# BAB III

# PELAKSANAAN KERJA PRAKTEK

## 3.1 Bidang Pelaksanaan Kerja Praktek

Selama melaksanakan kerja praktek penulis ditempatkan pada unit bagian staf pelayanan, yang salah satunya berkaitan dengan pemasaran. Pelaksanaan kerja praktek dilakukan selama 1 bulan dari tanggal 4 Juli 2011 s/d tanggal 4 Agustus 2011, sesuai dengan kesepakatan antara penulis dengan pihak AJB Bumiputera 1912 Cabang Eksekutif yang berada di jalan Asia Afrika No. 141-147 (lantai 7) Bandung .

## 3.2 Teknis Pelaksanaan Kerja Praktek

Dalam melaksanakan kerja praktek, sebelumnya penulis diberikan pengarahan dan pelatihan oleh Pembimbing Perusahaan, sehingga penulis dapat mengerti dan memahami apa yang akan dikerjakan oleh penulis di Perusahaan tersebut, khususnya pada AJB Bumiputera selaku bagian staf pelayanan.

Pada pelaksanaan kerja praktek di AJB Bumiputera khususnya bagian staf pelayanan dilakukan dengan cara komputerisasi dan tulisan.

Selama melakukan Kerja Praktek penulis melakukan kegiatan – kegiatan sbb:

1. Melayani nasabah yang ingin menjadi pemegang polis asuransi pada AJB. Bumiputera 1912 Kantor Cab. Eksekutif Asia Afrika, berikut menjelaskan tentang produk-produknya.
2. Menyusun data-data nasabah, biasanya berupa kwitansi disusun secara berurutan
3. Mengecek kembali data-data nasabah jika ada yang terselip ataupun hilang, pengecekan ini dilakukan esok harinya.

## 3.3 Hasil Pelaksanaan Kerja Praktek

### 3.3.1 Pemasaran produk jasa asuransi yang dilakukan pada AJB Bumiputera 1912 Cab. Eksekutif Asia Afrika.

AJB Bumiputera dalam kegiatan sehari-harinya tidak terlepas dari kegiatan penjualan. Salah satunya adalah memasarkan produk asuransi kepada calon pemegang polis.

1. **Melakukan Riset Pasar**

   Proses marketing dimulai dari riset pasar untuk para agen melihat seberapa besar potensi pasar, mengukur tingkat kebutuhan pasar, peluang pasar, dan ragam segmen yang tersedia. Juga mengetahui tingkat persaingan di pasar tersebut.

2. **Mengembangkan dan menetapkan Strategi Marketing**

   Dengan memperhitungkan keunggulan perusahaan, perusahaan siapkan strategi positioning dan brand produk tersebut yang akan ditawarkan. Dari strategi marketing tersebut, kemudian lebih rinci ke program marketing.

3. Penyiapan Agen

4. Penyiapan sarana dan Prasarana penunjang

5. Agen Koordinator Unit / Kepala Unit Operasional melakukan monitoring

6. **Memasarkan produknya kepada target**

   Para agen koordinator unit melakukan pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu diingatan konsumen. Sehingga dengan demikian konsumen segmen memahami dan menghargai apa yang dilakukan perusahaan dalam kaitannya dengan para pesaingnya.

### 1.3.2 Menelaah berbagai produk jasa asuransi pada AJB Bumiputera 1912 Cab. Eksekutif Asia Afrika.

AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Bandung merupakan salah satu yang kgiatannya adalah menyediakan pelayanan produk, jasa asuransi jiwa. Berbagai objek atau produk yang dipasarkan oleh atau produk yang di pasarkan oleh perusahaan ini di antaranya sebagai berikut :

