

Strategi pemasaran perusahaan asuransi kerugian: studi kasus pada PT. Asuransi XYZ

Arief Herqutanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71404&lokasi=lokal>

Abstrak

PT. Asuransi XYZ adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa asuransi kerugian. Sebagaimana perusahaan asuransi dalam industri asuransi nasional pada umumnya, memiliki Captive Market, PT.

Asuransi XYZ juga memiliki captive market berupa bisnis asuransi migas yang bersumber dari pemegang saham. Dengan captive market yang dimiliki PT. Asuransi XYZ telah menjadi perusahaan terbesar dalam industri asuransi kerugian nasional.

Masalah utama yang dihadapi oleh PT. XYZ adalah perubahan-perubahan yang terjadi dalam sistem perekonomian sebagai dampak globalisasi yang mengharuskan PT. XYZ untuk tidak terlalu mengandalkan captive market untuk itu PT. XYZ perlu mempersiapkan diri menghadapi persaingan yang semakin tajam dengan hadirnya pesaing- pesaing baru baik(dari dalam maupun luar negeri).

Penelitian ini diawali dengan menganalisis kondisi lingkungan eksternal dan internal perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT. Tujuan penggunaan SWOT adalah untuk memperoleh gambaran obyektif tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan serta ancaman dan peluang.

Dari penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa PT. Asuransi XYZ dengan Captive Market asuransi migas memiliki kecenderungan pangsa pasar yang semakin menurun dibandingkan dengan perkembangan industri asuransi nasional yang terus meningkat dalam lima tahun terakhir.

Perubahan lingkungan yang terjadi mengharuskan PT. Asuransi XYZ untuk merubah strategi yang selama ini difokuskan pada sektor asuransi migas. Guna meningkatkan pangsa pasar PT. Asuransi XYZ harus memperluas segmen pasar sasaran melalui penerapan strategi diferensiasi dengan menjangkau dan memperluas pangsa pasar di sektor asuransi non migas disamping mempertahankan pangsa pasar asuransi migas.