

ABSTRAK

STRATEGI INTENSIFIKASI DAN EKSTENSIFIKASI YANG DILAKUKAN OLEH PT ASURANSI JIWASRAYA (PERSERO) CABANG BANDAR LAMPUNG DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN

**Oleh
HAYATI IMASI PUTRI**

PT Asuransi Jiwasraya merupakan suatu lembaga yang menjalankan usaha (bisnis) jasa perlindungan yang bersedia mengambil resiko ancaman bahaya atas kekayaan dan jiwa seseorang. Berdasarkan hal ini diharapkan dengan mengadakan perjanjian asuransi maka akan memberikan perlindungan proteksi baik bagi diri sendiri maupun keluarga yang ditinggalkan. Dengan kewajiban membayar premi dengan cara premi dibayar bulanan, premi triwulan, premi semesteran, premi tahunan dan premi sekaligus.

Masalah yang dihadapi perusahaan adalah volume penjualan masih berfluktuasi, sehingga permasalahan yang timbul adalah :

“Apakah strategi intensifikasi dan ekstensifikasi yang dilakukan sudah berjalan dengan baik dan kontribusi mana yang lebih besar dalam meningkatkan volume penjualan melalui strategi intensifikasi dan ekstensifikasi?”

Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran intensifikasi dan ekstensifikasi pada PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Bandar Lampung.

Metode yang digunakan saat penelitian adalah metode bauran pemasaran dengan cara strategi intensifikasi dan strategi ekstensifikasi.

Hayati Imasi Putri

Strategi yang diterapkan oleh PT Asuransi Jiwasraya cabang Bandar Lampung belum sepenuhnya berjalan dengan baik. Volume penjualannya masih berfluktuasi. Dalam meningkatkan volume penjualan, kontribusi strategi ekstensifikasi lebih besar dibandingkan kontribusi pada strategi intensifikasi.

Dalam hal ini, saran yang dapat diberikan penulis adalah :

Perusahaan perlu meningkatkan cara strategi intensifikasi dan ekstensifikasi, perusahaan hendaknya lebih meningkatkan lagi strategi bauran pemasaran, perlu ada promosi yang lebih gencar, perlu penguasaan segmen karena tidak semua segmen dikuasai perusahaan, untuk yang belum baik perlu ditingkatkan, dan yang sudah baik dipertahankan.