

**ANALISIS STRATEGY PROMOSI *PERSONAL SELLING* PRODUK
ASURANSI JAMINAN PEMELIHARAAN KESEHATAN (JPK) PADA PT
JAMSOSTEK (PERSERO) CABANG SALEMBA DENGAN
MENGUNAKAN STP**

***ANALYSIS OF PERSONAL SELLING STRATEGY OF JAMINAN
PEMELIHARAAN KESEHATAN (JPK) INSURANCE PRODUCT AT PT
JAMSOSTEK (PERSERO) BRANCH SALEMBA USING STP***

**RACHMAT ABDUL FICKAR
8223088144**



**Karya Ilmiah ini Ditulis Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2012**

ABSTRAK

RACHMAT ABDUL FICKAR. 2012. 8223088144. ANALISA STRATEGI PROMOSI JAMINAN PEMELIHARAAN KESEHATAN PADA PT. JAMSOSTEK (PERSERO) CABANG SALEMBA DENGAN MENGGUNAKAN STP. Program studi Manajemen DIII Pemasaran, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

PT Jamsostek (Persero) Cabang Salemba terdapat tenaga marketing, yaitu *Account Officer* (AO) memasarkan produk asuransi Jaminan Pemeliharaan Kesehatan (JPK) dengan menggunakan *personal selling* untuk menawarkan JPK kepada calon peserta atau nasabah di perusahaan. Penulisan Karya Ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui promosi PT Jamsostek Cabang Salemba, Jakarta Pusat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi langsung. *Personal Selling* merupakan penyajian secara lisan oleh perusahaan kepada satu atau beberapa calon pembelid engan tujuan agar barang dan jasa yang ditawarkan dapat terjual. Promosi pada PT Jamsostek (Persero) Cabang Salemba, menggunakan *personal selling* yaitu komunikasi dua arah antara (*Account Officer*) dan nasabah atau pelanggan pada PT Jamsostek (Persero) Cabang Salemba. PT Jamsostek (Persero) Cabang Salemba menggunakan beberapa tahapan proses *personal selling*, yaitu mencari target calon nasabah, pra pendekatan, pendekatan, sosialisasi dan presentasi, menangani penolakan, menutup informasi penjualan, dan tindak lanjut dan pendaftaran nasabah. PT Jamsostek (Persero) Cabang Salemba menggunakan beberapa tahapan promosi *personal selling* dimulai dengan tahapan mencari target calon nasabah sampai dengan tahapan pendaftaran nasabah. Jamsostek memilih segmen dalam proses *personal selling*, yaitu Perusahaan Wajib Belum Terdaftar.

Kata Kunci : Promosi, *Personal selling* PT Jamsostek Cabang Salemba

ABSTRACT

RACHMAT ABDUL FICKAR. 2012. 8223088144. ANALYSIS OF PERSONAL SELLING PROMOTION STRATEGY JPK PRODUCT AT PT. JAMSOSTEK (PERSERO) BRANCH SALEMBA USING STP. Marketing Management DIII Study Program , Major Management , Economic Faculty, Universitas of State Jakarta.

PT Jamsostek (Persero) Branch Salemba there marketing power, ie Accounts Officer (AO) to market insurance products Health Insurance (JPK) to use personal selling to offer JPK potential audience or customers in the company. Scientific Writing aims to determine promotion Jamsostek Branch Salemba, Central Jakarta. The method used in this penilitian is descriptive anilisis using data collection through literature study, direct observation. Personal Selling is an oral presentation by the company to one or several candidates pembelid ith the goal of keeping the goods and services offered can be sold. Promotions at PT Jamsostek (Persero) Salemba Branch, using personal selling is a two-way communication between (Accounts Officer) and clients or customers at PT Jamsostek (Persero) Salemba Branch. PT Jamsostek (Persero) Salemba Branch uses several stages of the process of personal selling, which is looking for a target prospective customers, pre approach, approach, socialization and presentations, handle objections, close sales information, and follow-up and customer registration. PT Jamsostek (Persero) Branch Salemba using multiple stages of selling personal promotion begins with the stage of seeking to target potential customers with the stage of the customer registration. Jamsostek select the segment in the personal selling process, namely Payer Not Registered Company.

