

ABSTRAK

Gambaran Strategi Pemasaran Penjualan Produk Asuransi Kesehatan Unit Link di PT. Prudential Life Assurance Cabang Gresik. Qurrota'ayun Azizatul Pratiwi Ningrum (2022) Laporan Tugas Akhir, Program Studi D3 Asuransi Kesehatan, Politeknik Kesehatan Kemenkes Malang. Penguji Ngesti W Utami, S.Kp, M.Pd. Pembimbing Rizki Mustika Riswari, S.ST, MPH

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Produk, Asuransi, Kesehatan, *Unit Link*, *Agent*

Strategi pemasaran merupakan rencana yang hendak diikuti oleh manajer pemasaran. Rencana tindakan ini didasarkan atas analisa situasi dan tujuan-tujuan perusahaan dan merupakan cara untuk pencapaian tujuan tersebut. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya strategi pemasaran yang dilakukan oleh Leader dan Agent PT. Prudential Life Assurance cabang Gresik dalam penjualan produk asuransi kesehatan unit link dengan tahapan manajemen strategi yang meliputi perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Metode dalam penelitian ini menggunakan studi kasus kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kemudian disajikan dalam teks, dan menarasikan hasil wawancara untuk mendapat hasil mengenai strategi pemasaran Leader dan Agent. Hasil penelitian yang di peroleh dari Gambaran Strategi Pemasaran Penjualan Produk Asuransi Kesehatan Unit Link di PT. Prudential Life Assurance Cabang Gresik dengan tahapan manajemen strategi adalah mengalami peningkatan penjualan di setiap tahun meskipun di masa pandemi dan terdapat adanya manfaat finansial dan non finansial. Peneliti mengharapkan untuk penelitian berikutnya agar memilih metode yang tepat terhadap strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk asuransi kesehatan.

ABSTRACT

Marketing Strategy Description of Unit Link Health Insurance Product Sales at PT. Prudential Life Assurance Gresik Branch. Qurrota'ayun Azizatul Pratiwi Ningrum (2022) Final Project Report, D3 Health Insurance Study Program, Health Polytechnic of the Ministry of Health Malang. Examiner Ngesti W Utami, S.Kp, M.Pd. Supervisor Rizki Mustika Riswari, S.ST, MPH

Keywords: Marketing Strategy, Product, Insurance, Health, Unit Link, Agent

A marketing strategy is a plan that a marketing manager wants to follow. This action plan is based on an analysis of the situation and the company's goals and is a means of achieving these goals. The purpose of this study was to determine the existence of a marketing strategy carried out by Leaders and Agents of PT. Prudential Life Assurance Gresik branch in the sale of unit-linked health insurance products with strategic management stages which include strategy formulation, strategy implementation, and strategy evaluation. The method in this study uses a qualitative case study. Data collection techniques were carried out by interviewing then presented in the text, and narrating the results of the interview to get results regarding the marketing strategy of Leaders and Agents. The results were obtained from the Marketing Strategy Overview of Sales of Health Insurance Products Unit Link at PT. Prudential Life Assurance Gresik Branch with the strategic management stage is experiencing an increase in sales every year, even during the pandemic and there are financial and non-financial benefits. Researchers hope for the next research to choose the right method of marketing strategy to increase sales of health insurance products.