Prospek pemasaran produk pahala PT Asuransi kerugian X

Rumahorbo, Ricardo P., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184219&lokasi=lokal>

Abstrak

Penulisan skripsi ini dilakukan karena berdasarkan pengamatan penulis, industri asuransi kerugian membutuhkan usaha perluasan pasar dan penciptaan produk asuransi yang sesuai dengan usaha perluasan pasar tersebut. Karenanya penulisan ini bertujuan untuk melihat sampai seberapa jauh Produk Pahala dapat menjawab kebutuhan tersebut di atas. Penelitian dilakukan dengan membandingkan kondisi perusahaan dan produk Pahala dengan situasi pasar industri asuransi kerugian melalui analisa SWOT. Selain itu juga melihat kinerja perusahaan dalam memasarkan produk tersebut selama periode 1989 (peluncuran produk) hingga 1991. Hasil penelitian menunjukkan bahwa walaupun produk Pahala memiliki prospek pemasaran yang baik, sebaliknya menunjukkan kemampuan menghasilkan laba yang rendah bahkan cenderung menjadi beban bagi perusahaan. Hal tersebut karena dalam memasarkan produk ini perusahaan memasang tarif premi yang terlalu rendah. Tarif yang terlalu rendah tersebut didor ong oleh situasi persaingan yang tidak sehat yang cenderung mengarah ke perang tarif. Berdasarkan kenyataan ini, sebaiknya produk Pahala dihentikan untuk sementara sampai ditemukan bentuk strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien yang tidak dilandaskan pada permainan harga.