

MARKETING STRATEGY FOR IMPROVING THE NUMBER OF CUSTOMERS (STUDY ON LIVING PARTNERSHIP INSURANCE BANDAR LAMPUNG)

by:

Suradi

Daris Aminto

*Jurusan Administrasi Niaga, Universitas Tulang Bawang Lampung
e-Mail : suradi0469@gmail.com*

ABSTRACT

This study aims to formulate a marketing mix strategy management suitable for AJB Bumiputera insurance.

Based on the research that has been done on AJB Bumiputera Bandar Lampung, it can be concluded Bumiputera issued products are diverse in accordance with the age and work of the insured, providing value and benefits in accordance with the needs of prospective policyholders. The price given to the Policyholder varies according to the Policyholder's ability. However, when compared to the same type of business the price set by AJB Bumiputera is quite high, it is related to the benefits to be gained by the Policyholder.

Promotion activities conducted by AJB Bumiputera is more relies on promotional activities that are face to face. This is done with the consideration of cheaper and efficient. AJB Bumiputera always strives to improve employee performance by conducting monthly evaluation of its employees. In addition there are trainings designed specifically to improve employee performance conducted every three months, as well as engaging employees in certain seminars related to the interests of the company to increase knowledge of employees in their respective fields. With ease of administration Bumiputera strives to be able to provide maximum service to the insured.

Keywords: *AJB Bumiputera, marketing mix*

STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH (STUDI PADA ASURANSI JIWA BUMI PUTERA BANDAR LAMPUNG)

**Oleh :
Suradi
Daris Aminto**

Jurusan Administrasi Niaga, Universitas Tulang Bawang Lampung
e-Mail : suradi0469@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan manajemen strategi bauran pemasaran yang cocok bagi asuransi AJB Bumiputera. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada AJB Bumiputera Bandar Lampung, maka dapat disimpulkan Produk yang dikeluarkan Bumiputera adalah beragam sesuai dengan usia dan pekerjaan tertanggung, memberikan nilai dan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan dari calon pemegang polis. Harga yang diberikan terhadap Pemegang Polis bervariasi sesuai dengan kemampuan Pemegang Polis.

Namun bila dibandingkan jenis usaha yang sama harga yang ditetapkan AJB Bumiputera cukup tinggi, hal ini berkaitan dengan manfaat yang akan diperoleh oleh Pemegang Polis. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh AJB Bumiputera adalah lebih mengandalkan kegiatan promosi yang bersifat face to face. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan lebih murah dan efisien. AJB Bumiputera selalu berusaha untuk meningkatkan kinerja karyawan dengan mengadakan evaluasi bulanan terhadap karyawannya.

Selain itu terdapat pelatihan-pelatihan yang dirancang secara khusus untuk meningkatkan kinerja karyawan yang dilaksanakan setiap tiga bulan, serta mengikutsertakan karyawannya dalam seminar-seminar tertentu yang berkaitan dengan kepentingan perusahaan guna menambah pengetahuan karyawan dibidangnya masing-masing. Dengan kemudahan administrasi Bumiputera berusaha untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal terhadap tertanggung.

Kata Kunci : AJB Bumiputera, bauran pemasaran

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan pemasaran sangat menentukan sampai atau tidaknya produk yang dihasilkan perusahaan kepada konsumen sehingga kegiatan pemasaran sangat penting dan para pelaku bisnis harus bisa menetapkan bauran pemasaran yang tepat yang bisa digunakan untuk memenuhi keinginan konsumen. Pada zaman dahulu ketika perekonomian masih bersifat kerajinan rumah tangga, seseorang bisa dengan mudah mendapatkan informasi tentang produk yang dihasilkan oleh tetangganya. Tetapi sekarang zaman sudah berubah, begitu banyaknya produk yang dihasilkan oleh pelaku bisnis untuk memenuhi kebutuhan konsumen membuat konsumen sulit untuk mencerna banyaknya informasi tentang produk yang dihasilkan oleh pelaku bisnis sehingga pelaku bisnis harus bisa menginformasikan produk mereka kepada konsumen dengan baik.

PT. BUMI PUTERA Asuransi Jiwa Bersama sebagai unit organisasi bisnis yang bersentuhan langsung dengan konsumen, manajemen pemasaran merupakan pihak yang harus mampu menterjemahkan nilai yang diinginkan oleh konsumen. Manajemen pemasaran juga bertugas membantu organisasi bisnis ini untuk mencapai sasaran produk yang dihasilkan perusahaan. Selain itu dengan berbagai prestasi yang diperolehnya seperti Top Brand kategori Asuransi Jiwa versi Frontier Consulting Group (dari tahun 2000-2007 berturut-turut), Golden Brand versi Indonesia Best Brand Award (2006) serta beberapa prestasi lainnya, Bumiputera harus bisa mempertahankan posisinya sebagai Asuransi yang terkemuka di Indonesia. Hal ini mengakibatkan perusahaan dituntut untuk dapat mengoptimalkan kekuatan dan peluang

yang dimiliki serta meminimalkan kelemahan.

Oleh karena itu dalam memasarkan produknya Bumi putera membutuhkan suatu strategi pemasaran yang cocok. Implementasi *service marketing, mix strategy* tersebut tidak cukup tanpa diikuti oleh pengawasan secara terus menerus. Melalui pengembangan dan pengelolaan strategi pemasaran, konsumen dipahami sebagai sentral dan bukan sebagai obyek. Sebagai marketer perusahaan harus mampu menyampaikan produknya secara efektif terutama berkaitan dengan penyampaian benefit atau manfaat produk atau jasa secara jelas, tepat sasaran maupun tepat intensitasnya. Hal ini harus menjadi focus perhatian utama, mengingat benefit dari jasa yang ditawarkan tidak bisa langsung dilihat oleh calon konsumennya. Memahami posisi suatu jasa tertentu dan posisi pesaing merupakan suatu alternatif yang dapat membantu menemukan sumber-sumber kemungkinan manfaat kompetitif. Perusahaan harus mempunyai tujuan yang jelas dalam menjalankan usaha bisnisnya agar dalam proses penetapan strategi yang akan dilaksanakan mampu mengisi kebutuhan pasar.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengangkat permasalahan mengenai bagaimana suatu perusahaan jasa menetapkan strategi pemasarannya untuk menjawab tantangan bisnis yang penuh persaingan dan mengisi kebutuhan pasar yang terus berubah yang menuntut pelayanan profesional dari penyedia jasa tersebut, dalam bentuk penelitian dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi pada Asuransi Bumi Putera Bandar Lampung)”

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Adapun Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Bauran pemasaran Perusahaan Asuransi Jiwa Putra Bandar Lampung.?
2. Bagaimana meningkatkan jumlah nasabah Perusahaan Asuransi Jiwa Putra Bandar Lampung?

1.2.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat dibuat oleh peneliti adalah Bagaimana Strategi Bauran pemasaran Perusahaan Asuransi Jiwa Putra Bandar Lampung untuk meningkatkan jumlah nasabah.?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis dari penelitian ini sesuai dengan perumusan masalah diatas adalah untuk merumuskan manajemen strategi bauran pemasaran yang cocok bagi asuransi AJB Bumiputera.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat menjadi masukan bagi AJB Bumiputera strategi bauran pemasaran yang cocok bagi asuransi AJB Bumiputera untuk meningkatkan jumlah nasabah.

2. Kegunaan Teoritis

Kegunaan Teoritis dapat memperkaya konsep atau teori yang menyokong perkembangan ilmu pengetahuan tentang Strategi Bauran Pemasaran

1.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah alur-alur yang logis, dalam membangun suatu kerangka berpikir yang membuahkan kesimpulan (Suriasumantri, 2001:316). Berdasarkan latar belakang penelitian dan permasalahan penelitian, maka dibawah ini disusun suatu kerangka pemikiran.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum

Didirikan 103 tahun yang lalu untuk memenuhi kebutuhan spesifik masyarakat Indonesia, Asuransi Bumiputera 1912 telah berkembang untuk mengikuti perubahan kebutuhan masyarakat. Pendekatan modern, produk yang beragam, serta teknologi mutakhir yang ditawarkan didukung oleh nilai-nilai tradisional yang melandasi pendirian Asuransi Bumiputera 1912

Asuransi Bumiputera 1912 adalah perusahaan Asuransi mutual, dimiliki oleh pemegang polis Indonesia, dioperasikan untuk kepentingan pemegang polis Indonesia, dan dibangun berdasarkan tiga pilar mutualisme, idealisme dan profesionalisme.

