

BAB II

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

2.1. Gambaran Umum PT. AXA cabang Semarang

2.1.1. Sejarah Nama AXA

Pada tahun 1982 Mutuelles Unies mengakuisisi Drout Group, selama tiga tahun media massa di Perancis menamai perusahaan baru tersebut sebagai Bebear Group sesuai dengan nama Claude Bebear sang pendiri. Dalam perjalanan waktu, diputuskan untuk menemukan nama baru yang lebih sesuai bagi perusahaan. Pencarian nama ini dilakukan oleh konsultan dengan bantuan program komputer untuk mendapatkan kata yang memenuhi kriteria yang ditetapkan, yaitu dimulai dengan huruf 'A' agar nantinya bisa menempati urutan teratas dalam direkori perusahaan. Nama tersebut juga harus singkat dan bisa dilafalkan secara seragam oleh setiap orang dalam berbagai bahasa di dunia. Hal ini sejalan dengan keinginan perusahaan itu untuk berkembang secara internasional.

Dari kriteria yang ditetapkan tersebut, muncullah tiga alternatif nama, yaitu Argos, AXA dan Elan yang kemudian diserahkan kepada karyawan internal untuk memilih dengan suara terbanyak. Nama Elan gugur terlebih dahulu karena dalam bahasa Perancis berarti "Rusa Besar" yang memiliki konotasi kurang cerdas, meskipun dia adalah binatang yang tampak cantik. Begitu pulan nama Argos yang ternyata sudah menjadi nama perusahaan lain yang cukup dikenal waktu itu, selain karena kata argos sering diucapkan sebagai "argot" yang dalam bahasa Perancis berarti "dialek". Karena tidak ada suara mayoritas, maka pada bulan Juli 1985,

Claude Bebear membuat keputusan bahwa kata AXA akan dipakai sebagai nama baru untuk gabungan perusahaan Mutuelles-Drouot. Kata tersebut tidak memiliki makna secara khusus. Justru itulah uniknya. Sekalipun tidak memiliki makna khusus namun kalau kita lihat dalam kaca mata saat ini, sulit membayangkan group ini berkembang sejauh ini dengan nama lain.

2.1.2. Makna Logo AXA



Gambar 2.1.
Logo PT. AXA

Di AXA, diperkenalkan slogan baru yaitu "redifining/standards". Slogan baru tersebut mencerminkan keinginan kami untuk menjadi merk yang dipilih oleh masyarakat. Kami telah melakukan analisis mendalam untuk memahami bahwa pilihan masyarakat itu terkait erat dengan kepercayaan mereka terhadap industri asuransi dan jasa keuangan. Namun, tingkat kepercayaan itu saja tidaklah memadai karena kami juga sadar bahwa konsumen kami sekarang ini hidup dalam "dunia janji-janji". Kondisi inilah yang harus didefinisikan kembali (*redefine*).

PT. AXA tidak ingin menebar janji, akan tetapi ingin menunjukkan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan memberikan bukti nyata dan kasat mata. Bersamaan dengan itu, perusahaan membangun hubungan saling mempercayai yang tinggi dengan nasabah. *Redefining* adalah komitmen utama dalam slogan AXA. Hal itu berarti apa yang diucapkan selalu bertujuan untuk mendefinisikan kembali manfaat yang menjadi hak nasabah atas jasa keuangan dan asuransi. PT. AXA bertanggung jawab untuk mewujudkan harapan-harapan nasabah.

2.1.3. Perilaku Inti

Perilaku inti yang ada yaitu *attentive, reliable and available* (penuh perhatian, dapat diandalkan dan selalu siap sedia). Tiga perilaku tersebut adalah hal-hal yang paling diharapkan oleh nasabah dari penyedia jasa keuangan dan asuransi. Ketiga hal tersebut muncul secara menonjol pada saat kami melakukan riset nasabah terhadap semua segmen pasar dan akhirnya kami pilih sebagai inti dari tindakan dan komitmen kami kepada nasabah. Perusahaan menghindari sesuatu yang klise. Perusahaan tidak menayangkan iklan yang menunjukkan orang atau keluarga yang hanya ada dalam dunia bayangan, selalu tersenyum dan bahagia selamanya. Orang yang perusahaan tampilkan adalah orang-orang seperti yang ditemui setiap hari. Cara bergerak perusahaan benar-benar bertolak dari kehidupan nyata dari nasabah-nasabah. Komunikasi yang dibangun adalah langsung dan sederhana.

