

## RINGKASAN

AWALUDDIN AKBAR PASARIBU, SUATU TINJAUAN TENTANG  
KEBIJAKSANAAN PEMASARAN PADA AJB.BUMIPUTERA 1912 BINJAI.

(Dra. Hj. Rafiah Hsb, MM selaku Pembimbing I, dan Dra. Isnaniah Laili KS selaku  
Pembimbing II).

AJB.Bumiputera 1912 Binjai merupakan perusahaan asuransi yang mana  
melakukan aktivitasnya memberikan pelayanan jasa asuransi bagi masyarakat.  
Perumusan masalah "Volume penjualan polis asuransi masih rendah sehingga target  
penjualan belum tercapai".

Sehubungan dengan permasalahan diatas penulis mengemukakan hipotesis  
sebagai berikut: "Jika perusahaan menerapkan kebijaksanaan pemasaran yang disebut  
bauran pemasaran dengan sebaik mungkin, diharapkan target penjualan polis akan  
meningkat". Karena keterbatasan waktu dan biaya serta pengetahuan maka penulis  
membatasi lingkup penelitian ini hanya yang berkenaan dengan kompensasi dan  
prestasi kerja. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian  
kepustakaan dan metode lapangan, dimana dalam mengumpulkan datanya digunakan  
teknik pengumpulan data melalui pengamatan dan wawancara langsung, selanjutnya  
data-data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif  
dan deduktif.

Kebijaksanaan pemasaran yang diterapkan oleh AJB. Bumiputera 1912  
Binjai antara lain :

- a. Kebijaksanaan produk yang dilakukan oleh AJB Bumiputera 1912 Binjai dengan merancang produk-produk yang beragam sesuai kebutuhan daripada konsumennya.
- b. Kebijaksanaan harga yang dilakukan oleh AJB Bumiputera 1912 Binjai dapat bersaing dengan perusahaan asuransi yang ada saat ini, dimana harga dapat ditentukan dengan kemampuan finansial dari calon nasabah.
- c. Kebijaksanaan saluran distribusi diupayakan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat.
- d. Kebijaksanaan promosi yang dilakukan pihak perusahaan masih kurang karena tidak dilakukan secara kontinu.

Adapun saran yang penulis berikan kepada pihak perusahaan :

- a. Pengawasan terhadap kegiatan operasional para supervisor dan agen dilapangan agar lebih ketat lagi
- b. Lebih mengarahkan kegiatan pemasaran pada golongan masyarakat yang berpenghasilan tinggi.
- c. Berupaya agar menggunakan peluang-peluang penjualan yang mengarah pada premi tunggal / premi sekaligus.
- d. Perlunya program-program pengembangan untuk para agen, sehingga dengan program tersebut kualitas agen akan bertambah.
- e. Perlu diambil tindakan tegas terhadap supervisor maupun agen yang produksi ataupun prestasinya selalu mengalami penurunan.