

**STRATEGI *RELATIONSHIP* MARKETING PADAPT. ASURANSI  
JIWASRAYA CABANG SURAKARTA SEBAGAI UPAYA  
MEMPERTAHANKAN PELANGGAN**



**TUGAS AKHIR**

Diajukan untuk Memenuhi Syarat-Syarat Mencapai Sebutan

Ahli Madya Manajemen Pemasaran

Oleh :

**MEGITA IKA HERVANI**

**F3213034**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

**2017**

**ABSTRAK****STRATEGI *RELATIONSHIP MARKETING* PADA PT. ASURANSI  
JIWASRAYA CABANG SURAKARTA SEBAGAI UPAYA  
MEMPERTAHANKAN PELANGGAN****MEGITA IKA HERVANI****NIM : F3213034**

*Relationship marketing* merupakan suatu praktik membangun hubungan jangka panjang yang memuaskan dengan pelanggan. tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi *relationship marketing* serta untuk menjelaskan strategi *relationship marketing* PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Surakarta sebagai upaya mempertahankan pelanggan.

Metode penelitian ini yang digunakan dalam menyusun tugas akhir ini adalah studi kasus yaitu mengambil suatu obyek tertentu untuk dianalisa secara mendalam. Data yang diperoleh melalui dua sumber yaitu primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan wawancara langsung pada bagian marketing dan operasional PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Surakarta. Data sekunder diperoleh dari sumber lain yang berkaitan dengan penelitian baik dari buku dan sumber lain.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi *relationship marketing* dilakukan PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Surakarta yaitu dengan mengidentifikasi, mempertahankan dan mengembangkan yang nantinya akan meningkatkan kualitas layanan pelanggan sehingga perusahaan dapat mempertahankan pelanggan dalam waktu yang panjang. Strategi *relationship marketing* PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Surakarta juga diterapkan dalam bentuk kerjasama dengan nasabahnya sehingga akan terjalin hubungan yang langgeng.

Saran berdasarkan penelitian ini adalah program – program *relationship marketing* seperti customer gathering, reward dan event – event yang melibatkan nasabah sebaiknya ditingkatkan dan lebih sering diadakan dan diupayakan untuk ditujukan tidak hanya kepada nasabah tertentu saja, tetapi juga kepada seluruh nasabah dan meningkatkan sarana seperti website khusus untuk nasabah yang ingin memberikan saran dan kritik untuk menunjang hubungan yang baik antara pelanggan.

**Kata Kunci : *Relationship Marketing***

**ABSTRACT*****RELATIONSHIP MARKETING STRATEGY INPT. JIWASRAYA  
INSURANCE SURAKARTA EFFORT AS KEEPING CUSTOMERS*****MEGITA IKA HERVANI****F3213034**

*Relationship marketing is a practice of building long-term relationships with customers satisfactory. purpose of this study was to determine the application of relationship marketing strategies as well as to explain the relationship marketing strategy PT. Jiwasraya Insurance Surakarta in an effort to retain customers*

*This research method used in preparing this thesis is a case study which takes a certain object to be analyzed in depth. Data obtained through two sources, namely primary and secondary data. The primary data obtained by direct interview on the marketing and operation of PT. Jiwasraya Insurance Surakarta. Secondary data were obtained from other sources relating to research, from books and other sources.*

*From the results of this study concluded that the relationship marketing strategy by PT. Jiwasraya Insurance Surakarta is to identify, retain and develop which will improve the quality of customer service so that enterprises can retain customers in a long time. Relationship marketing strategy PT. Jiwasraya Insurance Surakarta is also applied in the form of cooperation with customers so that the relationship can be lasting.*

*Recommendations based on this research are the programs of relationship marketing such as customer gathering, reward and event - event that involves the customer should be improved and more often held and strived to be addressed not only to the specific customer, but also to all customers and to improve facilities such as dedicated websites for customers who want to provide comments and suggestions to support the good relationship between the customers.*

**Keywords: Relationship Marketing**

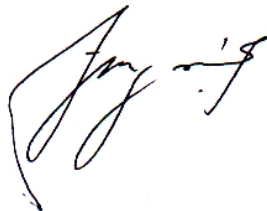
## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul:

**STRATEGI *RELATIONSHIP MARKETING* PADA PT. ASURANSI  
JIWASRAYA CABANG SURAKARTA SEBAGAI UPAYA  
MEMPERTAHANKAN PELANGGAN**

Surakarta, ~~1-2~~<sup>1-2</sup> Mei 2016

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing



**Yeni Fajariyanti, SE, Msi**

**NIP. 19740112200012004**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul:

**STRATEGI *RELATIONSHIP MARKETING* PADA PT. ASURANSI  
JIWASRAYA CABANG SURAKARTA SEBAGAI UPAYA  
MEMPERTAHANKAN PELANGGAN**

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir  
Program Studi Diploma 3 Manajemen Pemasaran  
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret

Surakarta, Januari 2017

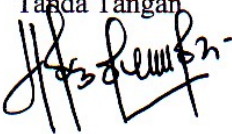
Tim Penguji Tugas Akhir

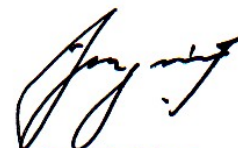
1. Amina Sukma Dewi, SE, M.Sc

NIP. 19771207 200812 2 002

2. Yeni Fajariyanti, SE, M.Si

NIP. 1974011 220001 2 004

Tanda Tangan  
  
Penguji

  
Pembimbing

**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret :

Nama : Megita Ika Hervani  
NIM. : F3213034  
Program Studi : D-3 Manajemen Pemasaran  
Judul Tugas Akhir (TA) : Strategi *Relationship Marketing* Pada PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Surakarta Sebagai Upaya Mempertahankan Pelanggan

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/sanduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan pencabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, .....  
Mahasiswa



MEGITA IKA H .....  
NIM. F3213034 .....

