

Strategi komunikasi pemasaran produk asuransi pendidikan Sequis Life. Studi kasus pada Komunikasi Pemasaran KIDS PLAN

Wisnu Wardana Yudakusuma, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=82292&lokasi=lokal>

Abstrak

Pokok pikiran (tesis) dari penelitian ini adalah gambaran obektive situation dari strategi komunikasi pemasaran produk asuransi pendidikan Sequis Life. Tesis ini mencoba menggambarkan strategi komunikasi pemasaran yang di terapkan perusahaan asuransi jiwa Sequis Life dan dihubungkan dengan alat analisa SOSTAC.

Masalah yang diteliti adalah mengetahui gambaran objective situation komunikasi pemasaran produk KIDS PLAN. Penelitian dilakukan dengan metode studi kasus (case study) dengan payung paradigma kualitatif dan analisa penelitian secara naratif. Adapun tujuan menggunakan metode ini adalah adanya keinginan untuk mengungkapkan fakta yang didapat dari lapangan dengan variasi sumber data yang tinggi, sehingga jika menggunakan metode kualitatif terasa tujuan yang hendak dicapai menjadi terbatas.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Terdapat pengaruh yang kuat antara citra perusahaan asuransi jiwa lokal terhadap kepercayaan masyarakat. (2) Terdapat hubungan yang kuat antara pertumbuhan pendapatan premi KIDS PLAN dengan kepercayaan masyarakat terhadap asuransi jiwa lokal. (3) Faktor-faktor internal yang mendukung kegiatan perusahaan PT AI Sequis Life dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran adalah kebijakan perusahaan di bidang promosi dan pengembangan sumber daya manusia serta melakukan promosi melalui special event atau alat - alat promosi seperti (1) personal selling (2) public relation and sponsor marketing. (3) direct marketing communication, (4) point of purchased communication (5) sales promotion. Faktor - faktor eksternal dan situasional yang ikut mempengaruhi keberadaan KIDS PLAN di mata masyarakat adalah (1) kebijakan pemerintah di bidang moneter dengan menutup sejumlah bank dan perusahaan asuransi (2) Krisis moneter dan (3) citra buruk yang selama ini di sandang perusahaan asuransi jiwa lokal. Tidak kuatnya hak cipta atau paten terhadap produk asuransi jiwa sehingga mudah sekali untuk di tiru oleh perusahaan asuransi jiwa lain.

Kontribusi dan keterbatasan Studi dari penelitian ini adalah: Penelitian ini tidak concern pada semua masalah yang melingkupi obyek penelitian, sehingga mempunyai sejumlah keterbatasan, yakni masih terbatas pada bentuk studi kasus di SEQUIS LIFE, itupun terbatas pada produk KIDS PLAN, 1 diantara 15 produk asuransi jiwa Sequis Life lainnya. Sehingga hasil penelitian ini terbatas untuk digeneralisasi bagi obyek-obyek penelitian yang lain, baik perusahaan asuransi jiwa yang sejenis maupun yang tidak sejenis.

Dari penelitian ini di rekomendasikan formula dengan alat analisa SOSTAC yang dipadukan dengan marketing mix sehingga dapat menghasilkan rekomendasi praktis yang berguna untuk pembentukan strategi komunikasi pemasaran di masa yang akan datang.