

INTISARI

Produk asuransi tradisional kumpulan BNI Life Insurance, memiliki pangsa pasar di industri hanya sebesar 4,39% pada tahun 2014-2016. Tingginya peluang atas potensi pasar asuransi kumpulan, membuat BNI Life membuat beberapa strategi bisnis untuk meningkatkan penerimaan premi produk asuransi tradisional kumpulan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji analisis kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang BNI Life dalam menghadapi persaingan produk tradisional kumpulan, mengidentifikasi dan mengevaluasi strategi bersaing untuk produk tradisional kumpulan, dan bagaimana merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan penerimaan premi.

Metode penelitian yang dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis industri, analisis lingkungan internal dan analisis SWOT. Analisis lingkungan internal dengan menggunakan analisis kinerja perusahaan, analisis strategi BNI Life, analisis pengembangan organisasi dan SDM, analisis Rantai Nilai dan analisis *Push Strategy*. Analisis industri menggunakan analisis karakteristik ekonomi industri, analisis 5 kekuatan pesaing, analisis faktor-faktor kunci. Analisis SWOT untuk memaksimalkan peluang ancaman, meningkatkan kekuatan dan menghilangkan kelemahan, mengidentifikasi bagaimana perusahaan memaparkan hasil analisis industri dan hasil analisis internal yang dilakukan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri asuransi kumpulan tradisional masih dikategorikan sebagai industri yang bertumbuh. Saat ini strategi yang dimiliki oleh BNI Life telah merapkan faktor-faktor sukses kunci industri walaupun belum dapat memaksimalkan persaingan untuk mempertahankan penerimaan premi baru terutama premi lanjutan. Strategi yang dapat diterapkan adalah dengan pengkinian teknologi core system, mengoptimalkan komunikasi Digital Marketing dan layanan provider rumah sakit.

Kata kunci: analisis industri, industri asuransi tradisional kumpulan, analisis 5 kekuatan industri, faktor-faktor sukses kunci, analisis SWOT, analisis bersaing, strategi push, strategi pull

ABSTRACT

Group traditional insurance product of BNI Life Insurance, has an industry share of only 4.39% in 2014-2016. The high opportunity for the potential of the group insurance industry, makes BNI Life create several business strategies to increase the premium receipt of group traditional insurance products. The purpose of this research is to analyze the attractiveness, strengths, weaknesses, threats and opportunities of BNI Life in the face of traditional product competition, identify and evaluate competitive strategy for traditional product, and how effective BNI Life strategy to increase the traditional premium.

The research use descriptive qualitative analysis with 3 (three) approaches: internal environmental analysis, industry analysis and SWOT analysis. Industry analysis use the economy characteristic analysis, Porter's five forces model, and Key Success Factor (KSF) model. Internal environmental analysis use the internal environment using company performance analysis, BNI Life strategy analysis, organization development and Human Resources analysis, Value Chain, Push and Pull Strategy analysis. SWOT analysis how to maximize opportunity, handle the threats, increase strength and eliminate weaknesses.

The results show that the traditional insurance industry is still categorized as a growing industry. Currently, BNI Life's strategy has adopted the key success factors of the industry even though it has not been able to maximize competition to maintain the new premium revenue, especially the continuing premium. Strategies that can be applied by updating core system technology, optimizing Digital Marketing Communications and Hospital Service Providers.

Keywords: industry analysis, group traditional product, porter's five forces model, key success factors, swot analysis, competitive analysis, push strategy, pull strategy