



DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak	xiii
Abstract	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	9
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.6. Lingkup Penelitian	10
1.7. Sistematika Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1. Analisis Lingkungan Makro dan Persaingan Industri.....	13
2.1.1. Analisis Lingkungan Makro.....	13
2.1.2. Analisis Persaingan Industri.....	16



2.2. Analisis Peta Kelompok Strategik	20
2.3. Analisis Lingkungan Internal BNI Life	22
2.4. Saluran Pemasaran	24
2.5. Penelitian Terdahulu	27
2.6. Kerangka Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1. Desain Penelitian.....	30
3.2. Metode Pengumpulan Data	30
3.2.1. Sumber Data.....	30
3.2.2. Teknik Pengambilan Data	31
3.3. Instrumen Penelitian	33
3.3.1. Instrumen Penelitian Lingkungan Makro dan Persaingan Industri.....	33
3.3.1.1. Lingkungan Makro – PESTEL Analysis	33
3.3.1.2. Persaingan Industri - <i>Porter's Five Forces Analysis</i>	34
3.3.2. Instrumen Peta Kelompok Strategik Industri Asuransi Jiwa	34
3.3.3. Instrumen Lingkungan Internal.....	35
3.3.4. Instrumen Pemilihan Model Saluran Distribusi Penjualan	36
3.3.5. Definisi Operasional.....	36
3.4. Metode Analisis Data	37
3.5. Objek Penelitian	41



BAB IV HASIL PENELITIAN.....	56
4.1. Data Lingkungan Makro dan Persaingan Industri Asuransi Jiwa.....	56
4.1.1. Data Observasi Lingkungan Makro	56
4.1.2. Hasil <i>Focus Group Discussion Porter's Five Forces</i>	57
4.2. Data Peta Kelompok Strategik	58
4.3. Data Pilihan Model Saluran Distribusi Penjualan.....	61
4.3.1. Model Saluran Distribusi Penjualan.....	61
4.3.2. <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>	64
4.4. Pembahasan Lingkungan Makro dan Persaingan Industri Asuransi Jiwa Indonesia.....	66
4.4.1. Kondisi Lingkungan Makro BNI Life	66
4.4.2. Persaingan pada Industri Asuransi Jiwa.....	76
4.5. Pembahasan Posisi BNI Life Pada Peta Kelompok Strategik	81
4.6. Pembahasan Kondisi Lingkungan Internal BNI Life.....	84
4.7. Pembahasan Model Saluran Distribusi Penjualan	86
4.7.1. Model Saluran Distribusi Penjualan Saat Ini	86
4.7.2. Model Saluran Distribusi Penjualan Fokus Jenis Pasar	87
4.7.3. Model Saluran Distribusi Penjualan Fokus Jenis Produk	88



BAB V SIMPULAN	90
5.1. Simpulan	90
5.2. Implikasi.....	92
5.3. Keterbatasan.....	93
5.4. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	98



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Narasumber	32
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian Lingkungan Makro	33
Tabel 3.3 Instrumen Persaingan Industri	34
Tabel 3.4 Instrumen Dimensi <i>Perceived Quality</i>	35
Tabel 3.5 Instrumen Penelitian Lingkungan Internal.....	35
Tabel 3.6 Strategi Pertumbuhan Berkelanjutan BNI Life Tahun 2012 – 2015	47
Tabel 3.7 Data Pendapatan, Jumlah Karyawan, dan Laba Bersih BNI Life Tahun 2014 – 2017.....	52
Tabel 3.8 Data Peringkat Total Aset Asuransi Jiwa Indonesia Tahun 2017....	53
Tabel 3.9 Data Peringkat Pendapatan Asuransi Jiwa Indonesia Tahun 2017..	54
Tabel 4.1 Data Observasi Faktor Lingkungan Makro.....	57
Tabel 4.2 Data Analisis Lima Kekuatan Porter di Industri Asuransi Jiwa Indonesia	58
Tabel 4.3 Data Total Aset dan Saluran distribusi penjualan 10 Perusahaan Asuransi Jiwa	60
Tabel 4.4 Skor <i>Perceived Quality</i>	61
Tabel 4.5 Faktor Eksternal dan Internal BNI Life	65
Tabel 4.6 Data Analisis QSPM Pilihan Model Saluran Distribusi Penjualan .	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Historical Life GWP, IDR trillion</i> di Indonesia Tahun 2000-2013	2
Gambar 1.2 Perbandingan Penetrasi Industri Asuransi Jiwa Tahun 2000-2013	3
Gambar 1.3 Rata-rata Pertumbuhan 20 Perusahaan Asuransi Jiwa Terbesar di Indonesia Tahun 2007-2012.....	5
Gambar 2.1 Bagan Komponen Lingkungan Makro Perusahaan.....	13
Gambar 2.2 Bagan <i>Porter's Five Forces</i>	17
Gambar 2.3 Ilustrasi Strategic Group Map	21
Gambar 2.4 Bagan Representative Company Value Chain	22
Gambar 2.5 Kerangka Penelitian	29
Gambar 3.1 Model Saluran Distribusi BNI Life Saat ini.....	44
Gambar 3.2 Indonesian Life Insurance Brand Imagery and Values Mapping 2017	55
Gambar 4.1 Posisi Perusahaan Asuransi Jiwa Pilihan di Industri tahun 2017.	62
Gambar 4.2 Model Saluran Distribusi Penjualan Fokus ke Jenis Pasar	63
Gambar 4.3 Model Saluran Distribusi Penjualan Fokus ke Jenis Produk.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	99
Lampiran 2 Hasil Pengolahan Data Kuesioner	100
Lampiran 3 Transkrip Focus Group Discussion (FGD).....	105
Lampiran 4 Poin-poin FGD	110