**1. Mitra Pelangi**

Dirancang untuk mengantisipasi dua kebutuhan mendasar asuransi, jika tertanggung dapat menyelesaikan progam asuransi hingga akhir kontrak, maka akan menerima nilai pertanggungan sebesar yang diperjanjikan. Namun jika kontrak harus berakhir ditengah jalan karena takdir kematian, maka kepada ahli waris yang ditunjuk dibayarkan santunan sebesar uang pertanggungan yang tercantum dalam polis, khusus

untuk pembayaran premi sekaligus, jumlah santunan ditambah pembayaran pemium deposit. Keuntungan lain adalah pilihan untuk mendapatkan tambahan jaminan perlindungan resiko kecelakaan masing-masing untuk pertanggungan atas resiko A (meninggal dunia akibat kecelakaan), AB (cacat tetap/sebagian akibat kecelakaan), C (penggantian biaya pengobatan akibat kecelakaan), atau risiko gabungan ABC.

Masa Asuransi minimal 5 (tahun) dan maksimal 15 (limabelas) tahun di tambah umur tertanggung maksimal 65 tahun. Premi dapat dibayar secara triwulan, setengah tahunan, tahunan atau sekaligus berdasarkan premi tahunan. Masa leluasa pembayaran asuransi selama 30 (tigapuluh) hari.

**2. Mitra Poesaka**

Produk ini untuk perlindungan dan tabungan masa depan dalam mata uang dollar Amerika, dengan sistim pembayaran premi tunggal. Jika sewaktu-waktu ingin menambah premi, maka setiap pertambahan premi akan dinyatakan sebagai premi tunggal yang akan menambah nilai pertanggungan dan tabungan, juga bias menambahkan premi resiko A untuk risiko kecelakaan.

Masa asuransi mitra poesaka minimal 3 (tiga) tahun dan maksimal 15 (lima belas) tahun. Jika tertanggung hidup hingga berakhir masa asuransi, maka pemegang polis atau pihak yang ditunjuk, berhak atas pusaka tabungan (nilai tunai) yang besarnya sesuai dengan perhitungan pada saat

habis kontrak, jika tertanggung meninggal dunia, maka ahli waris yang di tunjuk berhak atas pusaka berupa santunan sebesar 100% uang pertanggungan (setara 5 kali akumulasi premi yang disetor), plus nilai tabungan (nilai tunai) yang besarnya sesuai dengan perhitungan.

**3. Mitra Permata**

Memberikan perlindungan manfaat tabungan (permata) dengan nilai investasi, fleksibel dalam hal pembayaran premi, memilih besar uang pertanggungan asuransi, dan mengambil nilai tabungan.

Masa asuransi minimal 5 (lima) tahun maksimal 15 (lima belas) tahun, premi dibayar dalam mata uang Rupiah dan pembayaran premi dilakukan tunggal dan dapat ditambah sewaktu-waktu. Perlu pemeriksaan dokter, apabila tanpa pemeriksaan dokter uang pertanggungan asuransi dengan batas maksimal Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah), dengan masa observasi 2 (tahun) tahun, sehingga santunan dibayarkan apabila meninggal dalam tahun pertama sebesar 60% dari uang pertanggungan, meninggal pada tahun kedua sebesar 80% dari uang pertanggungan dan meninggal pada tahun ketiga dan seterusnya 100% dari uang pertanggungan. Penecualian ketentuan masa observasi tanpa pemeriksaan dokter tidak berlaku, apabila tertanggung meninggal karena kecelakaan atau penyakit yang oleh Dinas Kesehatan setempat dinyatakan sebagai wabah untuk daerah tempat tertanggung meninggal dunia.