Keywords: Promotion, Personal selling PT Jamsostek Branch Salemba

LEMBAR PERSETUJUAN KARYA ILMIAH

Pembimbing

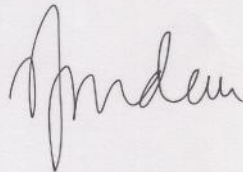
Tanda Tangan

Tanggal



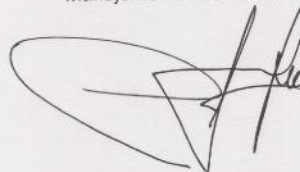
Agung Kresnamurti R.P., ST., MM
NIP. 19740416 200604 1 001

Ketua Jurusan Manajemen



Agung Wahyu Handaru, ST., MM.
NIP. 19781127 200604 1 001

Ketua Program Studi DIII
Manajemen Pemasaran



Agung Kresnamurti R.P., ST., MM
NIP. 19740416 200604 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA



Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si
NIP. 19531002 198503 2 001

Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Ketua Penguji

Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si

NIP. 19720617 199903 1 001

Penguji Ahli

Dra. Solikhah, MM

NIP. 19620623 199003 2 001

Jan 2012

Dosen Pembimbing

Agung Kesnamurti RP, ST., MM.

NIP. 19740416 200604 1 001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamiin, segala puji bagi Allah yang telah memberikan karunia dan rahmat-Nya sehingga sampai sekarang praktikan dapat menyelesaikan penulisan karya ilmiah ini yang berjudul: ANALISIS STRATEGI PROMOSI *PERSONAL SELLING* PRODUK ASURANSI JAMINAN PEMELIHARAAN KESEHATAN (JPK) PADA PT JAMSOSTEK (PERSERO) CABANG SALEMBA DENGAN MENGGUNAKAN STP.

Penulisan karya ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang ikut berpartisipasi memberikan dukungan materil maupun moril sehingga praktikan mendapatkan berbagai data dan informasi dalam menyempurnakan karya ilmiah ini. Pada kesempatan ini, dengan hati yang tulus ingin menyampaikan rasa terima kasih tak terhingga kepada :

1. Bapak Agung Kresnamurti,R.P,ST.MM. Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran, yang telah bersedia meluangkan waktunya, serta selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya dan memberikan masukan-masukan serta bimbingan selama penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan.
2. Ibu Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

3. Bapak Agung Wahyu Handaru, ST, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Semua pegawai di Divisi Marketing dan TI khususnya untuk Ibu Evi Sintawati, Ibu Martayam Sitorus, Ibu Ratna, Ibu Reni, Bapak Wiryadi Utama, Bapak Harry, Bapak Syarifudin, Bapak Huzaemi, Bapak Teuku dan Mas Ibnu serta seluruh pegawai PT. Jamsostek Cabang Salemba pada umumnya yang telah membantu memberikan gambaran dunia kerja yang sesungguhnya kepada praktikan.
5. Keluarga tercinta dirumah sebagai sumber inspirasi, terutama untuk kedua orang tua, kakak-kakak, dan adik.
6. Sahabat-sahabat seperjuangan di prodi MP2 2008, dan orang-orang yang telah memberikan inspirasi dan motivasi dalam hidup.

Akhirnya, praktikan pun menyadari bahwa terdapat banyak kesalahan pada penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini agar dimaklumi.

Oleh karena itu, praktikan mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak agar dapat menjadi lebih baik lagi kedepannya dan nantinya Laporan Praktik Kerja Lapangan ini dapat berguna bagi semua.

Jakarta, 16 Januari 2012

Rachmat Abdul Fickar