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“JER BASUKI MAWA BEYA”

Setiap keberhasilan butuh pengorbanan

### PERSEMBAHAN

“ Karya sederhana ini mungkin tidak sebanding dengan segala perhatian, cinta dan kasih sayang dari orang - orang yang selalu berada didekatku memberikan semangat serta doa untuk mencapai yang terbaik”

Karya ini dipersembahkan kepada:

- Kedua orang tuaku tercinta
- Adik – adikku tersayang
- Sahabatku Brillyani, Fandy, Hastin, Inggit, Poppin, Ftiana dan pihak – pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu.
- Almamater



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Alloh SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga Laporan Tugas Akhir dengan Judul **Strategi *Relationship Marketing* Pada PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Surakarta Sebagai Upaya Mempertahankan Pelanggan** ini dapat diselesaikan dengan baik.

Tugas akhir ini disusun penulis untuk memenuhi syarat-syarat Mencapai Gelar Ahli Madya pada Program Diploma 3 Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.

Dalam kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penyusunan Laporan Tugas Akhir ini:

1. Dr. Hunik Sri Runing S, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
2. Drs. Mohammad Amien Gunadi M.P selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
3. Yeni Fajariyanti, SE,Msi selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan pengarahan selama penyusunan Tugas Akhir.
4. Slamet Budiyanto selaku pimpinan PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Surakarta yang telah berkenan memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan magang kerja dan penelitian.
5. Semua pihak yang telah membantu namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya atas kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Namun demikian, karya sederhana ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surakarta, Agustus 2016

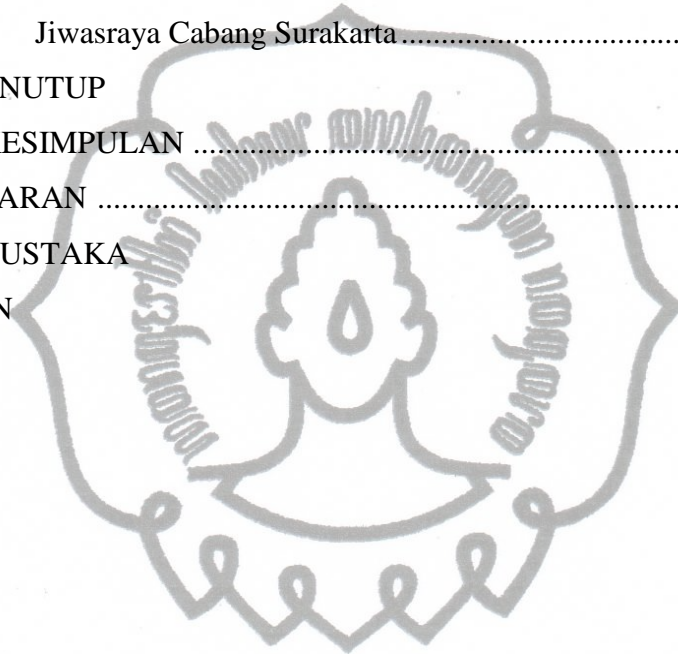
Megita Ika Hervani



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
ABSTRAK .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Metode Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>A. LANDASAN TEORI</b>	
1. Pengertian Jasa.....	9
2. <i>Relationship Marketing</i> .....	9
3. Perbedaan Pemasaran Tradisional dan Relasional .....	12
4. Manfaat penerapan <i>Relationship Marketing</i> .....	14
5. Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	15
6. Konsep inti <i>Relationship Marketing</i> .....	17
7. Pelanggan.....	19
8. Loyalitas .....	19
<b>B. KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	
20	
<b>BAB III PEMBAHASAN</b>	
<b>A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
1. Sejarah Perusahaan PT. Asuransi Jiwasraya .....	21
2. Visi dan Misi PT. Asuransi Jiwasraya.....	23

3. Produk-Produk Jasa PT. Asuransi Jiwasraya .....	26
4. Stuktur Organisasi .....	30
<b>B. LAPORAN MAGANG KERJA</b>	
1. Pengertian Magang Kerja .....	32
2. Tujuan Magang Kerja .....	32
3. Pelaksanaan Magang Kerja .....	32
<b>C. PEMBAHASAN</b>	
1. Penerapan strategi <i>relationship marketing</i> pada PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Surakarta .....	34
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
A. KESIMPULAN .....	39
B. SARAN .....	40
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR GAMBAR

### HALAMAN

Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 3.1 : Struktur Organisasi .....	30



## DAFTAR TABEL

### HALAMAN

Tabel 2.1 : Perbedaan Pemasaran Tradisional dan Pemasaran Relasional.....	13
Tabel 3.1 : Laporan Magang Kerja .....	33



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Merchandise PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Surakarta

Lampiran 2 : Nilai Kerja Praktik Magang di PT. Asuransi Jiwasraya  
Cabang Surakarta.

Lampiran 3 : Hasil wawancara dengan pihak PT. Asuransi Jiwasraya Cabang  
Surakarta

