

UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA

**PERANAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN POLIS ASURANSI DI
PT. ASURANSI JIWASRAYA (Persero) JAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik Dan Melengkapi
Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada

Oleh :

PURBOWO

NIM : 99410903



PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS DARMA PERSADA
26 / SICR - FEM / 04 - 05
658.8 - PUR - P...
MANAJ. PENJU.
PURBOWO
SKR - FEM - 28-10-04

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2004**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Purbowo
NIM : 99410903
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Program Studi : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : "Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Polis
Asuransi Di PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta"

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan Panitia
Penguji Skripsi pada tanggal Juli 2004.

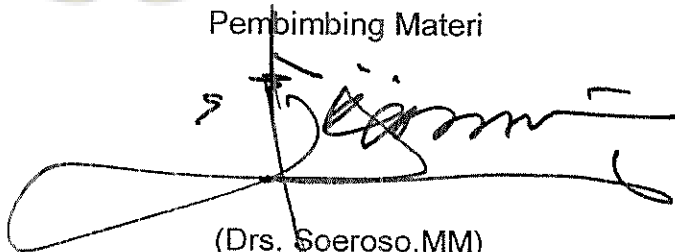
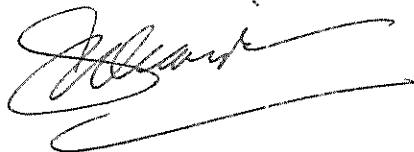
Jakarta, Juli 2004

Mengetahui,

Menyetujui,

Ketua Jurusan Manajemen

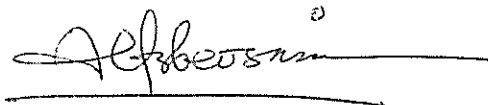
Pembimbing Materi



(Sukardi H Sentono, SE)

(Drs. Soeroso, MM)

Pembimbing Teknis

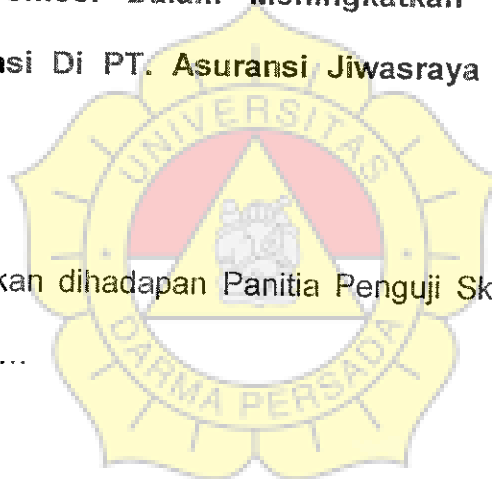


(Alfonsus B. Say, SE)



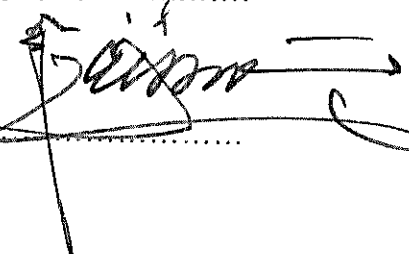
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Purbowo
NIM : 99410903
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Program Studi : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : "Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan
Polis Asuransi Di PT. Asuransi Jiwasraya (Persero)
Jakarta"

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi pada tanggal...Juli 2004, dengan hasil...



PANITIA PENGUJI SKRIPSI

	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Ketua	
2.	Anggota Penguji	
3.	Anggota Penguji	

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Purbowo
NIM : 99410903
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul "Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Di PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta" di bawah bimbingan Drs. Soeroso,MM benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun mengcopy dari sebagian hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan tidak sesuai dengan pernyataan ini, saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

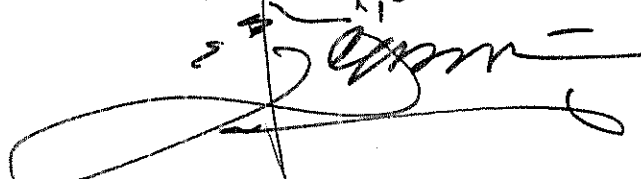
Yang Menyatakan,

(Purbowo)

