

**PERANAN PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN POLIS PADA PT. ASURANSI
JIWASRAYA (PERSERO)
JAKARTA**

SKRIPSI

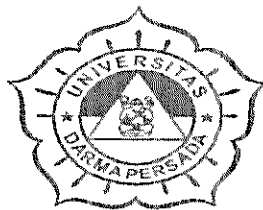
Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik Dan
Melengkapi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Oleh :

KIKI HARDADY

No. Pokok : 96420054

NIRM : 963123340250053



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2001**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Kiki Hardady
NIM : 96420054
NIRM : 963123340250053
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **Peranan Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Polis
Asuransi Pada “PT. Asuransi Jiwasraya (Persero)”
Jakarta.**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan di hadapan penguji skripsi pada tanggal .

Jakarta, Juli 2001

Mengetahui,

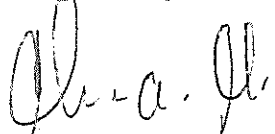
Ketua Jurusan Manajemen



(Dra. Endang Tri Pujiastuti)

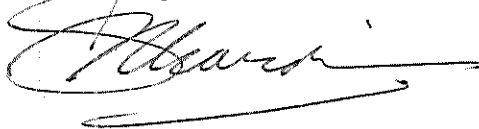
Menyetujui,

Pembimbing Materi



(Chalid Ismail, SE, MM)

Pembimbing Teknis,



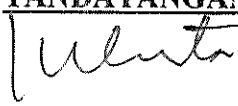

(Sukardi, SE)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Kiki Hardady
NIM : 96420054
NIRM : 963123340250053
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **Peranan Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Polis
Asuransi Pada "PT. Asuransi Jiwasraya (Persero)"
Jakarta.**

Telah diperiksa dan dikaji dan diajukan di hadapan panitia penguji skripsi pada tanggal 10 Agustus 2001.

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

<u>NAMA</u>	<u>JABATAN</u>	<u>TANDATANGAN</u>
1. Dr. Suharto	KETUA	
2. Chalid Ismail, SE, MM	ANGGOTA PENGUJI	
3. Drs. Fauzi Basyir	ANGGOTA PENGUJI	

LEMBAR PERNYATAAN

Nama : Kiki Hardady
NIM : 96420054
NIRM : 963123340250053
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Peranan Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Pada “PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta”** di bawah bimbingan **Chalid Ismail, SE,MM**, benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dan mengcopy dari hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari diketemukan tidak sesuai dengan pernyataan ini, saya bersedia mempertanggung jawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yang menyatakan,

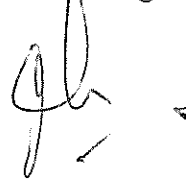


(KIKI HARDADY)

ABSTRAKSI

- (A) **Kiki Hardady** ; 96420054 / 963123340250053
- (B) **Judul ;** *PERANAN PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN POLIS ASURANSI PADA "PT. ASURANSI JIWASRAYA (PERSERO)" JAKARTA.*
- (C) x + 71 halaman, VII tabel.
- (D) **Kata Kunci ;** Promosi, Hasil Penjualan PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta.
- (E) **Alasan dan Tujuan Penulisan ;** Untuk mengetahui bagaimana peranan promosi terhadap peningkatan pendapatan premi pada perusahaan.
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 promosi yang dilaksanakan oleh PT. Asuransi Jiwasraya berpengaruh positif terhadap peningkatan hasil penjualan. Hal ini terbukti dari perhitungan uji korelasi. Dengan hasil $r = 0,9268$. Program Personal Selling merupakan cara yang tepat dan efektif, karena dapat meningkatkan penjualan polis bagi perusahaan dan bersifat positif, dimana $r = 0,87$. Hal ini terbukti dari perhitungan uji korelasi. Di samping itu, unsur-unsur bauran promosi yang lain juga penting bagi perusahaan dalam meningkatkan hasil penjualan.
Kesimpulan ; Peranan promosi untuk meningkatkan hasil penjualan sangat kuat. Di samping itu, program *Personal Selling* yang dilaksanakan PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta mempunyai peranan yang paling, selain unsur-unsur bauran promosi yang lain.
- (F) **Daftar Acuan ;** (1996 – 2000)

(G) **Dosen Pembimbing Materi**



(Chalid Ismail, SE,MM)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas penulisan skripsi yang bertujuan untuk memenuhi salah satu tugas akademik dan melengkapi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Dharma Persada Jakarta.

Dalam skripsi ini penulis membahas tentang *Peranan Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Pada "PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta*, yaitu perusahaan tempat penulis mendapatkan kesempatan untuk mengadakan penelitian.

Penulis sangat menyadari bahwa kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki dalam penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, sehingga sangat mungkin bila dalam skripsi ini masih terdapat kekurangannya. Oleh karena itu penulis sangat menghargai kritik maupun saran yang berguna untuk penyempurnaan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, petunjuk dan dorongan hingga skripsi ini dapat selesai.

