

**ANALISIS PENGARUH VARIABEL LINI PRODUK PREMI
RUPIAH TERHADAP LABA YANG DIPEROLEH PADA
PT. AJB. BUMIPUTERA 1912 RAYON MADYA
JEMBER**

SKRIPSI



Milik UPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Oleh :

Terima

Ni

Hadiah

Persebaran

23 OCT 2002

SRS

658.8

NUR

a

e. /

Siti Nurhayati

NIM : 980810201042

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2002**

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH VARIABEL LINI PRODUK PREMI RUPIAH
TERHADAP LABA YANG DIPEROLEH PADA PT. AJB.
BUMIPUTERA 1912 RAYON MADYA
KABUPATEN JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : Siti Nurhayati

N. I. M. : 980810201042

Jurusan : Manajemen

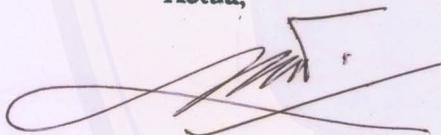
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

27 Juli 2002

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Susunan Panitia Penguji

Ketua,



Drs. IKM. Dwipayana, MS
NIP. 130 781 341

Sekretaris,

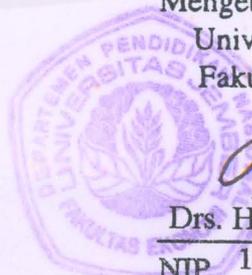


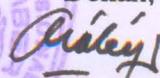
Drs. Handriyono, M.Si
NIP. 131 877 447

Anggota,

Drs. H. Suwardi, MM
NIP. 131 129 286

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,




Drs. H. Liakip, SU
NIP. 130 531 976

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Variabel Lini Produk Premi Rupiah
Terhadap Laba Yang Diperoleh Pada PT. AJB
Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember

Nama Mahasiswa : Siti Nurhayati

N. I. M : 980810201042

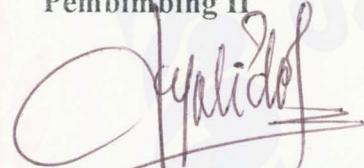
Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I


Drs. H. Suwardi, MM
NIP. 131 129 286.

Pembimbing II


Deasy Wulandari, SE, Msi
NIP. 132 258 071

Mengetahui :
Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi


Drs. IKM. Dwipayana, M.S
NIP. 130 781 341

Tanggal Persetujuan : Juli 2002

PERSEMBAHAN

Skripsi Ini Aku Persembahkan Untuk :

- ❖ Ayahanda dan ibunda tercinta yang selalu membimbing dan mendoakanku.
- ❖ Kakakku dan adikku tersayang yang selalu setia membantu dan memberikan dorongan.
- ❖ Keponakan-keponakanku, Mas Alif, Mas Bima dan Mbak Riris.
- ❖ Sahabat-sahabatku.
- ❖ Rekan-rekan seperjuangan
- ❖ Almamater tercinta

MOTTO :

"Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari semua urusan. Kerjakan sungguh-sungguh urusan yang lain".

(QS. Al nariyah 5-7)

"jika kamu berbuat kebajikan kepada orang lain catatlah kebajikan itu diatas pasir, tetapi jika orang lain berbuat kebajikan kepadamu catatlah kebajikan itu dengan tinta emas di dalam hatimu".

(Imam Al Ghozuli)

"dengan ilmu kehidupan itu menjadi mulia, dengan seni kehidupan menjadi indah dengan agama kehidupan menjadi terarah dan bermakna".

(Prof. Dr. H. A. Murti Ali)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketujuh variabel produk dalam lini produk terhadap laba yang diperoleh perusahaan pada PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember. Untuk mengetahui produk mana dari ketujuh produk tersebut, yang memberikan kontribusi paling dominan terhadap laba yang diperoleh perusahaan pada PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari perusahaan tahun 1999-2001. Dalam memenuhi tujuan penelitian, maka penelitian ini menggunakan analisis regresi, uji t, dan uji F dalam upaya mengungkapkan fenomena – fenomena yang terdapat dalam tujuan penelitian.

Berdasarkan analisis regresi, uji t, dan uji F, ketujuh variabel produk asuransi dalam suatu lini produk berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan pada PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember. Terdapat empat produk yang masing – masing berpengaruh secara sendiri – sendiri terhadap laba yang diperoleh perusahaan pada PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember, yaitu produk asuransi beasiswa berencana, dwiguna prima, tahapan prima, dan swadana. Tiga produk yang lain, yaitu produk asuransi seumur hidup prima, dana bahagia, dan multiguna tidak berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan pada PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember.

Kata Kunci : Lini Produk, Laba,

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah kehadiran Allah SWT, dan hanya atas perkenaan serta ridho-Nya. Akhirnya kami berhasil menyelesaikan tugas penyusunan skripsi ini dengan “ANALISIS PENGARUH VARIABEL LINI PRODUK PREMI RUPIAH TERHADAP LABA YANG DIPEROLEH PADA PT. AJB BUMI PUTRA 1912 RAYON MADYA JEMBER”, sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi yang telah lama kami dambakan.

Keberhasilan penulisan skripsi ini sudah barang tentu tidak datang dengan sendirinya, melainkan karena ada dukungan dari berbagai pihak, baik yang berupa bantuan moril maupun materiil. Oleh karena itu sudah sewajarnya apabila pada kesempatan ini kami haturkan terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Bapak Drs H. Suwardi, M.M, dan Ibu Deasy Wulandari. SE. M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan pengertian telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan petunjuk, bimbingan dan koreksi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs H. Liakip, SU selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Bapak pimpinan PT. AJB BUMI PUTRA 1912 RAYON MADYA JEMBER beserta staf yang telah memberikan izin dan kemudahan dalam proses pengumpulan data sebagai bahan penelitian.
5. Keluarga besar Drs. Lisno, M.Si untuk dorongan moril dan materiil dalam membantu menyelesaikan skripsi ini.

6. Terima kasih teman-teman, Sawitri, Ageng, Nita, Ina. Ira, Yasin, Ayunda, Santi, Arif, Ari Kurniawan (untuk nasehat dan doronganya).

Dengan segenap kemampuan yang ada, kamitelah berusaha menyajikan skripsi ini dengan sebaik- baiknya. Namun kami menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu adanya kritik maupun saran perbaikan akan kami terima dengan lapang dada dan senang hati.

Akhirnya hanya permohonan maaf yang dapat disampaikan disertai setitik harapan semoga skripsi ini ada gunanya dan manfaatnya. Amin.

Jember, Juli 2002

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|----------|
| Halaman Sampul | i |
| Halaman Persetujuan..... | ii |
| Halaman Pengesahan | iii |
| Halaman Persembahan..... | iv |
| Halaman Motto..... | v |
| Abstraksi | vi |
| Kata Pengantar..... | vii |
| Daftar Isi..... | ix |
| Daftar Tabel | xi |
| Daftar Lampiran..... | xii |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 2 |
| 1.3 Pembatasan Masalah..... | 4 |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 4 |
| 1.4.1 Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.4.2 Manfaat Penelitian | 4 |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA..... | 6 |
| 2.1 Pengertian dan Ruang Lingkup Asuransi | 6 |
| 2.1.1 Batasan Asuransi..... | 6 |
| 2.1.2 Tujuan Asuransi | 7 |
| 2.2 Pengertian dan Konsep Pemasaran..... | 7 |
| 2.3 Pengertian Produk..... | 8 |
| 2.4 Penggolongan Produk..... | 9 |
| 2.5 Lini Produk dan Bauran Produk | 13 |
| 2.6 Analisis Lini Produk..... | 14 |
| 2.6.1 Penjualan dan Laba Lini Produk | 14 |

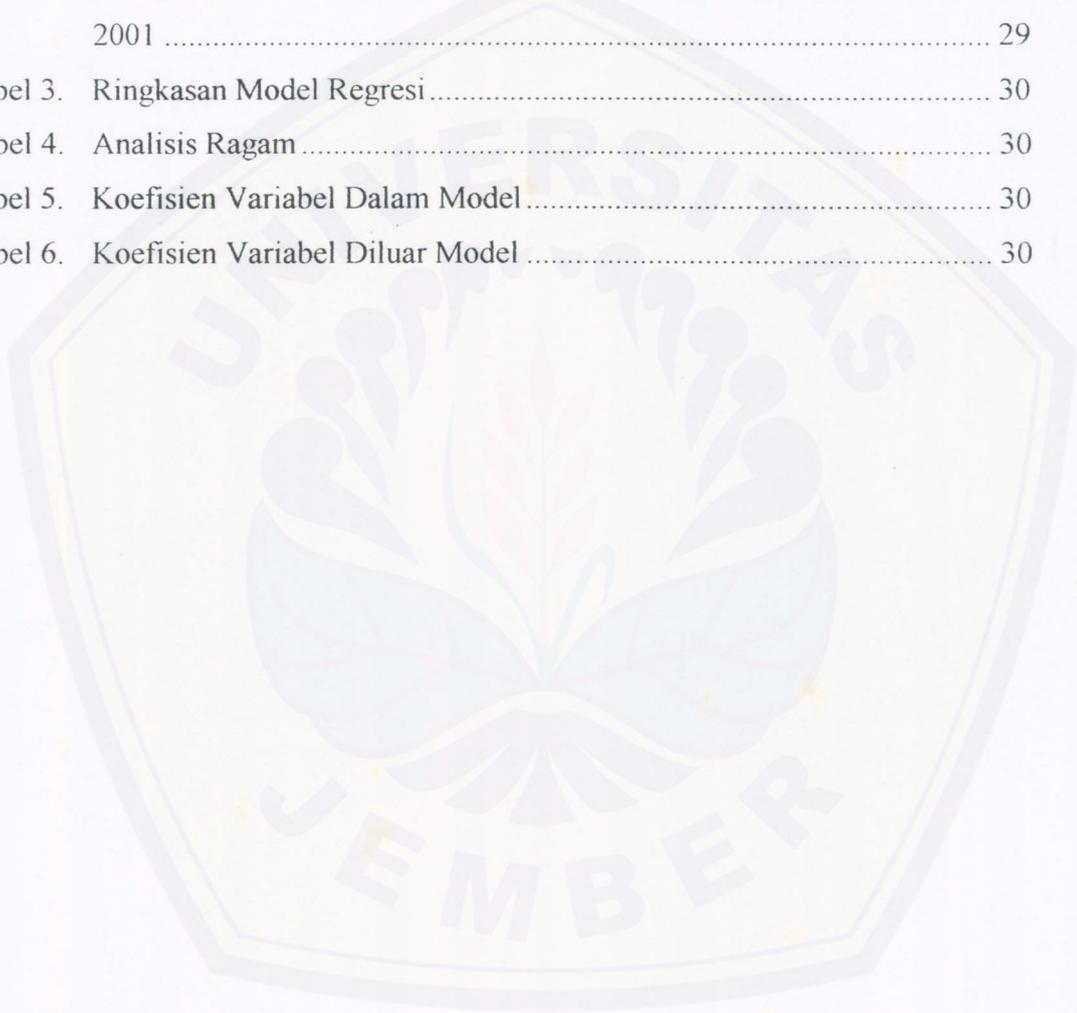
| | |
|---|-----------|
| 2.6.2 Profil Pasar Lini Produk..... | 14 |
| 2.6.3 Panjang Lini Produk..... | 15 |
| 2.7 Perencanaan Produk..... | 15 |
| BAB III. METODE PENELITIAN | 19 |
| 3.1 Rancangan Penelitian | 19 |
| 3.2 Populasi dan Sampel..... | 19 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data | 20 |
| 3.3.1 Jenis Data | 20 |
| 3.3.2 Sumber Data..... | 20 |
| 3.3.3 Metodel Pengumpulan Data..... | 20 |
| 3.4 Metode Analisis Data | 21 |
| 3.4.1 Model Analisis | 21 |
| 3.4.2 Pengujian..... | 22 |
| 3.5 Definisi Operasional | 24 |
| BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 26 |
| 4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian..... | 26 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Kabupaten Jember | 26 |
| 4.1.2 Gambaran Umum PT. AJB Bumiputera 1912 | 26 |
| 4.2 Analisis Data..... | 30 |
| 4.3 Pembahasan | 32 |
| BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN | 36 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 36 |
| 5.2 Saran | 36 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

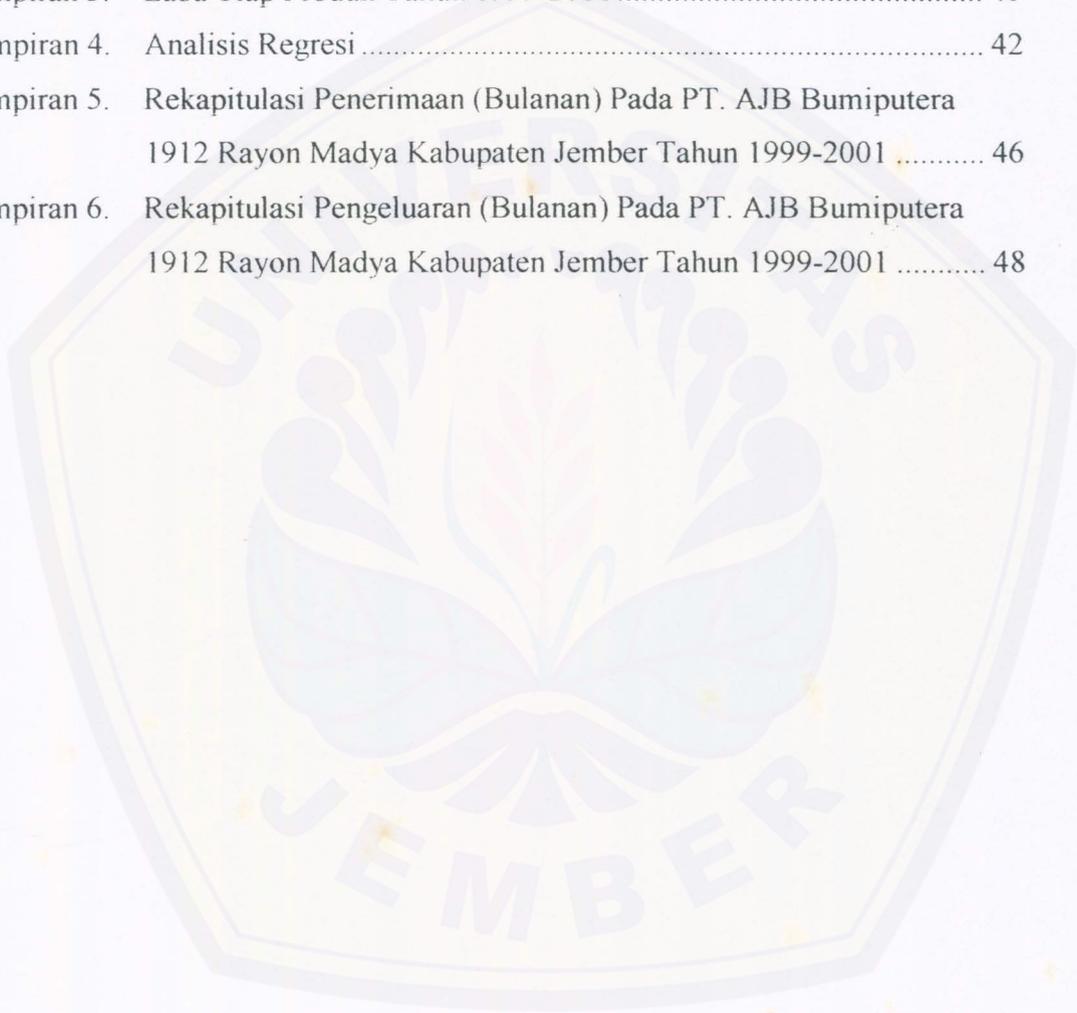
DAFTAR TABEL

| | | |
|----------|--|----|
| Tabel 1. | Isi Suatu Rencana Pemasaran | 16 |
| Tabel 2. | Prosentase Laba ke- 7 Produk Asuransi Premi Rupiah Pada PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember Dari Tahun 1999- 2001 | 29 |
| Tabel 3. | Ringkasan Model Regresi | 30 |
| Tabel 4. | Analisis Ragam | 30 |
| Tabel 5. | Koefisien Variabel Dalam Model | 30 |
| Tabel 6. | Koefisien Variabel Diluar Model | 30 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|-------------|---|----|
| Lampiran 1. | Persentase Laba Produk Tahun 1999-2001 | 38 |
| Lampiran 2. | Laba Perusahaan Tahun 1999-2001 | 39 |
| Lampiran 3. | Laba Tiap Produk Tahun 1999-2001 | 40 |
| Lampiran 4. | Analisis Regresi | 42 |
| Lampiran 5. | Rekapitulasi Penerimaan (Bulanan) Pada PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember Tahun 1999-2001 | 46 |
| Lampiran 6. | Rekapitulasi Pengeluaran (Bulanan) Pada PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember Tahun 1999-2001 | 48 |



