

BAB I

PENDAHULUAN



A. Alasan Pemilihan Judul

Pemasaran merupakan ujung tombak dari perusahaan untuk menjual produk yang dihasilkan sehingga mendapatkan keuntungan yang menjadi tujuan akhir perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut ada beberapa faktor pendukung yang merupakan kombinasi dari 4 (empat) variabel kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yang dikenal dengan “Marketing Mix atau Bauran Pemasaran”, yaitu:

1. Product
2. Price
3. Place
4. Promotion

Keempat variabel (bauran pemasaran) diatas merupakan faktor yang harus dikuasai perusahaan untuk dapat merebut pasar.

Bauran pemasaran merupakan kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yang digunakan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Melalui kebijaksanaan bauran pemasaran yang efektif diharapkan perusahaan mampu meningkatkan volume penjualan yang akhirnya meningkatkan laba yang berguna bagi pengembangan perusahaan.

Sejalan dengan itu perusahaan dengan sendirinya akan mampu bersaing untuk merebut pasar serta memperluas market share yang akan dikuasai oleh perusahaan. PT. Askes (Persero) Regional I Medan merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang tugas utamanya memberikan jasa pelayanan kesehatan kepada seluruh Pegawai Negari di Indonesia dan kepada karyawan Badan Usaha Milik Negara. Dalam memasarkan produk / jasanya perusahaan ini tetap menggunakan strategi pemasaran.

Dalam menjalankan aktivitasnya ternyata target penjualan yang ditetapkan tidak tercapai, hal ini disebabkan kurangnya efektifnya bauran pemasaran yang dilaksanakan. Saat ini perusahaan sejenis yang bergerak dalam bidang usaha yang sama antara lain PT. Asuransi Kesehatan, PT. Asuransi Jaminan Sosial Tenaga Kerja, PT. Asuransi ABRI dan PT. Asuransi Jiwa Sraya. Melihat semakin tajamnya persaingan dan banyaknya perusahaan sejenis yang bergerak dibidang usaha yang sama dan ada di pasar, menyebabkan penulis tertarik dan ingin menelitinya.

Berdasarkan alasan di atas, penulis menyusun skripsi yang diberi judul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Peserta Askes Pada PT. Askes (Persero) Regional I Medan “.

B. Perumusan Masalah.

Dari penelitian terdahulu yang penulis lakukan ditemukan beberapa masalah dan masalah tersebut dirumuskan sebagai berikut: