

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI BERSAING PT ASURANSI JIWA GENERALI INDONESIA UNTUK MEMENANGKAN PERSAINGAN

Adi Prakoso

17/417343/PEK/22906

Penelitian ini berjudul “Analisis Strategi Bersaing PT Asuransi Jiwa Generali Indonesia Untuk Memenangkan Persaingan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kondisi lingkungan eksternal dan lingkungan internal perusahaan, mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi industri, mengevaluasi strategi perusahaan, dan menentukan strategi alternatif bagi PT Asuransi Jiwa Generali Indonesia untuk memenangkan persaingan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui analisis dokumen internal Perusahaan seperti Rencana Bisnis Perusahaan, *Strategic Plan*, *Quarterly Business Review*, dan Laporan Keuangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari data publikasi OJK, Bank Indonesia, AAJI, dan informasi lain berupa media cetak ataupun elektronik.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini antara lain analisis lingkungan eksternal dan analisis internal. Analisis lingkungan eksternal menggunakan analisis PESTEL, *Five Forces Framework*, *Driving Forces*, *Key Success Factor* dan *Strategic Group Map*. Analisis lingkungan internal menggunakan analisis *Value Chain* dan analisis VRIN yang selanjutnya menggunakan analisis SWOT untuk mendapatkan gambaran tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi perusahaan. Analisis SWOT tersebut membantu mengidentifikasi strategi alternatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi diferensiasi yang diterapkan oleh PT Asuransi Jiwa Generali Indonesia sudah sesuai dengan kondisi persaingan yang ketat pada industri asuransi jiwa di Indonesia. Diferensiasi yang dilakukan oleh Perusahaan bertumpu pada kekuatan internal yaitu saluran distribusi keagenan dan kapabilitas dalam membuat produk dan fitur produk baru. Pengembangan strategi yang sedang dilakukan oleh Perusahaan adalah digitalisasi pada seluruh proses baik *front-end* maupun *back-end* untuk meningkatkan efisiensi.

Kata Kunci: *Strategi, analisis PESTEL, analisis Five Forces Framework, analisis Driving Forces, Key Success Factor, Strategic Group Map, analisis Value Chain, Analisis VRIN*

ABSTRACT

COMPETITIVE STRATEGY ANALYSIS OF PT ASURANSI JIWA GENERALI INDONESIA TO WIN THE COMPETITION

Adi Prakoso

17/417343 / PEK / 22906

This study is entitled "Analysis of Competitive Strategy of PT Generali Indonesia Life Insurance To Win Competition". The purpose of this study is to analyze the condition of the external environment and the company's internal environment, find out the factors that influence the industry, evaluate the company's strategy, and determine alternative strategies for PT Asuransi jiwa Generali Indonesia to win the competition.

This research is a descriptive study with data collection methods using primary data and secondary data. Primary data is obtained through analysis of internal company documents such as the Company's Business Plan, Strategic Plan, Quarterly Business Review, and Financial Reports, while secondary data is obtained from OJK, Bank Indonesia, AAJI publication data, and other information in the form of print or electronic media.

The analytical tools used in this study include analysis of the external environment and internal analysis. External environment analysis uses PESTEL analysis, Five Forces Framework, Driving Forces, Key Success Factor, and Strategic Group Map. Internal environment analysis uses Value Chain analysis and VRIN analysis which subsequently uses SWOT analysis to get an overview of the strengths, weaknesses, opportunities, and threats for the company. The SWOT analysis helps identify alternative strategies.

The results showed that the differentiation strategy adopted by PT Generali Life Insurance Indonesia was in accordance with the conditions of intense competition in the life insurance industry in Indonesia. The differentiation carried out by the Company relies on internal strengths, namely agency distribution channels and capabilities in making new products and product features. The strategy development that is being carried out by the Company is digitalization of all front-end and back-end processes to improve efficiency.

Keywords: *Strategy, PESTEL analysis, Five Forces Framework, Driving Forces, Key Success Factor, Strategic Group Map, Value Chain analysis, VRIN analysis*