

**STRATEGI PEMASARAN DALAM USAHA MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN POLIS PADA PERUSAHAAN
ASURANSI JIWA BERSAMA "BUMI PUTRA 1912",
M E D A N**

SKRIPSI

OLEH :

AGUSTINA

01 832 0204



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

M E D A N

2 0 0 6

**STRATEGI PEMASARAN DALAM USAHA MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN POLIS PADA PERUSAHAAN
ASURANSI JIWA BERSAMA "BUMI PUTRA 1912",
M E D A N**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas
Dan Syarat-syarat Untuk Menempuh
Ujian Tingkat Sarjana Ekonomi**

OLEH :

AGUSTINA

01 832 0204



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2 0 0 6**

Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN DALAM USAHA
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
POLIS PADA PERUSAHAAN ASURANSI JIWA
BERSAMA "BUMI PUTRA 1912", MEDAN

Nama Mahasiswa : AGUSTINA
No. Stambuk : 01 832 0204
Jurusan : MANAJEMEN



Menyetujui :
Komisi Pembimbing

Pembimbing I

(Dra. Hj. RAFIAH HASIBUAN, MM)

Pembimbing II

(AMRIN MULIA, SE, MM)

Mengetahui :

Ketua Jurusan

(Drs. H. JHON HARDY, MSi)

Dekan

(H. SYAHRANDY, SE, MSi)

Tanggal Lulus :

RINGKASAN

AGUSTINA, STRATEGI PEMASARAN DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN POLIS PADA PERUSAHAAN ASURANSI JIWA BERSAMA “BUMI PUTRA 1912”, MEDAN, di bawah bimbingan Ibu Dra. Hj. RAFIAH HASIBUAN, MM., selaku Pembimbing I dan Bapak AMRIN MULIA, SE. MM., selaku Pembimbing II.

Setiap perusahaan harus mampu mengidentifikasi peluang-peluang baru di pasar. Tidak ada perusahaan yang dapat mengandalkan produk dan pasarnya sekarang untuk selama-lamanya. Lingkungan yang kompleks dan terus berubah menawarkan peluang dan ancaman perusahaan harus secara cermat menganalisis konsumen dan lingkungannya supaya dapat menghindari ancaman dan memanfaatkan peluang agar dapat hidup terus. Perusahaan harus secara terus menerus mencari cara-cara baru untuk menawarkan nilai kepada konsumen. Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putra 1912 adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa asuransi jiwa bagi masyarakat luas. Penyelenggaraan ini memberikan manfaat positif bagi masyarakat, oleh karena itu peningkatan kualitas pelayanan dan pemasarannya secara terus menerus perlu dikembangkan.

Masalah yang dihadapi perusahaan yaitu apakah strategi pemasaran yang diterapkan pada Perusahaan Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putra 1912 Medan sudah efektif sehingga mampu meningkatkan volume penjualan sebagaimana yang direncanakan.

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut : dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif, perusahaan akan mampu meningkatkan penjualan polis asuransi sebagaimana yang telah ditargetkan.

Strategi pemasaran mempunyai fungsi untuk menyajikan informasi guna mendukung tujuan perusahaan dalam bidang perencanaan, peningkatan mutu pelayanan, dan meningkatkan produktivitas kerja serta pangsa pasar juga pengawasan dalam langkah-langkah pengoperasian perusahaan. Apabila strategi pemasaran dirancang dan dilaksanakan dengan baik maka manfaat yang diperoleh sangat besar didalam menunjang kinerja perusahaan.

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan pada Perusahaan Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putra 1912 Medan dibandingkan dengan uraian teoritis yang ada, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang diterapkan pada perusahaan belum aktif, sehingga tidak mampu meningkatkan volume penjualan sebagaimana yang direncanakan.

2. Volume penjualan polis pada perusahaan Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putra 1912 Medan setiap tahunnya tidak labil, sesuai dengan apa yang diharapkan atau ditargetkan oleh perusahaan. Hal ini sangat tergantung daripada situasi persaingan, keadaan perekonomian dan faktor-faktor lainnya.

