

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri asuransi semakin marak belakangan ini. Disadari atau tidak, asuransi merupakan satu-satunya alternatif keuangan yang dapat memberikan perlindungan atau jaminan pendapatan dan kesejahteraan hidup bagi ekonomi individu maupun organisasi dari resiko-resiko kehidupan yang dihadapi yang tidak diketahui kapan datangnya. Asuransi jiwa telah menjadi salah satu alternatif terbaik dalam menabung dan merencanakan keuangan dan masa depan serta salah satu alternatif investasi jangka panjang.

Asuransi jiwa Manulife 1985 merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa asuransi dan termasuk perusahaan asuransi tertua dan termuda yang berdiri di Indonesia. Manulife telah banyak memberikan pelayanan perlindungan atas risiko kemungkinan terjadinya kerugian pada pemegang polisnya. Agar perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan asuransi lainnya, maka diperlukan suatu strategi pemasaran yang baik.

Menyadari besarnya potensi pasar di Indonesia, banyak sekali perusahaan-perusahaan asuransi baik lokal maupun dari luar negeri yang mencoba untuk meraih pasar di Indonesia. Banyak pesaing, terlebih setelah krisis ekonomi melanda Indonesia membuat perusahaan-perusahaan asuransi bersaing semakin ketat.

Di samping itu peningkatan industri asuransi juga ditunjang oleh strategi pemasaran yang optimal, banyak perusahaan-perusahaan asuransi yang menawarkan berbagai premi dalam produknya sebagai strategi promosi. Kondisi bisnis yang demikian membuat perusahaan-perusahaan harus berinovasi dan memilih strategi yang tepat untuk tetap bertahan di tengah pangsa pasar yang saling bersingungan. Perusahaan asuransi harus semakin kreatif dalam mengembangkan pilihan-pilihan produk asuransi dalam menghadapi persaingan usaha.

Suatu perusahaan harus mampu menjamin kelangsungan kehidupan perusahaan tersebut, harus berkembang dan membuat perusahaan mampu bersaing dengan tujuan utama untuk memuaskan kebutuhan masyarakat. Karena masyarakat yang makin beragam kebutuhannya, akan lebih selektif dalam memilih perusahaan yang mampu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik.

Persaingan usaha merupakan hal yang wajar dan tidak dapat dihindari oleh para pelaku-pelaku bisnis di sektor manapun. Setiap perusahaan harus memiliki strategi tersendiri untuk dapat bersaing dan bertahan menghadapi perang pesaing yang terus terjadi seiring dengan waktu. Oleh sebab itu, setiap perusahaan harus dapat meningkatkan sumber daya yang dimilikinya untuk dapat bertahan, terlebih-lebih untuk dapat memiliki keunggulan untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Analisis SWOT (*Streangth, Weaknesses, Opportunities, And Threaths*) adalah suatu teknik yang dirancang khusus untuk membantu mengidentifikasi strategi pemasaran yang harus dijalankan perusahaan.

Analisis SWOT dapat membantu dalam menentukan strategi yang tepat khususnya strategi pemasaran, diharapkan agar memperoleh keuntungan yang maksimal oleh karena itu maka penulis mengambil judul **“Strategi Pemasaran PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Tangerang Isiyana Dengan Metode SWOT”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diambil rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman bagi PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Tangerang Isiyana?
2. Apa strategi yang sesuai bagi PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Tangerang Isiyana?
3. Alternatif strategi pemasaran apakah yang tepat untuk diterapkan sesuai dengan keadaan PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Tangerang Isiyana?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman bagi PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Tangerang Isiyana.
2. Untuk mengetahui strategi apa yang sesuai bagi PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Tangerang Isiyana

3. Merumuskan alternatif strategi pemasaran PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Tangerang Isiyana.

#### **1.4 Batasan Masalah**

Penelitian ini dilakukan pada satu asuransi jiwa modal asing yang sudah berdiri sejak 1985 yaitu PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia. Untuk itu dalam penyusunan skripsi ini penulis memberi batasan masalah atau ruang lingkup penulisan yaitu berfokus pada strategi pemasaran PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Tangerang Isiyana.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu setiap bab saling berhubungan. Agar penulisan penelitian ini lebih terarah, maka dapat diuraikan bab demi bab dalam sistematika penulisan, yang berisikan sebagai berikut:

##### **BAB I : Pendahuluan**

Menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan laporan.

##### **BAB II : Landasan Teori**

Membahas tentang teori yang berkaitan dan mendukung penulisan penelitian ini, yaitu teori manajemen pemasaran, teori analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, And Threats*).

##### **BAB III : Metodologi Penelitian**

Menjelaskan tentang diagram alur, beserta langkah-langkah yang dilakukan selama melakukan penelitian, mulai dari awal melakukan penelitian sampai didapatkan hasil akhir.

#### BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Membahas mengenai pengolahan data dan melakukan analisis sehingga dapat menghasilkan kesimpulan terhadap strategi pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Tangerang Isiyana.

#### BAB V : Kesimpulan dan Saran

Berisi kesimpulan dari penelitian ini beserta saran-saran dalam penelitian.