

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis proses penyusunan marketing plan dan dasar pertimbangan penyusunan marketing plan produk asuransi kendaraan bermotor serta profit margin pemasaran produk asuransi kendaraan bermotor PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk. Untuk itu digunakan penelitian dengan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, dan jenis penelitian studi kasus. Data yang dikumpulkan terutama melalui wawancara mendalam, diolah untuk selanjutnya dianalisis.

Hasil analisis menunjukkan bahwa proses marketing plan terdiri atas analisis situasi termasuk yang mencakup analisis makroekonomi, analisis segmentasi pasar, analisis industri, analisis persaingan, analisis keunggulan kompetitif, dan analisis SWOT. Berdasarkan analisis tersebut dilahirkan strategi marketing plan yang terdiri dari strategi pasar sasaran, strategi market positioning, strategi marketing mix, proyeksi penjualan, proyeksi expenses atau budget promosi, proyeksi profit margin, dan program marketing, serta evaluasi dan manajemen kontrol dalam pemasaran produk asuransi kendaraan bermotor pada PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk.

Dari hasil analisis juga ditemukan bahwa analisis dan strategi yang dipersiapkan tersebut secara langsung berkaitan dengan pemasaran produk asuransi kendaraan bermotor PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk sebagai rencana bisnis yang dipersiapkan untuk dilaksanakan oleh PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk. Profit margin pada bisnis asuransi kendaraan bermotor sebagai bisnis dengan karakteristik khusus merupakan bisnis yang mempertimbangkan biaya pemasaran yang digunakan dengan penjualan polis asuransi yang telah dilakukan. Profit margin bagi perusahaan asuransi dalam kondisi yang normal adalah proporsionalitas biaya pemasaran yang dikeluarkan dengan harga dari penjualan polis asuransi yang diterima oleh perusahaan asuransi.

Hasil analisis lainnya menunjukkan bahwa profit margin pemasaran asuransi kendaraan bermotor PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk merupakan kondisi yang mencerminkan proporsionalnya biaya pemasaran dengan harga penjualan premi asuransi kendaraan bermotor PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk dalam pemasaran asuransi kendaraan bermotor PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk.

Kata Kunci : *marketing plan*; *profit margin*; asuransi kendaraan bermotor.

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the process of preparing the marketing plan and the basis of the balance of the preparation of the marketing plan of motor vehicle insurance products and profit margin marketing of motor vehicle insurance products of PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk. For that reason, the research used descriptive qualitative approach, and case study research, where the data collected mainly through in-depth interviews, is processed for further analysis.

The results of the analysis show that the marketing plan process consists of situational analysis including macroeconomic analysis, market segmentation analysis, industry analysis, competitive analysis, competitive advantage analysis, and SWOT analysis. Based on the analysis, the strategy of marketing plan consists of target market strategy, market positioning strategy, marketing mix strategy, sales projection, expense project or budget promotion, profit margin projection and marketing program, and evaluation and control management in marketing of motor vehicle insurance product at PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk.

The analysis results also found that the analysis and strategy prepared are directly related to the marketing of motor vehicle insurance products of PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk as a business plan prepared for implementation by PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk. While the profit margin in the motor vehicle insurance business as a business with a special characteristic is a business that considers the marketing costs used with the sale of insurance policies that have been done. The profit margin for an insurance company under normal conditions is the proportionality of marketing costs incurred by the price of the sale of the insurance policy received by the insurer. Other analysis results show that the profit margin of motor vehicle insurance PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk is a condition that reflects the proportion of marketing costs with the selling price of motor vehicle insurance premium PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk in the marketing of motor vehicle insurance PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk.

Keywords: marketing plan, profit margin, motor vehicle insurance.