

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Asuransi adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada tindakan, sistem, atau bisnis dimana perlindungan finansial (atau ganti rugi secara finansial) untuk jiwa, properti, kesehatan dan lain sebagainya mendapatkan penggantian dari kejadian-kejadian yang tidak dapat diduga yang dapat terjadi seperti kematian, kehilangan, kerusakan atau sakit, dimana melibatkan pembayaran premi secara teratur dalam jangka waktu tertentu sebagai ganti polis yang menjamin perlindungan tersebut.

Istilah "diasuransikan" biasanya merujuk pada segala sesuatu yang mendapatkan perlindungan. Peran promosi dalam asuransi adalah hal yang vital, karena pengetahuan masyarakat tentang asuransi akan lebih luas jika masyarakat mengetahui guna dari jasa asuransi tersebut.

PT Asuransi Intra Asia ('Perusahaan') menyediakan jasa asuransi umum.

Termasuk asuransi : Kebakaran, Kendaraan Bermotor, Angkutan Laut, Engineering, Surety Bond, kepada pelanggan antara lain : Multy-Finance, Perbankan, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Swasta dan Individu.

PT. Asuransi Intra Asia memiliki 6 karyawan yang sesuai dengan bidangnya, berikut data karyawan yang diperoleh dari PT. Asuransi Intra Asia :

**Tabel 1 : Jumlah Karyawan PT. Asuransi Intra Asia Cabang  
Lampung Tahun 2014**

NO	Jabatan	Jumlah Karyawan (orang)
1	Kepala Cabang	1
2	Kepala Keuangan dan Administrasi	1
3	Administrasi Bagian Produksi	1
4	Staf Tehnik dan Klaim	1
5	Office Boy	1
6	Kasir	1
	Jumlah	6

Sumber : PT. Asuransi Intra Asia cabang Lampung

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 1 dapat dilihat karyawan memiliki tugasnya masing-masing. Maka dari itu perusahaan dituntut agar dapat mengelola manajemen pemasaran dengan baik dan sesuai akan standarnya. Karena baik tidaknya sebuah manajemen perusahaan akan menentukan maju atau tidaknya perusahaan tersebut.

Pemasaran merupakan fungsi utama bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan. Kegiatan ini menjadi fokus perhatian untuk meningkatkan nilai barang bagi pihak pemakai dan penjual untuk mencapai tujuan perusahaan.

Bauran pemasaran yang dilakukan oleh PT. Asuransi Intra Asia adalah sebagai berikut :

## **1. Kebijakan Produk**

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan. Produk sebagai salah satu komponen utama dalam bauran pemasaran lebih di fokuskan pada keinginan konsumen yang sangat terkait dengan selera dan daya beli dalam memenuhi kebutuhannya.

PT. Asuransi Intra Asia mempunyai macam-macam produk yang meliputi :

- a. Asuransi Kebakaran
- b. Asuransi Kendaraan Bermotor
- c. Asuransi Rekayasa
- d. Asuransi Tanggung Gugat
- e. Asuransi Uang
- f. Asuransi Kebongkaran
- g. Asuransi Kecelakaan Diri
- h. Surety Bond

## **2. Kebijakan Harga**

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang atau jasa jika mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Harga sendiri merupakan unsur bauran pemasaran yang paling penting dalam menghasilkan penerimaan penjualan.

Berikut daftar premi pada PT. Asuransi Intra Asia cabang Lampung:

**Tabel 2 : Daftar Premi Pada PT. Asuransi Intra Asia Pada Tahun 2014**

NO	PRODUK	PREMI
1.	Asuransi Kebakaran	1%o (per-Tahun)
2.	Asuransi Gempa Bumi	A. Zona 1 : 1,35%o / Tahun B. Zona 2 : 1,45%o / Tahun C. Zona 3 : 1,55%o / Tahun D. Zona 4 : 1,60%o / Tahun E. Zona 5 : 2,00%o / Tahun
3	Asuransi Kendaraan Bermotor	All Risk / Tahun: Rp.0 s/d Rp. 150.000 : 4,32% Rp.151.000.000 s/d Rp. 300.000.000 : 3,16% Rp.301.000.000 s/d Rp.500.000.000 : 2.30%  Total Loss Only (TLO) / Tahun : Rp.0 s/d Rp. 150.000 : 1,00% Rp.151.000.000 s/d Rp. 300.000.000 : 0,75% Rp.301.000.000 s/d Rp.500.000.000 : 0.65%
4	Asuransi Pengangkutan Barang	Pengangkutan Darat: - All Risk : 0,20% (per Pengangkutan) - TLO : 0,15% (per Pengangkutan) Pengangkutan Laut: - ICC "C" : 0,150% - ICC "A" : 0,250%
5	Asuransi Kecelakaan Diri	Rp. 50.000,- / Tahun

Sumber : PT. Asuransi Intra Asia cabang Lampung

Penjelasan produk asuransi pada tabel 2 :

1. Asuransi Kebakaran :

Asuransi kebakaran pada dasarnya yang menjamin resiko akibat kebakaran yang terjadi atas obyek yang diasuransikan atau di pertanggungkan.

2. Asuransi Gempa Bumi :

Asuransi gempa bumi pada dasarnya asuransi yang menjamin resiko akibat gempa bumi, letusan gunung berapi yang terjadi atas obyek yang diasuransikan atau dipertanggungjawabkan.

3. Asuransi Kendaraan Bermotor :

Asuransi kendaraan bermotor mempertanggungjawabkan setiap kendaraan yang digerakan sebagian atau seluruhnya oleh tenaga mekanis yang berada diatas atau pada kendaraan itu dan tidak berjalan di atas rel.

4. Asuransi Pengangkutan Barang :

Asuransi Pengangkutan Barang adalah suatu jenis asuransi yang menjamin resiko-resiko kerugian yang mungkin terjadi, selama suatu obyek pertanggungjawabkan dipindahkan dari suatu tempat ketempat yang lain.

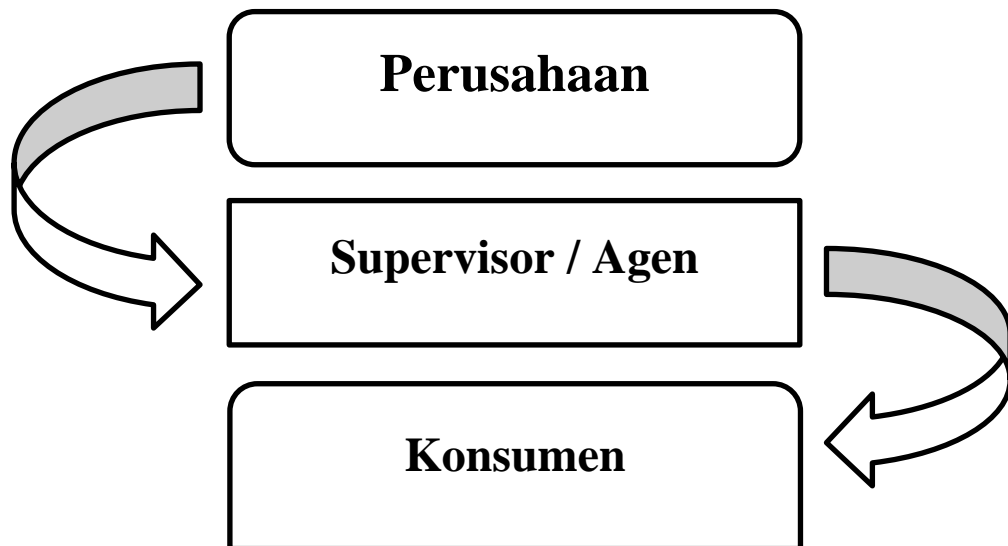
5. Asuransi Kecelakaan Diri :

Asuransi Kecelakaan Diri yaitu suatu kejadian atau peristiwa yang mengandung unsur kekerasan baik yang bersifat fisik maupun kimia yang datangnya secara tiba-tiba, tidak dikehendaki atau direncanakan yang mengakibatkan meninggal dunia, cacat tetap dan pengobatan yang kesemuanya diakibatkan oleh kecelakaan.

### 3. Kebijakan Distribusi

Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran distribusi yang digunakan oleh PT, Asuransi Intra Asia cabang Lampung adalah saluran langsung melalui agen ke konsumen.

**Gambar 1. Saluran Distribusi PT. Asuransi Intra Asia Tahun 2014 Cabang Lampung**



Sumber: PT. Asuransi Intra Asia cabang Lampung

Pada PT. Asuransi Intra Asia cabang Lampung mempunyai para agen yang mampu melayani permintaan calon nasabah dimana pun seperti kantor, rumah, sekolah dan tempat lainnya.

### 4. Kebijakan Promosi

Bauran Promosi adalah ramuan khusus dari iklan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarnya.