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perekonomian Indonesia saat ini sedang mengalami krisis khususnya pada sektor moneter yang ditandai dengan melemahnya nilai rupiah dan menguatnya nilai dollar. Bagi dunia usaha, menguatnya nilai dollar ini meningkatkan beban usaha, dimana nilai kurs tukar nantinya akan mencerminkan perubahan harga domestik terhadap harga luar negeri sehingga mempengaruhi besarnya produksi dalam negeri, terutama berkaitan dengan struktur komponen biaya dari suatu industri yang kandungan importirnya relatif besar. Pada akhirnya dampak krisis ekonomi ini akan berdampak pada seluruh unit usaha, yaitu semua jenis produk dan jasa. Kemererosotan daya beli masyarakat terhadap suatu produk dan jasa akibat depresiasi rupiah secara drastis akan memaksa dunia usaha untuk menaikkan harga jual produknya dan menurunnya omset penjualan.

Dunia usaha harus selalu melakukan restrukturisasi dalam segala bidang usaha (keuangan, organisasi, produk, pemasaran dan lain sebagainya) agar selalu dapat memanfaatkan secara optimal kondisi aktual yang sedang terjadi saat ini, demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan untuk menjaga reputasi perusahaan yang sudah terbentuk. Bagi suatu perusahaan kegiatan pemasaran merupakan salah satu kegiatan penting dalam rangka mencapai tujuan. Melalui hasil dari kegiatan pemasaran ini nantinya diharapkan diperoleh suatu keuntungan (*profit*) yang dapat dipakai untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan serta menjaga kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan, terutama untuk jangka panjang. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan

dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Pengaruh era globalisasi dan perubahan teknologi mendorong munculnya berbagai perusahaan sejenis dan perusahaan barang yang mengakibatkan persaingan diantara perusahaan yang satu dengan yang lainnya semakin ketat. Hal tersebut mendorong perusahaan untuk melakukan kegiatan pemasaran dengan lebih baik. Setiap perusahaan berusaha untuk mempertahankan keuntungan atau paling tidak perusahaan mempertahankan penjualannya, sebab penjualan merupakan cermin keberhasilan manajemen. Oleh karena itu perusahaan tidak cukup hanya menghasilkan produk tetapi harus ditunjang dengan kemampuan untuk menjual produk yang dihasilkan.

Dalam merencanakan penawaran pasar, perusahaan perlu berpikir melalui lima tingkat produk. Tiap tingkat menambahkan lebih banyak pelanggan, dan kelimanya membentuk suatu hirarki nilai pelanggan. Lima tingkat produk adalah 1) manfaat inti (*core benefit*), 2) produk dasar (*basic product*), 3) produk yang diharapkan (*expected product*), 4) produk yang ditingkatkan (*augmented product*), dan 5) produk potensial (*potential product*). Pemahaman mengenai lini produk yang merupakan bagian dari pemahaman tentang produk, tidak terlepas dari usaha perusahaan dalam mencari keuntungan. Suatu manajer lini produk harus mengetahui penjualan dan laba tiap produk dalam lininya untuk menentukan produk mana yang akan dikembangkan, dipertahankan, dikurangi, atau dihentikan.

1.2. Perumusan Masalah

PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember adalah suatu perusahaan yang menawarkan variabel produk – produk asuransi, antara lain : Asuransi Dana Bahagia, Asuransi Seumur Hidup Prima, Asuransi Tahapan Prima, Asuransi Beasiswa Berencana, Asuransi

Multiguna, Asuransi Swadana, Asuransi Dwiguna Prima dan beberapa produk Asuransi lainnya. Pada PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember terdapat 10 jenis asuransi dengan premi dolar dan 10 jenis asuransi dengan premi rupiah. Saat ini perusahaan mengalami persaingan yang ketat dengan perusahaan asuransi lain, seperti : PT. Asuransi Jiwa Sraya, PT. Asuransi Jasa Raharja, PT. Asuransi Bumi Asih dan lain sebagainya. Dalam rangka menghadapi para pesaing, maka perusahaan dituntut untuk bisa menganalisis lini produk yang dihasilkannya. Sebab, produk yang dihasilkan merupakan elemen kunci dalam penawaran pasar (*market offering*). Jenis Asuransi Dana Bahagia, Asuransi Seumur Hidup Prima, Asuransi Tahapan Prima, Asuransi Beasiswa Berencana, Asuransi Multiguna, Asuransi Swadana dan Asuransi Dwiguna Prima itulah yang lebih banyak jumlah nasabahnya pada PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember. Ketujuh jenis produk asuransi dari lini produk yang ditawarkan oleh PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember itulah yang menjadi obyek dalam penelitian dalam analisis lini produk ini.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dan ditetapkan adalah :

1. Apakah ketujuh variabel produk dalam lini produk premi rupiah memberikan pengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember ?
2. Dari ketujuh variabel produk yang terdapat pada lini produk premi rupiah, variabel produk mana yang memberikan pengaruh yang paling dominan terhadap laba yang diperoleh perusahaan PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember ?

1.3. Batasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya permasalahan dalam penelitian ini maka diberikan batasan – batasan sebagai berikut :

1. Data penelitian yang digunakan 1999 – 2001
2. Variabel yang diteliti adalah laba dari ketujuh variabel produk dan laba yang diperoleh perusahaan secara keseluruhan.
3. Variabel produk yang digunakan dalam penelitian adalah sebanyak 7 produk asuransi yang telah ditetapkan pada bagian sebelumnya.

1.4. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian.

Dari uraian permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh ketujuh variabel produk dalam lini produk terhadap laba yang diperoleh perusahaan.
2. Untuk menentukan variabel produk yang memberikan pengaruh paling dominan dari ketujuh variabel produk terhadap laba yang diperoleh perusahaan.

1.4.2. Manfaat Penelitian.

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan.
 - a. Diharapkan mampu memberikan masukan bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan terhadap produk – produk yang dihasilkan dalam hal pemasaran.
 - b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi untuk menyesuaikan atau menetapkan strategi pemasaran.

2. Bagi Pihak Lain
 - a. Sebagai bahan informasi serta sebagai bahan referensi bagi penelitian lain yang memiliki kaitan dalam bidang yang sama.
 - b. Memberikan tambahan pengetahuan bagi pembaca, khususnya rekan – rekan mahasiswa yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut tentang analisis lini produk.
3. Bagi Penulis.
 - a. Dengan penelitian ini, penulis dapat mempraktekkan teori – teori yang diperoleh selama studi.
 - b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai perbandingan antara teori yang ada dengan kenyataan sebenarnya dilapangan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Dan Ruang Lingkup Asuransi

2.1.1. Batasan Asuransi.

“VERZEKERING” (bahasa belanda) disebut pula dengan Asuransi atau juga berarti pertanggungan. Ada 2 pihak terlibat di dalam Asuransi, yaitu : yang satu sanggup menanggung atau menjamin, bahwa pihak lain akan mendapat penggantian suatu kerugian yang mungkin akan ia derita sebagai akibat dari suatu peristiwa yang semula belum tentu akan terjadi atau semula dapat ditentukan saat akan terjadinya.

Didalam pasal 246 Kitab Undang – Undang Hukum Dagang (K.U.H.D) disebut bahwa : “ Asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian dengan mana seseorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung, dengan menerima suatu premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan diderita karena suatu peristiwa yang tak tertentu “. Pengertian pasal tersebut dapat disimpulkan adanya tiga unsur dalam asuransi, ialah :

- a. Pihak tertanggung atau dalam bahasa Belanda disebut dengan “Verzekering” yang mempunyai kewajiban membayar uang premi kepada pihak penanggung, sekaligus atau dengan berangsur – ansur.
- b. Pihak penanggung mempunyai kewajiban untuk membayar sejumlah uang kepada pihak tertanggung, sekaligus atau berangsur – ansur apabila maksud unsur ketiga berhasil,
- c. Suatu kejadian yang semula belum jelas akan terjadi.

2.1.2. Tujuan Asuransi.

Setiap orang yang memiliki suatu benda akan menghadapi suatu resiko, bahwa nilai dari miliknya atau akan berkurang baik karena hilangnya benda itu maupun karena kerusakan atau karena musnah terbakar atau karena sebab lainnya. Jika ini dihubungkan dengan asuransi maka dapatlah dikatakan bahwa kerugian orang – orang itu tadi dapat dikurangi, bahkan ditanggung oleh orang lain asal untuk itu diperjanjikan sebelumnya.

Menurut Prof. Ny. Emy Pangaribuan Simanjuntak, SH (Prakoso dan Murtika, 1989:7), Asuransi itu mempunyai tujuan pertama – tama adalah mengalihkan segala resiko yang ditimbulkan peristiwa – peristiwa yang tidak dapat diharapkan terjadinya itu kepada orang lain yang mengambil resiko itu untuk mengganti kerugian. Pemikiran dalam hal ini adalah bahwa lebih ringan dan lebih mudah apabila yang menanggung resiko dari kekurangan nilai benda – benda itu beberapa orang dari pada satu orang saja, dan akan memberikan pada dia sendiri suatu kestabilan dari nilai harta bendanya itu jika ia akan memeralihkan resiko itu pada satu perusahaan, dimana ia sendiri saja tidak berani menanggungnya.

2.2. Pengertian Dan Konsep Pemasaran

Menurut Kotler (1993:4) pemasaran didefinisikan sebagai proses dan manajerial dari seseorang atau kelompok memperoleh yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Pemasaran adalah kebutuhan manusia yang dimaksud untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran, riset pemasaran, pengembangan produk, distribusi, penetapan harga, iklan dan penjualan personal. Sebenarnya pemasaran memadukan beberapa kegiatan yang dirancang untuk merasakan, melayani dan memenuhi kebutuhan konsumen dalam usaha pencapaian tujuan perusahaan.

Menurut Pride Ferrell (1995:4), pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan rancangan, penetapan harga, promosi, dan

distribusi gagasan, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran – sasaran individu dan organisasi. Pemasaran terdiri dari kegiatan – kegiatan para individu dan organisasi yang dilakukan untuk memudahkan atau mendukung hubungan pertukaran yang memuaskan dalam sebuah lingkungan yang dinamis melalui penciptaan, distribusi, promosi, dan penetapan harga untuk barang, jasa dan gagasan. Dalam definisi ini, pertukaran adalah penyediaan atau pengalihan barang, jasa, dan gagasan sebagai balasan untuk sesuatu yang bernilai, dimana setiap produk dapat terlibat dalam pertukaran pemasaran yang diasumsikan bahwa para individu dan organisasi mengharapkan untuk memperoleh sebuah imbalan yang lebih tinggi dari semua biaya yang telah dikeluarkan.

Konsep pemasaran mengatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara efektif dan efisien dibandingkan para pesaing. Konsep pemasaran didasarkan pada 4 tiang utama yaitu fokus pasar, orientasi pada pelanggan pemasaran yang terkoordinasi dan kemampuan. Konsep pemasaran ini diawali dengan pasar yang didefinisikan secara jelas terfokus pada kebutuhan pelanggan dengan tujuan memberikan kepuasan pada pelanggan sebagai kunci untuk mencapai tujuan organisasi.

2.3. Pengertian Produk

Menurut Pride Ferrel (1995:312), produk adalah segala sesuatu yang disukai maupun yang tidak disukai, yang diterima seseorang dalam sebuah pertukaran. Produk adalah sebuah kompleksibilitas yang terdiri dari ciri – ciri berwujud dan ciri – ciri tidak berwujud, termasuk manfaat atau kegunaan fungsional, sosial, dan psikologis. Sebuah produk dapat berupa sebuah gagasan, sebuah jasa, sebuah barang, atau segala kombinasi dari ketiganya. Definisi ini juga menyangkup jasa – jasa pendukung yang diberikan bersamaan dengan barang, seperti pemasangan, jaminan, informasi produk, dan janji perbaikan dan pemeliharaan. Barang adalah

keberadaan fisik yang berwujud, seperti kotak pakaian, sebuah pena. Jasa, sebaliknya, tidak berwujud; jasa merupakan penerapan usaha manusia dan usaha mekanis kepada manusia atau obyek. Contoh – contoh jasa seperti pengiriman satu hari Federal Expres, pemeriksaan kesehatan, dan pemeliharaan anak selama jam kerja. Gagasan adalah konsep, falsafah, citra, atau permasalahan. Gagasan memberikan rangsangan psikologis yang membantu dalam pemecahan masalah atau penyesuaian diri terhadap lingkungan.

Ketika para pembeli membeli sebuah produk, mereka sebenarnya membeli manfaat dan kepuasan yang menurut mereka dapat diberikan oleh produk tersebut. Mobil sport Mazda misalnya, dibeli demi kegembiraan dan kenyamanan, bukan semata – mata untuk transportasi. Janji – janji, yang diberikan dengan menggunakan gambar atau penampilan, membantu konsumen untuk menilai produk – produk yang berwujud dan tidak berwujud. Seringkali lambang dan petunjuk dipergunakan untuk membuat produk – produk yang tidak berwujud menjadi lebih berwujud atau lebih nyata bagi para konsumen.

2.4. Penggolongan Produk

Produk dapat dibagi menjadi dua kategori umum, yaitu produk konsumen dan produk industri. Produk konsumen adalah produk yang dibeli untuk memuaskan kebutuhan pribadi dan kebutuhan keluarga. Produk industri adalah produk produk yang dibeli untuk dipergunakan dalam operasi perusahaan atau untuk membuat produk lain. Para konsumen membeli produk untuk memuaskan keinginan pribadi mereka, sementara para pembeli industri berusaha untuk mencapai sasaran organisasi mereka. barang yang sama dapat menjadi produk konsumen sekaligus pula menjadi produk industri. Misalnya, ketika para konsumen membeli bola lampu untuk rumah mereka, bola lampu digolongkan sebagai produk konsumen. Tetapi ketika sebuah perusahaan besar membeli bola lampu untuk penerangan di pabrik atau dikantor, maka bola lampu tersebut dipandang sebagai produk

industri, karena digunakan dalam operasi sehari – hari perusahaan tersebut. Dengan demikian maksud pembelian atau penggunaan akhir dari sebuah produk adalah faktor yang menetapkan apakah produk tersebut digolongkan sebagai produk konsumen atau produk industri. Alasan utama dalam memahami klasifikasi produk adalah bahwa golongan – golongan produk tertentu diarahkan pada pasar sasaran tertentu, dan dalam hal ini mempengaruhi keputusan distribusi, promosi, dan penetapan harga. Lebih jauh lagi, jenis – jenis kegiatan dan usaha pemasaran yang diperlukan berbeda – beda diantara berbagai golongan produk konsumen atau produk industri.

Pendekatan yang paling diterima umum dalam penggolongan produk konsumen adalah penggolongan berdasarkan ciri – ciri umum dalam perilaku pembelian konsumen. Pendekatan ini membagi produk kedalam empat kategori, yaitu produk sehari – hari, produk pembelanjaan, produk khusus dan produk produk yang tidak dicari.

Produk sehari – hari adalah barang yang tidak relatif mahal dan sering dibeli, dimana para pembeli hanya menggunakan usaha pembelian yang minimal. Produk – produk ini antara lain roti, minuman ringan dan lain – lain. Pembeli hanya menggunakan sedikit waktu untuk merencanakan pembelian atau melakukan perbandingan diantara beberapa mereka atau penjual yang ada. Bahkan seorang pembeli yang lebih menyukai sebuah merek tertentu akan segera memilih merek lain jika merek yang lebih disukai itu tidak tersedia. Mengklasifikasikan produk sebagai produk sehari – hari memiliki beberapa implikasi terhadap strategi pemasaran perusahaan. Sebuah produk sehari – hari umumnya dipasarkan melalui banyak tempat penjualan eceran. Karena para penjual mengharapkan tingkat perputaran sediaan yang tinggi, margin laba kotor per unit kemungkinan relatif rendah. Pengemasan juga merupakan unsur penting dalam bauran pemasaran bagi produk sehari – hari. Kemasan harus menarik, karena kebanyakan produk sehari – hari pada tingkat eceran hanya tersedia di pasar – pasar swalayan.

Produk pembelanjaan adalah barang yang sebelum dibeli, pembeli rela menggunakan cukup banyak usaha dalam merencanakan dan melakukan pembelian. Pembeli mengalokasikan cukup banyak waktu untuk membandingkan toko dan merek dalam hal harga, ciri – ciri produk, mutu, pelayanan, dan kemungkinan jaminan. Peralatan, perabotan, sepeda, alat musik adalah contoh – contoh produk pembelanjaan. Produk pembelanjaan memerlukan tempat penjualan eceran yang lebih sedikit dari produk sehari – hari. Karena produk pembelanjaan lebih jarang dibeli, perputaran sediaan lebih rendah, dan perantara mengharapkan dapat menerima margin laba kotor yang lebih tinggi. Walaupun pengiklanan produk pembelanjaan memakan biaya yang tinggi, tetapi kemungkinan lebih banyak lagi sumberdaya yang dipergunakan untuk penjualan pribadi, biasanya produsen dan perancang mengharapkan beberapa kerja sama dari pihak lainnya dalam hal penyediaan suku cadang dan pelayanan perbaikan serta pelaksanaan kegiatan – kegiatan promosi.

Produk khusus memiliki satu atau beberapa ciri yang unik, dan sekelompok pembeli tertentu rela menggunakan usaha yang cukup besar untuk memiliki produk – produk tersebut. Para pembeli benar – benar merencanakan pembelian produk – produk khusus; mereka mengetahui dengan tepat apa yang mereka inginkan dan tidak akan menerima barang pengganti, contoh sebuah produk khusus mobil Jaguar. Ketika mencari produk khusus, para pembeli tidak membandingkan alternatif; mereka terutama memperhatikan pada pemilihan tempat penjualan dimana produk yang telah dipilih sebelumnya itu tersedia.

Produk yang tidak dicari dibeli ketika timbul masalah tiba – tiba yang harus segera dipecahkan atau ketika penjualan agresif dipergunakan untuk memperoleh penjualan yang tidak akan terjadi tanpa penjualan yang agresif tersebut. Pada umumnya, konsumen tidak terpikir bahwa mereka akan membeli produk ini secara rutin. Perbaikan mobil darurat dan tanah pemakaman adalah contoh produk yang tidak dicari. Asuransi jiwa dan

eksiklopedia, sebaliknya adalah contoh produk yang memerlukan penjualan pribadi yang agresif.

Produk industri pada umumnya dibeli atas dasar sasaran dan tujuan organisasi. Umumnya, aspek – aspek fungsional dari sebuah produk lebih penting daripada imbalan psikologis yang kadang – kadang dikaitkan dengan produk konsumen. Produk industri dapat diklasifikasikan ke dalam tujuh kategori sesuai dengan ciri – ciri dan maksud penggunaan mereka; bahan mentah, peralatan utama, peralatan pelengkap, barang komponen, bahan proses, barang persediaan, dan jasa industri. Bahan mentah adalah bahan dasar yang dapat menjadi bagian dari produk fisik, dimana pada umumnya, dijual dan dibeli berdasarkan peringkat dan spesifikasi tertentu, dan relatif dalam jumlah yang besar. Peralatan utama menyangkup alat alat dan mesin besar yang dipergunakan dalam proses produksi, seperti mesin derek dan mesin cetak. Peralatan pelengkap secara fisik tidak menjadi bagian dari produk akhir, tetapi dipergunakan dalam produksi atau kegiatan – kegiatan kantor. Contoh – contohnya adalah mesin ketik, motor dengan tenaga kuda yang kecil, kalkulator dan alat – alat perlengkapan. Barang komponen menjadi bagian dari produk fisik dan dapat berupa barang jadi yang siap dirakit atau produk yang memerlukan beberapa pengolahan sebelum dirakit. Bahan proses digunakan secara langsung dalam proses produksi produk lain. Tetapi, tidak seperti barang – barang komponen, bahan proses tidak dapat dengan mudah diidentifikasi. Barang persediaan mendukung produksi dan operasi, tetapi tidak menjadi bagian dari produk akhir. Kertas, pensil, minyak pelumas, pembersih, dan cat berada dalam kelompok ini. Jasa industri adalah produk – produk yang tidak berwujud yang dipergunakan oleh berbagai organisasi dalam operasi mereka. Jasa industri menyangkup jasa keuangan, hukum, riset pemasaran, pemrograman dan pengoperasian komputer, serta jasa – jasa keamanan.

2.5. Lini Produk Dan Bauran Produk

Para pemasar harus memahami kaitan diantara semua produk dalam organisasi mereka jika mereka ingin mengkoordinasikan pemasaran keseluruhan produk tersebut. Sebuah butir produk adalah sebuah versi khusus dari sebuah produk yang dapat dibedakan dari semua produk lain di organisasi yang bersangkutan. Sebuah lini produk mencakup sekelompok produk yang erat kaitannya dan dipandang sebagai satu unit karena pertimbangan pemasaran, teknis, atau penggunaan akhir. Untuk menghasilkan lini produk yang optimum, para pemasar harus memahami sasaran pembelian. Butir – butir tertentu dalam sebuah lini produk biasanya mencerminkan keinginan dari berbagai pasar sasaran atau berbagai kebutuhan konsumen.

Menurut Kotler (1997:57), lini produk adalah sekelompok produk yang berhubungan erat karena mereka melakukan fungsi yang serupa, dijual pada kelompok pelanggan yang sama dipasarkan melalui saluran distribusi yang sama, atau berada pada rentang harga tertentu.

Bauran produk adalah gabungan, atau keseluruhan produk yang disediakan oleh organisasi kepada pelanggannya. Kedalaman sebuah bauran produk diukur berdasarkan jumlah produk yang berbeda yang ditawarkan dalam setiap lini produk. Lebar bauran produk diukur berdasarkan jumlah lini produk yang ditawarkan perusahaan. Panjang bauran produk mengacu pada jumlah unit produk dalam bauran produknya. Konsistensi bauran produk mengacu pada seberapa erat hubungan berbagai lini produk dalam penggunaan akhir, persyaratan produksi saluran distribusi, atau hal lainnya. Menurut Kotler (1997:57), bauran produk adalah rangkaian semua produk dan unit produk yang ditawarkan suatu penjual tertentu pada pembeli.

2.6. Analisis Lini Produk

Suatu manajer lini produk harus mengetahui penjualan dan laba tiap produk dalam lininya untuk menentukan unit produk mana yang akan

dikembangkan, dipertahankan, dikurangi atau dihentikan; dimana mereka perlu memahami profil pasar tiap produk.

2.6.1. Penjualan dan Laba Lini Produk.

Manajer lini produk perlu mengetahui persentase total penjualan dan laba yang dikontribusikan masing – masing unit produk dalam lini. Sebagai contoh, misalkan terdapat 3 unit produk, dimana unit produk pertama menghasilkan 50% total penjualan dan 30% total laba, unit kedua menghasilkan 30% total penjualan dan 30% total laba, dan unit ketiga menghasilkan 5% total penjualan dan laba. Dua unit produk pertama menghasilkan 80% total penjualan dan 60% total laba, maka jika kedua unit tersebut diserang oleh pesaing, penjualan dan profitabilitas lini produk tersebut akan hancur. Penjualan yang sangat terpusat pada sejumlah laba unit produk hanya menunjukkan kerentanan lini tersebut. Unit – unit produk ini harus diawasi dan dilindungi secara cermat. Di ujung yang lain, unit produk terakhir hanya menghasilkan 5% penjualan dan laba, maka manajer lini produk dapat mempertimbangkan untuk melepas unit produk yang penjualannya rendah ini kecuali jika unit produk ini mempunyai potensi pertumbuhan yang kuat.

2.6.2. Profil Pasar Lini Produk.

Manajer lini produk juga harus menganalisis bagaimana posisi lini produknya terhadap lini produk pesaing. Manajer lini produk harus membuat suatu peta produk yang berguna untuk merancang strategi pemasaran lini produk. Manfaat lain pemetaan produk adalah mengidentifikasi segmen pasar, dimana dari peta produk ini manajer dapat mempertimbangkan keputusan dalam menambah unit produk atau mengurangi unit produknya.

2.6.3. Panjang Lini Produk.

Masalah yang dihadapi manajer lini produk adalah panjang lini produk yang optimal. Lini produk terlalu pendek jika manajer dapat meningkatkan laba dengan menambah unit produk; lini terlalu panjang jika manajer dapat meningkatkan laba dengan mengurangi jenis produk.

Tujuan perusahaan mempengaruhi panjang lini produk. Perusahaan yang ingin memperoleh pangsa pasar besar dan pertumbuhan pasar akan membawa lini yang lebih panjang. Maka kurang peduli walau beberapa jenis produk tidak memberikan laba. Perusahaan yang mementingkan laba yang tinggi akan membawa lini yang lebih pendek yang terdiri atas beberapa unit produk yang terpilih dengan cermat. Lini produk cenderung semakin lama semakin panjang.

Suatu perusahaan dapat memperpanjang lini produknya dengan dua cara : perentangan lini dan pengisian lini. Perentangan lini terjadi jika perusahaan memperpanjang lini produknya melampaui kisaran yang sekarang.

2.7. Perencanaan Produk

Setiap tingkat produk (lini produk, merek) dalam suatu unit usaha harus mengembangkan rencana pemasaran untuk mencapai sasarannya. Rencana pemasaran adalah satu dari banyak hasil terpenting dari proses pemasaran. Seorang manajer produk suatu unit usaha berhak dan harus menyiapkan rencana pemasaran dalam usaha meningkatkan kinerja lini. Isi suatu rencana pemasaran dapat digambarkan pada tabel berikut.

Tabel 1. Isi Suatu Rencana Pemasaran

| Isi | Keterangan |
|-------------------------------------|--|
| I. Iktisar Eksekutif dan daftar isi | Memuat kajian singkat dari rencana yang diusulkan |
| II. Situasi Pemasaran saat ini | Memuat latarbelakang yang relevan tentang pasar, produk, persaingan, distribusi, dan lingkungan makro |
| III. Analisa peluang dan masalah | Mengidentifikasi peluang/ ancaman utama, kekuatan/ kelemahan, dan isu-isu yang dihadapi lini produk |
| IV. Tujuan | Mengidentifikasikan sasaran keuangan dan pemasaran rencana dalam bentuk volume penjualan, pangsa pasar, dan laba |
| V. Strategi pemasaran | Menyajikan pendekatan pemasaran luas yang akan digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan rencana |
| VI. Program kegiatan | Menyajikan program pemasaran khusus yang dirancang untuk mencapai tujuan usaha |
| VII. Laporan laba rugi proyeksi | Meramalkan rencana hasil keuangan yang diharapkan |
| VIII. Pengendalian | Mengindikasikan bagaimana rencana akan dipantau |

Sumber : Kotler 2ed (1997:85)

- **Iktisar Eksekutif dan Daftar Isi**

Rencana pemasran harus dibuka dengan iktisar singkat dalam beberapa lembar mengenai sasaran dan rekomendasi utama rencana. Iktisar eksekutif memungkinkan manajemen yang lebih tinggi memahami dengan cepat bagian utama rencana.

- **Situasi Pemasaran Saat Ini**

Bagian ini menyajikan latar belakang yang relevan tentang pasar, produk persaingan, distribusi, dan lingkungan makro. Situasi pasar menggambarkan pasar sasaran. Ukuran dan pertumbuhan pasar diperlihatkan untuk beberap tahun dan berdasarkan segmen pasar dan geografis, serta data mengenai kebutuhan, persepsi, dan kecenderungan perilaku pembelian pelanggan juga disajikan. Situasi produk

digambarkan dengan iktisar penjualan, harga, margin kontribusi (penjualan dikurangi biaya tidak tetap), dan laba bersih untuk setiap produk utama dalam lini selama beberapa tahun terakhir. Situasi persaingan digambarkan dengan mengidentifikasi pesaing utama berdasarkan ukuran, sasaran, pangsa pasar, kualitas produk, strategi pemasaran, dan karakteristik lainnya. situasi distribusi menggambarkan data berdasarkan ukuran dan kepentingan setiap saluran distribusi. Situasi lingkungan makro menggambarkan kecenderungan lingkungan makro yang luas meliputi geografi, perekonomian, teknologi, politik/hukum, sosial budaya yang menentukan masa depan lini produk.

- **Analisa Peluang dan Masalah**

Manajer produk mengidentifikasi peluang/ ancaman, kekuatan/ kelemahan, dan masalah – masalah utama yang dihadapi lini produk.

- **Tujuan**

Setelah manajer produk mengikhtisar masalah – masalah yang terkait dengan lini produk, ia harus memutuskan tujuan rencana, yang meliputi tujuan keuangan dan tujuan pemasaran.

- **Strategi Pemasaran**

Manajer produk sekarang merancang strategi pemasaran umum atau rencana permainan yang akan ia gunakan untuk mencapai tujuan rencana. Strategi pemasaran kadang-kadang disajikan dalam bentuk daftar yang meliputi : pasar sasaran, penentuan posisi, lini produk, harga, outlet distribusi, tenaga penjualan, pelayanan, iklan, promosi penjualan, penelitian dan pengembangan, dan riset pemasaran.

- **Program Kegiatan**

Rencana pemasaran harus menentukan program pemasaran secara luas yang dirancang untuk mencapai tujuan usaha. Setiap unsur strategi

pemasaran sekarang harus dikoordinasikan untuk menjawab pertanyaan : Apa yang akan dikerjakan ? Kapan akan dilaksanakan ? Siapa yang melaksanakan ? Berapa Biayanya ?

- **Laporan Laba Rugi Proyeksi**

Rencana kegiatan memungkinkan manajer produksi untuk membuat anggaran pendukung. Pada sisi pendapatan, anggaran ini menunjukkan volume penjualan yang diperkirakan dalam unit dan harga rata-rata. Pada sisi pengeluaran, memperlihatkan biaya produksi, distribusi fisik, dan pemasaran, yang dipecahkan menjadi kategori yang lebih kecil. Perbedaan antara pendapatan dan penjualan merupakan proyeksi laba.

- **Pengendalian**

Bagian terakhir rencana pemasaran memuat pengendalian untuk memonitor kemajuan pelaksanaan rencana. Biasanya sasaran dan anggaran dipecah untuk setiap bulan atau kuartal. Manajemen yang lebih tinggi dapat menelaah hasil setiap periode dan mengidentifikasi unit usaha yang tidak mencapai sarannya. Manajer dari unit usaha yang menurun harus memberi penjelasan apa yang telah terjadi dan tindakan apa yang akan diambil untuk meningkatkan pencapaian rencana.

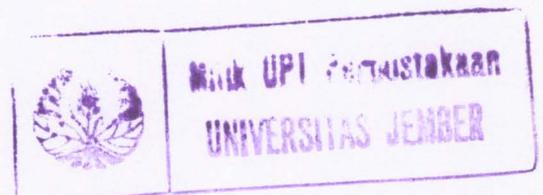
BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

PT. AJB. Bumi Putera adalah suatu perusahaan yang menawarkan variabel produk – produk asuransi, antara lain : Asuransi Dana Bahagia, Asuransi Seumur Hidup Prima, Asuransi Tahapan Prima, Asuransi Beasiswa Berencana, Asuransi Multiguna, Asuransi Awadana, Asuransi Dwiguna Prima dan beberapa produk Asuransi lainnya. Pada PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Jember terdapat 10 jenis asuransi dengan premi dolar dan 10 jenis asuransi dengan premi rupiah. Saat ini perusahaan mengalami persaingan yang ketat dengan perusahaan asuransi lain, seperti : PT. Asuransi Jiwa Sraya, PT. Asuransi Jasa Raharja, PT. Asuransi Bumi Asih dan lain sebagainya. Dalam rangka menghadapi para pesaing, maka perusahaan dituntut untuk bisa menganalisis lini produk yang dihasilkannya. Sebab, produk yang dihasilkan merupakan elemen kunci dalam penawaran pasar (*market offering*). Jenis Asuransi Dana Bahagia, Asuransi Seumur Hidup Prima, Asuransi Tahapan Prima, Asuransi Beasiswa Berencana, Asuransi Multiguna, Asuransi Awadana dan Asuransi Dwiguna Prima itulah yang lebih banyak jumlah nasabahnya pada PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Jember. Ketujuh jenis produk asuransi dari lini produk yang ditawarkan oleh PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Jember itulah yang menjadi obyek dalam penelitian dalam analisis lini produk ini.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jenis produk asuransi di PT AJB Bumiputera, yaitu sejumlah 20 produk asuransi yang terdiri dari 10 produk asuransi premi rupiah dan 10 produk asuransi premi dolar. Untuk



mengetahui pengaruh ketujuh variabel produk dalam lini produk yang ditetapkan perusahaan terhadap laba perusahaan, maka dalam penelitian ini digunakan 7 produk asuransi rupiah sebagai sampel dengan pertimbangan bahwa ketujuh produk asuransi tersebut merupakan produk asuransi yang diminati oleh konsumen produk asuransi.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data.

Jenis data ada 2 macam, yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka dan data kualitatif adalah data yang tidak berupa angka atau data yang berupa kalimat/ kata.

Data dalam penelitian ini termasuk data kuantitatif karena data berupa angka – angka yang diperoleh dari PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Jember. Data tersebut adalah :

1. Jumlah laba tiap – tiap produk dari ketujuh variabel produk.
2. Jumlah laba secara keseluruhan yang diperoleh perusahaan dari hasil penjualan produk asuransi.

3.3.2. Sumber Data.

Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder, karena data diperoleh tidak secara langsung namun diperoleh dari arsip – arsip atau laporan yang berkaitan dengan obyek penelitian yaitu pada PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Jember Cabang Jember.

3.3.3. Metode Pengumpulan Data.

Dalam penelitian ini digunakan beberapa metode dalam mengumpulkan data penelitian, yaitu :

1. Interview.

Adalah suatu metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara secara langsung kepada pimpinan perusahaan atau pihak yang berwenang dalam perusahaan serta kaeyawan – karyawan yang terdapat dalam PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Jember. Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai sejarah singkat perusahaan, aktivitas perusahaan, produk – produk perusahaan dan keadaan lingkungan perusahaan.

2. Observasi.

Adalah suatu metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara dan pengamatan langsung serta mengadakan pencatatan atas segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian, sehingga dapat diketahui dengan jelas mengenai variabel – variabel yang berkaitan dengan pokok permasalahan.

3. Studi Pustaka.

Adalah suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari buku – buku yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.4. Metode Analisis Data.

3.4.1. Model Analisis.

Dalam penentuan suatu pendugaan dibutuhkan suatu model analisa yang nantinya digunakan dalam menganalisis data yang diperoleh dilapangan. Model analisa yang digunakan adalah Model Regresi Berganda (*Multiple Linier Regression Model*), dengan bentuk sebagai berikut (Sudjana, 1996:310):

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Dimana :

Y = Laba perusahaan

b_0 = Konstanta

X_1 = Laba Asuransi Beasiswa Berencana (Produk 1)

X_2 = Laba Asuransi Dwiguna Prima (Produk 2)

X_3 = Laba Asuransi Seumur Hidup Prima (Produk 3)

X_4 = Laba Asuransi Tahapan Prima (Produk 4)

X_5 = Laba Asuransi Dana Bahagia (Produk 5)

X_6 = Laba Asuransi Multiguna (Produk 6)

X_7 = Laba Asuransi Swadana (Produk 7)

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6, b_7$ = Koefisien Regresi

e = Variabel pengganggu

3.4.2. Pengujian

a. Menghitung Koefisien Determinasi.

Koefisien Determinasi (R^2) merupakan nilai yang digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel produk $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6,$ dan X_7 terhadap laba perusahaan (Y) secara bersama – sama (Sudjana,1996:367 - 375).

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_{1i} Y_i + b_2 \sum X_{2i} Y_i + b_3 \sum X_{3i} Y_i + b_4 \sum X_{4i} Y_i + b_5 \sum X_{5i} Y_i + b_6 \sum X_{6i} Y_i + b_7 \sum X_{7i} Y_i}{\sum Y_i^2}$$

Nilai R^2 terletak antara 0 dan 1.

1. $R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara X dan Y.
2. $R^2 = 1$, berarti regresi tepat atau sempurna.
3. Jika R^2 mendekati 1 maka semakin tepat garis regresi untuk mewakili data hasil observasi dan sebaliknya.

b. Uji Statistik F.

Untuk menguji tingkat signifikansi hubungan koefisien Regresi variabel bebas terhadap variabel bebas, maka digunakan uji koefisien serentak dengan perumusan sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / (K - 1)}{(1 - R^2) / (n - K)}$$

Dimana :

R^2 = Koefisien determinasi

K = Banyaknya variabel bebas

n = Banyaknya data

Pengambilan keputusan :

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, pada taraf signifikansi yang ditentukan atau jika $\text{sig } F < 0,01$ untuk taraf kepercayaan 99 %, berarti hipotesa nol (H_0) ditolak
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, pada taraf signifikansi yang ditentukan atau jika $\text{sig } F > 0,01$ untuk taraf kepercayaan 99 %, berarti hipotesa nol (H_0) diterima.

c. Uji Statistik t.

Untuk mengetahui pengaruh masing – masing variabel bebas X terhadap variabel terikat Y, artinya pengujian regresi secara parsial atau terpisah yang bertujuan untuk mengetahui kuat tidaknya pengaruh masing – masing variabel bebas secara terpisah terhadap variabel tetap.

Keputusan untuk menolak atau menerima hipotesa nol (H_0) dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel pada derajat bebas (db) = $n - k - 1$ dan tingkat signifikansi yang ditentukan secara tepat dapat diformulasikan sebagai berikut (Sudjana, 1996:388) :

$$t_{hitung_i} = \frac{b_i}{s_{b_i}}$$

Dimana :

b_i = koefisien regresi , $i = 1, 2, 3$.

S_{b_i} = Standar error/ deviasi dari b_1, \dots, b_3

Pengambilan keputusan :

1. Jika $t_{hitung} positif > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, atau jika $sig T < 0,01$ untuk taraf kepercayaan 99 %, maka hipotesa nol (H_0) ditolak dan hipotesa alternatif diterima.
2. Jika $t_{hitung} positif < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau jika $sig T > 0,01$ untuk taraf kepercayaan 99 %, maka hipotesa nol (H_0) diterima dan hipotesa alternatif ditolak.

3.5. Definisi Operasional Variabel.

Untuk membatasi permasalahan dalam penelitian ini, maka perlu adanya definisi variabel operasional untuk tiap – tiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Variabel X dalam penelitian ini adalah laba ketujuh produk premi rupiah. Ketujuh variabel produk asuransi tersebut adalah X_1 = Laba Asuransi Beasiswa Berencana (Produk 1), X_2 = Laba Asuransi Dwiguna Prima (Produk 2), X_3 = Laba Asuransi Seumur Hidup Prima (Produk 3), X_4 = Laba Asuransi Tahapan Prima (Produk 4), X_5 = Laba Asuransi Dana Bahagia (Produk 5), X_6 = Laba Asuransi Multiguna (Produk 6), dan X_7 = Laba Asuransi Swadana (Produk 7). Laba tiap produk merupakan laba yang diperoleh dari hasil penjualan tiap produk yang disusun dalam suatu prosentase laba produk terhadap laba perusahaan.
2. Variabel Y dalam penelitian ini adalah Laba perusahaan yang diperoleh khusus dari produk asuransi premi rupiah. Laba yang diperoleh merupakan selisih dari hasil penerimaan penjualan premi dan investasi dengan biaya operasional perusahaan.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Daerah Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Kabupaten Jember

Kabupaten Daerah Tingkat II Jember dengan luas 3.293,34 m² terbagi atas 31 wilayah kecamatan yaitu Kaliwates, Sumpalsari, Patrang, Arjasa, Jelbuk, Sukowono, Pakusari, Kalisat, Sumberjambe, Ajung, Jombang, Semboro, Ledokombo, Mayang, Silo, Tempurejo, Mumbulsari, Rambipuji, Panti, Jenggawah, Sukorambi, Tanggul, Sumberbaru, Bangsalsari, Kencong, Puger, Gumukmas, Umbulsari, Balung, Wuluhan dan Ambulu. Batas – batas administrasi Kabupaten Jember pada bagian utara berbatasan dengan Kabupaten Probolinggo dan Bondowoso, bagian selatan berbatasan dengan Samudra Indonesia, bagian timur berbatasan dengan Kabupaten Banyuwangi, dan bagian barat berbatasan dengan Kabupaten Lumajang. Jumlah penduduk Kabupaten Jember pada tahun 2000 sebanyak 2.162.688 jiwa, dengan kepadatan penduduk sebesar 852,24 jiwa/km² yang meningkat sebesar 2,68 % jika dibandingkan dengan kepadatan penduduk pada tahun 1999. Pendapatan perkapita penduduk Kabupaten Jember pada tahun 2000 sebesar Rp. 2.249.110,- yang meningkat sebesar 12,23 % jika dibandingkan dengan tahun 1999, dengan pertumbuhan pendapatan sebesar 3,33 %. (Sumber BPS 2000-2001)

4.1.2. Gambaran Umum PT. AJB Bumiputera 1912.

Selama periode 1980 – 2000, Industri Asuransi Jiwa di Kabupaten Jember senantiasa mengalami perkembangan. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan asuransi jiwa baru yang bermunculan di

wilayah ini. Menurut data dari Dewan Asuransi Indonesia di Kabupaten Jember, pada tahun 2000 jumlah perusahaan asuransi di Kabupaten Jember telah berkembang menjadi 14 perusahaan di dalam masa beraneka macam produk (plan) asuransi jiwa yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat pada masanya (Kusuma, 2000:27). PT AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Jember merupakan salah satu perusahaan asuransi yang ada di Kota Jember.

Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 didirikan di magelang, Jawa Barat dengan nama semula **Onderlinge Levensverzekering Maatschappij PGHB (O.L. Mij. PGHB)** yang dicetuskan oleh para pengurus gerakan nasional Boedi Oetomo dengan misi meningkatkan kesejahteraan dan memperbaiki mutu kahidupan para Bumiputera (pribumi) serta meningkatkan harkat dan martabat bangsa Indonesia (Bumiputera,2002). PT AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Jember adalah cabang PT. AJB Bumiputera di Kabupaten Jember yang menawarkan variabel produk – produk asuransi yang terdiri dari 10 produk asuransi dengan premi rupiah dan 10 produk asuransi dengan premi dolar. Ke-10 produk asuransi premi rupiah tersebut adalah : Asuransi Dana Bahagia, Asuransi Tahapan Prima, Asuransi Dwiguna Prima, Asuransi Seumur Hidup Prima, Asuransi Beasiswa Berencana, Asuransi Dana Prima Baru, Asuransi Aneka Guna prima, Asuransi Multiguna, dan Asuransi Eka Waktu Ideal. Ke- 10 produk asuransi premi dolar adalah : Asuransi Eka Waktu Ideal, Asuransi Multiguna, Asuransi Dana Sejahtera, Asuransi Dwiguna, Asuransi Dana Keluarga, Asuransi Jaminan Keluarga, Asuransi Seumur Hidup, Asuransi Eka Waktu Prima, Asuransi Whole Life Excellent, dan Asuransi Endowment Excellent.

Perkembangan penerimaan premi dari PT AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Jember sampai tahun 2001 menunjukkan perkembangan yang sangat pesat, meskipun sempat mengalami penurunan pada tahun

1995-1997 namun pada dua tahun terakhir penerimaan premi meningkat lagi. Pada tahun 1998 terjadi fluktuasi yang sangat tajam mengenai penerimaan premi yang jumlahnya meningkat dengan sangat tajam. Hal ini menunjukkan bahwa PT. AJB Bumiputera Rayon Madya Jember telah berhasil menjalankan fungsinya sebagai lembaga penyerap dana masyarakat.

Nilai perkembangan prosentasi laba dari ketujuh produk yang digunakan sebagai sampel produk dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



Tabel 2. Prosentase Laba ke- 7 Produk Asuransi Premi Rupiah Pada PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember Dari tahun 1999-2001

| Tahun | Bulan | Pesentase Produk (X %) | | | | | | |
|-------|-------|------------------------|------|------|------|------|------|------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1999 | 1 | 30 | 22 | 11 | 9 | 7 | 6 | 5 |
| | 2 | 29,8 | 17,5 | 13,4 | 11 | 9 | 7,5 | 5,4 |
| | 3 | 32,3 | 11,7 | 29,9 | 8,6 | 11,6 | 3,5 | 2,4 |
| | 4 | 45 | 21,3 | 9,2 | 18 | 4,6 | 1,4 | 0,3 |
| | 5 | 19,3 | 44,1 | 12,3 | 7,4 | 3,4 | 6,9 | 5 |
| | 6 | 12,3 | 41,1 | 19,3 | 10,4 | 4,4 | 3,9 | 4 |
| | 7 | 18,3 | 29 | 13,9 | 10,5 | 9,3 | 5,6 | 7,2 |
| | 8 | 22,6 | 29,4 | 9,6 | 10,4 | 6,6 | 4,4 | 6,4 |
| | 9 | 30 | 17,3 | 13,6 | 10,8 | 9,2 | 7,3 | 5,6 |
| | 10 | 33 | 11 | 30,6 | 7,9 | 12,3 | 2,9 | 2,3 |
| | 11 | 29,8 | 17,5 | 14,3 | 9,3 | 8,8 | 8,5 | 6,4 |
| | 12 | 23 | 39,3 | 16 | 7,2 | 2,6 | 3,4 | 2,3 |
| 2000 | 13 | 20 | 31,3 | 18 | 8,2 | 5,9 | 7,5 | 4,7 |
| | 14 | 42,7 | 15,1 | 18,2 | 6,3 | 3,8 | 7,6 | 3 |
| | 15 | 21,7 | 38,8 | 10,2 | 7,8 | 5,1 | 12,9 | 3,3 |
| | 16 | 36 | 18,9 | 12,3 | 8,1 | 8,2 | 13 | 2,8 |
| | 17 | 14,3 | 43,5 | 19 | 6,8 | 3 | 3,8 | 7,1 |
| | 18 | 20,8 | 39,7 | 12,5 | 13,3 | 9,5 | 2,9 | 0,6 |
| | 19 | 27 | 29,2 | 9,1 | 11,1 | 6 | 6,9 | 5,1 |
| | 20 | 39,1 | 12,7 | 15 | 10,3 | 9,4 | 8,3 | 4 |
| | 21 | 41,3 | 15,2 | 12 | 8 | 7,2 | 8 | 5,4 |
| | 22 | 20,9 | 28,9 | 13 | 14,4 | 9 | 9,9 | 2,9 |
| | 23 | 30,6 | 16,3 | 13 | 13,2 | 8,7 | 9,4 | 4,5 |
| | 24 | 32 | 18 | 11,7 | 11,3 | 9,3 | 8,8 | 4,8 |
| 2001 | 25 | 25,5 | 25,4 | 25,5 | 13,6 | 0,5 | 6,5 | 2,6 |
| | 26 | 26,4 | 18,6 | 15 | 17,5 | 10 | 8 | 2,5 |
| | 27 | 45 | 22,2 | 17,7 | 6 | 3,5 | 4,4 | 0,1 |
| | 28 | 37 | 20,8 | 10,1 | 6,4 | 8,2 | 5 | 8,8 |
| | 29 | 21,7 | 29 | 19,6 | 14,2 | 10 | 3,1 | 1,2 |
| | 30 | 40,8 | 18,3 | 7,2 | 10,5 | 12,4 | 7,1 | 2,5 |
| | 31 | 20,7 | 35,8 | 9,2 | 13,9 | 7,1 | 5,3 | 6,8 |
| | 32 | 20,9 | 26,9 | 12 | 15,4 | 10,9 | 3,9 | 7 |
| | 33 | 15,2 | 40,3 | 7,5 | 9 | 4,5 | 10 | 8 |
| | 34 | 16 | 30 | 8,3 | 9,8 | 5,8 | 11,5 | 10,7 |
| | 35 | 41,6 | 15,1 | 17,2 | 8,6 | 6,3 | 5,8 | 4 |
| | 36 | 20 | 35 | 10 | 12 | 0,8 | 5,5 | 4,3 |

Sumber : PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember 2002.

4.2. Analisis Data

Setelah proses pengambilan data penelitian, maka berdasarkan metodologi dan tujuan penelitian dilakukan proses analisis data, dimana digunakan teknik analisis regresi berganda untuk mengungkapkan fenomena – fenomena yang terdapat dalam penelitian ini.

Teknik analisis regresi berganda dilakukan dengan menggunakan alat bantuan software komputer, yaitu dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) Release 6.0 dan menggunakan metode Enter.

A. Mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil analisis data regresi linier berganda yang dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) adalah

$$Y = 8171520,348 + 1,624. X1 + 0,934. X2 - 0,154. X3 + 1,671. X4 - 0,797. X5 + 3,319. X7$$

dimana :

- Y = Laba Perusahaan
- X1 = Laba Asuransi Beasiswa Berencana (Produk 1)
- X2 = Laba Asuransi Dwiguna Prima (Produk 2)
- X3 = Laba Asuransi Seumur Hidup Prima (Produk 3)
- X4 = Laba Asuransi Tahapan Prima (Produk 4)
- X5 = Laba Asuransi Dana Bahagia (Produk 5)
- X6 = Laba Asuransi Multiguna (Produk 6)
- X7 = Laba Asuransi Swadana (Produk 7)

Hasil Ringkasan Model Regresi yang diperoleh dari analisis regresi berganda adalah seperti pada tabel dibawah ini.

4.2. Analisis Data

Setelah proses pengambilan data penelitian, maka berdasarkan metodologi dan tujuan penelitian dilakukan proses analisis data, dimana digunakan teknik analisis regresi berganda untuk mengungkapkan fenomena – fenomena yang terdapat dalam penelitian ini.

Teknik analisis regresi berganda dilakukan dengan menggunakan alat bantuan software komputer, yaitu dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) Release 6.0 dan menggunakan metode Enter.

A. Mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil analisis data regresi linier berganda yang dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) adalah

$$Y = 8171520,348 + 1,624. X1 + 0,934. X2 - 0,154. X3 + 1,671. X4 - 0,797. X5 + 3,319. X7$$

dimana :

- Y = Laba Perusahaan
- X1 = Laba Asuransi Beasiswa Berencana (Produk 1)
- X2 = Laba Asuransi Dwiguna Prima (Produk 2)
- X3 = Laba Asuransi Seumur Hidup Prima (Produk 3)
- X4 = Laba Asuransi Tahapan Prima (Produk 4)
- X5 = Laba Asuransi Dana Bahagia (Produk 5)
- X6 = Laba Asuransi Multiguna (Produk 6)
- X7 = Laba Asuransi Swadana (Produk 7)

Hasil Ringkasan Model Regresi yang diperoleh dari analisis regresi berganda adalah seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. Ringkasan Model Regresi

| Multiple R | R Square | Adjusted R Square | Standard Error |
|------------|----------|-------------------|----------------|
| 0,99990 | 0,99997 | 0,99997 | 7560012,563 |

Sumber : Lampiran 4, hal 44.

Hasil analisis data pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai korelasi (R) antara variabel produk 1, produk 2, produk 3, produk 4, produk 5, produk 6, dan produk 7 dengan laba yang diperoleh perusahaan adalah sebesar 0,99999; nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,99997, artinya sumbangan efektif variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 99,997% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti; dan nilai standar kesalahan regresi sebesar 76570012,563.

B. Uji signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dilakukan uji hipotesis baik secara bersama – sama maupun secara individu. Pengujian secara bersama – sama digunakan uji F, sedangkan secara individu digunakan uji t.

1. Uji signifikansi koefisien regresi secara bersama – sama.

Pengujian koefisien regresi secara bersama – sama yaitu dengan uji F, dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi F dengan nilai level signifikansi acuan, yaitu sebesar 0,01 untuk taraf kepercayaan 99 %. Hasil analisis ragam regresi linier berganda adalah seperti pada tabel berikut.

Tabel 4. Analisis Ragam

| | DF | Sum of Square | Mean Square | F | Sig. F |
|------------|----|----------------------|----------------------|------------|--------|
| Regression | 6 | 6,4765605. 10^{21} | 1,0794268. 10^{21} | 184109,307 | 0,0000 |
| Residual | 29 | 1,7002604. 10^{17} | 5,8629668. 10^{12} | | |

Sumber : Lampiran 4, hal 44.

Nilai uji F pada tabel 4 adalah sebesar 184109,3073 dengan signifikansi sebesar 0,0000 ($<0,01$), artinya terdapat pengaruh antara variabel produk 1, produk 2, produk 3, produk 4, produk 5, produk 6, dan produk 7 secara bersama – sama berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan dari lini produk premi rupiah.

2. Uji signifikansi koefisien regresi secara individu.

Pengujian koefisien regresi secara individu yaitu dengan uji t, dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi t dengan nilai level signifikansi acuan, yaitu sebesar 0,01 untuk taraf kepercayaan 99 %. Nilai koefisien dan hasil uji t dari analisis regresi linier berganda adalah seperti pada tabel berikut.

Tabel 5. Koefisien Variabel Dalam Model

| Var | B | SE B | Beta | T | Sig. T |
|-------|--------------|-------------|-----------|--------|--------|
| Const | 8171520,3475 | 13915095,96 | | 0,587 | 0,5616 |
| X1 | 1,624134 | 0,107543 | 0,263753 | 15,102 | 0,0000 |
| X2 | 0,934055 | 0,106499 | 0,280458 | 8,771 | 0,0000 |
| X3 | -0,153628 | 0,289890 | -0,012832 | -0,530 | 0,6002 |
| X4 | 1,670999 | 0,371275 | 0,164283 | 4,501 | 0,0001 |
| X5 | -0,796784 | 0,322568 | -0,046524 | -2,470 | 0,0196 |
| X7 | 3,319482 | 0,354225 | 0,354225 | 17,004 | 0,0000 |

Sumber : Lampiran 4, hal 44.

Tabel 6. Koefisien Variabel Diluar Model

| Var | Beta In | Partial | Min Toler | T | Sig. T |
|-----|----------|----------|-----------------------|--------|--------|
| X6 | 0,451415 | 0,931296 | $8,792 \cdot 10^{-5}$ | 13,529 | 0,0000 |

Sumber : Lampiran 4, hal 44.

Nilai uji t pada tabel 5 untuk masing – masing variabel bebas terhadap variabel tergantung secara berturut – turut adalah : produk 1 dengan nilai uji t sebesar 15,102 dan dengan signifikansi sebesar 0,0000

(<0,01), maka produk 1 berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Produk 2 dengan nilai uji t sebesar 8,771 dan dengan signifikansi sebesar 0,0000 (<0,01), maka produk 2 berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Produk 3 dengan nilai uji t sebesar -0,530 dan dengan signifikansi sebesar 0,6002 (>0,01), maka produk 3 tidak berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Produk 4 dengan nilai uji t sebesar 4,501 dan dengan signifikansi sebesar 0,0001 (<0,01), maka produk 4 berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Produk 5 dengan nilai uji t sebesar -2,470 dan dengan signifikansi sebesar 0,0196 (>0,01), maka produk 5 tidak berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Produk 7 dengan nilai uji t sebesar 17,004 dan dengan signifikansi sebesar 0,0000 (<0,01), maka produk 7 berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Variabel produk 6 tidak berpengaruh dan dikeluarkan dari model regresi. Sehingga, dengan sendirinya produk 1, produk 2, produk 4, dan produk 7 berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan, dan produk 3, produk 5, dan produk 6 tidak berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan.

4.3. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan, bahwa variabel produk 1, produk 2, produk 3, produk 4, produk 5, produk 6, dan produk 7 secara bersama – sama berpengaruh terhadap laba produk asuransi premi rupiah yang diperoleh perusahaan PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember. Sehingga hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari ketujuh variabel lini produk dalam lini produk premi rupiah terhadap laba yang diperoleh perusahaan diterima. Kondisi ini juga ditunjukkan dengan sumbangan efektif yang diberikan oleh ketujuh produk premi rupiah terhadap laba yang diperoleh perusahaan dari lini produk asuransi premi rupiah, yaitu sebesar 99,997 %.

Dalam penelitian ini juga ditemukan adanya beberapa produk asuransi premi rupiah yang sangat berpengaruh terhadap laba yang diperoleh PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember, yaitu Asuransi Beasiswa Berencana (Produk 1), Asuransi Dwiguna Prima (Produk 2), Asuransi Tahapan Prima (Produk 4), dan Asuransi Swadana (Produk 7). Sedangkan, produk Asuransi Seumur Hidup Prima (Produk 3), Asuransi Dana Bahagia (Produk 5), dan Asuransi Multiguna (Produk 7) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba yang diperoleh PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari masing – masing produk dari ketujuh produk dalam lini produk premi rupiah terhadap laba yang diperoleh perusahaan diterima.

Pada penelitian ini diketahui produk – produk mana dalam lini produk asuransi premi rupiah pada PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember yang berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa produk asuransi Swadana sangat berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan khususnya produk asuransi premi rupiah, hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi T yang sangat signifikan dan memiliki nilai koefisien model lebih besar. Selanjutnya diikuti oleh produk asuransi Beasiswa Berencana, asuransi Dwiguna prima, dan asuransi Tahapan Prima. Produk asuransi Swadana yang sangat berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan diantara produk – produk lain dalam suatu lini produk asuransi premi rupiah dapat dipertahankan keberadaannya. Produk ini dapat merupakan suatu produk andalan yang dapat digunakan oleh manajer lini produk dalam promosi produk – produknya disamping produk – produk lain yang terdapat dalam lini produknya untuk meningkatkan jumlah konsumen produk asuransi atau meningkatkan jumlah permintaan polis asuransi. Produk asuransi Beasiswa berencana, Dwiguna Prima dan Tahapan Prima juga

dapat digunakan sebagai produk andalan selain produk asuransi Swadana, baik dengan memodernisasi produk tersebut agar lebih menarik minat para konsumen asuransi atau manajer lini produk dapat mempromosikan keistimewaan ketiga produk tersebut dalam upaya meningkatkan aset penjualan polis asuransi khususnya produk asuransi premi rupiah.

Produk asuransi lain yang tersusun dalam lini produk asuransi premi rupiah adalah asuransi Seumur Hidup Prima, Dana Bahagia, dan Multiguna. Dalam penelitian ini diketahui bahwa ketiga produk asuransi tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan laba yang diperoleh perusahaan khususnya produk asuransi premi rupiah. Produk asuransi Seumur Hidup Prima dan Dana Bahagia harus lebih dipertimbangkan keberadaannya oleh manajer lini produk, sebab kedua produk ini cenderung mengurangi laba perusahaan. Manajer lini produk asuransi premi rupiah dapat mempertahankan kedua produk tersebut dengan mengenalkan kembali kedua produk tersebut melalui promosi dan memulai penjualan polis dengan harga yang lebih rendah, dengan tujuan untuk mendapatkan dan memulai kembali proses penjualan dalam usaha meningkatkan laba perusahaan. Manajer lini produk asuransi premi rupiah dapat memodernisasi kedua produk tersebut dengan cara meluncurkan produk baru yang merupakan penyatuan dari kedua produk tersebut, baik keunggulan dan spesifikasi kedua produk tersebut. Dengan adanya produk baru tersebut, manajer lini produk asuransi premi rupiah dapat mulai mengatur kembali kondisi pasar terhadap produk tersebut baik dengan memulai penjualan polis dengan harga yang rendah hingga harga yang sejajar dengan produk – produk lain dalam satu lini produk agar produk – produk asuransi yang telah memiliki tempat tertinggi dalam perolehan laba tidak mengalami penurunan, sehingga tidak menurunkan laba yang diperoleh perusahaan. Sesuai dengan hasil analisis, produk asuransi Multiguna tidak terdapat dalam model matematis yang menggambarkan pengaruh produk

asuransi terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Kondisi ini menunjukkan adanya keburukan produk yang dapat dilihat dari analisis laba perusahaan. Manajer lini produk asuransi premi rupiah dapat memangkas lini produknya dengan membuang produk asuransi Multiguna ini, atau manajer lini dapat berupaya memperbaiki keunggulan dan kelemahan produk.

Dalam upaya meningkatkan laba yang diperoleh perusahaan, perusahaan dapat memperpanjang lini produknya dengan menambah lebih banyak produk – produk asuransi premi rupiah dengan mendiferensiasikan tiap produknya dalam benak konsumen. Tiap produk harus memiliki perbedaan yang dapat dikenali, dan perusahaan juga harus memeriksa bahwa unit produk yang diusulkan tersebut mempunyai kebutuhan pasar dan bukan ditambahkan hanya untuk memuaskan kebutuhan intern perusahaan. Dalam upaya meningkatkan laba perusahaan dengan upaya meningkatkan kualitas dan keunggulan produk, perusahaan harus dapat menyiapkan berbagai upaya modernisasi pada masing – masing produknya, sehingga pada saat suatu produk mengalami penurunan kualitasnya dan tidak diminati oleh konsumen, perusahaan dapat langsung menerapkan upaya modernisasi pada produk tersebut sebagai langkah awal mencegah berkurangnya konsumen produknya. Manajer lini produk asuransi premi rupiah harus dapat memperhitungkan produk – produk mana yang harus dilepas dari lini produknya, sehingga tidak mengurangi laba yang diperoleh perusahaan.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel laba produk 1 (asuransi Beasiswa Berencana), laba produk 2 (asuransi Dwiguna Prima), laba produk 3 (asuransi Seumur Hidup Prima), laba produk 4 (asuransi Tahapan Prima), laba produk 5 (asuransi Dana Bahagia), laba produk 6 (asuransi Multiguna), dan laba produk 7 (asuransi Swadana) secara bersama – sama terhadap laba produk asuransi premi rupiah yang diperoleh perusahaan PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi dari hasil uji F, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,01 ($<0,01$) untuk selang kepercayaan 99 % dan nilai koefisien determinasi sebesar 99,997 %.
2. Laba produk 7 yaitu produk asuransi Swadana sangat berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan dengan memiliki pengaruh yang sangat signifikan ($\text{sig } T < 0,01$) dan memiliki nilai koefisien model yang lebih besar. Selanjutnya diikuti oleh produk asuransi Beasiswa Berencana (Produk 1), asuransi Tahapan Prima (produk 4) dan asuransi Dwiguna Prima (produk 2). Laba asuransi Seumur hidup Prima (produk 3) dan asuransi Dana Bahagia (produk 5) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan laba produk asuransi premi rupiah yang diperoleh perusahaan, demikian juga laba asuransi Multiguna (produk 6) sangat tidak berpengaruh pada laba produk asuransi premi rupiah yang diperoleh perusahaan.



5.2. Saran

Diberikan beberapa saran kepada PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember sehubungan dengan lini produk yang terdapat pada PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Kabupaten Jember adalah :

1. Perusahaan diharapkan lebih mengoptimalkan penjualan, baik melalui usaha promosi maupun melalui saluran distribusi yang telah dimiliki perusahaan.
2. Manajer lini produk asuransi premi rupiah pada kantor cabang sedapatnya lebih memperhatikan produk – produk asuransinya yang kurang diminuti oleh pangsa pasar sehingga dapat secepatnya mengambil kebijakan terhadap produk yang tidak efisien tersebut.
3. Manajer lini produk asuransi premi rupiah pada kantor cabang diharapkan lebih mempersiapkan upaya – upaya antisipasi atau upaya – upaya perbaikan kondisi saluran pemasaran yang terhambat dikarenakan adanya beberapa produk yang tidak produktif agar tidak menghambat jalannya pemasaran produk pada lini produk yang lain.
4. Selanjutnya produk – produk asuransi premi rupiah yang berpengaruh terhadap laba perusahaan khususnya produk asuransi premi rupiah, dapat dipertahankan dan lebih ditingkatkan upaya penjualannya, sedangkan produk – produk yang tidak berpengaruh dapat dimodernisasi menjadi suatu produk baru atau dapat disingkirkan dari lini produk untuk mengurangi biaya operasional perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- AJB Bumiputera 1912. 1982. *Sejarah dan Perkembangan Bumiputera 1912 (1912 – 1982)*. Yayasan Dharma Bumiputera. Jakarta
- Dajan, A. 1988. *Pengantar Metoda Statistika*. Jilid II. Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial. Jakarta.
- Ferrel, Pride. 1994. *Pemasaran: Teori dan Praktek Sehari – hari*. Jilid 1. Edisi Ketujuh.
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia*. Jilid I. PT Prenhallindo. Jakarta
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia*. Jilid II. PT Prenhallindo. Jakarta
- Kusuma, D. 2000. *Analisis Perkembangan Penerimaan Premi dan Jumlah Pemegang Polis Asuransi Jiwa di Kabupaten di Kabupaten Jember Tahun 1991 – 1999*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Jember
- Mc Carthy and Perreault. 1995. *Intisari Pemasaran Sebuah Ancangan Manajerial Global*. Jilid 2. Edisi 6. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Sudjana. 1996. *Metoda Statistika*. Edisi ke 6. Tarsito Bandung.
- Supranto, J. 2001. *Ekonometrik*. Buku Satu. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta
- Swasta, Basu. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi ke-2. Cetakan ke- 4. Liberty. Yogyakarta.
- Swasta DH, Basu. 1987. *Manajemen Pemasaran I*. Karunika U.T. Jakarta.

Lampiran 1. Persentase Laba Ketujuh Produk Premi Rupiah
Tahun 1999-2001

| Tahun | Bulan | Pesentase Produk (X %) | | | | | | |
|-------|-------|------------------------|------|------|------|------|------|------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1999 | 1 | 30 | 22 | 11 | 9 | 7 | 6 | 5 |
| | 2 | 29.8 | 17.5 | 13.4 | 11 | 9 | 7.5 | 5.4 |
| | 3 | 19.3 | 44.1 | 12.3 | 7.4 | 3.4 | 6.9 | 5 |
| | 4 | 12.3 | 41.1 | 19.3 | 10.4 | 4.4 | 3.9 | 4 |
| | 5 | 18.3 | 29 | 13.9 | 10.5 | 9.3 | 5.6 | 7.2 |
| | 6 | 45 | 21.3 | 9.2 | 18 | 4.6 | 1.4 | 0.3 |
| | 7 | 22.6 | 29.4 | 9.6 | 10.4 | 6.6 | 4.4 | 6.4 |
| | 8 | 30 | 17.3 | 13.6 | 10.8 | 9.2 | 7.3 | 5.6 |
| | 9 | 32.3 | 11.7 | 29.9 | 8.6 | 11.6 | 3.5 | 2.4 |
| | 10 | 20 | 31.3 | 18 | 8.2 | 5.9 | 7.5 | 4.7 |
| | 11 | 42.7 | 15.1 | 18.2 | 6.3 | 3.8 | 7.6 | 3 |
| | 12 | 21.7 | 38.8 | 10.2 | 7.8 | 5.1 | 12.9 | 3.3 |
| 2000 | 13 | 36 | 18.9 | 12.3 | 8.1 | 8.2 | 13 | 2.8 |
| | 14 | 41.6 | 15.1 | 17.2 | 8.6 | 6.3 | 5.8 | 4 |
| | 15 | 20 | 35 | 10 | 12 | 0.8 | 5.5 | 4.3 |
| | 16 | 33 | 11 | 30.6 | 7.9 | 12.3 | 2.9 | 2.3 |
| | 17 | 29.8 | 17.5 | 14.3 | 9.3 | 8.8 | 8.5 | 6.4 |
| | 18 | 23 | 39.3 | 16 | 7.2 | 2.6 | 3.4 | 2.3 |
| | 19 | 20.9 | 26.9 | 12 | 15.4 | 10.9 | 3.9 | 7 |
| | 20 | 15.2 | 40.3 | 7.5 | 9 | 4.5 | 10 | 8 |
| | 21 | 16 | 30 | 8.3 | 9.8 | 5.8 | 11.5 | 10.7 |
| | 22 | 14.3 | 43.5 | 19 | 6.8 | 3 | 3.8 | 7.1 |
| | 23 | 20.8 | 39.7 | 12.5 | 13.3 | 9.5 | 2.9 | 0.6 |
| | 24 | 27 | 29.2 | 9.1 | 11.1 | 6 | 6.9 | 5.1 |
| 2001 | 25 | 32 | 18 | 11.7 | 11.3 | 9.3 | 8.8 | 4.8 |
| | 26 | 25.5 | 25.4 | 25.5 | 13.6 | 0.5 | 6.5 | 2.6 |
| | 27 | 26.4 | 18.6 | 15 | 17.5 | 10 | 8 | 2.5 |
| | 28 | 45 | 22.2 | 17.7 | 6 | 3.5 | 4.4 | 0.1 |
| | 29 | 37 | 20.8 | 10.1 | 6.4 | 8.2 | 5 | 8.8 |
| | 30 | 30.6 | 16.3 | 13 | 13.2 | 8.7 | 9.4 | 4.5 |
| | 31 | 21.7 | 29 | 19.6 | 14.2 | 10 | 3.1 | 1.2 |
| | 32 | 40.8 | 18.3 | 7.2 | 10.5 | 12.4 | 7.1 | 2.5 |
| | 33 | 39.1 | 12.7 | 15 | 10.3 | 9.4 | 8.3 | 4 |
| | 34 | 41.3 | 15.2 | 12 | 8 | 7.2 | 8 | 5.4 |
| | 35 | 20.9 | 28.9 | 13 | 14.4 | 9 | 9.9 | 2.9 |
| | 36 | 20.7 | 35.8 | 9.2 | 13.9 | 7.1 | 5.3 | 6.8 |

Sumber : PT. AJB Bumiputera Rayon Madya Jember 2002

Lampiran 2. Laba Perusahaan Dari Lini Produk Premi Rupiah
Tahun 1999-2001

| Tahun | Bulan | Pendapatan | Pengeluaran | Laba |
|-------|-------|------------|-------------|-------------|
| 1999 | 1 | 113754777 | 116688830 | -2934053 |
| | 2 | 380385951 | 401752027 | -21366076 |
| | 3 | 941731100 | 875030470 | 66700630 |
| | 4 | 1167370366 | 1069293768 | 98076598 |
| | 5 | 1344759342 | 1211885632 | 132873710 |
| | 6 | 740850120 | 785771100 | -44920980 |
| | 7 | 1590365653 | 1480490220 | 109875433 |
| | 8 | 1966496460 | 1673732714 | 292763746 |
| | 9 | 515514460 | 516050903 | -536443 |
| | 10 | 209680838 | 127356119 | 82324719 |
| | 11 | 400047738 | 319066377 | 80981361 |
| | 12 | 601978334 | 613403310 | -11424976 |
| 2000 | 13 | 794994395 | 745328053 | 49666342 |
| | 14 | 3953326583 | 8984224133 | -5030897550 |
| | 15 | 4115675822 | 9398218904 | -5282543082 |
| | 16 | 2137699554 | 1941683685 | 196015869 |
| | 17 | 2341156446 | 2196135612 | 145020834 |
| | 18 | 2497049127 | 2348121697 | 148927430 |
| | 19 | 2659843270 | 7548924862 | -4889081592 |
| | 20 | 2784014474 | 7989511030 | -5205496556 |
| | 21 | 3541127112 | 8508248162 | -4967121050 |
| | 22 | 1009370054 | 1088778497 | -79408443 |
| | 23 | 1322931177 | 1076192022 | 246739155 |
| | 24 | 1626889261 | 1337102277 | 289786984 |
| 2001 | 25 | 3199634796 | 2793659621 | 405975175 |
| | 26 | 294967194 | 358442297 | -63475103 |
| | 27 | 537597806 | 590525872 | -52928066 |
| | 28 | 788158731 | 868340853 | -80182122 |
| | 29 | 1021223117 | 1181020756 | -159797639 |
| | 30 | 2873826118 | 2499304319 | 374521799 |
| | 31 | 1347272158 | 1574029173 | -226757015 |
| | 32 | 1692275601 | 6027977851 | -4335702250 |
| | 33 | 2005749373 | 1672819371 | 332930002 |
| | 34 | 2304307954 | 2029528294 | 274779660 |
| | 35 | 2569593860 | 2265432235 | 304161625 |
| | 36 | 1490475712 | 7047576871 | -5557101159 |

Sumber : PT. AJB Bumiputera Rayon Madya Jember 2002

Lampiran 3. Laba Ketujuh Produk Premi Rupiah Tahun 1999 - 2001

| Tahun | Bulan | Laba Tiap produk | | | | | | |
|-------|-------|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | | Produk 1 | Produk 2 | Produk 3 | Produk 4 | Produk 5 | Produk 6 | Produk 7 |
| 1999 | 1 | -880215.9 | -645491.66 | -322745.83 | -264064.77 | -205383.71 | -176043.18 | -146702.65 |
| | 2 | -6367090.65 | -3739063.3 | -2863054.18 | -2350268.36 | -1922946.84 | -1602455.7 | -1153768.1 |
| | 3 | 12873221.59 | 29414977.83 | 8204177.49 | 4935846.62 | 2267821.42 | 4602343.47 | 3335031.5 |
| | 4 | 12063421.55 | 40309481.78 | 18928783.41 | 10199966.19 | 4315370.31 | 3824987.32 | 3923063.92 |
| | 5 | 24315888.93 | 38533375.9 | 18469445.69 | 13951739.55 | 12357255.03 | 7440927.76 | 9566907.12 |
| | 6 | -20214441 | -9568168.74 | -4132730.16 | -8085776.4 | -2066365.08 | -628893.72 | -134762.94 |
| | 7 | 24831847.86 | 32303377.3 | 10548041.57 | 11427045.03 | 7251778.58 | 4834519.05 | 7032027.71 |
| | 8 | 87829123.8 | 50648128.06 | 39815869.46 | 31618484.57 | 26934264.63 | 21371753.46 | 16394769.78 |
| | 9 | -173271.09 | -62763.83 | -160396.46 | -46134.1 | -62227.39 | -18775.51 | -12874.63 |
| | 10 | 16464943.8 | 25767637.05 | 14818449.42 | 6750626.96 | 4857158.42 | 6174353.93 | 3869261.79 |
| | 11 | 34579041.15 | 12228185.51 | 14738607.7 | 5101825.74 | 3077291.72 | 6154583.44 | 2429440.83 |
| | 12 | -2479219.79 | -4432890.69 | -1165347.55 | -891148.13 | -582673.78 | -1473821.9 | -377024.21 |
| 2000 | 13 | 17879883.12 | 9386938.64 | 6108960.07 | 4022973.7 | 4072640.04 | 6456624.46 | 1390657.58 |
| | 14 | -2092853381 | -759665530.1 | -865314378.6 | -432657189.3 | -316946545.7 | -291792057.9 | -201235902 |
| | 15 | -1056508616 | -1848890079 | -528254308.2 | -633905169.8 | -42260344.66 | -290539869.5 | -227149352.5 |
| | 16 | 64685236.77 | 21561745.59 | 59980855.91 | 15485253.65 | 24109951.89 | 5684460.2 | 4508364.99 |
| | 17 | 43216208.53 | 25378645.95 | 20737979.26 | 13486937.56 | 12761833.39 | 12326770.89 | 9281333.38 |
| | 18 | 34253308.9 | 58528479.99 | 23828388.8 | 10722774.96 | 3872113.18 | 5063532.62 | 3425330.89 |
| | 19 | -1021818053 | -1315162948 | -586689791 | -752918565.2 | -532909893.5 | -190674182.1 | -342235711.4 |
| | 20 | -791235476.5 | -2097815112 | -390412241.7 | -468494690 | -234247345 | -520549655.6 | -416439724.5 |
| | 21 | -794739368 | -1490136315 | -412271047.2 | -486777862.9 | -288093020.9 | -571218920.8 | -531481952.4 |
| | 22 | -1171621.88 | -3564024.6 | -1556700.4 | -557134.88 | -245794.8 | -311340.08 | -581714.36 |
| | 23 | 51321744.24 | 97955444.54 | 30842394.38 | 32816307.62 | 23440219.73 | 7155435.5 | 1480434.93 |
| | 24 | 78242485.68 | 84617799.33 | 26370615.54 | 32166355.22 | 17387219.04 | 19995301.9 | 14779136.18 |
| | 25 | 129912056 | 73075531.5 | 47499095.48 | 45875194.78 | 37755691.28 | 35725815.4 | 19486808.4 |

| | | | | | | | |
|------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 26 | -16186151.27 | -16122676.16 | -16186151.27 | -8632614.01 | -317375.52 | -4125881.7 | -1650352.68 |
| 27 | -13973009.42 | -9844620.28 | -7939209.9 | -9262411.55 | -5292806.6 | -4234245.28 | -1323201.65 |
| 28 | -36081954.9 | -17800431.08 | -14192235.59 | -4810927.32 | -2806374.27 | -3528013.37 | -80182.12 |
| 29 | -59125126.43 | -33237908.91 | -16139561.54 | -10227048.9 | -13103406.4 | -7989881.95 | -14062192.23 |
| 30 | 114603670.5 | 61047053.24 | 48687833.87 | 49436877.47 | 32583396.51 | 35205049.11 | 16853480.96 |
| 31 | -49206272.26 | -65759534.35 | -44444374.94 | -32199496.13 | -22675701.5 | -7029467.47 | -2721084.18 |
| 2001 | -1768966518 | -793433511.8 | -312170562 | -455248736.3 | -537627079 | -307834859.8 | -108392556.3 |
| 33 | 130175630.8 | 42282110.25 | 49939500.3 | 34291790.21 | 31295420.19 | 27633190.17 | 13317200.08 |
| 34 | 113483999.6 | 41766508.32 | 32973559.2 | 21982372.8 | 19784135.52 | 21982372.8 | 14838101.64 |
| 35 | 63569779.63 | 87902709.63 | 39541011.25 | 43799274 | 27374546.25 | 30112000.88 | 8820687.13 |
| 36 | -1150319940 | -1989442215 | -511253306.6 | -772437061.1 | -394554182.3 | -294526361.4 | -377882878.8 |

Sumber : PT. AJB Bumiputera Rayon Madya Jember 2002

Lampiran 4.

ANALISIS REGRESI

-- Correlation Coefficients --

| | X1 | X2 | X3 | X4 | X5 | X6 |
|----|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| X1 | 1,0000 (,36) P= , | ,9861 (,36) P= ,000 | ,9955 (,36) P= ,000 | ,9913 (,36) P= ,000 | ,9924 (,36) P= ,000 | ,9833 (,36) P= ,000 |
| X2 | ,9861 (,36) P= ,000 | 1,0000 (,36) P= , | ,9942 (,36) P= ,000 | ,9981 (,36) P= ,000 | ,9913 (,36) P= ,000 | ,9969 (,36) P= ,000 |
| X3 | ,9955 (,36) P= ,000 | ,9942 (,36) P= ,000 | 1,0000 (,36) P= , | ,9969 (,36) P= ,000 | ,9930 (,36) P= ,000 | ,9914 (,36) P= ,000 |
| X4 | ,9913 (,36) P= ,000 | ,9981 (,36) P= ,000 | ,9969 (,36) P= ,000 | 1,0000 (,36) P= , | ,9954 (,36) P= ,000 | ,9938 (,36) P= ,000 |
| X5 | ,9924 (,36) P= ,000 | ,9913 (,36) P= ,000 | ,9930 (,36) P= ,000 | ,9954 (,36) P= ,000 | 1,0000 (,36) P= , | ,9905 (,36) P= ,000 |
| X6 | ,9833 (,36) P= ,000 | ,9969 (,36) P= ,000 | ,9914 (,36) P= ,000 | ,9938 (,36) P= ,000 | ,9905 (,36) P= ,000 | 1,0000 (,36) P= , |
| X7 | ,9811 (,36) P= ,000 | ,9972 (,36) P= ,000 | ,9913 (,36) P= ,000 | ,9946 (,36) P= ,000 | ,9905 (,36) P= ,000 | ,9994 (,36) P= ,000 |
| Y | ,9917 (,36) P= ,000 | ,9989 (,36) P= ,000 | ,9973 (,36) P= ,000 | ,9989 (,36) P= ,000 | ,9949 (,36) P= ,000 | ,9975 (,36) P= ,000 |

(Coefficient / (Cases) / 2-tailed Significance)

". " is printed if a coefficient cannot be computed

-- Correlation Coefficients --

| | X7 | Y |
|----|----------------------------|----------------------------|
| X1 | ,9811 (,36) P= ,000 | ,9917 (,36) P= ,000 |
| X2 | ,9972 (,36) P= ,000 | ,9989 (,36) P= ,000 |
| X3 | ,9913 (,36) P= ,000 | ,9973 (,36) P= ,000 |
| X4 | ,9946 (,36) P= ,000 | ,9989 (,36) P= ,000 |
| X5 | ,9905 (,36) P= ,000 | ,9949 (,36) P= ,000 |
| X6 | ,9994 (,36) P= ,000 | ,9975 (,36) P= ,000 |
| X7 | 1,0000 (,36) P= , | ,9972 (,36) P= ,000 |
| Y | ,9972 (,36) P= ,000 | 1,0000 (,36) P= , |

(Coefficient / (Cases) / 2-tailed Significance)

". " is printed if a coefficient cannot be computed

**** MULTIPLE REGRESSION ****

Listwise Deletion of Missing Data

Equation Number 1 Dependent Variable.. Y laba perusahaan

Block Number 1. Method: Enter

X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7

Variable(s) Entered on Step Number

- 1.. X7 produk 7
- 2.. X1 produk 1
- 3.. X5 produk 5
- 4.. X4 produk 4
- 5.. X3 produk 3
- 6.. X2 produk 2

Multiple R ,99999
 R Square ,99997
 Adjusted R Square ,99997
 Standard Error 76570012,563

Analysis of Variance

| | DF | Sum of Squares | Mean Square |
|------------|----|--------------------|------------------|
| Regression | 6 | 6,476560563809E+21 | 1,079426761E+21 |
| Residual | 29 | 170026037894100400 | 5862966823934500 |

F = 184109,30729 Signif F = ,0000

----- Variables in the Equation -----

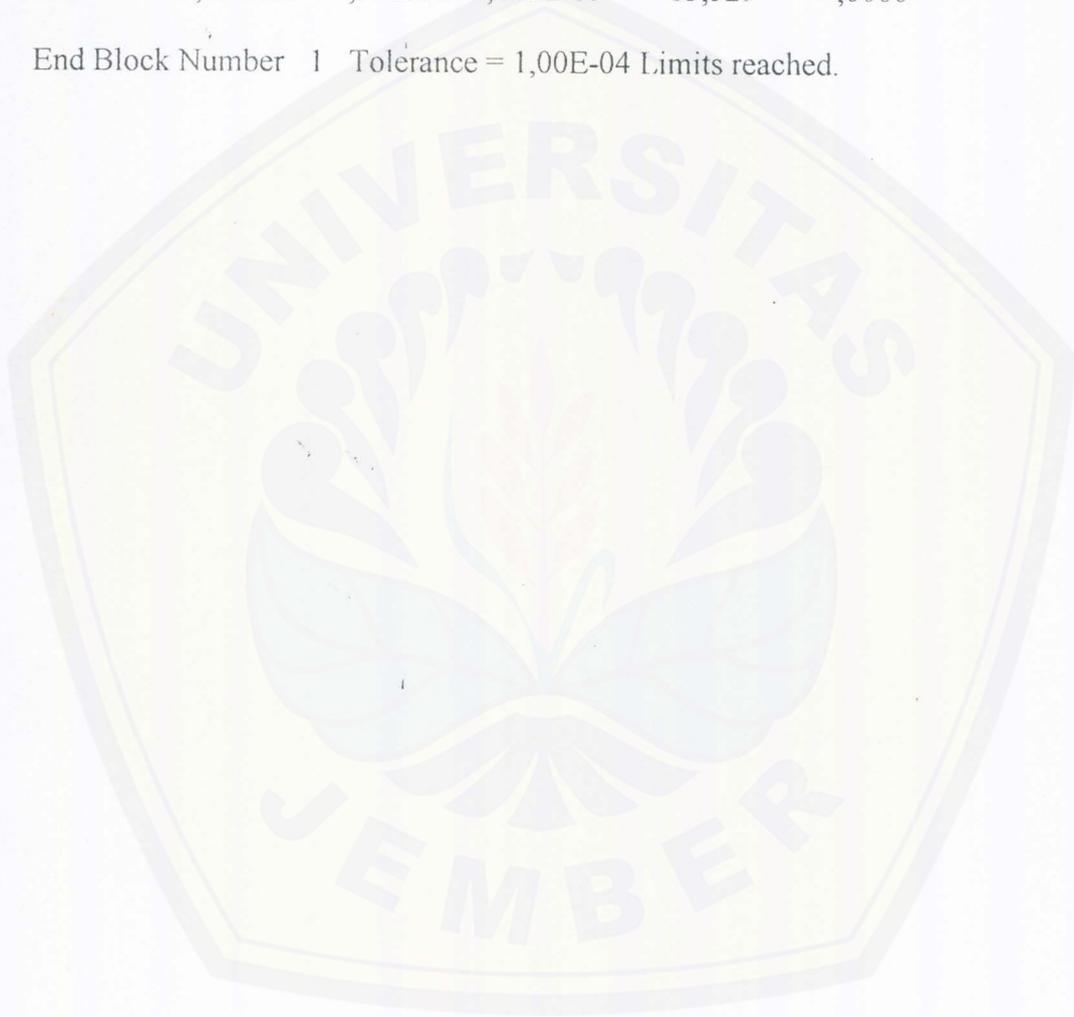
| Variable | B | SE B | Beta | T | Sig T |
|----------|----------|---------|----------|--------|-------|
| X1 | 1,624134 | ,107543 | ,263753 | 15,102 | ,0000 |
| X2 | ,934055 | ,106499 | ,280458 | 8,771 | ,0000 |
| X3 | -,153628 | ,289890 | -,012832 | -,530 | ,6002 |
| X4 | 1,670999 | ,371275 | ,164284 | 4,501 | ,0001 |
| X5 | -,796784 | ,322568 | -,046524 | -2,470 | ,0196 |

| | | | | | |
|------------|--------------|-------------|---------|--------|-------|
| X7 | 3,319482 | ,195215 | ,354225 | 17,004 | ,0000 |
| (Constant) | 8171520,3475 | 13915095,96 | | ,587 | ,5616 |

----- Variables not in the Equation -----

| Variable | Beta In | Partial | Min Toler | T | Sig T |
|----------|---------|---------|-----------|--------|-------|
| X6 | ,451415 | ,931296 | 8,792E-05 | 13,529 | ,0000 |

End Block Number 1 Tolerance = 1,00E-04 Limits reached.



LAMPIRAN 5

REKAPITULASI PENERIMAAN (BULANAN) PADA PT. AJB BUMIPUTERA RAYON MADYA JEMBER TAHUN 1999-2001

| Tahun | Bulan | PP | PLTP | PL | INVESTASI | LAIN | POTPREM | JUMLAH |
|-------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|----------|----------|------------|
| 1 | Januari | 25254331 | 9927121 | 70558433 | 3290810 | 4715082 | 0 | 113745777 |
| | Pebruari | 171147125 | 18015401 | 166284903 | 10564586 | 14373936 | 0 | 380385951 |
| | Maret | 308253244 | 45038095 | 544227881 | 21653822 | 22558058 | 0 | 941731100 |
| | April | 415848363 | 51767114 | 637894986 | 31408021 | 30451882 | 0 | 1167370366 |
| | Mei | 477870186 | 57458002 | 738793662 | 37077948 | 33559544 | 0 | 1344759342 |
| | Juni | 283045566 | 34172783 | 382380359 | 19116618 | 22134794 | 0 | 740850120 |
| | Juli | 602781746 | 69306233 | 843586509 | 40146191 | 34544974 | 0 | 1590365653 |
| | Agustus | 853300577 | 80580240 | 949191874 | 47080440 | 36343329 | 0 | 1966496460 |
| | September | 202823576 | 27358348 | 255571089 | 12428205 | 17333242 | 0 | 515514460 |
| | Oktober | 55367825 | 11814583 | 136625170 | 3715568 | 2157692 | 0 | 209680838 |
| | November | 83686545 | 35647982 | 231537374 | 16220554 | 32955283 | 0 | 400047738 |
| | Desember | 154020693 | 44094351 | 342251834 | 23542722 | 38068734 | 0 | 601978334 |
| 2 | Januari | 219599566 | 57471182 | 447615303 | 29890200 | 40418144 | 0 | 794994395 |
| | Pebruari | 1188595418 | 267055966 | 2450691035 | 85706990 | 12045157 | 50767983 | 3953326583 |
| | Maret | 1210210330 | 288383056 | 2567817532 | 90007952 | 12146640 | 52889688 | 4115675822 |
| | April | 900582350 | 95040770 | 1043206843 | 50774798 | 48094793 | 0 | 2137699554 |
| | Mei | 976307872 | 110677234 | 1146710705 | 53676691 | 53783944 | 0 | 2341156446 |
| | Juni | 992780772 | 120705919 | 1273741387 | 55049078 | 54771971 | 0 | 2497049127 |
| | Juli | 757006972 | 160436474 | 1510863985 | 53291236 | 9785197 | 37136774 | 2454247090 |
| | Agustus | 887963666 | 186466564 | 1673765701 | 67140745 | 10216420 | 41538622 | 2784014474 |
| | September | 1054573975 | 227026634 | 2215908810 | 78405051 | 11163433 | 45950791 | 3541127112 |
| | Oktober | 253430107 | 29571055 | 609299836 | 67841887 | 43227169 | 0 | 1009370054 |
| | November | 336577799 | 104974729 | 785656865 | 49105720 | 46616064 | 0 | 1322931177 |
| | Desember | 431622764 | 128732206 | 957261433 | 62444599 | 46828259 | 0 | 1626889261 |
| 0 | Januari | 852309569 | 265747584 | 1868041708 | 159390323 | 3243115 | 50902497 | 3199634796 |
| | Pebruari | 52319792 | 24226980 | 218812131 | 3981535 | 284156 | 4657400 | 294967194 |
| | Maret | 119947975 | 44448301 | 373458367 | 8667942 | 853667 | 9778446 | 537597806 |

| | | | | | | | | | |
|---|-----------|----|-----------|-----------|------------|-----------|---------|----------|------------|
| 2 | April | 28 | 196468225 | 66661899 | 524994921 | 13245466 | 2227160 | 15438940 | 788158731 |
| 0 | Mei | 29 | 260890097 | 79924136 | 672877764 | 23178083 | 2995224 | 18642187 | 1021223117 |
| 0 | Juni | 30 | 770389264 | 240420206 | 1660136796 | 153194673 | 2948088 | 46737091 | 2873826118 |
| 0 | Juli | 31 | 395571457 | 101684297 | 840707944 | 28920545 | 3605442 | 23217527 | 1347272158 |
| 1 | Agustus | 32 | 518780149 | 117577701 | 1046016866 | 33735927 | 3767162 | 27602204 | 1692275601 |
| | September | 33 | 560800875 | 152280830 | 1123041838 | 132642254 | 2217066 | 34766510 | 2005749373 |
| | Oktober | 34 | 642411657 | 184242038 | 1291341938 | 144915089 | 2489943 | 38907289 | 2304307954 |
| | November | 35 | 724344614 | 213531172 | 1439181752 | 147494576 | 2565407 | 42476339 | 2569593860 |
| | Desember | 36 | 397541957 | 151482297 | 840707944 | 48920545 | 8605442 | 43217527 | 1490475712 |

Sumber : PT. AJB Bumiputera Rayon Madya Jember 2002

KETERANGAN :

- PP : PREMI PERTAMA
- PLTP : PREMI LANJUTAN TAHUN PERTAMA
- PL : PREMI LANJUTAN
- INVESTASI : HASIL INVESTASI
- LAIN : HASIL LAIN
- POTPREM : POTONGAN PREMI



YUYUD ERAWANTO, SH
KEPALA UNIT ADM & KEU

REKAPITULASI PENGELUARAN (BULANAN) PADA PT. AJB BUMIPUTERA RAYON MADYA JEMBER TAHUN 1999-2001

| Tahun | Bulan | MENINGGAL | TEBUS | H. KONTRAK | REV. BNS | BIA. ASSU | BIA. PERTM | BIA. UMUM | BIA. INV | PENST | JUMLAH |
|-------|--------------|------------|-----------|------------|-----------|-----------|------------|-----------|----------|---------|------------|
| | 1 Januari | 4000000 | 28197412 | 48278290 | 3659060 | 0 | 21640753 | 11103809 | 19146 | 209640 | 116688830 |
| | 2 Pebruari | 26218828 | 197117390 | 111615144 | 9818179 | 0 | 40092444 | 17260664 | 42451 | 413073 | 401752027 |
| | 3 Maret | 31218828 | 343542911 | 330898037 | 29712219 | 0 | 96191690 | 44259843 | 195611 | 988669 | 875030470 |
| | 4 April | 31218828 | 449115612 | 384683559 | 34361993 | 0 | 118515371 | 52300019 | 268144 | 1169758 | 1069293768 |
| 1 | 5 Mei | 38693815 | 493527269 | 441115255 | 35965184 | 0 | 139888592 | 63699172 | 342176 | 1345831 | 1211885632 |
| 9 | 6 Juni | 30218828 | 309655499 | 308985321 | 28341483 | 0 | 75085899 | 34108868 | 117547 | 802345 | 785711100 |
| 9 | 7 Juli | 46693815 | 571052606 | 580407262 | 41264719 | 0 | 168344305 | 73817681 | 426928 | 1517096 | 1480490220 |
| 9 | 8 Agustus | 98790264 | 576918212 | 666707767 | 48801633 | 0 | 198545235 | 84936660 | 716697 | 1683754 | 1673732714 |
| | 9 September | 28718828 | 217317189 | 173390218 | 11547626 | 0 | 60530917 | 25045325 | 111359 | 610559 | 516050903 |
| | 10 Oktober | 0 | 12382148 | 76258334 | 3293644 | 0 | 24794331 | 10749516 | 28217 | 150071 | 127356119 |
| | 11 November | 0 | 26974541 | 208283334 | 9234857 | 0 | 51643569 | 22993233 | 233260 | 296417 | 319066377 |
| | 12 Desember | 20987638 | 48472947 | 418590132 | 16265997 | 0 | 77564773 | 31649212 | 311805 | 439194 | 613403310 |
| | 13 Januari | 20987638 | 67868653 | 488557409 | 18584379 | 0 | 108564540 | 40987782 | 366619 | 588967 | 745328053 |
| | 14 Pebruari | 4227051380 | 716174988 | 2911878780 | 285356359 | 515084283 | 260512392 | 66592190 | 1573761 | 0 | 8984224133 |
| | 15 Maret | 4230551380 | 745182794 | 3214502423 | 293038548 | 540768910 | 295421661 | 77143633 | 1609555 | 0 | 9398218904 |
| | 16 April | 98790264 | 571052606 | 576234985 | 379890916 | 0 | 222008805 | 94608231 | 943874 | 1845996 | 1941683685 |
| 2 | 17 Mei | 98790264 | 68991710 | 935457404 | 72706765 | 0 | 298320402 | 104897665 | 969867 | 4998465 | 2196135612 |
| 0 | 18 Juni | 98790264 | 698131585 | 1095340070 | 67398472 | 0 | 272252072 | 117343230 | 1023968 | 2157964 | 2348121697 |
| 0 | 19 Juli | 3624455166 | 484447974 | 2295906613 | 265646556 | 348640900 | 126544744 | 47665446 | 1045066 | 0 | 7194352465 |
| 0 | 20 Agustus | 4132455166 | 528518073 | 2467112943 | 268853267 | 386309805 | 151051732 | 53915258 | 1294786 | 0 | 7989511030 |
| | 21 September | 4224051380 | 581995559 | 2684752217 | 277832726 | 476768989 | 200449668 | 60732541 | 1665082 | 0 | 8508248162 |
| | 22 Oktober | 25999805 | 97412090 | 552245936 | 221750330 | 0 | 137873807 | 54577633 | 1483478 | 2564582 | 1088778497 |
| | 23 November | 25999805 | 182237796 | 604467836 | 25690328 | 0 | 169066779 | 69067054 | 555791 | 893367 | 1076192022 |
| | 24 Desember | 25999805 | 278746069 | 701175192 | 32263849 | 0 | 212385758 | 86857343 | 721898 | 1047637 | 1337102277 |
| | 25 Januari | 107099119 | 608216746 | 1412776648 | 77629165 | 333095705 | 163242390 | 90208984 | 1390864 | 0 | 2793659621 |
| | 26 Pebruari | 1975500 | 43674227 | 243100894 | 18126559 | 36305071 | 8790812 | 6402150 | 67084 | 0 | 358442297 |
| | 27 Maret | 11575500 | 12022211 | 325543894 | 23531452 | 74740221 | 23411440 | 11358929 | 142225 | 0 | 590525872 |
| | 28 April | 11575500 | 220679461 | 440869135 | 27659504 | 113520872 | 37407536 | 16388910 | 239935 | 0 | 868340853 |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------|----|------------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|----------|---------|---|------------|
| 2 | Mei | 29 | 16575500 | 283369216 | 620152763 | 35271385 | 150208103 | 53189206 | 21899257 | 355326 | 0 | 1181020756 |
| 0 | Juni | 30 | 107099119 | 510775031 | 1287006299 | 68012663 | 305509085 | 139469835 | 80412110 | 1020177 | 0 | 2499304319 |
| 0 | Juli | 31 | 20575500 | 353654143 | 855547097 | 43627109 | 209301230 | 64640917 | 26156189 | 526988 | 0 | 1574029173 |
| 1 | Agustus | 32 | 3580075500 | 403071290 | 1411477640 | 251298918 | 269277906 | 79535537 | 32619144 | 621916 | 0 | 6027977851 |
| | September | 33 | 25999805 | 325667155 | 914239319 | 44635255 | 209820947 | 93574161 | 58073900 | 788829 | 0 | 1672819371 |
| | Oktober | 34 | 31224119 | 408641848 | 1112237196 | 57691678 | 243622364 | 110264147 | 64967630 | 879312 | 0 | 2029528294 |
| | November | 35 | 107099119 | 413564498 | 1204535694 | 62018206 | 276866115 | 126929755 | 73457596 | 961252 | 0 | 2265432235 |
| | Desember | 36 | 3580075500 | 403071290 | 2411477640 | 251298918 | 269277906 | 79535537 | 52218164 | 621916 | 0 | 7047576871 |

Sumber : PT. AJB Bumiputera Rayon Madya Jember 2002

KETERANGAN :

MENINGGAL : KLAIM MENINGGAL

TEBUS : KLAIM PENEBUSAN

H. KONTRAK : KLAIM HABIS KONTRAK

REV. BNS : KLAIM REVISIONARY BONUS

BIA. AS

BIA. PERTM : BIAYA OPERASIONAL PERTAMA

BIA. UMUM : BIAYA OPERASIONAL UMUM

BIA. INV : BIAYA OPERASIONAL INVESTASI



YUYUD ERAWANTO, SH

KEPALA UNIT ADM & KEU



**PT. Asuransi Jiwa Bersama
BUMIPUTERA 1912**

RAYON MADYA JEMBER

Kantor : Jl. A. Yani 81. Telp. 487065,483818,489335,421512,483819
Jember

SURAT KETERANGAN :

NOMOR : 338 / PNLT / JN / 8 / 2002

Berdasarkan surat pengantar dari Lembaga Penelitian Universitas Jember, Nomor : 272/J.25.3.1/PL.5/2002, Perihal : Permohonan Ijin Melaksanakan Penelitian, tertanggal 20 Maret 2002, maka bersama ini Pimpinan PT. AJB Bumiputera 1912 Rayon Madya Jember, menerangkan bahwa :

N a m a : SITI NURHAYATI
Mhs. Fakultas : Manajemen Universitas Jember
NIM : 980810201042
Alamat : Jl. Mawar No. 18 Arjasa – Jember

**Telah melaksanakan penelitian dalam bentuk pengambilan Data Penjualan
Perusahaan PT AJB. Bumiputera 1912 Rayon Madya Jember,
pada tanggal 1 April s/d 29 Juni 2002**

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya

Jember, 15 Agustus 2002

a/n Kepala Administrasi
dan Keuangan



Yuyut Erawanto, SH