ABSTRAK

- (A) PURBOWO (99410903).
- (B) PERANAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN POLIS ASURANSI DI PT. ASURANSI JIWASRAYA (PERSERO) JAKARTA.
- (C) Xii + 76 halaman, 1 gambar , 2 tabel.
- (D) Kata kunci : Promosi, Hasil Penjualan PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta.
- (E) Alasan dan tujuan penelitian Untuk mengetahui bagaimana peranan promosi terhadap peningkatan pendapatan premi pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta
- Metode penelitian** Di dalam mengumpulkan data dan bahan penulisan penulis melakukan riset langsung pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta disamping itu penulis juga melakukan riset kepustakaan untuk memperoleh landasan teori dari buku-buku dan wawancara langsung terhadap karyawan-karyawan yang berwenang pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta.
- Hasil penelitian** Hasil kebijaksanaan PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta berpengaruh positif terhadap peningkatan hasil penjualan polis / pendapatan premi Asuransi Jiwasraya. Hal ini terbukti dari hasil perhitungan koefisien korelasi $r = 0,89716$, maka dapat dikatakan hubungan antara biaya promosi (X) dengan hasil pendapatan premi (Y) adalah kuat dan positif artinya jika terjadi kenaikan biaya promosi (X), maka volume penjualan polis / pendapatan premi Asuransi Jiwasraya akan mengalami kenaikan pula dan sebaliknya apabila terjadi penurunan biaya promosi, maka volume penjualan premi asuransi akan mengalami penurunan pula.
- Kesimpulan** PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta, dalam melaksanakan kebijaksanaan promosinya menggunakan Bauran Promosi, Periklanan, Sales Promotion, Personal Selling dan Publisitas.
- (F) Daftar Acuan (1999-2003).

(G) Pembimbing Materi



(Drs. Soeroso, MM)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan ridhonya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang merupakan salah satu syarat mutlak untuk bisa mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Namun dari pengembangan dalam proses penyelesaian skripsi masalah sangat jauh dari sempurna, karena terbatasnya pengetahuan dan kemampuan yang ada pada penulis. Walaupun demikian skripsi ini cukup memenuhi syarat yang diperlukan dan sekiranya dapat bermanfaat untuk dipelajari.

Dalam penyusunan skripsi yang sangat sederhana ini tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. H. Shanti Danu Boestaman, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Bapak Drs. Soeroso, MM selaku dosen pembimbing materi yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan bimbingan materi dan bimbingan moril dalam penulisan skripsi ini.

3. Bapak Alfonsus B. Say, SE selaku dosen pembimbing teknis yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan dan petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Sukardi H Sentoso, SE selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah memberikan bimbingan selama penulis berada di bangku kuliah.
5. Orang tua penulis Ayahanda Welly W dan Ibunda Neneng S yang tercinta yang telah memberikan dorongan moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas apa yang diberikan, semoga penulis dapat memberikan yang terbaik pula bagi mereka.
6. Kakak-kakakku yang tercinta Nelly Tirtisari, Cahyo Indrianto (Alm) serta adikku yang tersayang Jati Seno.
7. Team Bamboo Ekonomi, (Togar Hutagalung, Donny Roti, Jeffry Tomang, Haris Babar, Abi Lemmot, Adi BOM-BOM berpitak, Iwan RT, Jenong, Ryan Pulung, Reza Padang, Tami, Rendra Kondom, Ali, Made, Adit, Pongoh, Gilang, Dany Kartini, Danu Otish, Teguh Slipknot, Andri, Wisnu Konslet, Adi panjang, Pay, Emak, Amel, Kiki Kicut, Rispa, Tati, Dewi Teteh, Nining, Illa Bogel, keluarga cemara: Aji Jagal, Siti, Jenny, Dilla, F4: Fitri, Iya, Putri, Retna, Heru Tile, Endol, Rini, Mae, Arab, Ali, Ewin, chiko, Yolana, Ayu Kuri, Mamang, Nico, Nanda cabul, Lena, Dini, Vio, Cibog, Bedul, Dede, Fatur, Win, Awi, Dana) yang selalu mengingatkan penulis agar menyelesaikan skripsi ini.

8. Kakak-kakak Seniorku (kak Firsan, M'ba Dini, Arif, Koko, Enda, Pacul, Amar, Mila, Mancho Jawa, dan Indra).
9. Buat Rini yang selalu mengingatkan penulis agar menyelesaikan skripsi ini.
10. Om Vanda yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan dan bimbingan materi dalam penulisan skripsi ini.
11. Buat Om dan Tante Muhartono yang telah menyediakan waktunya dan membantu dalam penulisan skripsi ini.
12. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, saya mengucapkan do'a semoga Allah SWT membalas kebaikan serta memberikan taufik dan hidayahNya kepada Bapak / Ibu, Saudara - Saudari dan teman-teman atas segala kebaikan yang telah penulis terima.