Penulis menyarankan agar Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putra 1912 mengadakan cara mempromosikan segala jenis asuransi untuk meningkatkan penjualan premi, layanan yang diberikan oleh Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putra 1912 dalam pembuatan polis dan pada saat penyelesaian klaim hendaknya dapat dipertahankan dan terus ditingkatkan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat ALLAH S.W.T, karena dengan rahmat dan hidayahNyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Medan Area.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak menerima bantuan moril dan materil serta bimbingan secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Atas segala bimbingan dan bantuan tersebut, dengan segala kerendahan hati penulis menghaturkan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak H. Syahriandy, SE. MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Bapak Drs. H. Jhon Hardy MSi, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Ibu Dra. Hj. Rafiah Hasibuan, MM., selaku Pembimbing I yang telah mengorbankan waktunya untuk memberikan bimbingan dan petunjuk-petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Amrin Mulia, SE, MM., selaku Pembimbing II, yang telah mengorbankan waktunya untuk membimbing dan memberikan petunjuk kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai.

5. Bapak Drs. H. Miftahuddin, MBA., selaku Ketua dan Bapak Drs. Patar Marbun, selaku Sekretaris dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Para Staf Pengajar/Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang kuliahnya telah saya ikuti selama ini.
7. Seluruh Staf Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
8. Ibu Dra. Ratnawati, selaku Pemimpin Operasional dan Karyawan Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putra 1912 Medan .
9. Almarhum Ayahanda dan Ibunda tercinta yang telah bersusah payah mendidik dan mengasuh penulis sejak kecil hingga menjadi manusia dewasa yang mengerti akan arti hidup di atas upaya dan jerih payahnya menyantuni segala kebutuhan penulis hingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dengan lancar.
10. Semua pihak yang telah banyak membantu dan memotivasi serta memberikan dorongan moril berupa petunjuk-petunjuk serta saran-saran kepada penulis didalam menyelesaikan tulisan ini, terutama buat Kakak, Adik serta teman-temanku yang telah banyak memberikan bantuannya baik itu berupa material ataupun moril.

Sesungguhnya penulis menyadari bahwa isi skripsi ini banyak terdapat kekurangan dan kelemahan, sehingga masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan sumbang saran serta kritik yang sifatnya membangun demi penyempurnaannya.

Akhirnya penulis kembali mengucapkan syukur kepada Allah Yang Maha Kuasa, kiranya segala upaya yang telah diperbuat menjadi amal saleh bagi kita sekalian.

Medan, Januari 2006

Penulis,



AGUSTINA

DAFTAR ISI

Halaman

RINGKASAN	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Alasan Pemilihan Judul	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Hipotesis	3
D. Luas dan Tujuan Penelitian	4
E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	5
F. Metode Analisis	6
BAB II : LANDASAN TEORITIS	8
A. Pengertian strategi pemasaran	8
B. Segmentasi pasar dan pasar sasaran	10
C. Bauran Pemasaran	17
D. Pengertian dan jenis-jenis Asuransi	26

BAB III : PERUSAHAAN ASURANSI JIWA BERSAMA “BUMI PUTRA 1912” MEDAN	32
A. Gambaran Umum Perusahaan	32
B. Penentuan segmen pasar dan pasar sasaran	39
C. Jenis-jenis Asuransi yang ditawarkan	43
D. Bauran pemasaran yang diterapkan	52
E. Target dan Realisasi volume penjualan polis	61
F. Hambatan-hambatan yang dihadapi	64
BAB IV : ANALISIS DAN EVALUASI	67
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan	71
B. S a r a n	72
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Halaman

TABEL :

I	: JENIS-JENIS POLIS ASURANSI	29
II	: PEMBAYARAN UANG PERTANGGUNGAN BEASISWA SECARA BERKALA/POLIS ASURANSI PADA ASURANSI JIWA BERSAMA BUMI PUTRA 1912 MEDAN	45
III	: BATAS WAKTU MINIMAL PEMBAYARAN PREMI ASURANSI JIWA WHOLE LIFE EXCELLENT STANDAR US DOLLAR PADA ASURANSI JIWA BERSAMA BUMI PUTRA 1912 MEDAN	50
IV	: ASURANSI JIWA MITRA PERMATA	53
V	: ASURANSI JIWA MITRA PELANGI	54
VI	: ASURANSI JIWA MITRA POESAKA	54
VII	: ASURANSI JIWA MITRA BEASISWA	55
VIII	: ASURANSI JIWA MITRA MABRUR	55
IX	: PREMI ASURANSI MITRA BEASISWA BERENCANA	57
X	: PREMI ASURANSI MITRA PERMATA	57
XI	: TARGET DAN REALISASI VOLUME PENJUALAN (1998 – 2004) PADA ASURANSI JIWA BERSAMA BUMI PUTRA 1912 MEDAN	62

