

## **ABSTRAK**

### **PERAN DISTRIBUSI PEMASARAN DALAM PENCAPAIAN TARGET PENJUALAN PREMI PADA PT. ASURANSI JIWasRAYA (PERSERO) DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**AMALIA HANDAYANI**

PT Asuransi Jiwasraya merupakan salah satu perusahaan BUMN yang bergerak pada perasuransian. PT Asuransi Jiwasraya sudah berdiri sejak 1895 dengan nama awal *Netherlandsch Indiesche Levensverzekering en Liffrente Maatschappijvanden* telah beberapa kali berganti nama hingga akhirnya menjadi PT Asuransi Jiwasraya (persero). Asuransi Jiwasraya memiliki tujuan Menjadi perusahaan yang terpercaya dan dipilih untuk memberikan solusi bagi kebutuhan asuransi dan perencanaan keuangan. Oleh karna itu dibutuhkan saluran distribusi yang baik sebagai penunjang tercapainya tujuan tersebut.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apasajakah yang berperan dalam distribusi pemasaran untuk mendukung penjualan premi dalam pencapaian target pada PT Asuransi Jiwasraya Bandar Lampung.

Tujuan dan kegunaan penulisan ini adalah untuk mengetahui faktor apa sajakah yang mempengaruhi penjualan premi serta mengetahui peranan dari saluran distribusi yang dilakukan PT Asuransi Jiwasraya dalam tercapainya target penjualan.

Teori yang berkaitan dalam penelitian ini ialah teori tentang saluran distribusi, fungsi saluran distribusi dari buku referensi Philip Kotler dan Basu Swastha, serta ditambah teori - teori lain yang melengkapi dalam penelitian ini seperti teori tentang jasa dan asuransi.

Metodologi dalam penelitian ini mencakup analisis kualitatif dan kuantitatif yang menganalisis dengan cara menguraikan data yang telah diolah secara rinci, serta menganalisis menggunakan hitungan angka sederhana.

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa PT. Asuransi Jiwasraya memiliki delapan factor distribusi untuk mendukung tercapainya penjualan premi diantaranya; kecepatan, kerjasama, pengawasan, jumlahagen, biaya, keterikatan, dankompeten.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil pembahasan ialah ada beberapa faktor yang belum bekerja dengan baik, untuk itu peneliti disarankan untuk memperbaiki faktor-faktor yang belum bekerja dengan baik dan meningkatkan kerja sama dengan pihak *agency* untuk tercapainya penjualan premi yang maksimal.

Kata kunci: Saluran Distribusi