Jakarta, Juli 2004

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	2
C. Manfaat dan Tujuan Penelitian.....	3
D. Metode Pengumpulan Data.....	3
E. Sistematika Pembahasan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran Dan Bauran Pemasaran....	8

B. Metode-Metode Bauran Promosi	20
C. Faktor-faktor Lain Yang Mempengaruhi Promosi....	33
D. Pengertian Asuransi.....	34

BAB III GAMBARAN UMUM PT. ASURANSI

JIWASRAYA (PERSERO) JAKARTA

A. Sejarah Singkat Berdirinya PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta.....	36
B. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	39
C. Struktur Organisasi.....	40
D. Produk – Produk yang dihasilkan oleh PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta.....	47

BAB IV ANALISA PEMBAHASAN

A. Strategi dan Kebijakan Manajemen Yang Dilaksanakan Oleh PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta.....	54
B. Pelaksanaan Kegiatan Promosi Perusahaan.....	55
C. Pengaruh Pelaksanaan Promosi Terhadap Hasil Penjualan.....	66
D. Analisis Hubungan Biaya Promosi Terhadap Hasil Penjualan.....	69

E. Analisa Hasil Statistika Kebijaksanaan Promosi Dengan Peningkatan Hasil Penjualan.....	70
--	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	74
B. Saran-saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA.....	xiii
----------------------------	-------------

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV.1 : Biaya Promosi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta Tahun 1999 – 2003.....	67
Tabel IV.2 : Biaya Promosi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta Tahun 1999 - 2003	68
Tabel IV.2 : Perhitungan Korelasi Antara Biaya Promosi Dengan Hasil Pendapatan Premi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta Tahun 1999 - 2003	71



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar III.1 : Struktur Organisasi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta	53



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia, dalam menjalankan hidupnya selalu dihadapkan pada berbagai kemungkinan terjadinya resiko. Secara garis besar resiko yang dimaksud berupa resiko yang pasti terjadi dan waktunya sudah dapat diperkirakan yaitu datangnya hari tua serta saatnya memasuki masa purna bakti atau pensiun dan kematian. Resiko yang tidak pasti terjadi namun tidak diketahui kapan terjadinya, yaitu berupa datangnya kecelakaan, sakit, pengangguran atau kebangkrutan. Untuk menghadapi resiko tersebut, jalan yang paling ampuh adalah asuransi.

Di negara-negara maju, asuransi sudah menyatu dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Hampir semua gerak langkah dalam kehidupan sehari-hari disertai dengan asuransi. Ini tak lain karena asuransi merupakan jaminan dan payung kemajuan dan kehidupan.

Di Indonesia fungsi dan peranan asuransi jiwa masih sangat rendah bila dibandingkan dengan negara lain. Hal ini disebabkan karena secara umum masyarakat Indonesia kurang memahami tentang asuransi jiwa tersebut. Selain itu bisnis asuransi jiwa di Indonesia masih kurang

memasyarakat, serta informasi dan pengenalan mengenai asuransi belum seluruhnya tersebar secara luas dan merata.

Kondisi ini mendorong kegiatan promosi merupakan suatu cara yang lebih efektif dalam memperkenalkan serta memberikan informasi tentang manfaat dari program asuransi guna menarik minat pembeli yang potensial dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan perusahaan.

Semakin banyaknya perusahaan perasuransian yang ada, akan menimbulkan persaingan dalam memperebutkan pembelian potensial serta berpengaruh terhadap peningkatan penjualan polis asuransi. Permasalahan tersebut merupakan alasan yang mendorong penulis untuk menyusun skripsi dengan judul: **“PERANAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN POLIS ASURANSI DI PT. ASURANSI JIWASRAYA (PERSERO) JAKARTA”**.

B. Perumusan Masalah

Peranan promosi dalam meningkatkan penjualan polis asuransi pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta adalah suatu terobosan guna meningkatkan penjualan produk-produk dari penjualan polis.