Asuransi Bumiputera 1912 menyadari pentingnya hubungan personal antara nasabah dan penasehat finansial mereka, serta menyediakan akses yang mudah untuk mendapatkan solusi khusus untuk memenuhi semua kebutuhan Asuransi nasabah.

Asuransi Bumiputera 1912 dimiliki oleh masyarakat Indonesia dari berbagai latar belakang dan kelompok umur, serta menyediakan berbagai produk dan layanan yang setara dengan produk Asuransi terbaik dunia, namun tetap menjaga keuntungannya di Indonesia bagi para pemegang polisnya.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode Kualitatif deskriptif, yaitu metode yang berusaha untuk menggambarkan apa yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta yang ada untuk diolah menjadi data. Data tersebut dikumpulkan, dijelaskan dan dianalisis berdasarkan teori yang ada sehingga pada akhirnya menghasilkan kesimpulan. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian

kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan apa adanya. Penelitian deskriptif kualitatif menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam masyarakat, pertentangan 2 keadaan/lebih, hubungan antarvariabel, perbedaan antar fakta, pengaruh terhadap suatu kondisi, dan lain-lain.

3.3 Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini yaitu:

a. **Data Primer**

yaitu data yang diperoleh langsung dari responden dengan cara survey langsung ke perusahaan yang bersangkutan serta melakukan observasi dan wawancara.

b. **Data Sekunder**

yaitu data yang diperoleh dengan melakukan studi kepustakaan yang berhubungan dengan masalah yang akan dikaji lebih lanjut.

3.4 Teknik Pengumpulan data

Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode:

1) **Studi Lapangan (*Field Research*)**

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan penelitian dan pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti.

Data tersebut penulis peroleh dengan cara :

2) **Wawancara (*Interview*)**

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung untuk mendapatkan informasi langsung dari koresponden.

3) **Pengamatan (*Observasi*)**

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengamati langsung data yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti kemudian mencatatnya secara sistematis.

4) **Studi Pustaka (*Library Research*)**

Yaitu mengumpulkan data sebagai referensi untuk melakukan penelitian dengan mempelajari literatur-literatur yang berhubungan dengan aspek permasalahan dan menunjang pembahasan dalam pembuatan penelitian ini.

3.5 Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang diperoleh dari Asuransi Bumiputera Bandar Lampung kemudian mengklasifikasi data-data tersebut berdasarkan kriteria pokok bahasan yang diteliti dengan mengacu pada identifikasi masalah.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Perusahaan Bumiputera

Bumiputera berdiri atas prakarsa seorang guru sederhana bernama M. Ng.Dwijosewojo- Sekretaris Persatuan Guru-guru Hindia Belanda (PGHB) sekaligus Sekretaris I Perguruan Besar Budi Utomo. Dwijosewojo mengagas pendirian perusahaan karena didorong oleh keprihatinan mendalam terhadap nasib para guru bumiputera (pribumi). Ia mencetuskan gagasannya pertama kali di Kongres Budi Utomo, tahun 1910. dan kemudian terealisasi menjadi badan usaha sebagai salah satu keputusan kongres PGHB di Magelang, 12 Februari 1912.

4.2 Analisis Penelitian

1) Analisis Lingkungan Eksternal

Dalam kelangsungan hidup suatu usaha bisnis selalu dipengaruhi oleh lingkungan eksternal dimana perusahaan itu berada. Lingkungan eksternal terdiri dari dua bagian yaitu lingkungan jauh dan lingkungan industri.

2) Analisis Matriks *Strengths-Opportunities-Weaknesses-Threats* (SWOT)

Matriks SWOT merupakan salah satu alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Dalam analisis SWOT akan dianalisa kekuatan (*strength*), peluang (*opportunity*), kelemahan (*weaknes*), dan ancaman (*threat*). Analisis SWOT ini berusaha menggambarkan peluang dan ancaman eksternal perusahaan yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan tersebut.

