

Rancangan penelitian segmentasi pasar dan brand positioning asuransi Syariah X

Dinuriza Lauzi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20370085&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tugas Akhir dengan judul " Rancangan Penelitian Segmentasi Pasar dan Brand Positioning Asuransi Syariah X" dibuat berdasarkan permasalahan yang sedang dialami oleh Perusahaan AB.

Perusahaan AB bermaksud untuk menjadi pemimpin pasar di bidang asuransi syariah. Namun keinginan tersebut masih menghadapi beberapa kendala. Hal ini disebabkan pesaing Perusahaan AB lebih unggul karena dianggap konsumen memiliki pengalaman yang lebih lama di bidang syariah dibandingkan AB. Selain itu, persepsi masyarakat masih menganggap bahwa asuransi syariah sama saja dengan asuransi konvensional. Hal lain yang menjadi kendala adalah belum terbentuknya segmentasi pasar yang jelas serta Brand Positioning BS di kalangan konsumen, meskipun AB adalah perusahaan asuransi ternama. Oleh karena itu, AB merasa perlu untuk melakukan penelitian terhadap Brand Positioning asuransi syariah BS. Dalam membentuk Brand Positioning ada beberapa strategi yang perlu dilakukan. Pertama menentukan segmentasi pasar berdasarkan faktor psikografis dan sosiokultural. Kedua meningkatkan persepsi konsumen terhadap komitmen AB di bidang asuransi syariah. Ketiga adalah menentukan identitas merek dan proposisi nilai yang dimiliki BS. Penelitian akan dilakukan terhadap responden yang berdomisili di Jabotabek. Hasil yang diharapkan AB dari penelitian ini adalah menggali upaya-upaya yang perlu dilakukan AB agar kepercayaan masyarakat dapat terpenuhi dan menciptakan strategi brand positioning BS agar mampu menjadi pemimpin pasar di bidang asuransi syariah. Dengan memperhatikan berbagai hal yang terkait dengan Brand Positioning, maka direkomendasikan bagi AB untuk mengadakan penelitian kualitatif, dengan metode FGD dan IDI. Penelitian dilakukan dalam 2 (dua) tahap yang masing-masing menghasilkan evaluasi segmentasi pasar asuransi syariah dan positioning produk-produk asuransi syariah serta uraian tentang usulan bentuk iklan dari produk asuransi yang sudah ada.

ABSTRACT

This Final Task, "Research Design of Market Segmentation and Brand Positioning X Syariah Insurance ", is written to answer problems

faced by TheAB Company.

The AB Company wants to become a market leader in Syariah Insurance. Nevertheless, this desire still facing some problems. Because of The AB's competitor in consumer's perception have more experience than The AB. Beside, consumer's perception still thinking that Syariah Insurance same as Conventional Insurance.

Other things that can be obstacle are the BS's Brand Positioning and market segmentation is not working yet, eventhough The AB is a famous company. Therefore, The AB needs to hold research on Brand Positioning. There ara few strategies to build Brand Positioning. First, determining a market segmentation based on psychographic and socioculture. Second, increasing consumer's perception to The AB's Commitment in Syariah Insurance. Third, determining brand identity and value proposition. Research will be given to respondents in Jakarta, Bogor, Tangerang,Bekasi and Depok Result that would be expecting from this research is to elaborate efforts need to be done by The AB in creating Brand Positioning strategies to become a market leader in Syariah Insurance and also building trust for consumer. Related to this issue, it is highly recommended that The AB Company can make a qiuiltative research with Focused Group Discussion (FGD) and In Depth Interview (IDI) methods. Research will be held in two steps which produce market segementation and positioning Syariah Insurance, also resulting description ofadvertising conceptfrom Syariah Insurance product.