Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Pengembangan strategi persaingan bisnis asuransi umum (studi kasus perusahaan asuransi PT. X)

Yuli Setiono, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=73366&lokasi=lokal

---

Abstrak

Persaingan bisnis industri asuransi di Indonesia saat ini sangat ketat, khususnya di sektor asuransi umum. Jumlah perusahaan yang bermain di industri ini, adalah 104 perusahaan asuransi umum. Secara makro, prospek bisnis asuransi umum di Indonesia masih sangat menggiurkan. Tak mengherankan banyak pemain asing yang tertarik masuk ke pasar Indonesia. Dalam konteks inilah PT. X sebagai salah satu pemain dalam industri ini perlu menyusun strategi agar dapat bersaing di pasar Indonesia.

Proses penelitian ini dimulai dengan perumusan terhadap visi dan misi perusahaan saat ini melalui serangkaian wawancara dengan interest group, seperti pemegang saham, direksi, manajer (kepala divisi) dengan mengacu selain pada sejarah perusahaan, harapan-harapan (cita-cita) pemegang interest group, kondisi internal dan eksternal, juga mengacu pada konsep-konsep perencanaan strategi yang ada dalam berbagai literature.

Secara lebih tajam lagi, faktor-faktor terpenting yang mempengaruhi perusahaan akan ditelaah dalam analisis lingkungan eksternal dan internal perusahan melalui analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) yang melingkupi aspek-aspek usaha perasuransian saat ini atau di masa datang yang diduga akan menjadi peluang atau ancaman bagi perusahan.

Dari analisis SWOT, maka didapatkan posisi perusahaan berada pada kuadran ke II, dimana pada posisi ini perusahaan memiliki peluang yang lebih besar ketimbang ancamannya, namun di sisi lain secara internal kelemahan perusahaan masih lebih besar daripada kekuatannya. Berdasarkan hal di alas, maka Strategi Umum (Dasar) yang dianjurkan kepada PT. X adalah Strategi Berbenah Diri, yaitu mengkonsolidasikan perusahaan untuk mengurangi kelemahannya serta mempertahankan pangsa pasar sesuai dengan kemampuan yang ada. Selama proses perbaikan manajemen, perusahaan juga harus secara aktif mempertahankan segmen pasarnya dengan tetap mencoba mengimbangi manuver/taktik dari pesaing.

Berdasarkan strategi yang ditetapkan, maka arah pengembangan perusahaan hares diarahkan pada empat tahap pengembangan. Pertama, tahap Konsolidasi Manajemen, yaitu perusahaan agar memberikan prioritas yang berkaitan dengan pembenahan manajemen, seperti: struktur organisasi, sistem manajemen, dan persiapan-persiapan fisik yang akan mendukung keberhasilan.
Kedua, tahap Pemantapan Organisasi, yaitu perusahaan memberikan prioritas pada upaya-upaya yang berkaitan dengan sosialisasi dan proses belajar atau improvement atas hasil-hasil yang telah dicapai pada tahap sebelumnya.
Ketiga, tahap Penumbuhan, yaitu perusahaan memberikan prioritas pada upaya-upaya yang berkaitan dengan menangkap peluang pada pasar yang telah ada (existing market) secara lebih agresif dibandingkan

pada tahap sebelumnya.

Keempat, tahap Pertumbuhan Cepat, yaitu perusahaan memberikan prioritas pada upaya-upaya yang berkaitan dengan menangkap peluang pada pasar baru (new market) dengan tetap melakukan pemeliharaan (maintaining) atas pasar yang telah ada secara agresif.