

Analisa strategi Jasindo Takaful dalam menghadapi persaingan asuransi kerugian syariah di Indonesia

Irwan Sofiansyah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=116737&lokasi=lokal>

Abstrak

Ketatnya persaingan di industri asuransi kerugian berbasis syariah membuat setiap perusahaan asuransi kerugian akan berusaha meraih pangsa pasar yang seluas-luasnya dengan menerapkan strategi yang tepat, mengingat untuk pemasaran produk yang tidak berwujud (intangible product) seperti jasa asuransi tidaklah mudah dibandingkan dengan produk yang berwujud (tangible product) karena produk jasa asuransi tersebut tidak dapat diperagakan, diraba dan dilihat secara jelas.

Penerapan strategi bisnis suatu perusahaan asuransi kerugian akan berbeda satu dengan yang lainnya tergantung pada visi dan misi perusahaan serta strategi bisnisnya Pendekatan dalam pembahasan dan analisis penelitian menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif di mana jenis penelitian ini dapat digolongkan sebagai penelitian diskriptif.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara observasi, studi pustaka, dan wawancara di mana data yang dibutuhkan merupakan data primer dan data sekunder Kerangka analisis yang akan digunakan pada penelitian ini dalam memformulasikan strategi pemasaran dilakukan (1) analisis eksternal yang meliputi analisis makro dan persaingan; (2) analisis internal yaitu analisis fungsi pemasaran; dan (3) analisis kebijakan stratejik berupa visi dan misi perusahaan.

Alat yang digunakan untuk menganalisa pengaruh eksternal dan internal adalah matriks EFE dan IFE. kemudian dengan bantuan matriks QSPM dapat diformulasikan strategi yang terpilih yaitu strategi penetrasi pasar di mana langkah-langkah yang perlu dilakukan dapat dijabarkan melalui matriks SWOT, yaitu :

- Mengoptimalkan saluran distribusi yang sudah ada untuk meningkatkan perolehan premi
- Memperbanyak variasi jalur distribusi
- Melakukan kegiatan promosi yang menonjolkan syariah
- Mengembangkan produk-produk baru (inovasi produk)
- Meningkatkan kualitas pelayanan.

<hr>

The tightness in the industrial competition in shariah based lost insurance makes every lost insurance companies trying to grasp the market as wide as possible by implementing accurate strategy, concerning marketing the intangible products such as insurance products is not as easy as tangible products because insurance products cannot be shown, touched and seen clearly. Implementing business strategy of a lost insurance company will be different from one to another depending on the vision and the mission oh the company and their business strategy.

The approach in discussing and analyzing the research using qualitative research approach where this

research can be classified as a descriptive research. In this type of research, data collection techniques which used is by observation, library studies, and interview where the needed data is primary and secondary data.

Analysis framework which will be used in the method of research in formulating the bussines strategy are done by (1) external analysis which consists of macro and competition analysis; (2) internal analysis: that is analyzing marketing function; and (3) strategic policy analysis in the form of company?s vision and mission.

Tools that are used in analyzing external and internal impacts is EFE and IFE matrix. Furthermore, with the assistant of QSPM matrix, the chosen strategy can be formulated, they are market penetrating strategy where the steps needed to be done can be described through SWOT matrix by:

- Optimizing the existing distribution channels in order to increase the premium incomings.
- Multiplying distribution variaty.
- Performing promotional activity concerning shariah
- Developing new products (product innovation)
- Improving service quality.