Lambang switch, yaitu garis diagonal merah dalam logo AXA berarti perusahaan telah menciptakan gambaran yang kuat dalam kesadaran nasabah

terhadap merk. Lebih dari sekedar kode grafis sederhana, lambang ini seolah menjadi reinkarnasi dari keunikan sebagai perusahaan.

2.2. Perkembangan AXA

Berdasarkan laporan yang dirilis untuk International Financial Reporting Standard tahun 2010, saat ini AXA group melayani lebih dari 95 juta nasabah di seluruh dunia, beroperasi di 61 negara dan 5 benua dengan dukungan 214.000 karyawan profesional. Hingga Desember 2010 AXA group mencatat kinerja yang luar biasa dengan asset under management sebesar 1,079 trilyun euro, pendapatan konsolidasi sebesar 91 milyar euro dan laba bersih sebesar 2,7 milyar euro. (31 Desember 2010). Berdasarkan Press Release Full Year 2011 earning tanggal 16 Februari 2012, total pendapatan di tahun 2011 adalah sebesar 86,107 milyar euro.

AXA mendapat rating yang sangat baik dari lembaga independent mengenai kesehatan keuangan, AA dari Standard & Poor's, AA3 dari Moody's Investor Service dan AA- dari Fitch Rating. Untuk kawasan Asia Pasifik, AXA group beroperasi di negara Hongkong, Filipina, Thailand, Malaysia, Singapura, Korea, India, Jepang, Cina dan Indonesia dengan menggandeng perusahaan-perusahaan keuangan papan atas disetiap negara dalam menjalankan operasinya.

2.3. Visi dan Nilai Bersama AXA

Visi AXA sebagaimana dirumuskan oleh Henri de Castries, chairman of the AXA Management Board adalah:

"We have chosen a demanding business. If we do it right, then we enable our clients to be life confident because they feel reassured, protected and supported as they

undertake important projects at various stages in their lives. Our vision of the business is what guides our daily work. It reflects the social and human aspects of financial protection, whose value to people has never been greater", yang berarti kita telah memilih sebuah bisnis dengan tuntutan yang tinggi. Apabila kita melakukannya dengan benar maka nasabah yang kita layani dapat menjalani hidup mereka dengan penuh keyakinan karena mereka merasa tejamin, terlindungi dan mendapatkan dukungan dalam setiap tahapan penting dalam kehidupam mereka. Ini lah visi yang membimbing pekerjaan kita setiap hari, cerminan dari aspek sosial dan kemanusiaan dari perlindungan finansial yang nilainya bagi masyarakat semakin penting saat ini.

Risk Based Capital (RBC) yang merupakan salah satu tolak ukur kesehatan perusahaan asuransi jiwa Indonesia, dimana permodalannya didasarkan atas resiko usaha per September 2012 adalah sebesar 327,38%, jauh melebihi syarat minimum RBC pemerintah yaitu sebesar 120%. Selain itu AXA Financial Indonesia juga didukung oleh perusahaan reasuransi yang kuat dan terpercaya yaitu Reinsurance Group of America, Tugu Re, Reindo dan Marein.

AXA Financial Indonesia menempatkan Financial Consultant nya di ranking teratas tingkat nasional (Top Agent Award AAJI 2010) maupun internasional (MDRT). Dengan dukungan Key Success System (sistem pengembangan agen), jenjang karir dan training yang berkesinambungan, menjadikan profesi finansial consultant di AXA Financial Indonesia merupakan pilihan setiap orang.

