

Strategi pengembangan pemasaran bisnis asuransi kerugian : studi kasus PT. Mitra Sejati

Moeninggar S., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71692&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan industri asuransi, khususnya asuransi kerugian yang makin pesat ditandai bertambahnya jumlah perusahaan asuransi yang turut bersaing di dalamnya baik perusahaan lokal maupun joint venture. Fenomena tersebut menggambarkan semakin tingginya tingkat persaingan di dalam bisnis asuransi di tengah semakin terbukanya permintaan untuk asuransi itu sendiri.

Prospek bisnis asuransi kerugian di Indonesia sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti faktor struktur pasarnya yang oligopolis dan tidak merata serta keadaan masyarakat Indonesia. Hal tersebut dapat diperhatikan dari perkembangan yang ada terutama dalam situasi krisis ekonomi. PT. Mitra Sejati di dalam perkembangan bisnis asuransinya dengan core bisnis pada asuransi kendaraan bermotor menghadapi berbagai masalah antara lain mengalami persaingan ketat yang apabila tidak diantisipasi dapat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang selanjutnya dapat mempengaruhi tingkat pertumbuhan penjualan. Untuk itu PT. Mitra Sejati perlu mempersiapkan suatu strategi bersaing, dan mencari solusi melalui analisis secara komprehensif sehingga diperoleh gambaran posisi bersaing.

Penelitian ini diawali dengan pengujian kecukupan data-data sampel yang dianalogikan dengan eksperimen Bermouli dengan outcome berupa kuesioner yang dapat diolah sebagai outcome sukses dan kuesioner yang dapat diolah sebagai outcome gagal.

Dalam melakukan analisis data, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Koefisien Cronbach Alpha, dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 6.0 for Windows. untuk membobot derajat kepentingan setiap faktor.

Analisis menunjukkan, lingkungan internal dengan bobot 1,4723 berada pada posisi antara sedang dan kuat, sementara lingkungan eksternal dengan bobot 2,23175 berada diantara sedang dan menarik, selanjutnya dari analisis ranking, diperoleh komponen produk dan distribusi mempunyai peranan penting dalam pencapaian kinerja perusahaan. Dengan melihat posisi bersaing, kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman PT. Mitra Sejati berada pada situasi yang sangat menguntungkan dengan strategi yang ditetapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan (growth oriented strategy).