

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat dari proses penelitian untuk menjawab tujuan penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. BUMIDA belum menjadi perusahaan yang melakukan proses operasional yang paling baik (*best practice*)—baik dalam proses marketabilitas dan juga proses profitabilitas—di industri asuransi umum Indonesia.
2. Pada tahap marketabilitas, BUMIDA perlu mengefisienkan proses kerjanya dengan menekan variabel biaya dan komisinya dan meningkatkan dari pencapaian premi tidak langsungnya. BUMIDA juga dapat melakukan opsi meningkatkan pendapatan premi langsungnya dan premi tidak langsungnya dengan pengeluaran yang sama dengan yang telah dikeluarkan pada tahun 2008 agar sama dengan para pelaku industri yang memiliki proses operasional paling baik.
3. Pada tahap profitabilitas, BUMIDA perlu meningkatkan hasil *underwriting* dan hasil investasinya dibandingkan dengan pencapaiannya di tahun 2008 agar sama dengan para pelaku industri yang memiliki proses operasional paling baik.
4. Dengan memperhatikan faktor internal perusahaan, konsumen dan kompetisi, maka diperlukan bagi BUMIDA untuk menerapkan kerangka kerja terintegrasi *value for customer* untuk meningkatkan *firm value* sebagai salah satu alternatif solusi untuk meningkatkan efisiensi manajerial marketabilitas dan profitabilitas-nya.

6.2. SARAN

Untuk pengembangan kinerja perusahaan maka akan disampaikan saran yang diajukan bagi manajemen baik yang bersifat strategik dan operasional. Sedangkan untuk kesempurnaan penelitian selanjutnya untuk memberikan hasil dan gambaran yang lebih sempurna maka diajukan saran bagi penelitian selanjutnya.

6.2.1. Saran Bagi Manajemen

1. Menerapkan usulan rerangka kerja untuk menggeser orientasi bisnis BUMIDA dari *transactional marketing* menjadi *relationship marketing* yang akan menciptakan keseimbangan *value* yang diterima baik oleh perusahaan dan nasabah.
2. Dibutuhkan komitmen dan kebijakan *top management* sebagai penentu keputusan strategik perusahaan untuk melakukan pergeseran dari *transactional marketing* menjadi *relationship marketing* dalam menciptakan *value for customer* yang akhirnya akan menciptakan *firm value* bagi BUMIDA.
3. Menjadikan Divisi Pemasaran dan Divisi Teknik sebagai divisi strategis untuk mengembangkan dan mengeksekusi rerangka kerja yang diusulkan.
4. Faktor kunci keberhasilan BUMIDA untuk menghasilkan *value for customer* dicapai dengan menerapkan hal-hal sebagai berikut:
 - a. Inovasi produk, pelayanan dan jaringan distribusi
 - b. Pemanfaatan dan pengembangan teknologi yang optimal
 - c. Kegiatan promosi dan *customer care* yang efektif
 - d. Sumber daya manusia yang berkualitas
 - e. Dukungan reasuransi.
5. Memprioritaskan kepada persiapan sumber daya manusia yang berkualitas dan mampu melakukan kegiatan operasional dan manajerial perusahaan, sedangkan prioritas selanjutnya adalah pengembangan teknologi informasi sebagai *backbone system* untuk kegiatan transaksi dan manajerial BUMIDA agar memberikan validitas dan kehandalan data yang tinggi.

6.2.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

1. Sebagai proses *controlling* dalam manajemen perusahaan BUMIDA dengan tujuan perkembangan posisi relatif BUMIDA di industri asuransi umum, maka perlu melakukan analisa komparasi relatif menggunakan *Data Envelopment Analysis* (DEA) dengan mengambil sampel tahun yang lebih banyak dan menilai pergerakannya sepanjang tahun tersebut.

2. Melakukan analisa DEA dengan melengkapi variabel *input* dan ouput lain yang bersifat non keuangan seperti jumlah pegawai, agen/tenaga pemasar dan lainnya, untuk mengukur efektifitas dan efisiensi sumber daya perusahaan untuk menghasilkan *output*.
3. Menggunakan metode analisa DEA yang sama untuk menilai kinerja kantor cabang BUMIDA untuk mengetahui *best practice* cabang dan menerapkan kepada cabang yang lain.