2.4. Penghargaan

Beberapa penghargaan yang telah diterima PT. AXA yaitu :

1. Predikat "Sangat Bagus" kategori perusahaan asuransi jiwa dengan aset diatas 100 milyar hingga 1 triliun rupiah versi majalah InfoBank edisi Juli 2010 & 2011
2. Predikat "Asuransi Jiwa Terbaik" kategori ekuitas 100 - 200 milyar versi majalah investor 2010
3. Predikat "Asuransi Jiwa Terbaik" versi majalah Media Asuransi 2011
4. Peringkat 1 kategori "World Largest Corporation" versi majalah Fortune Global 500 edisi Juli 2011
5. Penghargaan "Indonesia Brand Champion kategori The Best Customer Choice of Health Insurance 2011 dari lembaga penelitian Asia Markplus Insight
6. Penghargaan sebagai perusahaan asuransi dengan pembayaran klaim tercepat versi Rekor Bisnis 2011 (30" Express Claim)
7. Kategori Service Quality Award dan Call Center Award versi majalah Marketing 2011
8. Predikat "Asuransi no 1 Dunia" (kategori perusahaan asuransi) versi Inter Brand 2011
9. Predikat "The Best Contact Center 2011" (kategori the Best HR Retention Program) versi Indonesia Contact Center Association
10. Predikat "Best Contact Center 2012" (kategori The Best Business Contribution Platimun winner), The Best Contact Center Operations (Gold Winner), dan The Best Talent (Bronze Winner) versi Indonesia Contact Center Association
11. Predikat "Best Life Insurance 2012" (kategori Ekuitas 100 milyar, 250 milyar) versi majalah Media Asuransi

12. Ranking 2 dengan pangsa pasar 14,2% versi AAJI Report kuartal 2 tahun 2012
13. Peringkat 58 untuk Global Brand Ranking (Best Global Brands) versi konsultan merk internasional, InterBrand

AXA Financial Indonesia memiliki visi "Menjadi perusahaan penyedia layanan jasa keuangan dan manajemen kekayaan nomor satu di Indonesia", dan memiliki semboyan "redefining / standards" bagi layanan kepada seluruh nasabah.

2.4. Kantor cabang Semarang dan Customer Service

Kantor cab Semarang dan Customer Service PT AXA cabang

Semarang adalah sebagai berikut :

Komplek Ruko Mutiara Gama

Jl. Gajah Raya Kav. 8, Semarang 50167 dengan Tel : (6224) 7674 0567 Faks : (6224) 7674 7557 dan Email : axa_semarang@axa-insurance.co.id yang bisa di hubungi.

2.5. AXA Group

AXA Group merupakan perusahaan berskala internasional yang bergerak dalam bidang asuransi dan manajemen aset terbesar di dunia. AXA memiliki lebih dari 166.000 karyawan yang tersebar di 64 negara, seluruh dunia. Pada tahun 2015, total pendapatan perusahaan mencapai Euro 99.0 miliar dan *underlying earnings* sebesar Euro 5,6 miliar. AXA mengelola aset sebesar Euro 1.363 triliun per 31 Desember 2015. AXA dipercaya untuk melayani 103 juta nasabah untuk:

1. Mengasuransikan properti.
2. Memberikan perlindungan asuransi kesehatan dan pribadi untuk keluarga dan karyawan.

3. Mengelola aset pribadi dan karyawan.

Saham AXA terdaftar di kompartemen A di Euronext Paris dengan kode saham CS (ISN FR0000120628 – Bloomberg: CS FP – Reuters: AXAF.PA). Saham AXA American Depository juga terdaftar di OTC QX dengan kode saham AXAHY. AXA Group tergabung dalam saham utama internasional SRI, seperti Dow Jones Sustainability Index (DJSI) dan FTSE4GOOD. AXA secara bertahap mengembangkan keberadaan globalnya serta memperluas jaringan dan jangkauan produk dan jasa yang dimiliki. Peka terhadap kepentingan vital yang dipertaruhkan dalam bisnis perlindungan keuangan, AXA adalah perusahaan yang bertanggung jawab dan inovatif, terus-menerus mendefinisikan ulang standar untuk bisa melayani para nasabah dengan lebih baik.