Keuntungan-keuntungan yang akan didapat meliputi :

. Jaminan pengembalian akumulasi dana tabungan saat masa asuransi berakhir atau tertanggung meninggal dunia.

a. Pengembangan investasi atas akumulasi dana tabungan dengan jaminan hasil investasi minimal sebesar 4,5% pertahun.

b. Tambahan hasil investasi bersih dengan pembagian 70 : 30 (pemegang polis : Bumiputera) jika dana investasi yang diperoleh Bumiputera melebihi hasil investasi yang di jamin sebesar 4,5% tadi.

c. Fleksibilitas penempatan uang pertanggungan meninggal pada saat mengawali perjanjian asuransi dan fleksibilitas penambahan premi, minimal 1 (satu tahun sebelum polis habis kontrak).

d. Fleksibilitas pengambilan sebagian akumulasi dana tabungan (maksimal hingga 50% akumulasi dana, 3 kali dalam setahun dengan jarak penarikan minimal 3 bulan), setelah polis berusia 1 (satu) tahun.

e. Santunan meninggal dunia sebesar 100% uang pertanggungan (untuk premi yang dibayar tanpa resiko A/kecelakaan) dan 200% uang pertanggungan (untuk premi yang dibayar dengan resiko A/kecelakaan).

**4. Mitra Melati**

Program ini merupakan perpaduan antar kebutuhan proteksi dan tabungan/investasi, memberikan perlindungan meninggal dengan tingkat suku bunga tetap juga mendapatkan return (hasil investasi) yang maksimal dari dana ansuransi yang ditanamkan.

Masa asuransi sama dengan masa pembayaran premi minimal 5 (lima) tahun dan maksimal 10 (sepuluh) tahun. Usia tertanggung maksimal 65 tahun, premi dapat dibayar secara tahunan, setengah tahunan dan triwulanan. Di pasarkan dengan mata uang Rupiah, dengan membayar premi minimal Rp. 1.000.000,- (satu juta rupiah) berhak mendapatkan keuntungan yaitu :

a. Jaminan perolehan dana klaim habis kontrak minimal sebesar 110% dari uang pertanggungan.
b. Jaminan hasil perolehan investasi sebesar 4,5% pertahun dari akumulasi tabungan premi.
c. Tambahan hasil investasi jika dana investasi yang diperoleh Bumiputera melebihi hasil investasi yang dijamin (4,5% per tahun).
d. Jaminan santunan meninggal dunia

**5. Mitra Cerdas**

Program ini dirancang khusus untuk mengembangkan dana yang di alokasikan untuk pendidikan anak, dengan keuntungan-keuntungan yang akan di peroleh sebagai berikut :

a. Dana kelangsungan belajar (DKB) yang dibayarkan secara bertahap sesuai dengan usia anak, baik tertanggung hidup maupun meninggal.
b. Jaminan perolehan investasi sebesar 4,5% pertahun dari akumulasi tabungan premi.
c. Tambahan hasil investasi jika dana investasi yang diperoleh Bumiputera melebihi 4,5% per tahun.
d. Santunan meninggal dunia sebesar 100% dari uang pertanggungan.
e. Bebas premi bagi polisi yang tertanggungnyameninggal dunia
f. Pengenmbangan investasi untuk dana kelangsungan belajar (DKM) yang tidak di ambil pada saat jatuh tempo.
g. Jika pemegang polisi menghendaki , saat tertanggung meninggal dunia, polis dapat dihentikan dengan menarik sekaligus dana kelangsungan belajar (DKB) secara sekaligus, tanpa mengurangi hak–hak lain yang di peroleh sebelumnya.

Masa asuransi minimal 3 (tiga) tahun dan maksimal 17 (tujuh belas) tahun, premi di bayar dalam mata uang rupiah, minimal uang pertanggungan Rp. 100,000,000,- (seratus juta rupiah) dan batas maksimal uang pertanggungan tanpa pemeriksasan dokter Rp. 200,000,000,- (dua ratus juta rupiah), premi dapat di bayar secara tunggal, tahunan , setengah tahunan dan triwulanan.

**6. Mitra sehat**

Di rancang khusus karena gangguan kesehatan harus terbaring di rumah sakit, namun tetap ingin produktif. Progam ini tidak hanya menyiapkan dana ketika anda menjalani rawat inap di rumah sakit, tetapi sekaligus member kesempatan untuk memperoleh hasil investasi yang konpetitif dari pengembangan dana premi asuransi yang di bayar.

