

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	<i>xii</i>
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Pertanyaan Penelitian	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Lingkup Penelitian.....	14
1.6.1 Metoda Penelitian dan Analisis	14
1.6.2 Pengumpulan Data.....	14
1.6.3 Alat Analisis	15
1.7 Sistematika Penulisan	15
BAB II	17
TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	17
2.1 Manajemen Strategik.....	17
2.1.1 Definisi Manajemen Strategik	17
2.1.2 Proses Manajemen Strategik	19
2.1.3 Strategi Bersaing.....	21
2.1.4 Lingkungan Eksternal.....	23
2.1.5 Analisis PESTEL.....	23
2.1.6 Analisis <i>Porter's Five Forces</i>	26
2.1.7 Analisis <i>Key Success Factor</i> (KSF).....	29
2.1.8 Analisis Faktor Internal	31
2.1.9 Analisis SWOT.....	32
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Penelitian.....	38
BAB III.....	41
METODA PENELITIAN.....	41



3.1	Desain Penelitian	41
3.2	Metoda Pengumpulan Data	41
3.2.1	Data Primer	41
3.2.2	Data Sekunder	41
3.3	Instrumen Penelitian	42
3.4	Metoda Analisis Data	43
3.5	Profil Objek Penelitian	45
3.6	Produk dan Jasa	46
3.7	Saluran Distribusi Pemasaran	47
BAB IV		49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Analisis Faktor Lingkungan Eksternal	49
4.1.1	Analisis PESTEL	49
4.1.2	Analisis <i>Porter's Five Forces</i>	66
4.1.3	Analisis <i>Key Success Factor</i>	79
4.2	Analisis Faktor Lingkungan Internal	89
4.2.1	Analisis SWOT	90
4.3	Alternatif Strategi	107
BAB V		109
KESIMPULAN DAN SARAN		109
5.1	Kesimpulan	109
5.2	Keterbatasan	111
5.3	Saran	111
5.4	Masukan untuk Penelitian Mendatang	112
DAFTAR PUSTAKA		113
LAMPIRAN		115

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Volume Transaksi dan Premium Asuransi Tahun 2020-2022	11
Tabel 3.1 Kerangka Penelitian.....	42
Tabel 4.1 Analisis PESTEL	65
Tabel 4.2 Ancaman Pendatang Baru	70
Tabel 4.3 Ancaman Antar Kompetitor	74
Tabel 4.4 Ancaman Produk/Jasa Pengganti	76
Tabel 4.5 Kekuatan tawar menawar pembeli	77
Tabel 4.6 Kekuatan tawar menawar pemasok	79
Tabel 4.7 Hasil Analisis SWOT	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Pendanaan Ekonomi Digital Berdasarkan Sektor	2
Gambar 1.2 <i>Market Fintech</i> di Indonesia Berdasarkan Sektor	5
Gambar 1.3 Volume Transaksi Polis Asuransi Tahun 2021	11
Gambar 2.1 Proses manajemen strategik	19
Gambar 2.2 Model Analisis Lima Kekuatan Porter	26
Gambar 2.3 Kerangka Penelitian	40
Gambar 4.1 Penetrasi asuransi umum di Asia	60
Gambar 4.2 Perbandingan pengikut sosial media perusahaan <i>insurtech</i>	69
Gambar 4.3 Lanskap beberapa <i>platform insurtech</i> di Indonesia	711
Gambar 4.4 Perbandingan pendapatan <i>GWP</i> perusahaan <i>insurtech</i> di Indonesia	72



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Analisis Strategi Bersaing PT XYZ Pada Bisnis Insurtech Di Era Digital
DIMAS ANGGARA, Ely Susanto, S.IP., M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Transkrip Wawancara	115
--	-----