3) Strategi yang dapat diterapkan AJB Bumiputera

a. Strategi SO

Dapat dilihat bahwa Bumiputera memiliki banyak kekuatan begitu pun dengan peluang yang ada. Jadi untuk itu Bumiputera hanya perlu meningkatkan kekuatan yang diperoleh untuk menanggapi setiap peluang yang tercipta. Dengan marketing intelligent melalui penelitian dan pengembangan Bumiputera dapat cepat menilai peluang yang tercipta dengan memahami kondisi lingkungan dalam menawarkan produknya agar dapat diterima di pasar sasaran, selain itu Bumiputera dapat mengembangkan produknya dalam segmen tertentu untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang dituju. Untuk kesuksesan kegiatan tersebut tentunya Bumiputera tetap mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas SDM yang dimiliki agar lebih bermanfaat bagi AJB Bumiputera.

b. Strategi WO

Selain memiliki banyak kekuatan namun terdapat kelemahan yang perlu diperhatikan oleh Bumiputera, dengan cara meminimalisir kelemahan tersebut atau lebih meningkatkan kekuatan yang telah dimiliki. Dengan membebani biaya tambahan terhadap pemegang polis dapat mengurangi biaya tidak terduga yang harus dikeluarkan Bumiputera, hal ini tentu

menambah biaya yang harus dikeluarkan pemegang polis, untuk memperkecil anggapan tersebut maka Bumiputera dapat menambah sedikit manfaat terhadap produk yang dihasilkan agar bagi pemegang polis, biaya tersebut tidak dirasakan sebagai biaya tambahan yang ditanggungnya. Selain itu untuk meningkatkan Bumiputera dibenak pasar sasaran Bumiputera perlu melakukan kegiatan promosi melalui iklan atau mensponsori acara tertentu, walaupun dalam hal ini Bumiputera sudah merasa cukup dengan melakukan kegiatan pemasaran sekaligus penjualan melalui agen secara langsung. Pergantian agen sering terjadi di AJB Bumiputera, untuk itu Bumiputera harus lebih tegas terhadap hal-hal yang dapat mengakibatkan kerugian bagi Bumiputera seperti misalkan agen tersebut menceritakan hal-hal yang dapat merusak image Bumiputera, oleh karena itu Bumiputera perlu memperhatikan kebutuhan agen yang berkaitan dengan kegiatan para agen tersebut. Salah satunya dengan memberikan penghargaan tertentu atas prestasi yang diperoleh agen tersebut untuk Bumiputera, hal ini membantu para agen untuk tetap menjaga image Bumiputera walaupun sudah tidak ada kerjasama lagi antar keduanya. Kelemahan Bumiputera yang lainnya adalah proses pengajuan klaim yang panjang, hal tersebut dapat berpengaruh terhadap penjualan produk, untuk itu Bumiputera dapat mempersingkat proses pengajuan klaim tersebut hal ini dapat menjadi nilai tambah bagi proses penjualan produk.

c. Strateg ST

Untuk mempertahankan posisi Bumiputera terhadap ancaman yang ada maka Bumiputera harus meningkatkan kekuatan untuk mendukung Bumiputera terhadap ancaman-ancaman tersebut. Untuk tetap eksis Bumiputera dapat melakukan inovasi produk, meningkatkan daya saing melalui efektifitas dan kualitas produk, menjalin

hubungan relationship yang baik dengan pemegang polis, menambah daerah pemasaran, dan meningkatkan profesionalitas dalam mengelola keuangan yang dimiliki Bumiputera. Hal tersebut untuk meningkatkan daya saing Bumiputera, mengurangi daya tawar pembeli, dan untuk posisi yang nyaman dibidang keuangan terhadap ketidakstabilan tingkat inflasi.

d. Strategi WT

Untuk mengurangi kelemahan dan ancaman yang ada, Bumiputera dapat melakukannya dengan meningkatkan kualitas produk, meminimalkan biaya tambahan, meningkatkan komunikasi antar koordinator agen dengan agen, mempertahankan pangsa pasar yang telah dikuasai dan terus meningkatkan pangsa pasar, dan selektif dalam perekrutan agen. Dengan demikian kelemahan Bumiputera menjadi suatu kekuatan baru untuk tetap berkembang dan suatu ancaman hanya merupakan resiko yang tidak lepas dari bisnis, yang mungkin dari ancaman tersebut dapat diperoleh ide-ide baru untuk bisnis ini.

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada AJB Bumiputera 1912 Bandar Lampung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Produk
Produk yang dikeluarkan Bumiputera adalah beragam sesuai dengan usia dan pekerjaan tertanggung, memberikan nilai dan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan dari calon pemegang polis
2. Harga
Harga yang diberikan terhadap Pemegang Polis bervariasi sesuai dengan kemampuan Pemegang Polis.