Masa asuransi minimal 5 (lima) tahun dan maksimal 15 (lima belas) tahun, minimal uang pertanggungan setiap polis Rp. 100,000,000,- (seratus juta rupiah) dan batas maksimal uang pertanggungan asuransi tanpa pemeriksaan dokter Rp.300,000,000,0- (tiga ratus juta rupiah). Premi di bayar dalam mata uang rupiah, dan dapat di bayar secara tunggal, tahunan, setengah tahunan dan triwulan.

Keuntungan – keuntungan yang akan di peroleh meliputi :

a. Jaminan dana riwat inap sebesar 3 perm mill dari uang pertanggungan maksimal Rp. 100,000,000,- (satu juta rupiah) per hari di mulai pada hari ketiga masimum 90 hari.
b. Jaminan santunan meninggal dunia 100% uang pertanggungan.
c. Jaminan perolehan investasi sebesar 4,5% per tahun dari akumulasi tabungan premi.
d. Tambahan hasil investasi jika dana investasi yang di peroleh bumi putra melebihi 4,5% per tahun.

### 1.3.3 Kendala Dalam Pemasaran Produk Jasa Asuransi pada AJB. Bumiputera 1912 Cab. Eksekutif Asia Afrika.

Kendala yang dihadapi dalam pemasaran produk jasa asuransi pada AJB Bumiputera 1912 Cab. Eksekutif Asia Afrika dapat dibagi menjadi 2 yaitu :

1. Faktor Intern yang terdiri dari :
   a. Sifat dari produk yang dijual

      Sifat dari produk yang dimaksud adalah harga yang dibayar dalam bentuk premi terhadap produk asuransi yang dibeli oleh nasabah dalam bentuk polis asuransi ini dapat dinikmati hasilnya setelah akhir kontrak atau terjadi klaim dari nasabah.

   b. Strategi pemasaran perusahaan

      Suatu ciri khusus pemasaran asuransi jiwa sebagai usaha jasa adalah bahwa kegiatan produksi dan konsumsi terjadi secara seimbang. Oleh karena itu untuk dapat suksesnya tergantung dari daya jangkau sistem distribusinya.

   c. Kendala dalam hal promosi

      Perusahaan melakukan promosi jarang sekali melakukan kegiatan promosi melalui media cetak ataupun elektronik, hal ini disebabkan karena anggaran untuk promosi melalui media tersebut sangat besar dan dirasakan kurang efektif dan tidak tepat sasaran

d. Kecakapan atau keterampilan agen

Dalam pemasaran produk asuransinya AJB Bumiputera 1912 sangat tergantung pada tingkat kemampuan agen selaku pelaksana pemasaran produk asuransi, maka pihak perusahaan sangat memperhatikan dalam hal perekrutan seorang agen. Dalam perekrutan agen tersebut diharapkan dapat menghasilkan calon-calon agen yang memiliki kemampuan atau keahlian untuk memberikan hasil yang terbaik bagi perusahaan.

e. Setelah kegiatan perekrutan agen, maka kegiatan yang dilakukan selanjutnya oleh perusahaan adalah dalam hal pembinaan agen yang bertujuan untuk menghasilkan agen/mitra kerja dengan kriteria sebagai berikut :

- Mampu melihat peluang pasar.
- Mampu melakukan personal selling.
- Mampu menganalisa resiko abyek yang dipertanggungkan.
- Mampu mempertahankan kepercayaan nasabah

2. Faktor Ekstern yang terdiri dari :

a. Tingkat pemahaman dari masyarakat

Kesadaran masyarakat Indonesia pada umumnya dan Bandung khususnya dalam berasuransi sebagai dana cadangan/berjaga-jaga untuk masa depan masih rendah. Bagi kalangan masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah keatas lebih cenderung mengalokasikan dana

berjaga-jaganya pada tabungan dan deposito karena dapat diambil kapanpun dan dimanapun dibutuhkan.

