



**EVALUASI STRATEGI BISNIS ASURANSI  
KENDARAAN BERMOTOR UNTUK  
MENINGKATKAN PENDAPATAN  
PREMI PADA PT.XYZ**

**KARYA AKHIR**

**OLEH:**

**HERIANTO PURBA**

**55105110106**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
2009**

## ABSTRAK

Persaingan Perusahaan Asuransi Kerugian di Indonesia yang sangat ketat, dimana saat ini berjumlah 92 perusahaan, baik perusahaan lokal maupun luar yang memasarkan polis asuransi kendaraan bermotor menjadikan peluang yang ada semakin kompetitif.

Penulis kemudian memilih PT. XYZ sebagai objek penelitian ingin mengetahui dan kemudian mengevaluasi strategi yang sudah di implementasikan oleh perusahaan tersebut. Mulai dari melihat indikasi perekonomian tahun 2007 yang tumbuh 6,3% dan berdampak pada meningkatnya pertumbuhan pendapatan premi bruto pada tahun 2007 Menjadi Rp. 2.257,52M terjadi peningkatan sebesar 22,18% dibanding tahun 2006. Namun kondisi baik perekonomian secara nasional dan tumbuhnya pendapatan premi bruto di PT. XYZ bertolak belakang dengan terjadinya penurunan pendapatan premi bruto di unit Bisnis Asuransi Kendaraan Bermotor turun 28,48% menjadi Rp. 319,71 M.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan data primer dan data sekunder untuk mempertajam analisis strategi yang digunakan analisis SWOT. Analisis SWOT untuk membandingkan Strength, Weakness, Opportunity and Threats yang dapat diidentifikasi dari proses analisis eksternal dan internal.

Secara keseluruhan kondisi lingkungan internal dan external dari PT XYZ cukup baik terbukti dari nilai bobot rating 3,1 untuk internal dan 2,5 untuk external dari total nilai 4 . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kondisi internal dan external perusahaan sudah cukup baik. Kondisi internal yang perlu diperbaiki adalah tingkat promosi yang harus ditambah, berturut-turut yang perlu mendapat perhatian adalah sentralisasi sistem, dengan semakin sederhananya setralisasi sistem akan membuat sistem pengurusan baik klaim maupun perpanjang bisa lebih cepat. Untuk kondisi external memang pihak perusahaan tidak dapat berbuat banyak, namun paling tidak pihak perusahaan dapat mengadakan antisipasinya. Sementara ancaman terbesar dinilai berasal dari persaingan usaha sejenis dimana saat ini dalam era globalisasi perusahaan – perusahaan sejenis yang berasal dari luar negeri dan dalam negeri dapat dengan mudah melakukan ekspansi besar – besaran, untuk mengantisipasi maka pihak perusahaan harus memiliki strategi tersendiri untuk merebut pangsa pasar.

## **ABSTRACT**

*Competition of general insurance company in Indonesia is very tight, there are 92 companies, include local and foreign which sold of motor vehicle insurance became competitive.*

*I am choosing PT. XYZ as my observation caused by interesting to evaluate the strategy which had implemented by them. Beginning of economic situation in 2007 was growth 6,3% and impact to growth of gross premium became Rp. 2.257,52M was growth 22,18% compared in 2006. The growth of economic was not affected to Business Unit of Motor Vehicle Insurance that was down to 28,48% became 319,71 M.*

*Method in this observation was descriptive using primary data and secondary data to analyze the strategy with SWOT analysis. SWOT analysis to compare of Strength, Weakness, Opportunity and Threats which can identify from internal and external analysis process.*

*Overall of PT. XYZ internal and external condition was very good, it was proved from value of rating 3,1% for internal and 2,5 to external of 4 score. I just said that the internal and external needed to improvement with promotion and changing centralization system to decentralization would be processed simply by program and better. External condition the company is always impacted of economic global condition. The biggest threats was coming from other insurance company that was made the market competitive.*

## **PENGESAHAN KARYA AKHIR**

Judul : Evaluasi Strategi Bisnis Asuransi Kendaraan Bermotor Untuk Meningkatkan Pendapatan Premi pada PT.XYZ

Bentuk Karya Akhir : Strategi Bisnis

Nama : Herianto Purba

Nim : 55105110106

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Juli 2009

**Mengesahkan**

**Ketua Program Strudi Magister Manajemen**

**Dr. Ir. Har Adi Basri, MEc**

Pembimbing Utama

Dr. Anik Trisuwarni, MM

Pembimbing II

Rina Astini, SE., MM

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan sebenarnya bahwa bahwa semua pernyataan dalam karya akhir ini.

Judul : Evaluasi Strategi Bisnis Asuransi Kendaraan Bermotor  
Untuk Meningkatkan Pendapatan Premi pada PT.XYZ

Bentuk Karya Akhir : Strategi Bisnis

Nama : Herianto Purba

Nim : 55105110106

Program : Pascasarjana Program Kuliah Magister Manajemen

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan surat keputusan Ketua Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya Ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Program sejenis di Perguruan Tinggi Lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan yang digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya

Jakarta, Juli 2009

Herianto Purba

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena Kasih dan Berkatnya, saya dapat menyelesaikan Karya Akhir ini. Setelah melewati waktu yang cukup lama.

Juga kepada kedua Orang tua saya yang selalu sabar mengarahkan dan menasehati untuk tetap melanjutkan penyelesaian Karya Akhir ini.

Saya juga bersyukur mempunyai pembimbing yang sabar dan baik dalam mengajari saya untuk menyelesaikannya sehingga masa-masa yang sulit dapat dilalui dengan baik.

Akhir kata saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Anik Tri Suwarni sebagai Dosen Pembimbing I, yang banyak memberikan masukan untuk dan selalu meluangkan waktu untuk konsultasi penyelesaian Karya Akhir.
2. Ibu Rina Astini,SE., MM., Sebagai Dosen Pembimbing II, selalu sabar dalam membimbing penyelesaian Karya akhir ini.
3. Bapak Dr. Ir. Har Adi Basri MEc. Sebagai Ketua Program Strudi Magister Manajemen Universitas Mercubuana.
4. Ibu Yuni, Staf Administrasi Magister Manajemen Universitas Mercubuana yang selalu memberikan informasi tentang kegiatan kampus.
5. Dosen-dosen yang pernah mengajar dalam mata kuliah program magister manajemen

Semoga kiranya Karya Akhir ini berguna bagi pembaca dan masyarakat lainnya.

Terimakasih,  
Herianto Purba

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	3
1.3. Perumusan Masalah .....	4
1.4. Maksud dan Tujuan Penyusunan Karya Akhir .....	4
1.5. Manfaat dan Kegunaan Karya akhir .....	5
1.5.1. Manfaat Karya Akhir .....	5
1.5.2. Kegunaan Karya Akhir .....	5
1.6. Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN</b>	
2.1. Sejarah Perusahaan.....	7
2.2. Lingkup Bidang Usaha .....	8
2.3. Sumber Daya .....	10
2.4. Visi dan Misi .....	11
2.4.1. Visi .....	11
2.4.2. Misi .....	11