AXA Group merupakan anggota dan pendiri dari *Financial Initiative Principles for Sustainable Insurance* dari *UN Environment Programme (UNEP FI)* dan anggota *UN Principles for Responsible Investment*. Produk dan jasa yang dimiliki AXA Group adalah :

1. Asuransi jiwa
2. Asuransi properti & perlindungan kecelakaan
3. Asuransi kesehatan
4. Perlindungan diri, tabungan, pensiun
5. Pengelolaan aset
6. Jasa bantuan
7. Jaminan biaya hukum

Sebagai pemimpin global dalam perlindungan keuangan, Grup AXA memiliki dedikasi untuk melindungi masyarakat. Pada Oktober 2015, Interbrand

mengumumkan peringkat 100 Best Global Brands di dunia, dan untuk ketujuh kalinya, AXA kembali menjadi pemimpin merek asuransi global, dan masuk ke dalam daftar Top 50, bersanding dengan merek seperti Apple, Google, dan Coca-cola. Kenaikan peringkat ini menjadi bentuk penghargaan bagi posisi AXA di sektor-sektor kunci dan inisiatif yang menentukan AXA untuk mempertahankan posisi sebagai pemimpin di dunia asuransi. Perusahaan selalu berusaha untuk mengembangkan layanan, sehingga dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat di seluruh dunia, terutama dengan mempercepat transformasi digital untuk lebih mengantisipasi dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Dukungan AXA untuk Para Agen adalah sebagai berikut :

a. Menjalankan Produk Training

Agen diberikan pelatihan mengenai produk baru dan Kondisi-kondisi produk yang telah ada untuk memudahkan mereka dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dengan penuh keyakinan.

b. Promosi Penjualan & Insentif

Kampanye penjualan rutin diatur untuk membantu para agen dalam mencapai target penjualan. Agen akan menerima secara rutin laporan hasil produksi mereka.

2.6. PT. AXA cabang Semarang

PT Asuransi AXA Indonesia (AXA), yang merupakan bagian dari Grup AXA yang bergerak di bidang asuransi umum, membuka kantor terbarunya yang terletak di Semarang, Jawa Tengah.

“Pembukaan kantor kami di Semarang merupakan langkah ekspansi kantor penjualan yang ke 5 setelah belum lama ini kami membuka kantor AXA di Bandung. Rencananya dalam waktu dekat kami juga akan membuka beberapa kantor baru di beberapa kota di Indonesia. Hal ini kami lakukan untuk mendukung strategi kami dalam mengembangkan bisnis Ritel” , komentar Bapak Elvis Liongosari – Presiden Direktur PT Asuransi AXA Indonesia.

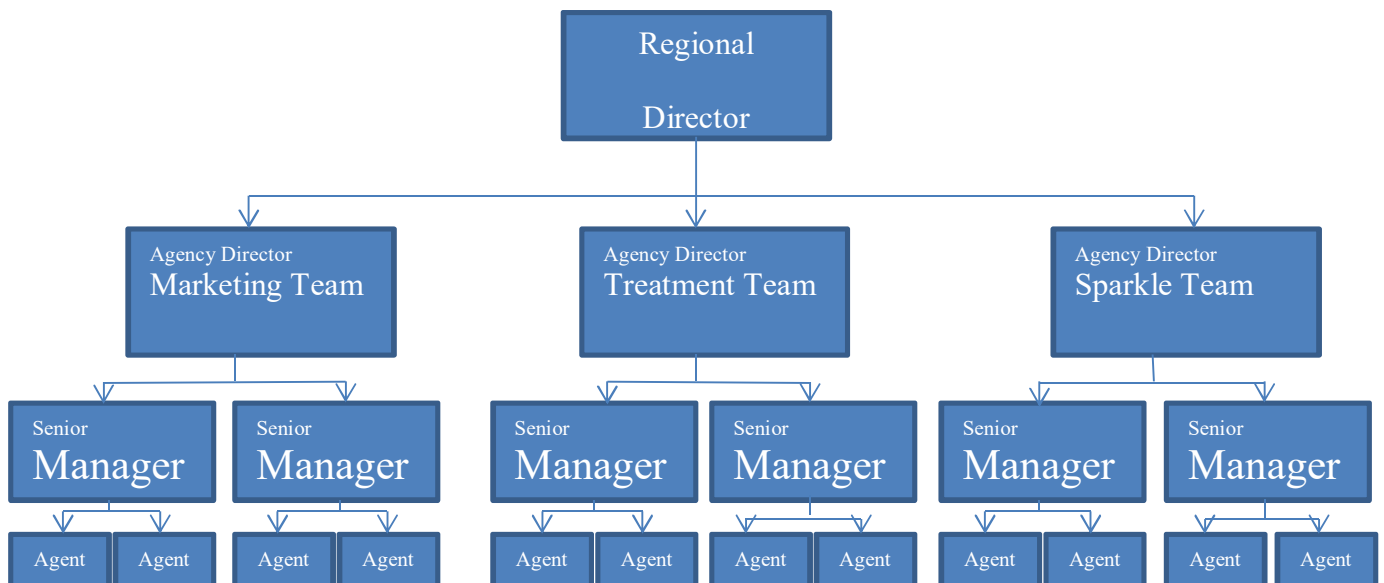
Selain itu kami melihat Semarang dan wilayah sekitarnya termasuk Yogyakarta dan Jawa Tengah pada umumnya memiliki potensi yang dapat kami kelola untuk meningkatkan bisnis AXA. Besarnya jumlah populasi, yang berkisar 33 juta jiwa, sebuah pelabuhan yang besar dan 3 buah lapangan udara yang dinamis merupakan potensi yang nyata untuk mengembangkan bisnis kami yang lainnya seperti asuransi kebakaran, pengangkutan barang dan perlindungan diri.