Oleh karena itu perumusan masalah dalam skripsi ini dimaksud untuk mengetahui:

1. Bagaimana pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta?

2. Sejauh mana pengaruh promosi terhadap hasil penjualan polis pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta?

C. Manfaat dan Tujuan Penelitian

1. Manfaat Penelitiuan

- a. Bagi penulis, penelitian ini merupakan sarana untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang diperoleh dari bangku kuliah kedalam situasi praktek yang nyata pada perusahaan.
- b. Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat membantu dalam menerapkan kebijaksanaan pemasaran khususnya bidang promosi agar dapat lebih efektif dan efisien dalam pelaksanaannya.
- c. Bagi pembaca, dapat mengetahui pemasaran apa yang digunakan oleh perusahaan dan teori-teori pemasaran yang dipakai penulis.

2. Tujuan Penelitian

- a. Sebagai tugas akhir dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.
- b. Untuk mengetahui pelaksanaan promosi yang dilakukan dan strategi yang dipakai.

D. Metode Pengumpulan Data

Dalam menyusun skripsi ini diperlukan data dan informasi yang benar serta bersifat kualitatif dan kuantitatif. Kemudian data dan informasi yang diperoleh disusun dan dianalisis, dengan demikian akan diperoleh

suatu gambaran yang jelas. Maka dengan itu penulis akan menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Metodologi Pengumpulan Data

a. Penelitian Perpustakaan (*library research*)

Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari sumber buku-buku, majalah dan dokumen-dokumen lainnya yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

b. Penelitian Lapangan (*field research*)

Penelitian ini dilaksanakan dengan observasi secara langsung ke PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta Divisi Pengumpulan Data serta mengadakan wawancara dan tanya jawab dengan staf-staf perusahaan yang berwenang untuk memberikan data yang diperlukan.

2. Metode Analisis Data

Metode analisis data menggunakan rumus korelasi

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \sqrt{n(\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah tahun yang dihitung

X = Biaya promosi yang dikeluarkan

Y = Tingkat volume penjualan yang diperoleh pada hakekatnya, nilai r dapat bervariasi dari -1 melalui 0 hingga $+1$

Bila :

$r = 0$ atau mendekati 0 , maka korelasi antara kedua variable sangat lemah atau tidak ada hubungan sama sekali

$r = +1$ atau mendekati 1 , maka korelasi antara dua variable dikatakan positif atau sangat kuat sekali

$r = -1$ atau mendekati -1 , maka korelasi antara dua variable dikatakan sangat kuat dan negatif

Untuk dapat mengetahui apakah program promosi yang dijalankan oleh perusahaan sudah berjalan efektif atau belum dan untuk mengetahui bagaimana hubungan atau kaitannya antara kegiatan promosi dengan tingkat volume penjualan yang diperoleh perusahaan. Dalam hal ini masalah tersebut diukur dengan menggunakan analisis koefisien korelasi.

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi atau korelasi antara biaya promosi yang dikeluarkan dan tingkat volume penjualan. Tingkat asosiasi sedemikian itu tergantung pada pola *variadi* yang bersifat simultan dari biaya promosi (X) dan tingkat volume

penjualan (Y). Dapat diambil kesimpulan apakah kegiatan promosi yang dilaksanakan akan mempengaruhi volume penjualan.

E. Sistematika Pembahasan

Agar lebih memudahkan penulisan skripsi ini dan jelas dalam penyusunannya, maka skripsi ini akan penulis bagi secara bertahap menurut bab-bab yang terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini, mencakup uraian mengenai latar belakang masalah, manfaat dan tujuan penelitian, metode pengumpulan data, dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini, mencakup uraian mengenai pengertian pemasaran dan bauran pemasaran, metode-metode bauran promosi, faktor-faktor lain yang mempengaruhi promosi, dan pengertian asuransi

BAB III : GAMBARAN UMUM PT. ASURANSI JIWASRAYA (PERSERO) JAKARTA

Dalam bab ini, mencakup uraian mengenai sejarah singkat berdirinya PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta, struktur organisasi perusahaan, visi, misi dan tujuan perusahaan, dan

produk-produk yang dihasilkan oleh PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta.

BAB IV : ANALISA PEMBAHASAN

Dalam bab ini, mencakup uraian mengenai strategi dan kebijakan manajemen yang dilaksanakan oleh PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta, pelaksanaan kegiatan promosi perusahaan, pengaruh pelaksanaan promosi terhadap hasil penjualan, analisis hubungan biaya promosi terhadap hasil penjualan, dan analisis hasil statistika kebijaksanaan promosi dengan peningkatan hasil penjualan

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini yang merupakan bagian penutup dari skripsi memuat uraian tentang kesimpulan dari hasil pembahasan dan saran-saran penulis yang kiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan.