

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang strategi bisnis asuransi kerugian Jasindo Takaful serta memperhatikan rumusan masalah pada bab I, dihasilkan simpulan dan saran sebagai berikut :

#### **1.1. SIMPULAN**

1. Berdasarkan analisa lingkungan umum dan industri dengan mempertimbangkan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perusahaan menunjukkan bahwa daya tarik pasar asuransi kerugian berbasis syariah di Indonesia masih tinggi. Hal ini diukur melalui pendekatan 5 kekuatan Porter.
2. Pemetaan daya saing perusahaan berdasarkan alat analisa matriks IE menempatkan Jasindo Takaful berada pada posisi *grow and build*, di mana perusahaan memiliki alternatif strategi yang dapat dikelompokkan dalam tiga strategi besar yaitu strategi penetrasi pasar, pengembangan produk dan pengembangan pasar. Posisi ini mengandung implikasi perusahaan memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan.
3. Formulasi strategi Jasindo Takaful untuk menghadapi persaingan dilakukan dengan menyeleksi alternatif strategi untuk memperoleh strategi terpilih. Hasilnya, strategi penetrasi pasar merupakan strategi yang harus diprioritaskan Jasindo Takaful

#### **1.2. SARAN**

1. Peningkatan dan pembenahan di sisi kelemahan perusahaan yaitu pelayanan dan promosi menjadi daya dukung perusahaan untuk memperkuat posisi perusahaan di tengah kondisi pasar yang masih memiliki daya tarik tinggi, dan seyogyanya pelaksanaan strategi ini

harus sejalan dan didukung oleh strategi dari Rirektorat Keuangan dan SDM yang terkait dengan pengembangan (kualitas) pegawai.

2. Meneliti kembali peta perusahaan di pasar asuransi kerugian syariah sebagai kelanjutan dari pemetaan yang dilakukan dan menghasilkan posisi *growth and build* di pasar asuransi kerugian secara keseluruhan untuk mengetahui secara lebih dalam tentang relevansi dan implikasi yang diperlukan dalam memilih formulasi strategi perusahaan
3. Dalam mengembangkan formulasi strategi perusahaan untuk memenangkan persaingan, maka tiga alternatif yang dapat dipertimbangkan manajemen terkait dengan strategi penetrasi pasar, yaitu :
  - a. Mengoptimalkan saluran distribusi yang sudah ada untuk meningkatkan perolehan premi. Optimalisasi saluran distribusi tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan frekuensi pemasaran, melakukan segmen pasar, memberikan pelatihan pemasaran kepada agen dan karyawan, melakukan riset kepuasan pelanggan, menjalin kemitraan dan kerjasama dengan institusi baru
  - b. Memperbanyak variasi Jalur Distribusi. Hal ini untuk mengurangi dampak ketergantungan pada salah satu jenis jalur distribusi yang dominan.
  - c. Melakukan promosi yang menonjolkan faktor syariah. Promosi tidak hanya dilakukan pada saat ada kegiatan pameran saja, namun dapat dilakukan melalui media lain seperti internet. Promosi yang dilakukan secara berkala dapat memberikan edukasi dan peningkatan *brand awareness* Jasindo Takaful.