

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN POLIS ASURANSI JIWA
PADA PT. ASURANSI JIWA BUMI ASIH JAYA
KANTOR DISTRIK PETISAH MEDAN**

Oleh :

Ermansyah

NIM : 97 830 0310



**JURUSAN ANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2003**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN POLIS ASURANSI
JIWA PADA PT. ASURANSI JIWA BUMI ASIH JAYA
KANTOR DISTRIK PETISAH
MEDAN**

SKRIPSI

OLEH :

ERMANSYAH

No. Stb : 97 830 0310

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

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2003**

Judul Skripsi : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN POLIS ASURANSI JIWA PADA PT. ASURANSI JIWA BUMI ASIH JAYA KANTOR DISTRIK PETISAH MEDAN.**

Nama Mahasiswa : **ERMANSYAH**

No. Stambuk : 97.830.0310

Jurusan : **MANAJEMEN**

Menyetujui :
Komisi Pembimbing

Pembimbing I

(Drs. H. Jhon Hardy, MSi)

Pembimbing II

(Hery Syahrial, SE)

Mengetahui :

Ketua Jurusan

(Drs. H. Miftahuddin, MBA)

Dekan

(H. Syahriandy, SE, MSi)



الْقَلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

*Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum
kecuali mereka merubah keadaan yang ada
pada diri mereka sendiri
(Q. S. A.R-RA'D : 11)*

*Kupersembahkan kepada Istri tercinta
Corlina
Dan Anakku tersayang Querty Ubiop Ramadhan
Ayahanda / Ibunda :*

*Syahrani
Nuraimah*

Dan

*Rustam
Fatimah Anum*

*Abanganda : Ahmad Syah
Adikku : Hazaruddin*

Motto :

*Perjuangan Terletak Pada Ambisi
Dan Keinginanmu,
Sedang
Perilaku dan Kesabarannya ditentukan
oleh
Imanmu.*

Ermansyah



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang atas berkah, karunia Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi di Universitas Medan Area.

Penulis pada kesempatan ini menyadari sepenuhnya bahwa tulisan ini masih sangat jauh dari sempurna, disamping itu masih banyak kekurangan serta kejanggalan disana – sini, baik dari bahasa, isi dan tulisan. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menginginkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari para pembaca untuk kesempurnaan tulisan ini.

Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Medan area.
2. Bapak H. Syahriandy, SE, MSi, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Drs. H. Jhon Hardy, MSi sebagai Ketua Jurusan Manajemen dan juga sebagai pembimbing I yang telah membimbing penulis dalam penyelesaian tulisan ini.
4. Drs. Hery Syahrial selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk penyelesaian tulisan ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah mengajar penulis sejak awal perkuliahan hingga dapat menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Universitas medan area.
6. Bapak Pimpinan PT. Asuransi jiwa Bumi asih Jaya Distrik Petisah Medan beserta seluruh staf perusahaan yang telah bersedia menerima penulis untuk mengambil data guna penyelesaian skripsi ini.
7. Teristimewa buat istri tercinta Herlina dan anakku tersayang Qwerty Uiop Ramadhan yang telah memberikan semangat baik sepanjang perkuliahan maupun selama penulisan skripsi ini.
8. Dan tak lupa Ananda ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua saya Syahrani dan Nuraimah serta kedua mertua saya Rustam dan Patimah Anum yang telah banyak memberikan dukungan moril maupun materil hingga ananda dapat menyelesaikan study.
9. Rekan-rekan mahasiswa stambuk 1996 yang selama ini menjadi mitra study dan banyak memberikan bantuan berupa sumbangan pikiran maupun syaran-syaran kepada penulis.

Akhirnya semoga Allah SWT memberikan karunia dan hidayah-Nya kepada kita semua. Amin

Medan, Maret 2003

Penulis

(ERMANSYAH)

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
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	4
F. Metode Analisis	5
BAB II : LANDASAN TEORITIS	6
A. Pengertian dan Arti Pentingnya Strategi Pemasaran	6
B. Jenis-Jenis Strategi Pemasaran	8
C. Pangsa Pasar Dan Target Market	11
D. Situasi Persaingan	14
E. Fungsi dan Manfaat Polis Asuransi Jiwa	17

BAB III	: PT. ASURANSI JIWA BUMI ASIH JAYA	
	DISTRİK PETISAH MEDAN	20
	A. Gambaran Umum Perusahaan	20
	1. Sejarah Singkat perusahaan.....	20
	2. Struktur organisasi Perusahaan.....	26
	3. Bidang Usaha yang Dijalankan.....	32
	B. Pangsa Pasar Dan Target Market	33
	C. Strategi Pemasaran Yang Dijalankan	36
	D. Target Dan Realisasi Penjualan	41
	E. Hambatan-hambatan Yang Dihadapi Perusahaan dan Usaha- usaha mengatasinya	42
BAB IV	: ANALISIS DAN EVALUASI	46
	A. Analisis.....	46
	B. Evaluasi	48
BAB V	: KESIMPULAN DAN SARAN	51
	A. Kesimpulan	51
	B. Saran	52

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Dewasa ini di Indonesia banyak perusahaan yang pertumbuhannya begitu pesat, yang hampir bergerak diseluruh sisi kehidupan masyarakat. Dalam pertumbuhan yang begitu pesat dan cepat setiap perusahaan dalam kegiatannya selalu ingin mencapai sasaran yang telah ditetapkan oleh pimpinan perusahaan, yaitu dengan memperoleh hasil berupa laba yang maksimum. Setiap perusahaan harus melakukan hal tersebut agar dapat mempertahankan kelanggengan hidup dan juga dapat meningkatkan atau memperluas perusahaan. Untuk dapat menjamin tercapainya sasaran-sasaran itu haruslah dengan menggunakan berbagai sarana.