Penulis menghaturkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. H. Shanti Danu Boestaman, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Ibu. Dra. Endang Tri Pujiastuti, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Bapak Chalid Ismail, SE, MM. selaku Pembimbing Materi
4. Bapak Sukardi, SE, selaku Pembimbing Teknis.
5. Pimpinan dan staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Pimpinan dan seluruh staf dan karyawan PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta.
7. Papa, Mama dan saudari saya yang telah memberikan dorongan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman Ekonomi Universitas Darma Persada.
9. Ishak Palar, Nugroho, Nanda Gunawan yang telah meminjamkan komputer. Karol Joseph yang telah menghantarkan penulis pergi ke perusahaan. Dan anak-anak warung yang telah menghibur penulis dikala susah.

Akhir kata, penulis berharap mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, terutama bagi pengembangan Ilmu Ekonomi.

Jakarta, Juli 2001



(KIKI HARDADY)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I	PENDAHULUAN
A. Alasan Pemilihan Judul.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Manfaat dan Tujuan Penulisan.....	4
D. Metode Pengumpulan Data.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II	LANDASAN TEORI
A. Definisi Marketing dan Marketing Mix.....	10
B. Definisi Promosi dan Promotion Mix.....	13
C. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Promosi Dari Variabel-variabel Promotion Mix.....	25
BAB III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN
A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	29
B. Struktur Organisasi Perusahaan.....	30
C. Kegiatan Perusahaan.....	41

D. Produk Perusahaan	42
----------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kebijakan Promosi Yang Dilakukan Oleh PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta	46
B. Pengaruh Kebijakan Promosi Terhadap Hasil Penjualan	50
C. Analisa Hubungan Biaya Promosi Terhadap Hasil Penjualan	60
D. Hubungan Antara Pengaruh Kebijakan Promosi Dengan Peningkatan Hasil Penjualan	62
E. Analisa Hasil Statistika Kebijakan Promosi dengan Peningkatan Hasil Penjualan.....	64

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	69
B. Saran-saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL	Hal
IV.1. Biaya Promosi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta	61
IV.2. Pendapatan Premi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta	61
IV.3. Perbandingan Antara Biaya Promosi Dengan Hasil Penjualan PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta	63
IV.4. Alokasi Biaya-biaya Promosi Penjualan.....	63
IV.5. Prosentase Alokasi Biaya-biaya Promosi	64
IV.6. Perhitungan Korelasi Antara Promosi Dengan Hasil Pendapatan Premi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta.....	66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Gerak laju kehidupan manusia selalu berubah-ubah dan senantiasa berusaha untuk mencapai kehidupan yang lebih baik, yaitu mencapai kesejahteraan dan ketenangan jiwa. Manusia hidup tidak hanya untuk hari saja, namun kehidupan akan terus bergulir tanpa kita ketahui kapan akan berakhir. Selama kehidupan ini tetap berjalan, manusia tidak akan berhenti untuk terus berusaha mencapai kesejahteraan dan ketenangan jiwa. Manusia hanya berusaha dan berdoa namun Tuhan yang menentukan. Oleh sebab itu kita harus dapat mempersiapkan diri untuk menjaga segala kemungkinan yang akan terjadi di kemudian hari dalam kehidupan ini yang sifatnya sementara.

Dalam menjalani hidup ini kita 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.

Perlu kita sadari bahwa resiko-resiko yang kita alami dalam kehidupan ini merupakan datangnya dari Sang Pencipta. Kita sebagai manusia tidak dapat

menolakny dan hanya bisa berusaha untuk memperkecil atau menanggulangi resiko tersebut. Untuk itu sudah selayaknya ada upaya untuk mengantisipasi kemungkinan-kemungkinan yang tidak diinginkan tersebut.

Berbagai upaya dapat kita lakukan untuk mengatasi kemungkinan tersebut. Salah satu cara terbaik adalah dengan mengikuti program asuransi jiwa secara kumpulan atau perseorangan yang dikoordinir oleh perusahaan yang profesional dalam mengelola asuransi jiwa. Asuransi jiwa berfungsi sebagai perlindungan terhadap jiwa raga dan harta benda, dengan membayar sejumlah premi asuransi yang yang dipilih oleh pemegang polis dan akan memberikan jaminan perlindungan sebesar sebesar jumlah uang yang telah ditetapkan perusahaan bagi keluarga tertanggung atau orang-orang yang mempunyai hubungan kepentingan dengan kehidupan tertanggung. Selain itu fungsi asuransi jiwa adalah untuk memberi jaminan faedah hari tua, meninggal dunia dan kecelakaan baik untuk pertanggung perorangan maupun pertanggung kumpulan.

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. Oleh karena itu peserta asuransi di Indonesia masih sedikit. Menurut laporan dari Badan Pusat Statistik, Jakarta. Pada tahun 1999 jumlah tertanggung/peserta

asuransi di asuransi Indonesia ialah 20.840.475 jiwa dari jumlah penduduk + 210 juta jiwa, dan jumlah perusahaan asuransi sebanyak 181. Dengan rincian sebagai berikut :

1. Asuransi Jiwa	62
2. Asuransi Kerugian	109
3. Reasuransi	5
4. Penyelenggara Program Asuransi sosial & Jamsostek	2
5. Penyelenggara Asuransi untuk PNS & ABRI	3

Kondisi ini mendorong kegiatan promosi merupakan keharusan bagi perusahaan asuransi dimana 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.

Peranan promosi memang sangat dirasakan sekali manfaatnya bagi perusahaan terutama PT.Asuransi Jiwasraya (Persero). Semakin banyaknya perusahaan peransuransian yang ada, akan menimbulkan persaingan dalam memperebutkan pembeli potensial serta berpengaruh terhadap peningkatan penjualan polis asuransi.

Permasalahan tersebut diatas merupakan alasan yang mendorong penulis untuk menyusun skripsi dengan judul :

“PERANAN PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN POLIS ASURANSI PADA PT. ASURANSI JIWASRAYA (PERSERO).”

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam skripsi ini dimaksudkan untuk mengetahui :

1. Bagaimana pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) ?
2. Sejauh mana pengaruh promosi terhadap hasil penjualan polis pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) ?

C. Manfaat Dan Tujuan Penelitian

1. Manfaat dari penelitian :

- a. Bagi penulis mendapatkan ilmu tentang pemasaran dan faktor-faktornya.
- b. Bagi pembaca, dapat mengetahui pemasaran apa yang digunakan oleh perusahaan dan teori-teori pemasaran yang dipakai penulis.
- c. Bagi perusahaan, dapat membantu penulis didalam melakukan riset tentang perusahaan.

2. Tujuan dari penelitian :

- a. Sebagai salah satu syarat yang harus ditempuh untuk mendapatkan gelar kesarjanaan (SI).
- b. Bagi penulis, untuk mengetahui pelaksanaan promosi yang dilakukan dan strategi yang dipakai.

D. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data data yang diperlukan, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan (Library Research).

Penelitian kepustakaan dilakukan sebagai dasar perbandingan antara pengetahuan teoritis dengan masalah praktis yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan. Penelitian ini dilakukan dengan cara :

- a. Membaca dan mengumpulkan bahan-bahan dari buku-buku dan catatan kuliah yang diperoleh di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
- b. Membaca buku-buku dan referensi lain yang berhubungan dengan masalah skripsi.

2. Penelitian Lapangan (Field Research).

a. Metodologi Penelitian Data.

Penelitian ini dilakukan dengan cara :

1). Metode Wawancara.

Metode ini digunakan dengan cara mengadakan penelitian secara langsung (wawancara langsung) ke lapangan terhadap objek-objek yang berhubungan dengan pembahasan masalah dalam skripsi. Wawancara dilakukan kepada karyawan-karyawan yang berwenang di PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta.

2). Metode Observasi (Pengamat Langsung).

Meneliti langsung ke lapangan dengan cara mengunjungi PT.

Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta.

b. Metode Analisis Data.

Metode analisis data menggunakan rumus korelasi :

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

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 variabel sangat lemah atau tidak ada hubungan sama sekali.

r = +1 atau mendekati 1, maka korelasi antara dua variabel dikatakan positif dan sangat kuat sekali.

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

Untuk dapat mengetahui apakah program promosi yang dijalankan oleh perusahaan sudah berjalan efektif atau belum berjalan secara efektif 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 analisa koefisien korelasi.

Analisa 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 Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami isi skripsi, maka penyajian dan pembahasannya dibagi dalam 5 (lima) bab yang satu dengan bab lainnya mempunyai hubungan yang erat dan merupakan rangkaian yang tidak dapat dipisahkan. Yang masing-masing terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Didalam bab ini, mencakup uraian mengenai alasan pemilihan judul, perumusan masalah, manfaat dan tujuan penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini mencakup uraian mengenai pengertian dan fungsi dari pemasaran, pengertian promosi, jenis-jenis promosi, faktor-faktor penunjang terhadap penjualan polis asuransi.

BAB III : TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini, mencakup uraian mengenai sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan kegiatan bidang usaha.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uraian dalam bab ini mencakup pelaksanaan kegiatan promosi untuk meningkatkan penjualan polis asuransi jiwa PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta. Kebijakan promosi yang dilaksanakan oleh PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta, pengaruh kebijakan promosi terhadap hasil penjualan, analisa hubungan biaya promosi terhadap hasil penjualan, hubungan antara pengaruh kebijakan promosi dengan peningkatan hasil penjualan, permasalahan yang timbul dalam memasarkan polis asuransi jiwa serta pemecahannya.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini, tentang kesimpulan yang ditarik berdasarkan hasil-hasil analisis atas masalah peranan promosi untuk meningkatkan penjualan polis asuransi pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta. Kemudian disajikan beberapa saran yang dirumuskan berdasar kepada kesimpulan-kesimpulan yang telah ditarik tadi. Saran-saran ini merupakan peluang untuk memecahkan masalah promosi untuk meningkatkan penjualan polis asuransi pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta, jika saran ini dilaksanakan oleh pejabat berwenang dalam lingkungan di PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Jakarta.