

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME  
PENJUALAN POLIS PADA P.T. ASURANSI JIWASRAYA  
MEDAN UTARA  
MEDAN**

**Oleh :**

**NURROHIM**

**NPM : 02 832 0006**



**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2006**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME  
PENJUALAN POLIS PADA P.T. ASURANSI JIWasRAYA**

**MEDAN UTARA**

**MEDAN**

**SKRIPSI**



Oleh :

**NURROHIM**

**NPM : 02 832 0006**

**Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Menyelesaikan Studi Pada Fakultas Ekonomi Medan Area**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**M E D A N**

**2 0 0 6**

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
VOLUME PENJUALAN POLIS PADA PT. ASURANSI  
JIWASRAYA MEDAN UTARA MEDAN.

NAMA : NURROHIM

STAMBUK : 02 832 0006

JURUSAN : MANAJEMEN

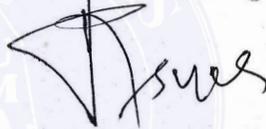
Menyetujui,  
Komisi Pembimbing

Pembimbing I,



Drs. H. A. Aziz Hasan, MM.

Pembimbing II,



Hery Syahrial, SE, Msi.

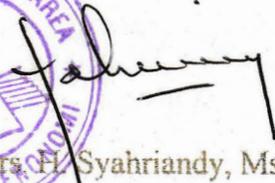
Mengetahui,

Ketua Jurusan,



Drs. H. Jhon Hardy, Msi.

Dekan,



Drs. H. Syahriandy, Msi.

Tanggal Lulus : 20 Oktober 2006



## **RINGKASAN**

NURROHIM, STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN POLIS PADA PT. ASURANSI JIWasRAYA MEDAN UTARA MEDAN ( dibawah bimbingan H. A. Azis Hasan, MM sebagai Pembimbing I dan Hery Syahrial, SE, Msi sebagai Pembimbing II ).

PT. Asuransi Jiwasraya Medan Utara Medan adalah sebuah perusahaan yang bergerak didalam bidang jasa. Perusahaan ini adalah perusahaan BUMN yang dalam operasionalnya berupaya untuk dapat memperoleh hasil yang direncanakan oleh perusahaan.

Masalah yang dihadapi yaitu : “ Persaingan yang dihadapi semakin ketat dan tidak profesionalnya para karyawan mengakibatkan rencana penjualan polis tidak dapat direalisasikan bahkan mengalami penurunan di tahun 2001 – 2005.

Untuk mengetahui penyebab kesulitan perusahaan tersebut, penulis membuat hipotesis : “ Seandainya persaingan yang dihadapi perusahaan tidak semakin ketat dan karyawan yang dimiliki adalah karyawan profesional maka rencana penjualan polis dapat direalisasikan dan tidak akan mengalami penurunan di tahun 2001 – 2005 ”.

Untuk memperoleh data skunder dan data primer yang diperlukan dalam rangka pembuktian hipotesis, penulis mengadakan penelitian kepustakaan dan lapangan.

Berdasarkan data yang diperoleh, penulis berusaha melakukan analisis dan evaluasi sejauh mana strategi pemasaran yang diterapkan PT. Asuransi Jiwasraya

Medan Utara Medan, yaitu dengan membandingkan data skunder dan data primer dan berdasarkan perhitungan itu, maka penulis dapat menarik kesimpulan antara lain :

1. PT. Asuransi Jiwasraya Medan Utara Medan memperkenalkan produk jasa asuransinya dengan kegiatan promosi, door to door, kegiatan kelompencapir, sambung rasa, iklan, ceramah dan menjalin kerjasama dengan Instansi Pemerintah, Swasta, Perguruan Tinggi, BUMN, Rumah Sakit dan lain – lain.
2. Faktor penyebab kurangnya minat masyarakat menjadi pemegang polis asuransi masih kurang karena rendahnya penghasilan perkapita penduduk, minimnya pengetahuan masyarakat tentang jasa asuransi dan lain – lain.
3. Rencana dan Realisasi Penjualan Polis dalam tahun :
  - Tahun 2001 Penjualan menurun sebesar 21 %.
  - Tahun 2002 Penjualan menurun sebesar 15,5 %.
  - Tahun 2003 Penjualan menurun sebesar 9,4 %.
  - Tahun 2004 Penjualan menurun sebesar 67,3 %.
  - Tahun 2005 Penjualan menurun sebesar 71,3 %.

Sedangkan dari tahun ke tahun :

- 2001 ke 2002 penjualan menaik sebesar 52,21 %.
- 2002 ke 2003 penjualan menaik sebesar 29,45 %.
- 2003 ke 2004 penjualan menurun sebesar 54,44 %.
- 2004 ke 2005 penjualan menurun sebesar 31,79 %.

## **KATA PENGANTAR**

### **Bismillahirrohmannirrohim**

Dengan khidmat penulis memanjatkan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya, serta shalawat dan salam penulis sampaikan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini merupakan suatu persyaratan yang diwajibkan bagi setiap mahasiswa dalam rangka menempuh gelar Sarjana Ekonomi.

Adapun judul dalam penulisan skripsi ini adalah : “ Startegi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Polis Pada PT. Asuransi Jiwasraya Medan Utara Medan.”

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari kerja keras penulis dan bantuan, baik moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Drs. H. A. Azis Hasan, MM selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan yang cukup signifikan sehingga dapat terselesainya skripsi ini.
2. Bapak Hery Syahrial, SE, Msi selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dan sekaligus selaku Pembimbing II yang juga selalu memberikan motivasi, bimbingan maupun pengarahan kepada penulis.



3. Bapak Drs. Jhon Hardy, Msi selaku Ketua Seminar yang telah banyak memberikan bimbingan rohaniah sekaligus pengarahan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Patar Marbun selaku Sekretaris Seminar, yang juga memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
5. Bapak / Ibu Dosen – dosen, staf pengajar di Universitas Medan Area, yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis selama mengikuti bangku perkuliahan.
6. Bapak pimpinan beserta karyawan /i PT. Asuransi Jiwasraya Medan Utara Medan, yang telah membantu penulis dalam memperoleh izin riset dan data – data konkrit untuk penelitian skripsi ini.
7. Bapak / Ibu beserta keluarga tercinta dan handai taulan semuanya, dimana telah banyak memberikan bantuan moril maupun material hingga selesai skripsi ini.
8. Rekan – rekan yang banyak membantu hingga akhir daripada penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa isi skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan – kekurangan yang tidak lain karena terbatasnya ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu, dengan senang hati penulis menerima segala kritik dan saran – saran positif untuk perbaikan skripsi ini sehingga nantinya bermanfaat bagi yang memerlukannya.

Akhir kata, penulis hanya dapat berdoa kepada Allah SWT, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, dan rekan – rekan sekalian.



Medan, 20 Oktober 2006

Penulis,

Nurrohimi

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>RINGKASAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	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 .....	4
F. Metode Analisis .....	6
<b>BAB II : LANDASAN TEORITIS</b> .....	7
A. Pengertian Strategi Pemasaran .....	7
B. Segmentasi Pasar .....	11
C. Pengembangan Strategi Pemasaran .....	13
D. Sasaran – Sasaran Strategi Pemasaran .....	17
E. Strategi Bauran Pemasaran .....	19

<b>BAB III : PT. ASURANSI JIWasRAYA MEDAN UTARA .....</b>	<b>26</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	26
B. Pasar Sasaran .....	38
C. Strategi Pemasaran Yang Dijalankan .....	39
D. Strategi Bauran Pemasaran Yang Diterapkan .....	41
E. Rencana dan Realisasi Penjualan Polis 2001 – 2005 .....	43
F. Hambatan – Hambatan Yang Dihadapi dan Usaha Untuk Mengatasinya .....	46
<b>BAB IV : ANALISIS DAN EVALUASI .....</b>	<b>49</b>
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>59</b>
A. Kesimpulan .....	59
B. Saran .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	

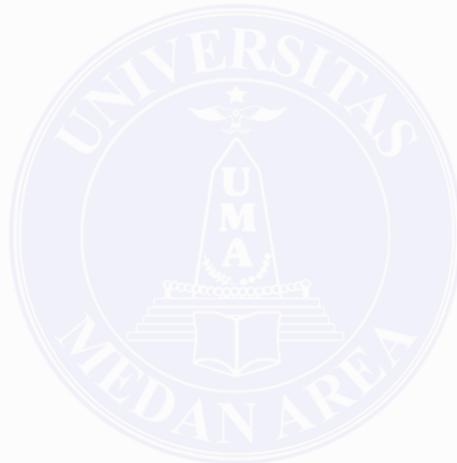


## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar 1 : Bagan Struktur Organisasi PT. Asuransi Jiwasraya

Medan Utara Medan ..... 29



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1 : Rencana dan Realisasi Penjualan Polis Tahun 2001 – 2002 .....	44
Tabel 2 : Rencana dan Realisasi Penjualan Polis Tahun 2003 – 2005 .....	45
Tabel 3 : Rencana dan Realisasi Penjualan Polis Tahun 2001 – 2005 .....	46
Tabel 4 : Rencana dan Realisasi Penjualan Polis dalam Persentase dan Selisih Tahun 2001 – 2005 .....	56

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Alasan Pemilihan Judul**

Dengan perkembangan dunia dewasa ini, perusahaan menghadapi banyak masalah – masalah dalam kegiatan sehari – hari antara lain persaingan dalam memasarkan barang dagangan. Untuk itu seorang pimpinan dalam mencapai tujuan perusahaan harus mampu merebut pasar melalui berbagai kebijaksanaan dalam meningkatkan penjualan.