2.7. Struktur Organisasi

Secara umum pengertian dari struktur organisasi adalah suatu susunan pekerjaan dari masing – masing pekerjaan yang terdapat dalam suatu perusahaan, mulai dari tingkat yang paling atas sampai dengan tingkat yang paling bawah, yang tersusun sedemikian rupa dalam suatu perusahaan. Organisasi merupakan hal yang paling penting dalam menentukan tujuan perusahaan, atas dasar kerjasama yang mempunyai bentuk dan susunan yang jelas dalam merumuskan tugas setiap unsur

antara yang satu dengan yang lainnya dalam hubungan kerja. Selain itu juga untuk memperlancar dan mempermudah pimpinan untuk mengadakan pengawasan terhadap tugasnya. Agar tujuan organisasi tercapai dengan sebaik-baiknya maka dalam kerja sama harus ada koordinasi yaitu kontak dan keselarasan diantara karyawan maupun kegiatan-kegiatannya, sehingga semua berlangsung secara tertib dan seirama dalam mencapai tujuan organisasi. Adapun kegunaan dari pembagian tugas dalam sebuah organisasi adalah sebagai berikut :

1. Untuk menghemat waktu, tenaga.
2. Mempermudah pelaksanaan kerja.
3. Mencegah adanya pemupukan pekerjaan dalam suatu bagian.
4. Mempermudah pengawasan oleh pihak atasan.



Gambar 2.2.
Struktur Organisasi PT. AXA cab Semarang

2.7.1. Uraian Pekerjaan

PT. Axa memiliki struktur organisasi yang mempunyai tugas sebagai berikut:

1. Regional Director

- a. Menentukan kebijakan perusahaan.
- b. Bertanggung jawab dalam memimpin dan membina perusahaan secara efektif dan efisien
- c. Mewakili perusahaan, mengadakan perjanjian, merencanakan dan mengawasi pelaksanaan tugas personalia yang bekerja pada perusahaan.

2. Agency Director

- a. Menetapkan tujuan dan bekerja dengan karyawan kantor lain untuk memastikan bahwa badan tersebut berhasil memenuhi tujuan
- b. Mengawasi anggaran organisasi dan merupakan badan ketika media permintaan informasi

3. Senior Manager

- a. Memegang tanggung jawab untuk merekrut, mengelola dan tim motif penasihat asuransi dengan memberikan keterampilan ditetapkan untuk membawa bakat yang tepat dan memberikan solusi tepat waktu
- b. Mengawasi penjualan untuk mencapai tujuan bisnis

4. Agent

- a. Memasarkan produk kepada calon Nasabah baru.
- b. Konsultan bagi Nasabah, penanganan pertanyaan atau informasi bagi nasabah

2.8. Faktor Dalam Meningkatkan Motivasi Kinerja Agen Asuransi

1. Produk

Produk dapat dikatakan faktor yang mempengaruhi seorang tenaga pemasaran dalam bekerja. Produk yang baik dan dikenal oleh masyarakat dapat mempermudah kinerja agen asuransi dalam memproduksi (polis) begitupun sebaliknya. Berbeda dengan produk asuransi kesehatan lain yang membatasi usia kepesertaan sampai dengan usia 65 tahun, untuk International Exclusive usia awal kepesertaan nasabah bisa sampai usia 80 tahun dan masa penjaminan sampai seumur hidup. Keunggulan lainnya adalah nasabah dapat mengatur program asuransi yang sesuai kebutuhan dan anggaran mereka dengan biaya premi yang wajar. Nasabah juga dapat menikmati fasilitas direct billing di jaringan rumah sakit internasional dan dapat menghubungi 24 hours AXA *health service team* yang berbasis di Indonesia untuk pertanyaan dan klaim asuransi mereka. Dukungan lebih dari 1000 rumah sakit di seluruh dunia termasuk jaringan rumah sakit papan atas di Indonesia akan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi nasabah yang akan mendapatkan perawatan medis baik di luar negeri maupun di Indonesia. Lebih dari itu, para nasabah hanya cukup menunjukkan kartu kepesertaan pada saat pendaftaran di rumah sakit tanpa harus mengeluarkan uang tunai untuk biaya medis apapun atau biasa disebut *cashless benefit*.

2. Sistem kerja yang ditawarkan oleh perusahaan

Seorang agen asuransi mempunyai potensi untuk mengembangkan diri pada jenjang karir yang lebih tinggi. Adapun jenjang karir yang ditawarkan pada PT. Axa Financial itu sendiri diawali sebagai Financial

Consultant, Agency Manager, Senior Agency Manager, dan Agency Director sebagai tingkatan tertinggi. Semakin tinggi jabatan seseorang menunjukkan bahwa orang tersebut mempunyai kinerja yang baik dan ini berbanding lurus dengan apa yang didapat (finacial) pada tiap agen asuransi PT. AXA cab Semarang.

Selain itu integritas yang baik dari hasil kerja menjadi point manfaat yang tersirat yang didapat karena integritas yang teruji akan menjadikan manusia tersebut di percaya. Kepercayaan yang teruji menjadi hal yang di impikan setiap manusia demi masa depan yang lebih baik. Berikut ini adalah

paparan mengenai gambaran kriteria untuk mengembangkan karier di PT.

Axa Financial:

Tabel 2.1
Standar Promosi dan Validasi Tenaga Pemasaran

| | |
|---|--|
| a. Financial Consultant ke Agency Manager | <ol style="list-style-type: none">1. Produksi dari team (termasuk produksi pribadi) minimum AFYP Rp. 200.000.0002. Produksi Pribadi sebagai Financial Consultant minimum Rp. 50.000.0003. mempunyai 5 Active Agent dalam tiga bulan terakhir (Family Tree)4. Persistency 19 minimum 80%5. Wajib mengikuti dan lulus Leader Orientation Program (LDP) |
| b. Agency Manajer ke Senior Agency Manager | <ol style="list-style-type: none">1. Produksi Family Tree minimum AFYP Rp. 720.000.0002. Mempunyai 10 Active Agent dalam tiga bulan terakhir (Family Tree)3. Persistency 19 minimum 80%4. Wajib mengikuti dan lulus Leader Development Program (LDP) |
| c. Senior Agency Manager ke Agency Director | <ol style="list-style-type: none">1. Produksi Family Tree minimum AFYP Rp. 1.800.000.0002. Mempunyai 20 Active Agent dalam tiga bulan terakhir (Family Tree)3. Persistency 19 minimum 80%4. Wajib mengikuti dan lulus Leader Monitoring Program (LMP) |

2.9 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan ciri-ciri yang dimiliki oleh responden penelitian. Responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan status keagenan, jenis kelamin, umur dan pendidikan sebagai berikut.

2.9.1 Status keagenan

Status keagenan merupakan status yang dimiliki oleh agen asuransi PT. AXA cab Semarang yang dilihat dari aktivitasnya dalam bekerja. Status keagenan responden penelitian adalah sebagai berikut.

