

**TINJAUAN BENTUK-BENTUK PROMOSI OLEH MITRA KERJA
PADA AJB BUMIPUTERA 1912 CABANG BELAKANG OLO PADANG**

Tugas Akhir

Untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya

Program Studi Administrasi Bisnis

Jurusan Administrasi Niaga



Oleh :

IRFAN AMIR

05 076 044



ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2008



No. Alumni Universitas	IRFAN AMIR	No. Alumni Fakultas
BIODATA		
a). Tempat/tanggal lahir : Paninjauan, 20 Juli 1987 b). Nama Orang tua : Muslim dan Reni Gusti, A.Ma c). Fakultas : Politeknik d). Jurusan : Administrasi Niaga e). No. BP : 05076044 f). Tanggal Lulus : 20 Agustus 2008 g). Predikat lulus : h). IPK : i). Lama studi: 3 Tahun j). Alamat orang tua : Depan Perumnas Pondok Intan Subarang Koto Baru Kec. Kubung Kab. Solok		

**TINJAUAN BENTUK PROMOSI OLEH MITRA KERJA
PADA AJB BUMIPUTERA 1912
CABANG BELAKANG OLO PADANG**

Tugas Akhir DIII oleh Irfan Amir

Pembimbing : 1. Imelda M. Nur, SE, MHRM 2. Fista Wirda, SE, M.Si

ABSTRAK

Bentuk promosi yang dilakukan oleh mitra kerja (agen) pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Belakang Olo Padang, adalah kegiatan yang merupakan ujung tombak dalam perusahaan dalam mencari nasabah dan pencapaian laba dalam perusahaan. Seorang mitra kerja (agen) bertugas mencari nasabah dengan target mencari polis dalam jumlah tertentu sesuai dengan golongan masing-masing. Mitra kerja harus bisa mempromosikan produk-produk yang ditawarkan oleh pihak asuransi, mampu menjaga dan mengangkat citra perusahaan. Untuk itu, seorang mitra kerja harus bisa mempromosikan produk-produk dalam perusahaan dengan bentuk-bentuk promosi yang baik dan layak. AJB Bumiputera 1912 badan asuransi milik pemerintah atau BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang memberikan perlindungan kepada nasabahnya sekaligus sebagai investasi yang menguntungkan di masa depan dan juga menunjang kebijakan dan program pemerintah di bidang ekonomi, keuangan, pembangunan industri asuransi jiwa.

AJB Bumiputera 1912 Cabang Belakang Olo Padang mempunyai tahap-tahap dalam promosi yang dilakukan oleh Mitra Kerja (Agen) yaitu: Prospek (*Prospecting*) yaitu mencari calon nasabah, Pendekatan awal (*Pre-approach*), Pendekatan (*Approaching*), Penyajian Produk (*Sales Presentation*), Produk yang sesuai (*Meeting Objektive*), Terjadi Kesepakatan (*Closing The Case*), Referensi (*References*). Dalam melakukan promosi AJB Bumiputera menggunakan brosur-brosur (salskit) untuk mengenalkan produk-produknya kepada calon nasabah, AJB Bumiputera juga melakukan kegiatan Publisitas (*Publicity*) yaitu kemasyarakatan melalui kegiatan seminar-seminar yang dilakukan pada suatu intalansi, organisasi dan perusahaan yang dinamakan dengan kegiatan sosialisasi.

Tugas Akhir telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan **LULUS** pada tanggal : 20 Agustus 2008

Abstrak telah disetujui oleh penguji :

Tanda tangan	1.	2.	3.	4.
Nama Lengkap	Fista Wirda, SE, M.Si	Gustina, SE	Endang Afriyeni, SE	Variyetmi Wira, SE

Mengetahui,

Ketua Jurusan :

SARMIADI, SE
Nip. 132 282 158



Alumnus telah mendaftar ke fakultas/universitas dan mendapat nomor alumnus :

Nomor Alumni	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas :	Nama :	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas :	Nama :	Tanda Tangan

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sumber daya manusia (SDM) sangat berpengaruh sekali dalam sebuah perusahaan, karena sumber daya manusia (SDM) merupakan salah satu faktor penggerak dalam menjalankan aktifitas perusahaan. Pada umumnya setiap perusahaan mempunyai tujuan yang sama yaitu mencari laba. Laba merupakan suatu bentuk prestasi perusahaan dan akan tercapai apabila perusahaan tersebut efektif dan efisien. Keefektif suatu perusahaan berkaitan dengan *output* perusahaan berupa barang dan jasa yang dipasarkan untuk memperoleh pendapatan sebanyak-banyaknya. Sedangkan efisien suatu perusahaan berkaitan dengan pemakaian *input* perusahaan dalam menghasilkan *output* (produk) dengan memperhatikan biaya serendah-rendahnya.