Setiap perusahaan yang ingin meningkatkan volume penjualannya serta melancarkan operasi perusahaan, maka perusahaan tersebut harus menetapkan satu strategi pemasaran yang baik demi kelangsungan hidup perusahaannya.

“ Perusahaan yang sudah menentukan market strategi, adakalanya merubah salah satu policy untuk menstimulir permintaan terhadap satu jenis produk disebut demand adaptation<sup>1)</sup>. Suatu kebijakan diambil oleh pimpinan perusahaan, yaitu digunakan suatu penerapan strategi pemasaran yang hal ini merupakan suatu kelaziman dalam dunia usaha perdagangan. Dengan adanya strategi pemasaran ini maka akan memberi dampak terhadap volume penjualan.

Konsumen adalah pemakai barang paling utama bagi perusahaan. Dengan adanya konsumen maka perusahaan dapat memproduksi produk / jasa yang diperlukan konsumen. Dalam pemasaran juga perusahaan selalu menghadapi kendala

---

1) A. Aziz Hasan, **Marketing dan Strateginya**, Medan 2003, halaman 35.

atau persaingan yang sangat ketat, dikarenakan banyaknya produsen atau pengusaha yang menjual produknya untuk memenuhi konsumen. Akibat adanya kendala yang dihadapi perusahaan maka volume penjualan polis PT. Asuransi Jiwasraya Medan Utara Medan tahun 2001 – 2005 mengalami fluktuasi, ini terlihat dari persentase penjualan dari tahun ke tahun sebagai berikut :

- Tahun 2001 ke 2002 penjualan menaik sebesar 52,21 %.
- Tahun 2002 ke 2003 penjualan menaik sebesar 29,45 %.
- Tahun 2003 ke 2004 penjualan menurun sebesar 54,44 %.
- Tahun 2004 ke 2005 penjualan menurun sebesar 31,79 %.

Oleh karena itu target yang telah ditetapkan perusahaan tidak tercapai tetapi yang sangat perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan penjualan adalah merencanakan serta melaksanakan tindakan – tindakan yang efektif dan efisien dan dituntut bagi pihak perusahaan untuk mencari dan menetapkan strategi pemasaran yang baru demi kelangsungan hidup perusahaan.

Hanya dengan menerapkan strategi pemasaran yang baiklah semua volume penjualan dapat berjalan dengan lancar. Strategi pemasaran yang ditetapkan oleh perusahaan akan memberikan dampak terhadap volume penjualan.

Berkenaan dengan strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan tersebut dan kaitannya dengan volume penjualan, maka hal ini dijadikan sebagai topik penelitian / pokok bahasan dalam penyusunan skripsi ini. Selanjutnya sebagai obyek penelitian / sasaran penelitian penulis memilih PT. Asuransi Jiwasraya Medan Utara Medan. Karena perusahaan tersebut dinilai cukup memenuhi syarat untuk suatu

## DAFTAR PUSTAKA

- Anbrey Wilson, **Manajemen Pemasaran Jasa**, Terjemahan Andres Panerib, LPPM, Edisi Kelima, Jakarta, 1992.
- Basu Swastha DH dan Irawan, **Manajemen Pemasaran Modern**, Edisi Kedua, Cetakan Keempat, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1990.
- A. Aziz Hasan, **Marketing dan Strateginya**, Medan, 2003.
- Philip Kotler, **Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian**, Terjemahan Jakasawasana, Edisi IX, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1997.
- Ronald Nangoi, **Marketing Dalam Era Globalisasi**, Cetakan Pertama, Penerbit Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1997.
- Radiosunu, **Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis**, Edisi Kedua, Cetakan Keempat, Penerbit BPFE, Yogyakarta, 1995.
- S. Nasution dan M. Thomas, **Buku Penuntun Membuat Tesis, Skripsi, Disertasi, Makalah**, Edisi Kedua, Cetakan Kesebelas, Penerbit Bumi Aksara, 2006.
- Sofyan Assauri, **Manajemen Pemasaran, Dasar Konsep Dan Strategi**, Edisi I, Cetakan Keenam, Penerbit PT. Raya Grafindo Persada, Jakarta, 1999.
- Warren J. Keagen, **Manajemen Pemasaran Global**, Terjemahan Marianus Sinaga, Penerbit Prehallindo, Jakarta, 1991.
- William Perreaul, JR dan Jerome E. Mc Carly, **Dasar – Dasar Pemasaran**, Terjemahan Gulo DH, Edisi V, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1993.
- Winarno Surakhmad, **Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik**, Edisi VIII, Tarsito, Bandung, 1992.