRA) mengkaji kinerja keuangan diantaranya 47 perusahaan asuransi jiwa di Indonesia dan mengelompokkan menjadi empat berdasarkan ekuitasnya. BNI Life termasuk kedalam kategori Best Life Insurance

2014 dengan Ekuitas Rp. 250 Miliar – Rp. 750 Miliar dan menempati peringkat pertama.

Tabel 1.1
Ranking Perusahaan Asuransi Jiwa 2014

Rangking	Nama Perusahaan
1	PT BNI Life Insurance
2	PT Asuransi Jiwa Mega Life
3	PT AXA Financial Indonesia

Sumber : Media Asuransi/Juni 2014/281

Dengan penyimpulan bahwa pihak manajemen BNI Life telah mempertimbangan berbagai faktor kunci keberhasilan yang tercakup dalam suatu konsep strategi komunikasi bisnis. Berbagai faktor yang dipertimbangkan oleh manajemen BNI Life tidak terbatas hanya pada pengertian kualitas produk saja, tetapi berbagai faktor lain yang terkait dalam strategi komunikasi bisnis, yang dipandang sebagai serangkai.

Secara keseluruhan, dari apa yang sudah dicapai BNI Life seiring dengan reputasi yang semakin baik dari pandangan eksternal, internal, disini penulis sangat ingin mengetahui strategi komunikasi bisnis yang dilakukan oleh BNI Life kedepannya untuk terus meningkatkan reputasi sebagai perusahaan asuransi terkemuka kebanggaan bangsa.

Dengan penyimpulan lain bahwa manajemen BNI Life telah memperhitungkan kebutuhan dan harapan para nasabah sebagai faktor penentu

dalam mencapai keinginan semua pelanggan yang akan mempengaruhi reputasi perusahaan.

Hal ini menjadi sangat penting sekali, karena tolak ukur keberhasilan dalam melaksanakan strategi komunikasi tertumpu pada kebutuhan dan harapan serta kemampuan ekonomi calon-calon nasabah yang terdiri dari berbagai kalangan dan kelompok. Strategi komunikasi BNI Life secara kreatif, fleksibel, efektif dan efisien untuk meningkatkan reputasi.

Pada sisi lain bahwa manajemen BNI Life telah memandang penting strategi komunikasi bisnis ini demi meningkatkan reputasi agar strategi yang dilakukannya senantiasa efektif untuk mengantisipasi persaingan bisnis sejenis, dan untuk menyikapi dinamika pasar yang semakin menuntut kualitas produk, layanan dan reputasi baik yang dapat diberikan oleh BNI Life kepada nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulisan laporan kerja praktek ini diberi judul: **“Tinjauan Penerapan Strategi Komunikasi Bisnis Untuk Meningkatkan Reputasi PT BNI Life Insurance Di Jl. Taman Sari No.80 Bandung”**.

1.2 Tujuan Kerja Praktek

Adapun tujuan dari dilakukannya kerja praktek di BNI Life Insurance adalah untuk mengetahui strategi BNI Life Insurance di Industri Asuransi dalam meningkatkan reputasi perusahaan. Berikut tujuan dari kerja praktek :

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi bisnis di PT. BNI Life Insurance Di Jl. Taman Sari No.80 Bandung.

2. Untuk mengetahui penerapan strategi komunikasi bisnis untuk meningkatkan reputasi di PT. BNI Life Insurance Di Jl. Taman Sari No.80 Bandung.
3. Untuk mengetahui hambatan dan penanggulangan dalam penerapan strategi komunikasi bisnis untuk meningkatkan reputasi PT. BNI Life Insurance Di Jl. Taman Sari No.80 Bandung.

1.3 Kegunaan Kerja Praktek

Adapun pihak-pihak yang dapat mengambil manfaat dari laporan kerja praktek ini adalah :

1. Penulis

Dalam dilakukannya kerja praktek ini penulis benar-benar mendapatkan banyak manfaat. Selain ilmu yang didapat penulis juga mendapatkan pengalaman yang baru, seperti pengalaman dapat merasakan seperti apa dunia kerja dan mendapatkan ilmu diluar dari pembelajaran yang biasanya dilakukan sehari-hari di universitas. Penulis pun dapat mengetahui banyak hal yang sebelumnya belum pernah didapatkan, seperti hal-hal apa saja yang terjadi didalam perusahaan tempat dimana kerja praktek dilakukan, dan bagaimana cara menghadapi pimpinan perusahaan atau sesama pegawai pada perusahaan.

2. PT BNI Life Insurance

Bagi BNI Life Insurance dengan diadakannya kerja praktek ini dapat membantu calon-calon tenaga kerja supaya dapat terjun ke dunia kerja sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya dan memberikan gambaran

kepada calon tenaga kerja seperti apa dunia kerja yang akan dihadapi kelak.

1.4 Lokasi dan Waktu Kerja Praktek

Penulis melaksanakan Kerja Praktek pada bagian Bancassurance Specialist (BAS) di PT BNI Life Insurance Jalan Tamansari no.80 Kec Bandung Wetan 40116 Bandung.

Lamanya Kerja Praktek yang dilakukan oleh penulis yang selama 28 hari kerja, dimulai tanggal 15 Agustus 2016 sampai dengan tanggal 11 September 2016.

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Kerja Praktek dilaksanakan setiap hari Senin – Jumat.
2. Pelaksanaan Kerja Praktek dimulai pada pukul 08.00 – 16.00 WIB.

Tabel 1.2
Jadwal Kegiatan Kerja Praktek
Tahun Akademik
2016

NO	URAIAN	JUL	AGS	SEP	OKT	NOV	DES
1	Pengajuan KP						
2	Melaksanakan KP						
3	Pengambilan Data						
4	Bimbingan KP						
5	Sidang KP						