Perusahaan asuransi jiwa adalah merupakan lembaga keuangan non bank yang dalam operasionalnya sebagai penghimpun dana masyarakat. Pada hakekatnya asuransi jiwa merupakan suatu bentuk kerja sama dari orang-orang (masyarakat pemegang polis) yang ingin menghindari atau sekurang-kurangnya meringankan kerugian ekonomi akibat terjadinya resiko. Kerja sama antar pemegang polis tersebut dikoordinir oleh perusahaan asuransi jiwa yang bekerja atas dasar hukum.

Pada dasarnya manusia membutuhkan asuransi jiwa, hal ini disebabkan karena setiap manusia dalam masyarakat sering menderita kerugian ekonomi akibat suatu peristiwa yang tidak diduga datangnya. Misalnya : rumah terbakar, barang-

barang (harta benda) di curi, mendapat bahaya kecelakaan perjalanan (baik didarat, dilaut maupun diudara).

Kalau kerugian itu kecil dapat ditutupi dengan uang simpanan yang ada, sehingga kerugian itu tidak terasa, tetapi apabila uang simpanan kurang memadai bahkan tidak ada untuk menutupi kerugian itu, maka orang itu dan keluarganya akan menderita hidupnya.

Dengan demikian jelaslah bahwa setiap manusia akan menghadapi kemungkinan menderita kerugian, kehilangan harta benda miliknya karena berbagai sebab peristiwa. Dan kerugian paling fatal yang akan diderita manusia dan keluarganya didalam suatu masyarakat ditinjau dari aspek ekonomi adalah kerugian akibat meninggal dunia sang kepala keluarga, hal inilah yang kurang mendapat perhatian sebagian besar masyarakat, sehingga percepatan pemasaran polis asuransi jiwa di Indonesia akan terganggu, sangat berbeda dengan masyarakat di negara-negara yang telah maju, seperti Jepang, Amerika Serikat, Kanada, Singapura dan lain-lain.

Sungguh sangat ironis, mengingat di satu sisi asuransi jiwa merupakan lembaga keuangan terbesar di dunia, yang tumbuh dan berkembang demikian pesatnya di negara-negara maju, sebaliknya di Indonesia justru lembaga perbankan yang telah maju, tumbuh dan berkembang dengan pesat.

Disamping itu asuransi jiwa juga berperan sebagai partner atau mitra pemerintah dalam pembangunan negara, oleh karena itu perusahaan asuransi diwajibkan menyalurkan pendapatannya 20% (Sumber : Analisa penulis), setiap

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas salim, dasar-dasar asuransi, Rajawali Pers, Jakarta, 1989, hal. 25.
- Alex. S. Nitisemito, Marketing, Cetakan Keenam, Ghalia, Indonesia, Jakarta, 1986, hal. 55.
- Basu Swastham DH, Azas-azas Marketing, Edisi Ketiga, penerbit Lyberty, Yogyakarta, 1984, hal. 94.
- Cammack dan Mehr, Bidang Usaha Asuransi, Terjemahan Oleh Drs. A. Hasymi, Balai Aksara, Jakarta, 1981, hal. 18.
- Dewan Asuransi Indonesia Penuntun Keangenan Asuransi Jiwa, Edisi Kedua, Jakarta, 1984, hal. 12.
- Douglas. W. Foster, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ketiga, Penerbit Alumni, Bandung, 1980, hal. 94.
- Drs. Sukartomo, Pengetahuan Umum Asuransi Jiwa, Cetakan Ketiga, Sinar Baru, Palembang, 1990 hal. 7.
- DR. Buchari Alma, Bisnis Asuransi, cetakan Ketiga, Alfabeta, 1984, hal. 97.
- DR. Winardi, SE, Azas-Azas Marketing, Cetakan Ketiga, Penerbit Alumni, Bandung, 1980, hal. 251.
- Drs. Sofyan Aassauri, SE, MBA, Manajemen Pemasaran, Cetakan Keempat, Rajawali, Jakarta, 1992, hal. 4.
- E. Jerome MC. Carthy, dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Ketiga, Erlangga, yogyakarta. 1984, hal, 251.
- Philip Kotler. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan pengendalian, Terjemahan : Drs. Jaka Wasana, edisi kelima, Jilid satu, Erlangga, Jakarta, 1987, hal. 5 dan hal. 98.
- William J. Stantom, prinsip pemasaran, Terjemahan Y. Lamarto, Edisi Ketujuh, Jilid Satu, Erlangga, 1989, hal. 92.