2.4.3. Struktur Organisasi Perusahaan .....	11
2.5. Tantangan Bisnis .....	12

### **BAB III KAJIAN PUSTAKA**

3.1. Asuransi .....	13
3.2. Asuransi Kerugian .....	13
3.3. Asuransi Kendaraan Bermotor .....	15
3.4. Resiko Yang Dijamin .....	15
3.5. Prinsip Asuransi Kerugian .....	19
3.5.1. Prinsip Itikad Baik (Utmost good faith) .....	19
3.5.2. Prinsip Kepentingan yang dapat diasuransikan .....	
(insurable interest) .....	20
3.5.3. Prinsip Indemnitas (Indemnity) .....	21
3.5.4. Prinsip Kausa Proksima (Proximate Cause) .....	21
3.5.5. Prinsip Subrogasi dan Kontribusi	
(Subrogation & Contribution).....	21
3.5.6. Prinsip Resiko Sendiri (Own Retention) .....	22
3.6. Premi Asuransi .....	23
3.6.1. Fungsi premi asuransi .....	23
3.6.2. Perhitungan Premi Asuransi .....	24
3.7. Defenisi Pemasaran .....	25
3.7.1 Pemasaran Jasa .....	26
3.8. Strategi Pemasaran .....	29
3.8.1. Segmentasi .....	29
3.8.2. Targetting .....	30
3.8.3. Positioning .....	30
3.9. Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix ) .....	32
3.9.1. Produk (Product) .....	33
3.9.2. Distribusi (Place) .....	33



3.9.3. Harga (Price).....	35
3.9.4. Promosi (Promotion ) .....	36
3.10. Strategi Pemasaran Menurut Daur Hidup Produk .....	37
3.11. Strategi Bersaing Bisnis .....	38
3.12. Strategi Perusahaan .....	43
3.13. Perumusan Strategi dan Implementasi Bisnis .....	44
3.14. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Strategi	
Pemasaran .....	49
3.14.1.Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	50
3.14.2.Persaingan Sesama Pesaing dalam industri	
Yang Sama .....	51
3.14.3. Ancaman Masuknya Pendetang Baru .....	52
3.14.4.Ancaman Barang Substitusi .....	52
3.14.5.Daya Tawar Pembeli/ Konsumen .....	53
3.14.6.Daya Tawar Penyedia input (Pemasok).....	53
3.15. Lingkungan Internal Perusahaan .....	54
3.16. Analisis Swot .....	56

#### **BAB IV PENDEKATAN EVALUASI STRATEGI**

4.1. Pengumpulan Informasi .....	59
4.2. Metode Penelitian .....	60

#### **BAB V ANALISIS DATA**

5.1. Identifikasi dan Analisis Stakeholder.....	68
5.2. Analisis Eksternal .....	75
5.3. Analisis Persaingan .....	79
5.4. Analisis Internal .....	81

<b>BAB VI EVALUASI STRATEGI</b>	
6.1. Kinerja Pelaksanaan Strategi .....	86
6.2. Perencanaan dan Pengendalian Tindak Korektif .....	92
<b>BAB VII REKOMENDASI BAGI MANAJEMEN</b>	
7.1. Kesimpulan .....	94
7.2. Saran .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Premi Bruto PT. XYZ .....	3
Tabel 4.1.	EFAS (External Strategic Factors Summary) .....	62
Tabel 4.2.	IFAS (Internal Strategic Factors Summary) .....	63
Tabel 4.3.	Matriks Profil Kompetitif .....	64
Tabel 4.4.	Matriks SWOT .....	65
Tabel 5.1.	Sumber Bisnis .....	70
Tabel 5.2.	Daftar Bengkel Rekanan Umum PT. XYZ (Wilayah Jabodetabek).....	71
Tabel 5.3.	Daftar Bengkel Rekanan Umum PT. XYZ (Luar Jabodetabek).....	72
Tabel 5.4.	Analisis Lingkungan Eksternal .....	77
Tabel 5.5.	Matriks Profil Kompetitif .....	80
Tabel 5.6.	Analisis Inetrnal .....	83
Tabel 6.1.	Hasil Matriks SWOT.....	87
Tabel 6.2.	Faktor Daya Tarik Industri.....	89
Tabel 6.3.	Faktor Kekuatan Bisnis .....	90
Tabel 6.4.	G.E Matrix .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.	Empat Karakteristik Jasa .....	27
Gambar 3.2.	Tipe Pemasaran Dalam Industri Jasa .....	29
Gambar 3.3.	Tahap Utama Daur Hidup Produk .....	37
Gambar 3.4.	Posisi Pasar Strategi Generik .....	43
Gambar 4.1.	Operasional Variabel .....	61
Gambar 4.2.	Diagnosa Analisis Swot.....	67