

ABSTRAK

Peranan Pemeriksaan Operasional dalam Menunjang Efektivitas dan Efisiensi Strategi Bauran Pemasaran

Pasar industri asuransi jiwa di Indonesia sangat besar dan masih banyak yang belum terlayani. Oleh karena itu, kini banyak perusahaan asuransi yang bersaing dalam menarik nasabah. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan melakukan aktivitas pemasaran, termasuk menjalankan strategi bauran pemasaran. Kegiatan pemasaran tersebut harus efektif sehingga perusahaan dapat unggul dalam kompetisi.

Pemasaran merupakan aktivitas yang vital dalam setiap perusahaan karena dapat menunjang penjualan produknya. Oleh karena itu, perusahaan harus menetapkan suatu strategi pemasaran yang tepat, termasuk bauran pemasarannya. Bauran pemasaran terdiri dari *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. Biasanya perusahaan menggunakan kombinasi dari unsur-unsur bauran pemasaran tersebut agar sesuai dengan jenis produk dan target pasarnya. Untuk memastikan efektivitas bauran pemasaran perusahaan, dapat dilakukan suatu pemeriksaan operasional. Pemeriksaan operasional tersebut diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi bagi manajemen untuk perbaikan atau peningkatan kinerja operasi perusahaan sehingga dapat berjalan dengan lebih efektif, efisien, dan ekonomis.

Tujuan pemeriksaan operasional yang dituangkan dalam skripsi ini yaitu untuk menilai keefektifan dan keefisienan bauran pemasaran melalui penilaian terhadap independensi pemeriksaan, program pemeriksaan operasional, pelaksanaan pemeriksaan operasional, laporan hasil pemeriksaan operasional dan tindak lanjut serta cara pengelolaan yang diterapkan dalam kegiatan tersebut apakah sudah berjalan baik dan lancar juga sejauh mana pemeriksaan operasional yang dilaksanakan dalam meningkatkan keefektifan dan keefisienan operasi, kepatuhan terhadap hukum dan perundang-undangan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis antara lain dengan observasi langsung atas kegiatan objek yang diteliti, wawancara dengan pihak manajemen, pengumpulan dokumen perusahaan, serta penggunaan kuesioner kepada manajemen. Selain itu, penulis juga melakukan penelitian kepustakaan untuk memperoleh data sekunder yang dapat mendukung penelitian lapangan. Penulis menggunakan berbagai teknik pengolahan data, antara lain dengan menggunakan metode statistika. Sedangkan untuk menganalisis data, penulis melakukan analisis SWOT.

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis pada PT. Panin Life dapat ditarik kesimpulan bahwa aktivitas pemeriksaan operasional bauran pemasaran yang dilaksanakan perusahaan tersebut cukup efektif, hal ini terlihat dari perhitungan dengan menggunakan metode Analisis Korelasi Pearson sebesar 89,59% yang membuktikan adanya pemenuhan unsur-unsur dan tujuan-tujuan dari pemeriksaan operasional guna menunjang meningkatnya efektivitas dan efisiensi strategi bauran pemasaran pada PT. Panin Life, Bandung.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah Penelitian	3
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan Penelitian	5
1.5. Kerangka Pemikiran	6
1.6. Metode Penelitian	8
1.6.1. Pengumpulan Data	8
1.6.2. Operationalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	9
1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 10
2.1. Pemeriksaan	10
2.1.1. Pengertian Pemeriksaan.....	10
2.1.2. Jenis-jenis Pemeriksaan.....	11
2.1.3 Teknik-teknik Pemeriksaan	12
2.1.4 Klasifikasi Pemeriksaan	13
2.2. Pemeriksaan Operasional	14
2.2.1. Pengertian Pemeriksaan Operasional	15
2.2.2. Perbedaan Pemeriksaan Operasional dengan Pemeriksaan Keuangan	16

