

ABSTRAK

LANGKAH-LANGKAH DALAM PENGENDALIAN BAURAN PROMOSI PADA PT ASURANSI JIWASRAYA (PERSERO) CABANG BANDAR LAMPUNG TAHUN 2015

Oleh

Atika Ulfah

Tinjauan ini dilakukan pada PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Bandar Lampung, yang beralamatkan di jalan Raden Intan No. 67 Bandar Lampung, selama 2 bulan. PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Bandar Lampung merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perasuransian.

Masalah yang dihadapi oleh perusahaan Asuransi Jiwasraya adalah tidak tercapainya target penjual dan belum menguasai pangsa pasar yang mengidentifikasi kurang promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan. Permasalahan yang dihadapi PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Bandar Lampung adalah “Apakah Langkah-langkah dalam Pengendalian Bauran Promosi pada PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Bandar Lampung sudah berjalan dengan baik.”

Tujuan penulisan laporan akhir ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan langkah-langkah pengendalian bauran promosi pada PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Bandar Lampung untuk penjualan produk asuransi. Indikator yang menjadi perhatian ini dalam tinjauan mengenai langkah-langkah promosi pada PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Bandar Lampung adalah kegiatan promosi penjualan.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode studi kepustakaan dengan cara mempelajari buku-buku, karya ilmiah, serta sumber data lain sebagai referensi untuk mendapatkan teori-teori yang dapat digunakan sebagai dasar perbandingan dan penganalisaan dalam penulisan, dan studi lapangan dengan cara melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) pada PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Bandar Lampung selama 2 bulan. Alat analisis yang digunakan adalah dengan cara pengamatan (*observation*), wawancara (*Interview*), dan dokumentasi.

Hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa langkah-langkah dalam pengendalian bauran promosi yang dilakukan PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Bandar Lampung belum sepenuhnya berjalan dengan baik, hal ini didasarkan pada menentukan tujuan, mengidentifikasi pasar yang akan dituju, merancang pesan, menetapkan bauran promosi, dan mengukur hasil promosi langkah-langkah dalam pengendalian bauran promosi sudah berjalan dengan baik maka perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Sedangkan yang belum berjalan dengan baik yaitu dalam memilih saluran komunikasi dan membuat anggaran total untuk promosi sehingga harus diperbaiki.

Dari hasil tinjauan ini disarankan agar perusahaan melakukan promosi yang lebih gencar untuk menginformasikan produk-produk asuransi terutama bagi masyarakat yang belum mengenal betul seluruh produk yang dipasarkan PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Bandar Lampung melalui kegiatan personal selling dan menambah jumlah media iklan khususnya surat kabar (Koran) yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan.