

ABSTRAK

PENGARUH FAKTOR DETERMINAN PEMASARAN TERKONSENTRASI (*CONCENTRATED MARKETING*) TERHADAP EKSISTENSI PT PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

DANI ARISTA

Di negara-negara yang sudah berkembang peran asuransi sangat besar. Tetapi di Indonesia perkembangan asuransi belum tumbuh secara signifikan. Kontribusi asuransi di Indonesia baru sekitar 1,66 persen saja dari PDB. Sedangkan di Malaysia sekitar 5,4 persen dan di Singapura sudah mencapai 7,5 persen dari PDB-nya. Ini adalah tantangan bagi asuransi menghimpun dana jangka panjang yang bisa digunakan untuk membiayai pula proyek-proyek pemerintah seperti pembangunan infrastruktur untuk publik, sarana kesehatan masyarakat seperti pusat kesehatan masyarakat, dan lain sebagainya.

Pemasaran produk asuransi PT. Prudential Life Assurance Bandarlampung telah berlangsung sejak tahun 2003. Masalah yang kemudian muncul selama operasional perusahaan dalam mencari nasabah adalah faktor determinan yang mempengaruhinya. Faktor determinan dalam pemasaran terkonsentrasi adalah faktor yang mengukur sejauh mana perusahaan dapat bertahan dan melangsungkan eksistensi atau kegiatannya dalam penerapan strategi pemasaran

terkonsentrasi. Faktor determinan yang dimaksud adalah fokus terhadap nasabah tertentu yang potensial dalam rangka pencapaian laba perusahaan yang maksimal (Lupiyoadi, 2001). Selama ini telah banyak faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah pemasaran produk asuransi PT. Prudential Life Assurance Bandarlampung. Dengan demikian, permasalahan yang akan dibahas adalah faktor-faktor determinan yang mempengaruhi pemasaran jasa asuransi pada PT. Prudential Life Assurance Bandarlampung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa determinan pemasaran terkonsentrasi yang terdiri dari posisi pasar (X1) dan segmen pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap eksistensi PT. Prudential Life Assurance. Pengujian secara parsial menggunakan uji t-hitung pada tingkat keyakinan 95% dan α sebesar 5%. Hasil pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa variabel determinan posisi pasar dan segmen pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap eksistensi PT. Prudential Life Assurance. Pada pengujian hipotesis (2) koefisien regresi b_2 yang dihasilkan bertanda positif menyatakan bahwa adanya pengaruh antara determinan segmen pelayanan terhadap eksistensi PT. Prudential Life Assurance dengan melihat tingkat signifikansi variabel X_2 sebesar 0,015. Pengujian hipotesis terhadap koefisien regresi secara simultan dilakukan dengan uji-F pada tingkat keyakinan 95% dan α sebesar 5%. Nilai *adjusted* R^2 sebesar 0,152 berarti bahwa 15,2% dari eksistensi PT. Prudential Life Assurance dapat dijelaskan oleh variasi kedua variabel independen yang ada dalam model penelitian ini.