

KONSEP PEMASARAN JASA ASURANSI :  
SUATU UPAYA UNTUK MENARIK MINAT  
PEMBELIAN KONSUMEN



OLEH :

DWI CAHYONO

3103097237

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
S U R A B A Y A

2002

0990/13

06-12-2003

FB

FB-m  
Cah  
K

**KONSEP PEMASARAN JASA ASURANSI;  
SUATU UPAYA UNTUK MENARIK MINAT PEMBELIAN  
KONSUMEN**

**MAKALAH TUGAS AKHIR**

Diajukan kepada  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**  
untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

**OLEH:**

**DWI CAHYONO**  
**3103097237**

**JURUSAN MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**  
**SURABAYA**

**2002**

LEMBAR PERSETUJUAN

MAKALAH TUGAS AKHIR

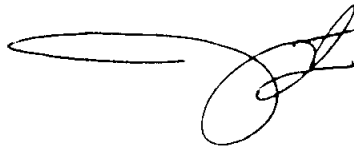
**KONSEP PEMASARAN JASA ASURANSI;  
SUATU UPAYA UNTUK MENARIK MINAT PEMBELIAN  
KONSUMEN**

OLEH:

**DWI CAHYONO**

**3103097237**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH



PEMBIMBING, **DRS. EC. TJITRA OENTOENG.**

Tanggal: *26 Juli 2002*

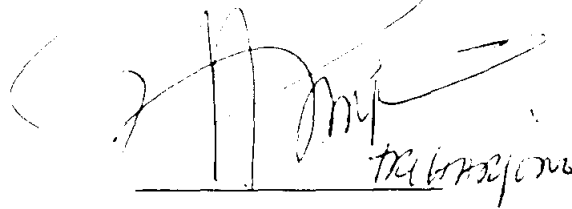
## LEMBAR PENGESAHAN

Tugas akhir yang ditulis oleh: Dwi Cahyono.

NRP: 3103097237.

Telah disajikan pada tanggal 10 April 2022 dihadapan Tim Penilai

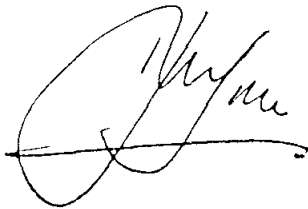
Ketua Tim Penilai:



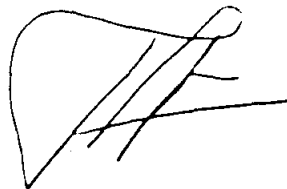
Dwi Cahyono

Mengetahui:

Dekan,



Ketua Jurusan,



DRS. SIMON HARIYANTO, AK. DRS. EC. N. AGUS SUNARYANTO, MM.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada **Tuhan Yang Maha Esa**, atas anugerah rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa terlimpahkan sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan Makalah Tugas Akhir ini dengan baik.

Maksud dan tujuan penyusunan makalah tugas akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, disamping itu juga untuk mengembangkan pengetahuan penulis khususnya yang berkaitan dengan bidang pemasaran.

Terima kasih yang tak terhingga, penulis sampaikan kepada berbagai pihak yang telah membantu penyelesaian makalah tugas akhir ini, terutama kepada:

- a. Bapak Drs. Simon Haryanto, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
- b. Bapak Drs. Ec. N. Agus Sunaryanto, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- c. Bapak Drs. Ec. Tjitra Oentoeng, selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan perhatian kepada penulis atas penyusunan makalah Tugas akhir ini.
- d. Papa, Mama dan Kakakku yang telah banyak memotivasi dan memberikan bantuan selama perkuliahan.

- e. Tercinta dan tercita; “Tanti Nordiah” yang telah mencurahkan kasih sayang dan perhatiannya kepada penulis selama ini dan untuk seterusnya.
- f. Dan semua sahabat, teman karib, dan teman lainnya yang terlalu sulit untuk disebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuannya

Demikian, semoga penyusunan makalah tugas akhir ini memberikan banyak manfaat dan kebaikan kepada berbagai pihak.

Surabaya, Juli 2002

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	4
2.1. Jurnal Konsep Pemasaran Perusahaan Jasa.....	4
2.2. Pengertian Pemasaran.....	4
2.3. Pemasaran Usaha Jasa.....	5
2.4. Marketing Mix.....	7
2.5. Kajian Mengenai Asuransi.....	8
2.5.1. Unsur-Unsur Asuransi.....	9
2.5.2. Subyek dan Obyek Asuransi.....	9
2.5.3. Saat Berlakunya dan Berakhirnya Perjanjian Asuransi...	10
2.5.4. Ssitem Penjualan Asuransi.....	11
2.5.5. Konsep Pemasaran Usaha Asuransi.....	12
BAB 3 PEMBAHASAN.....	14
BAB 4 SIMPULAN.....	34
DAFTAR KEPUSTAKAAN	

## ABSTRAKSI

Seperti halnya perusahaan manufaktur, perusahaan asuransi juga harus mempunyai strategi-strategi pemasaran tertentu berkaitan dengan penjualan polis asuransi. Hal ini mengingat semakin lama tingkat persaingan semakin ketat. Untuk itu kemampuan perusahaan asuransi dalam melakukan usaha-usaha pemasaran polis memegang peranan yang penting berkaitan dengan penjualan polis asuransi. Hal ini mengingat semakin maraknya persaingan, maka alternatif pembelian konsumen akan semakin banyak. Konsumen akan selalu memilih perusahaan asuransi yang dirasakan mampu memenuhi tuntutan dan keinginannya. Berdasarkan hal tersebut, maka kemampuan perusahaan asuransi dalam melakukan berbagai pendekatan kepada konsumen dirasakan akan memperbesar peluang peningkatan minat beli konsumen atas polis asuransi perusahaan bersangkutan.

Kajian makalah tugas akhir yang disajikan dengan menggunakan studi deskriptif, yaitu mendeskripsikan permasalahan yang terjadi dalam lingkup operasi perusahaan asuransi dalam upaya untuk meningkatkan minat pembelian konsumen.

Hasil pembahasan yang dilakukan menghasilkan beberapa simpulan, antara lain: (a) persaingan yang semakin ketat mengharuskan masing-masing perusahaan jasa asuransi untuk menerapkan suatu strategi yang memadai untuk menarik minat pembelian polis asuransi, (b) layanan yang diberikan oleh perusahaan asuransi harus mampu menyentuh berbagai sisi minat pembelian konsumen, (c) kualitas jasa perusahaan asuransi merupakan variabel utama agar polis yang ditawarkan mampu terserap pasar dengan memadai, (d) kemampuan perusahaan untuk meningkatkan pelayanan merupakan variabel yang mutlak untuk ditingkatkan dan masih terus menyimpan peluang yang semakin besar agar perusahaan asuransi terus mampu berkembang, dan (e) kemampuan perusahaan jasa asuransi untuk menekan atau menangani berbagai keluhan juga memberikan kontribusi yang berarti terhadap peningkatan penjualan polis asuransi.