Salah satu *input* yang dipakai oleh perusahaan dalam menghasilkan *output* (produk) adalah Sumber Daya Manusia (SDM). Sumber daya manusia mempunyai peranan yang penting dalam perusahaan terutama dalam sektor pemasaran untuk dapat mencapai tujuan perusahaan. Agar tujuan perusahaan tersebut dapat tercapai, maka peranan ini lebih banyak dilaksanakan oleh Sumber daya manusia yang bertugas pada semua fungsi yang ada pada perusahaan seperti fungsi pemasaran yang dapat disebut juga sebagai ujung tombak perusahaan.

Produk yang dipasarkan tidak hanya dalam bentuk barang, namun juga jasa. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa adalah asuransi. Asuransi merupakan sebuah perjanjian atau kesepakatan yang mana didalamnya

terdapat pihak yang menjamin atau mengganti kerugian sehubungan dengan kerugian, kehilangan, kecelakaan, dan hal-hal yang telah disepakati oleh kedua belah pihak yaitu pemberi jaminan atau pihak penanggung dan pihak tertanggung.

AJB Bumiputera 1912 badan asuransi milik pemerintah atau BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang memberikan perlindungan kepada nasabahnya sekaligus sebagai investasi yang menguntungkan di masa depan. Dan juga AJB Bumiputera menunjang kebijakan dan program pemerintah di bidang ekonomi, keuangan, pembangunan industri asuransi jiwa.

AJB Bumiputera 1912 cabang Belakang Olo Padang mempunyai beberapa divisi salah satunya divisi operasional (Superfisor) yang membawahi para mitra kerja (agen). Tugas dari mitra kerja ini adalah memasarkan produk berupa jasa. Mitra kerja merupakan ujung tombak perusahaan yang memasarkan bentuk jasa dari perusahaan asuransi yang pada umumnya berkaitan dengan jasa jaminan atas resiko.

Seorang mitra kerja (agen) bertugas mencari nasabah dengan target mencari polis dalam jumlah tertentu sesuai dengan golongan masing-masing. Mitra kerja harus bisa mempromosikan produk-produk yang ditawarkan oleh pihak asuransi, mampu menjaga dan mengangkat citra perusahaan.

Semakin banyak polis yang didapatkan oleh mitra kerja (agen), tentu akan berpengaruh pada peningkatan pendapatan asuransi. Dengan adanya peningkatan pada pendapatan perusahaan asuransi, maka perusahaan asuransi berpeluang besar meraih prestasi tinggi yaitu memperoleh laba yang besar.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian diatas yang telah dikemukakan pada Bab-bab sebelumnya tentang Tinjauan Bentuk-bentuk Promosi Mitra Kerja pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Belakang Olo Padang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. AJB Bumiputera 1912 Cabang Belakang Olo Padang bergerak dalam bidang asuransi jiwa, dengan melaluj Mitra Kerja (agen) dalam melakukan promosi dan pemasaran produk-produk yang ada pada AJB Bumiputera tersebut.
2. Seorang Mitra Kerja (agen) harus bisa melaksanakan tugasnya dengan baik dan memiliki keterampilan dalam melakukan promosi, mempunyai kepribadian yang menarik dan bisa berkomunikasi dengan baik.
3. AJB Bumiputera 1912 Cabang Belakang Olo Padang mempunyai tahap-tahap dalam promosi yang dilakukan oleh Mitra Kerja (agen) yaitu:
 - a Prospek (*Prospecting*) yaitu Mencari calon nasabah,
 - b Pendekatan awal (*Pre-approach*),
 - c Pendekatan (*Approaching*), Penyajian Produk (*Sales Presentation*)
 - d Produk yang sesuai (*Meeting Objective*)
 - e Terjadi kesepakatan (*Closing The Case*)
 - f Referensi (*References*)
4. Dalam melakukan promosi AJB Bumiputera menggunakan brosur-brosur (saleskit) untuk mengenalkan produk-produknya kepada calon

DAFTAR PUSTAKA

- Hasyimi, Ali. A, 1993, *Bidang Usaha Asuransi*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Hasyimi, Ali. A, 1996, *Kamus Asuransi*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Kasmir, 2003, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1995, *Marketing*, Jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip & Armstrong Gay, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Salim, Abbas, 1993, *Asuransi dan Manajemen Resiko*, PT Raja Grafindo, Jakarta.
- Tom Brannan, 1998, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.