

ABSTRAK

SEGMENTASI PASAR PADA PRODUK JS SIHARTA PADA PT. ASURANSI JIWASRAYA (PERSERO) CABANG BANDAR LAMPUNG

Oleh

Arum Pusparianita

Asuransi jiwa menjadi sangat penting bagi kehidupan manusia sehari-hari, bagi setiap individu asuransi berarti dapat meminimalisir resiko-resiko yang tak terduga yang mungkin dan pasti akan terjadi di kehidupan manusia, seperti resiko kehilangan aset atau harta, resiko sakit, resiko kecelakaan, hingga resiko cacat tetap dan resiko jiwa atau meninggal dunia. Jika manusia mengikuti asuransi tersebut, maka akan memastikan bahwa keluarga yang ditinggalkan akan memiliki dana yang cukup jika terjadi dengan kepala keluarga atau tulang punggung terjadi resiko seperti resiko kehilangan jiwa atau meninggal dunia secara tiba-tiba maka keluarga yang ditinggalkan akan mendapatkan dana proteksi dari perusahaan asuransi yang mereka ikuti.

Masalah yang dihadapi perusahaan adalah menghadapi pesaing atau competitor sejenis untuk bersaing menargetkan segmen pasar ketangan konsumen. Sedangkan permasalahan yang dihadapi PT. Asuransi Jiwasraya (persero) Cabang Bandar Lampung adalah “Apakah Segmentasi Pasar pada produk tersebut sudah tepat dengan jenis produk yang ditawarkan pada PT. Asuransi Jiwasraya (persero) Cabang Bandar Lampung?”

Tujuan penulisan Laporan Akhir ini adalah, untuk mengetahui Segmentasi pasar pada produk Js SiHarta sudah tepat ketangan konsumen yang ada pada PT. Asuransi Jiwasraya serta mengetahui segmentasi pasa target dan realisasi pada produk Js SiHarta berpengaruh terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Berdasarkan kesimpulan, bahwa perusahaan telah mampu membagi pasar kedalam kelompok-kelompok pembelian dan mampu memasuki segmen pasar berdasarkan data pengumpulan premi Target dan Realisasi dari tahun 2011 sampai tahun 2013.

Arum Pusparianita

Dalam hal ini, PT. Asuransi Jiwasraya mampu mengidentifikasi segmen pasarnya dan meningkatkan produk Js SiHarta kepada konsumen, sehingga perusahaan mampu menyasati kendala penurunan di tahun 2011 agar meningkat tinggi dengan pencapaian target dan realisasinya. Dan perusahaan asuransi jiwa tersebut mampu mengambil alih dan mengevaluasi segmen pasarnya kepada agen dan karyawan untuk meningkatkan mutu dan kualitas.