b. Kurangnya kepercayaan masyarakat

Banyaknya masyarakat yang kita lihat belum tentu terbiasa dengan kata asuransi. Banyak kasus dimana orang mengalami kecelakaan tetapi uang pertanggungannya tidak dibayar atau birokrasi yang harus ditempuh cukup rumit dan panjang. Kasus seperti ini memberi dampak buruk yang cepat menyebar.

c. Faktor kebutuhan masyarakat

Dari segi ekonomi, kita tidak bisa membandingkan dengan negara luar, mereka sudah tercukupi, jadi mereka berpikir untuk masa depan. Berbeda dengan masyarakat kita lebih memikirkan untuk memenuhi kebutuhan hari ini untuk kelangsungan hidup diri dan keluarganya daripada berpikir untuk masa depan.

d. Kebijakan pemerintah

Kendala yang dihadapi kaitannya dengan kebijakan pemerintah terkait dengan permasalahan penetapan tingkat suku bunga. Produk lama yang dihapus akan diganti dengan produk baru yang memiliki kesamaan tetapi dengan suku bunga yang rendah, sehingga masyarakat sedikit enggan untuk mengikuti produk baru tersebut.

e. Tingkat persaingan dengan perusahaan sejenis

Seperti telah diketahui deregulasi yang dilakukan oleh pemerintah terhadap kegiatan industri asuransi akan sangat berpengaruh pada iklim persaingan. Kemerosotan pangsa pasar dalam bisnis akan tidak terelakkan apabila perusahaan tidak melakukan antisipasi yang cepat dan tepat. Ditinjau dari sistem distribusi, antisipasi terhadap permasalahannya adalah apabila perusahaan memiliki sistem distribusi yang sanggup lebih dahulu menjangkau dan merebut sentera pasar potensial.

### 1.3.4 Upaya untuk mengatasi kendala dalam Pemasaran Produk Jasa Asuransi pada AJB. Bumiputera 1912 Cab. Asia Afrika.

Upaya untuk mengatasi kendala yang di hadapi dalam Pemasaran Prduk Jasa Asuransi Pada AJB. Bumiputera 1912 Cab. Asia Afrika langkah-langkah yang diambil perusahaan adalah sbb :

1. Mengurangi tingkat turn over agen

Salah satu masalah besar asuransi jiwa adalah turn over agen yang cepat ditandai oleh angka Drop Out yang tinggi. Penyebab angka drop out yang tinggi lazimnya karena faktor seleksi, training, dan pembinaan.

Berkenan dengan drop out agen tersebut beberapa hal yang perlu penelaahan antara lain :

a. Konsistensi dengan pasar

Sebagai konsekuensinya operasi bebas seperti selama ini Agen memilih pasar sesuai iramanya sendiri yang sering kali yang diperoleh tidak sebanding dengan pengorbanan yang dikeluarkan oleh agen yang bersangkutan baik waktu, tenaga dan biaya yang dipergunakan.

Bagi manager dinas luar dengan tiadanya konsistensi terhadap pasar berakibat kurang akuratnya dalam melakukan kegiatan seleksi, training maupun pembinaan.

b. Kontinyuitas penghasilan agen penutup

Sebagai konsekuensinya spesialisasi pengutipan premi, Agen penutup kehilangan kesempatan merawat polis tutupannya hingga habis kontrak. Padahal sesungguhnya suatu kontinyuitas pemeliharaan merupakan sumber penghasilan bagi agen baik inkaso, penutupan ulang maupun penutupan berantai. Jika dalam asuransi jiwa mengenal asas “long term transaction” maka sistem yang ada kini tidak memberikan peluang kepada agen penutup untuk mengimplementasikan azas tersebut.

Permasalahan turn over agen yang diuraikan di atas dapat dipecahkan dengan menetapkan sebuah pasar yang jelas buat Agen dan diberi peluang kepada agen penutup untuk tetap merawat setiap polis hasil tutupannya dipasar yang telah ditetapkan.

2. Penerapan strategi pemasaran yang tepat

Perusahaan telah menetapkan Kantor Bumiputera Cabang Eksekutif menggunakan Primary Target Market (PTM) untuk target pasar sasaran utamanya. Sebagian besar perusahaan besar menentukan target pasar utama mereka melalui survei pelanggan. Artinya, mereka secara aktif berkomunikasi dengan khalayak target mereka dan mencoba untuk memahami kebutuhan mereka. Dalam satu kata, mereka mencoba untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar yang berubah setiap sekarang dan kemudian.

Adapun langkah-langkah yang diterapkan oleh Kantor Bumiputera Cabang Eksekutif adalah sebagai berikut :

1. Ordinary system sebagai target market

   Identifikasi target pasar adalah merupakan langkah awal yang dibutuhkan dalam perencanaan dan pengembangan strategi pemasaran. Dalam situasi dimana konsumen menghadapi banyak pilihan, maka kesuksesan pemasaran produk akan banyak ditentukan oleh kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen pada segmen tertentu. Perusahaan harus mentargetkan produknya pada segmen pasar tertentu misalnya pada segmen masyarakat atas, menengah atau bawah. Dan yang perusahaan tetapkan adalah *ordinary system* maka segmen masyarakat kalangan atas yang perusahaan saat ini kelola.

2. Penyiapan agen

   Saat ini perusahaan dibudidayakan persepsi “agen harus tepat pasar”, demikian tentunya dalam konsep pengadaan agen jaringan. Dengan demikian sedapat mungkin calon-calon agen jaringan memenuhi kriteria :

   a. Lahir dari lingkungan jaringan tersebut sehingga jaringan yang akan dikelola merupakan dasar bawaanya.
   b. Dapat diterima oleh masyarakat didalam jaringan tersebut
   c. Mengenal dan dapat melayani kebutuhan masyarakat di jaringan tersebut
   d. Mempunyai jaringan pusat pengaruh di jaringan tersebut untuk memudahkan penetrasi pasar dan penetrasi pasar dan pelayanan

3. Pemanfaatan pusat pengaruh

   Disamping mengadakan agen yang cocok dengan jaringannya, tugas pemimpin adalah menemukan dan membina kerja sama dengan seorang tokoh dilingkungan jaringan tersebut untuk memanfaatkan sebagai pusat pengaruh yang dapat memperlancar tugas-tugas agen.

   Seorang “pemimpin” yang dipilih sebagai pusat pengaruh hendaknya memenuhi kriteria :

   a. Bicaranya di dengar
   b. Perilakunya diterima
   c. Memiliki peran sosial

d. Bersedia membantu penetrasi pasar

e. Ada waktu untuk membantu

Wujud nyata seorang pusat pengaruh di suatu ordinary menjadi konkrit dapat berupa seorang bupati, dokter, ketua RW, atau peran sosial lainnya.

4. Konsistensi pola oprasional

Agar setiap sentra pasar dikuasai secara mantap, seorang agen ordinary hendaknya memiliki pola oprasional yang konsisten dengan mengelola secara optimal potensi ordinary nya baik yang telah maupun belum menjadi pemegang polis.

Dengan ruang gerak konsisten maka seorang agen akan cenderung berkembang keterampilannya didalam :

a. Mengetahui kebutuhan prospek didalam jaringannya

b. Melakukan penyajian penjualan yang tepat

c. Membina hubungan lestari dan mesra dengan para pelanggan di jaringannya

Oleh karena itu ia bebani tugas utama menutup kemungkinan agen ordinary memperoleh referensi di ordinary lainnya. Hal demikian tetap dibenarkan, tetapi tugas penerimaan selanjutnya harus diserahkan kepada agen ordinary yang bersangkutan, sehingga konsep agen ordinary sebagai pengelola tunggal suatu ordinary tetap berjalan secara konsisten.

5. Memenangkan persaingan merebut pangsa pasar

   Seperti telah diketahui deregulasi yang dilakukan oleh pemerintah terhadap kegiatan industri asuransi akan sangat berpengaruh pada iklim persaingan. Kemerosotan pangsa pasar dalam bisnis akan tidak terelakan apabila perusahaan tidak melakukan antisipasi yang cepat dan tepat. Ditinjau dari sistem distribusi, antisipasi terhadap permasalahannya adalah apabila perusahaan memiliki sistem distribusi yang sanggup lebih dahulu menjangkau dan merebut sentera pasar potensial.

6. Menekan angka lapse polis

   Masalah yang terbesar AJB Bumiputera 1912 selama ini adalah masih rendahnya mutu persistensi polis, yang bersumber dari angka lapse yang tinggi.

   Adapun faktor-faktor penyebab lapse antara lain :

   a. Mutu produksi

      Sistem operasi agen tanpa target market yang konkrit, memiliki adil besar dalam terciptanya mutu produksi yang rendah. Sistem demikian memberikan peluang untuk manager dinas luar untuk tidak konsisten dengan pasarnya, sehingga memberi peluang pula untuk tidak konsisten dengan persyaratan agen. Pengendalian mutu dan aktifitas agen kurang terkontrol secara ketat, yang pada gilirannya berakibat pada mutu produksi yang sulit dikonservasi.

Pemecahan terhadap permasalahan ini dapat di atasi dengan menetapkan sistem operasi yang konsisten dengan target market yang pasti.

b. Pemeliharaan

Salah satu kekuatan perusahaan dalam kegiatan pemeliharaan adalah telah semakin tertibnya pelaksanaan debit sistem pengutipan. Namun demikian bila dikaji lebih mendalam sistem yang mengatur spesialisasi dalam pengutipan ini disamping mengandung kekuatan sekaligus memiliki kelemahan antara lain :

- Pergantian petugas

  Pergantian petugas yang melayani pemegang polis dari agen penutup menjadi agen pengutip sering berjalan tidak mulus, sehingga kontinyuitas pelayanan sering terputus.

- Luasnya area debit pengutipan

  Pada umunya debit per Agen pengutip terlalu luas sehingga sepanjang kegiatannya semata-mata hanya mengutip, akibatnya peran seorang agenn pengutip sering berkembang manjadi mirip loper.

Akibat keterbatasan yang dimiliki agen pengutip diatas maka keakraban antara agen pengutip dengan pemegang polis menjadi kurang berkembang sehingga peluang produksi yang ada diareal debitnya tidak dapat dimanfaatkan.

Permasalahan atas kelemahan yang ada pada debit sistem di atas dapat dipecahkan dengan memperkecil area debit dan melengkapi keterampilan agen pengutip disamping mengutip juga harus dapat menutup, sehingga tugas pelayanan dapat lebih berkualitas.

7. Efisiensi operasional perusahaan

   Dari beberapa akibat permasalahan diatas pada akhirnya bermuara menjadi permasalahan efisiensi. Sistem operasi agen yang tidak terarah akan berakibat pada pemborosan biaya, waktu dan tenaga agen sendiri dan persystensi polis yang rendah dan drop out agen yang tinggi akan berakibat pada biaya operasional yang tinggi. Sepenuhnya harus didasari bahwa untuk dapat handal dalam persaingan pada Era Deregulasi dewasa ini menuntut efisiensi yang tinggi.

   Apabila dikaji masih banyak lagi masalah yang dapat di ungkap berkaitan dengan sistem distribusi, namun apabila dapat ditemukan suatu sistem distribusi yang lebih tepat, maka sebagian besar permasalahan di atas akan dapat dipecahkan.