2.2.3 Tujuan Pemeriksaan Operasional.....	17
2.2.4. Jenis-jenis Pemeriksaan Operasional	19
2.2.5. Penentuan Kriteria Penilaian	20
2.2.6. Ruang Lingkup Pemeriksaan Operasional	22
2.2.7. Tahapan Pemeriksaan Operasional	22
2.2.8. Manfaat pemeriksaan Operasional.....	29
2.2.9. Keterbatasan Pemeriksaan Operasional	30
2.2.10 Laporan Pemeriksaan Operasional.....	32
2.3. Pengendalian	34
2.3.1. Pengertian Pengendalian Internal.....	34
2.3.2. Tujuan Pengendalian Internal	35
2.3.3. Komponen-komponen Pengendalian Internal	35
2.4. Efektivitas dan Efisiensi	38
2.5. Pemasaran	39
2.5.1. Tujuan Pemasaran	40
2.5.2. Proses Pemasaran.....	41
2.5.3. Pengertian Manajemen Pemasaran	44
2.5.4. Filosofi Manajemen Pemasaran.....	45
2.5.5. Fungsi Manajemen Pemasaran	46
2.5.6. Bauran Pemasaran.....	48
2.6. Pemeriksaan Pemasaran.....	54
2.6.1. Tujuan Audit Pemasaran	56
2.6.2 Prosedur Audit Pemasaran.....	56
2.6.3. Jenis-jenis Audit Pemasaran	57
2.6.4. Komponen Pemeriksaan Pemasaran	57
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	59
3.1. Objek Penelitian	59
3.2. Metodologi Penelitian.....	73
3.2.1. Teknik Pengumpulan Data	73
3.2.2. Teknik Pengembangan Instrumen.....	74

3.2.3	Operasional Variabel.....	75
3.2.4	Rancangan Analisis Data.....	78
3.3.	Penarikan Kesimpulan	82
BAB IV	PEMBAHASAN	83
4.1.	Tahap Pemeriksaan Pendahuluan	83
4.1.1.	Tahap Perencanaan (<i>Planning Phase</i>).....	83
4.1.2.	Tahap Pekerjaan Dalam Proses (<i>Work Program Process</i>)	85
4.1.3.	Tahap Pemeriksaan Mendalam (<i>Field Work Phase</i>).....	86
4.2.	Strategi Bauran Pemasaran Perusahaan.....	87
4.2.1.	Strategi Pemasaran Pada Elemen Produk.....	87
4.2.2.	Strategi Pemasaran Pada Elemen Harga.....	90
4.2.3	Strategi Pemasaran Pada Elemen Tempat	91
4.2.4	Strategi Pemasaran Pada Elemen Promosi	92
4.2.5	Strategi Pemasaran Pada Elemen Manusia.....	93
4.2.6	Strategi Pemasaran Pada Elemen Proses	96
4.3.	Pemeriksaan Operasional Bauran Pemasaran	97
4.3.1.	Pelaksanaan Pemeriksaan Operasional	97
4.3.2.	Program Pemeriksaan Operasional	98
4.3.3	Tinjau Ulang Penemuan dan Rekomendasi	99
4.4.	Peranan Pemeriksaan Operasional Dalam Menunjang Efektivitas dan Efisiensi Strategi Bauran Pemasaran Pada Panin Life.....	104
4.5.	Pengujian Hipotesis	107
4.5.1.	Analisis Deskriptif	107
4.5.2.	Analisis Statistik	110
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	116
5.1.	Kesimpulan.....	116

5.2. Saran	119
------------------	-----

DAFTAR PUSTAKA	121
-----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	123
----------------------	------------

DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 3.1.....	76
Tabel 4.1.....	111

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 :Daftar Pertanyaan Umum	123
Lampiran 2 :Daftar Pertanyaan Variabel Independen	124
Lampiran 3 :Daftar Pertanyaan Variabel Dependen	127
Lampiran 4 :PANIN Liveslink 2004	129
Lampiran 5 :PANIN Liveslink 2005	130
Lampiran 6 :PANIN Lifeslink 2006.....	131