Namun bila dibandingkan jenis usaha yang sama harga yang ditetapkan AJB Bumiputera cukup tinggi, hal ini berkaitan dengan manfaat yang akan diperoleh oleh Pemegang Polis.

3. Promosi
Kegiatan promosi yang dilakukan oleh AJB Bumiputera adalah lebih mengandalkan kegiatan promosi yang bersifat face to face. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan lebih murah dan efisien.
4. Orang
Orang AJB Bumiputera selalu berusaha untuk meningkatkan kinerja karyawan dengan mengadakan evaluasi bulanan terhadap karyawannya. Selain itu terdapat pelatihan-pelatihan yang dirancang secara khusus untuk meningkatkan kinerja karyawan yang dilaksanakan setiap tiga bulan, serta mengikutsertakan karyawannya dalam seminar-seminar tertentu yang berkaitan dengan kepentingan perusahaan guna menambah pengetahuan karyawan dibidangnya masing-masing.
5. Proses
Dengan kemudahan administrasi Bumiputera berusaha untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal terhadap tertanggung.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis matriks yang telah dilakukan terhadap AJB Bumiputera, maka strategi yang dapat disarankan oleh penulis adalah:

1. Melakukan kegiatan pemasaran yang lebih baik dalam usaha meningkatkan pangsa pasar yang semakin tergerus dengan adanya tingkat persaingan yang ketat. Hal ini dapat dilakukan dengan menambah lini produk, menambah tenaga penjual atau agen, melakukan kegiatan promosi yang

- lebih gencar tetapi tetap proporsional dengan keadaan AJB Bumiputera dan target yang diharapkan.
2. Secara nasional AJB Bumiputera telah dikenal. Namun hal itu tidak cukup untuk terus berkembang. Oleh karena itu hendaknya AJB Bumiputera tetap menjalin hubungan relationship dengan para nasabah. Hal ini selain sebagai usaha untuk tetap mempertahankan nasabah tetapi juga sebagai salah satu usaha pemasaran. Jadi apabila jasa yang diterima oleh tertanggung memuaskan maka ia akan menginformasikan (word of mouth) kepada para calon yang dianggap potensial. Kegiatan ini sangat mendukung mengingat AJB Bumiputera merupakan jenis asuransi yang bersifat mutual atau usaha bersama.
 3. Dengan mengandalkan divisi atau bidang Research and Development sebagai sumber informasi, hendaknya Bumiputera terus melakukan inovasi terhadap produk-produk yang ditawarkan.
 4. Meningkatkan sumber daya perusahaan secara keseluruhan agar mampu bersaing di bidang usaha yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal 2009, Pemeriksaan Manajemen Internal Audit, Indeks, Jakarta.
- Auryna, Olla 2009, Peranan Pengendalian Intern Piutang dalam Meminimalkan Kerugian pada PT. Federal International Finance (FIF) Cabang Medan, Penelitian S1, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Bhakar, et al. 2012. Relationship Between Country Of Origin, Brand Image and Customer Purchase Intention. ApeejayStya University: Far East Research Center.
- Ferdinand, Agusty. 2011. Metodologi Penelitian Manajemen. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS Semarang: UNDIP.
- Gusniar, Bella. 2010. Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand And Body Lotion Merek Citra. Semarang :Universitas Dian Nuswantoro.
- Halim, Abdul 2008, Dasar-dasar Audit Laporan Keuangan, UUP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Horngren 2009, Akuntansi Jilid Satu, Erlangga, Jakarta. Ikatan Akuntan Indonesia 2007, Standar Akuntansi Keuangan, Salemba Empat, Jakarta.
- Junaidi 2013, Audit Ketaatan Prosedur Pengelolaan Piutang dalam Meminimalisir Piutang Tak Tertagih pada PT. Calmic Indonesia Cabang Palembang, Penelitian S1, STIE Multi Data Palembang, Palembang.
- Kotler, Philip. 2009. Prinsip–Prinsip Manajemen Pemasaran. Jakarta :Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong.2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Salemba empat.
- Kotler, Philip. 2003. Prinsip – Prinsip Manajemen Pemasaran. Jakarta :Salemba Empat.

Kotler, Philip dan Lane Keller. 2007.
Prinsip-Prinsip Manajemen
Pemasaran. Jakarta :Salemba Empat.
Lembang, RoswitaDua. 2010.