

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Lingkup Penelitian	12
1.7 Sistematika Penelitian.....	13
BAB 2 LANDASAN TEORI	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Model Manajemen Strategis	15
2.1.2 Crafting the Strategy	17
2.2 Jenis Strategi	21
2.2.1 Five Forces Porter	23
2.2.2 Key Success Factor	27
2.2.3 Analisis Fungsional.....	29
2.2.4 Analisis SWOT	30
2.3 Kajian Penelitian Terdahulu	31
2.4 Kerangka Penelitian	33
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Desain Penelitian	36
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	38
3.2.1 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.2.2 Waktu Pelaksanaan Pengumpulan Data.....	46
3.3 Metode Analisis Data.....	47
3.4 Validasi Data.....	49
3.4.1 Langkah pengujian validitas data.....	49
3.5 Profil Objek Penelitian.....	51
3.5.1 Sejarah PT Asuransi Jasa Indonesia	51
3.5.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	52

3.5.3	Organisasi dan produk PT Asuransi Jasa Indonesia	53
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN		59
4.1	Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan	59
4.1.1	Analisis Porter's Five-forces.....	59
4.1.2	Analisis Faktor Kunci Utama.....	77
4.2	Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	86
4.2.1	Analisis Fungsional.....	86
4.2.2	Analisis SWOT	93
4.3	Alternatif Strategi.....	102
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....		104
5.1	Kesimpulan	104
5.2	Saran	105
5.3	Keterbatasan.....	106
5.4	Implikasi	106
DAFTAR PUSTAKA.....		107
LAMPIRAN.....		111

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Penunjang Asuransi	2
Tabel 3. 1 Daftar Pertanyaan Wawancara Analisis Five Forces Porter	40
Tabel 3. 2 Daftar Pertanyaan Wawancara Analisis <i>Key Success Factor</i>	42
Tabel 3. 3 Daftar Pertanyaan Wawancara Analisis Fungsional	43
Tabel 3. 4 Daftar Pertanyaan Wawancara Analisis SWOT	44
Tabel 3. 5 Daftar Narasumber Penelitian	44
Tabel 4. 1 Tabel Perusahaan Asuransi Umum dan Jumlah Kantor Cabang	66
Tabel 4. 2 Kekuatan Ancaman Pendatang Baru	66
Tabel 4. 3 Jumlah Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Penunjang Asuransi	69
Tabel 4. 4 Jenis-Jenis Produk Asuransi Umum	72
Tabel 4. 5 Kekuatan atau Daya Tawar Pembeli	74
Tabel 4. 6 Hasil Analisis SWOT Asuransi Jasindo	99
Tabel 4. 7 Matriks TOWS Asuransi Jasindo	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Pendapatan Premi Asuransi	4
Gambar 1. 2 Pengetahuan Masyarakat Terhadap Produk Asuransi.....	5
Gambar 1. 3 Pengguna Internet di Indonesia.....	7
Gambar 1. 4 Alasan Utama Menggunakan Internet.....	7
Gambar 1. 5 Penggunaan Layanan Keuangan <i>Online</i>	8
Gambar 1. 6 Teori Kebutuhan Maslow.....	9
Gambar 1. 7 Premi Dicatat Asuransi Umum	10
Gambar 1. 8 Pertumbuhan Premi Jasindo Terhadap Industri	11
Gambar 2. 1 Siklus Manajemen Strategis.....	15
Gambar 2. 2 Kerangka Formulasi Strategi	16
Gambar 2. 3 Proses Pembuatan Strategi, Pelaksanaan Strategi.....	18
Gambar 2. 4 Piramida Strategi.....	20
Gambar 2. 5 Jenis - Jenis Strategi.....	22
Gambar 2. 6 Model Analisis Lima Kekuatan Porter.....	24
Gambar 2. 7 Kerangka Penelitian	34
Gambar 3. 1 Research Design in the Research Process.....	37
Gambar 4. 1 Grafik Modal Disetor Perusahaan Asuransi.....	61
Gambar 4. 2 Grafik Jumlah Perusahaan Asuransi Umum	62
Gambar 4. 3 Pendapatan premi bruto asuransi umum tahun 2019	64
Gambar 4. 4 Statistik Perasuransian Indonesia 2019.....	70
Gambar 4. 5 Ekosistem Digital Indonesia	78
Gambar 4. 6 Penawaran Produk Asuransi Secara Bundling (B2B2C) Pada Aplikasi Dana ...	79
Gambar 4. 7 Penghargaan kepada Jasindo untuk kategori Prospective Digital Marketing Champion in BUMN Services 2021	81
Gambar 4. 8 Penghargaan Jasindo untuk kategori Indonesia Customer Service.....	83
Gambar 4. 9 Pembelian Produk Melalui Website Resmi Jasindo	88
Gambar 4. 10 Aplikasi MOBBI oleh Asuransi Astra Buana	88