Tabel 2.2.
Status keagenan

| No | Kategori | Frekuensi | Persentase |
|--------|-----------|-----------|------------|
| 1 | Aktif | 45 | 39,8 |
| 2 | Non Aktif | 68 | 60,2 |
| Jumlah | | 113 | 100 |

Sumber : Data primer diolah, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden penelitian yang memiliki kategori agen aktif sebanyak 45 (39,8%) dan kategori agen non aktif sebanyak 68 (60,2%). Seorang agen dinyatakan aktif ketika mendapatkan nasabah minimal 1 (satu) polis dalam kurun waktu 3 (tiga) bulan sebagai pemenuhan target kinerja agen dan status keagenan akan terupdate terus dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan sekali. Dalam tabel tersebut juga menunjukkan bahwa terjadi masalah pada kinerja agen karena 60,2% agen dinyatakan tidak aktif atau belum memenuhi target kinerja

2.9.2. Jenis kelamin

Jenis kelamin merupakan jenis kelamin yang dimiliki oleh agen asuransi PT. AXA cab Semarang yang digunakan dalam penelitian. Jenis kelamin responden penelitian adalah sebagai berikut.

Tabel 2.3.
Jenis kelamin

| No | Kategori | Frekuensi | Persentase |
|--------|-----------|-----------|------------|
| 1 | Laki-laki | 46 | 40,7 |
| 2 | Perempuan | 67 | 59,3 |
| Jumlah | | 113 | 100 |

Sumber : Data primer diolah, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden penelitian yang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 46 (40,7%) dan perempuan sebanyak 67 (59,3%). Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan agen yang berada di kota Semarang adalah wanita namun perbedaannya tidak banyak dengan jumlah pria.

2.9.3. Umur

Umur merupakan deskripsi umur yang dimiliki oleh agen asuransi PT. AXA cab Semarang yang digunakan dalam penelitian. Umur responden penelitian adalah sebagai berikut.

Tabel 2.4.
Umur

| No | Kategori | Frekuensi | Persentase |
|--------|---------------|-----------|------------|
| 1 | 21 – 25 tahun | 29 | 25,7 |
| 2 | 26 – 30 tahun | 51 | 45,1 |
| 3 | > 30 tahun | 33 | 29,2 |
| Jumlah | | 113 | 100 |

Sumber : Data primer diolah, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden penelitian yang berumur 21-25 tahun sebanyak 29 (25,7%), 26-30 tahun sebanyak 51 (45,1%) dan > 30 tahun sebanyak 33 (29,2%). Dalam tabel terlihat bahwa mayoritas yang menjalankan bisnis agen asuransi yang tercatat pada AXA cab Semarang berada pada usia 26 -

30 dan disusul pada usia diatas 30 dimana usia-usia tersebut adalah usia yang sangat produktif.

2.9.4 Pendidikan

Pendidikan merupakan deskripsi pendidikan yang dimiliki oleh agen asuransi PT. AXA yang digunakan dalam penelitian. Pendidikan responden penelitian adalah sebagai berikut.

**Tabel 2.5.
Pendidikan**

| No | Kategori | Frekuensi | Persentase |
|--------|----------|-----------|------------|
| 1 | SMA | 36 | 31.9 |
| 2 | D III | 23 | 19.5 |
| 3 | S1 | 53 | 47.8 |
| 4 | S2 | 1 | 0.9 |
| Jumlah | | 113 | 100 |

Sumber : Data primer diolah, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden penelitian yang berpendidikan SMA sebanyak 36 (31,9%), DIII sebanyak 22 (19,5%), S1 sebanyak 54 (47,8%) dan > S2 sebanyak 1 (0,9%). Dalam tabel diatas dapat kita simpulkan bahwa mayoritas karyawan yang tercatat sebagai agen asuransi AXA cabang Semarang telah mengenyam pendidikan tinggi dengan prosentase 68,1% . Hal ini dapat menjadi modal bagi para agen AXA untuk memberikan penjelasan dan pemahaman dengan baik bagi para calon nasabah asuransi yang di harapkan calon nasabah akan paham akan pentingnya berasuransi .