DAFTAR GAMBAR

Halaman

GAMBAR :

I	: STRUKTUR ORGANISASI ASURANSI JIWA BERSAMA BUMI PUTRA 1912 MEDAN	35
---	--	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan pemilihan judul

Tujuan utama didirikan perusahaan adalah agar survive dan untuk mendapatkan keuntungan serta pengembangan usahanya. Suatu perusahaan dikatakan memperoleh keuntungan apabila penerimaan lebih besar daripada pengeluaran. Ada kalanya perusahaan bertahan dua atau tiga tahun kemudian bangkrut, dan ada pula perusahaan yang bertahan dari generasi ke generasi berikutnya.

Salah satu kegiatan pokok perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut adalah kegiatan pemasaran, karena pemasaran merupakan salah satu aspek terpenting yang dihadapi perusahaan di samping aspek-aspek lainnya seperti aspek produksi, aspek finansial, aspek pengembangan dan lain-lain. Peranan marketing bagi setiap perusahaan pada masa sekarang ini sangat penting mulai dari memperkenalkan produk ke pasar, memberitahukan manfaat dari produk tersebut ke pasar, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Dengan kata lain jika tidak ada marketing, tidak perlu ada produk. Sebab untuk apa perusahaan menghasilkan barang-barang jika tidak ada yang memasarkan barang-barang tersebut.

Dewasa ini banyak perusahaan-perusahaan yang tumbuh sehingga semakin tajam pula tingkat persaingan antara sesama perusahaan. Karena setiap perusahaan berusaha untuk merebut peluang pasar yang ada demi kelangsungan hidup dan pengembangan perusahaan, oleh karena tingkat persaingan yang begitu tajam sehingga perusahaan dituntut melakukan strategi pemasaran yang baik.

Keuntungan merupakan suatu tujuan yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan karena akan mempermudah perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan lainnya seperti kelangsungan hidup, perkembangan perusahaan dan sebagainya.

Agar keuntungan yang diinginkan dapat dicapai, perusahaan harus mampu meningkatkan volume penjualan hasil produksinya sebagaimana yang telah ditargetkan. Untuk itu harus menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Sebaliknya perusahaan yang tidak dapat menerapkan strategi yang efektif akan sulit bertahan di situasi persaingan yang sangat tajam seperti pada saat ini.

Persaingan yang semakin tajam juga dialami perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa khususnya jasa asuransi. Perusahaan jasa Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putra 1912 adalah asuransi jiwa nasional yang pertama dan tertua di Indonesia, dilahirkan empat tahun setelah berdirinya Boedi Oetomo. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa asuransi maka Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putra 1912 Medan

DAFTAR PUSTAKA

- Alex S. Nitisemito, **Marketing**, Edisi II, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta, 1996.
- A. Hasyim Ali, **Pengantar Asuransi**, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta, 2002.
- Basu Swastha DH., **Manajemen Pemasaran Modern**, Edisi II, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1996.
- Faisal Ariff, **Strategi Pemasaran**, Cetakan Kedua, Penerbit Angkasa, Bandung, 1997.
- Herman Darmawi, **Manajemen Asuransi**, Edisi I, Cetakan Kedua, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta, 2001.
- M. Mursid, **Manajemen Pemasaran**, Edisi III, Penerbit Bumi Angkasa, Jakarta, 1996.
- Pandji Anoragi, **Manajemen Bisnis**, Cetakan Ketiga, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 2000.
- Philip Kotler, **Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian**, Edisi IV, Jilid I, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1997.
- Soeisno Djojosoedarso, **Prinsip-prinsip Manajemen Resiko**, Cetakan I, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 1999.
- Winardi, **Pemasaran**, Cetakan Kedua, Penerbit Mandar Maju, Bandung, 1998.
- Winarno Surakhmad, **Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik**, Edisi VIII, Penerbit Tarsito, Bandung, 1996.
- S. Nasution dan M. Thomas, **Buku Penuntun Membuat Skripsi, Thesis, Disertasi, dan Makalah**, Edisi VIII, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta, 1995.