Promosi merupakan kegiatan yang sangat penting, karena melalui promosi perusahaan dapat memberikan informasi kepada konsumen. Bahwa kebijakan promosi yang dilakukan oleh PT. Intra Asia mencakup:

a. Kegiatan Periklanan

Kegiatan ini dilakukan dengan cara membuat brosur dan profil perusahaan yang di letakan di dalam kantor.

b. Promosi Penjualan

Dilakukan dengan mengadakan presentasi produk dan seminar yang dilakukan di suatu perkumpulan atau instansi-instansi baik swasta maupun negeri.

c. Agen Penjualan

Kegiatan ini dilakukan dengan mengadakan pembicaraan langsung oleh agen kepada konsumen, baik yang datang ke perusahaan maupun mendatangi lokasi.

d. Penjualan Langsung

Merupakan sebuah strategi untuk mempromosikan produk atau jasa yang ditujukan untuk memengaruhi tindakan langsung.

e. Hubungan Masyarakat

Merupakan sebuah proses perencanaan dan pengevaluasian program yang merangsang penjualan dan pelanggan.

**Tabel 3 : Mekanisme Kegiatan Promosi Pada PT Asuransi Intra Asia Cabang Lampung.**

No	Langkah-langkah Promosi	Pelaksanaan
1.	Periklanan	Sudah dilaksanakan dengan menggunakan website dan membuat brosur yang diletakan didalam kantor saja.
2.	Promosi Penjualan	Belum sepenuhnya dilaksanakan. Contohnya seperti memberikan hadiah kepada pelanggan tetap.
3.	Hubungan Masyarakat	Seharusnya perusahaan lebih banyak bertindak dengan cara membuka stan pameran-pameran dan mendatangi perusahaan-perusahaan besar
4.	Penjualan Personal	Sudah dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara memprospek para konsumen dan membuat daftar nama konsumen.
5.	Pemasaran langsung	belum sepenuhnya dilaksanakan, hanya pendekatan ke calon konsumen yang telah ada di daftar nama konsumen.

Sumber : PT Asuransi Intra Asia Cabang Lampung

## 1.2 Rumusan Masalah

Pada umumnya para pengguna jasa asuransi mengalami kendala terhadap kepercayaan atas lembaga asuransi. Hal ini disebabkan karena kurangnya sosialisasi terhadap masyarakat sehingga mereka belum mengetahui keuntungan menggunakan jasa asuransi. Dalam hal ini perlu ditingkatkan kembali masalah promosi kepada masyarakat tentang produk yang dijual oleh perusahaan asuransi.

Pada kenyataanya mutu tenaga penjualan di PT. Asuransi Intra Asia cabang Lampung dapat dikatakan masih kurang baik. Kurang banyaknya tenaga kerja yang bergerak di posisi marketing atau agen. Keberhasilan tenaga penjual dapat dikatakan berhasil dalam tugasnya dilihat dari penjualan yang dicapai. Jika



semakin tinggi penjualan, maka semakin baik pula mutu dan kualitas tenaga penjual yang dimiliki.

Perusahaan juga belum sepenuhnya melaksanakan mekanisme promosi penjualan. Kurangnya kegiatan promosi juga dapat mempengaruhi tingkat penjualan produk di perusahaan tersebut. Promosi dan komunikasi pemasaran di PT. Asuransi Intra Asia cabang Lampung yang kurang menyentuh pada masyarakat mengakibatkan kurangnya pula pengetahuan tentang guna jasa asuransi. Seharusnya PT. Asuransi Intra Asia cabang Lampung lebih meningkatkan peran promosi terhadap semua golongan masyarakat. Berdasarkan uraian yang telah ditulis, maka permasalahan yang dihadapi oleh PT. Asuransi Intra Asia adalah :

“ Apakah pelaksanaan kegiatan promosi di PT. Asuransi Intra Asia cabang Lampung sudah berjalan dengan baik?”

### **1.3 Tujuan Penulisan**

Tujuan penulisan adalah untuk mengetahui alasan mengapa masyarakat belum mengetahui kegunaan dari produk jasa yang di jual oleh PT. Asuransi Intra Asia cabang Lampung dan memberikan gambaran singkat mengenai komunikasi pemasaran kepada calon konsumen pada PT. Asuransi Intra Asia cabang Lampung.

### **1.4 Manfaat Penulisan**

Sebagai sumbangan pemikiran bagi PT. Asuransi Intra Asia cabang Lampung untuk mengevaluasi komunikasi pemasaran khususnya di bagian promosi yang dilakukan serta sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan kegiatan pemasaran dimasa yang akan datang.