

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Dalam dunia bisnis, setiap perusahaan memiliki tujuan tertentu, beberapa tujuan tersebut adalah mendapatkan laba (*profit*) yang sebesar-besarnya, mempertahankan kelangsungan hidup, dan berkembang. Dengan semakin berkembangnya dunia usaha, menuntut setiap perusahaan ataupun pelaku bisnis untuk dapat menghasilkan produk, baik itu dalam bentuk barang maupun jasa yang berkualitas sehingga dapat bersaing di pasar dengan perusahaan lain yang sejenis. Oleh sebab itu, pimpinan perusahaan harus mampu meningkatkan omzet penjualan. Omzet penjualan suatu perusahaan sebenarnya tergantung pada kualitas produk, harga jual, promosi penjualan, dan distribusinya, keseluruhan kegiatan tersebut tidak lain yakni menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

Setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam mengelola kegiatan pemasarannya, demikian juga halnya perusahaan asuransi. Salah satu kegiatan pokok perusahaan asuransi adalah memindahkan risiko individu kepada perusahaan asuransi. Dengan demikian, perusahaan asuransi akan menjadi penanggung risiko yang timbul sebagai akibat kegiatan si tertanggung antara lain

kecelakaan, cacat seumur hidup, ataupun meninggal dunia. Pemindahan risiko ini akan berlangsung jika terjadi pembelian produk perusahaan asuransi berupa polis.

PT AIG Lippo Life – Cabang Medan merupakan salah satu perusahaan asuransi yang ada di Medan. Di mana dalam memasarkan polisnya dibutuhkan suatu cara atau kebijakan pemasaran yang terencana, sehingga polis tersebut diminati dan dimiliki calon konsumen.

Dalam situasi persaingan yang saat ini sangat ketat maka perusahaan perlu menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien guna mencapai target penjualan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan uraian di atas penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang strategi pemasaran PT AIG Lippo Life – Cabang Medan, dan menuangkannya dalam karya ilmiah yang berjudul "STRATEGI PEMASARAN POLIS ASURANSI PADA PT AIG LIPPO LIFE – CABANG MEDAN."

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan penelitian pendahuluan ditemukan adanya masalah yang berkaitan dengan pemasaran yang dirumuskan sebagai berikut:

"Apakah strategi pemasaran yang dijalankan sudah efektif dan efisien."