

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Batasan Penelitian	10
1.6. Sistematika Penulisan	10
BAB II KAJIAN TEORI	
2.1. Konsep Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	12
2.2. Analisa Lingkungan Bisnis	12
2.2.1. Analisa Faktor Eksternal	12
2.2.1.1. Analisa PESTLE	13
2.2.1.1.1. Politik	13
2.2.1.1.2. Ekonomi	13
2.2.1.1.3. Sosial	14
2.2.1.1.4. Teknologi	14
2.2.1.1.5. <i>Legal</i> (Hukum)	14
2.2.1.1.6. <i>Enviromental</i> (Lingkungan Hidup)	14
2.2.1.2. <i>Porter's Five Forces</i>	14
2.2.1.2.1. Ancaman Produk Substitusi	15
2.2.1.2.2. Daya Tawar Pembeli	15
2.2.1.2.3. Ancaman Pendetang Baru	15
2.2.1.2.4. Daya Tawar Pemasok	16
2.2.1.2.5. Persaingan Antar Kompetitor	16
2.2.2. Analisa SWOT	16
2.2.2.1. <i>Strengths</i> (Kekuatan)	17
2.2.2.2. <i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	17
2.2.2.3. <i>Opportunities</i> (Kesempatan)	18
2.2.2.4. <i>Threats</i> (Ancaman)	18
2.3. Model Bisnis	18
2.3.1. Kanvas Model Bisnis	21
2.3.1.1. <i>Customer Segment</i> (Segmen Pelanggan)	21
2.3.1.2. <i>Value Proposition</i> (Proposisi Nilai)	21
2.3.1.3. <i>Channel</i> (Saluran)	21
2.3.1.4. <i>Customer Relation</i> (Hubungan dengan Pelanggan)	22
2.3.1.5. <i>Revenue Stream</i> (Sumber Penghasilan)	22
2.3.1.6. <i>Key Resources</i> (Sumber Daya Kunci)	22
2.3.1.7. <i>Key Activities</i> (Aktivitas Inti)	22

2.3.1.8.	<i>Key Partner</i> (Mitra Kunci)	22
2.3.1.9.	<i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya)	22
2.3.2.	<i>Blue Ocean Strategy</i> pada Kanvas Model Bisnis	22
2.3.3.	Kombinasi <i>Blue Ocean Strategy</i> dengan Kanvas Model Bisnis	24
2.4.	Rangkuman Penelitian Sebelumnya	25
2.5.	Kerangka Analisis	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Jenis Penelitian	38
3.2.	Jenis Data dan Sumber Data	38
3.3.	Pengolahan Data dan Informasi	39

BAB IV MODEL BISNIS PERUSAHAAN SAAT INI

4.1.	Profil Perusahaan	44
4.2.	Struktur Organisasi Perusahaan	45
4.3.	Visi, Misi Perusahaan dan Tujuan Perusahaan	45
4.3.1.	Visi dan Misi Perusahaan	45
4.3.2.	Tujuan Perusahaan	48
4.4.	Kanvas Model Bisnis Perusahaan Saat ini	49
4.4.1.	<i>Customer Segment</i> (Segmen Pelanggan)	50
4.4.2.	<i>Value Proposition</i> (Proposisi Nilai)	50
4.4.3.	<i>Channel</i> (Saluran)	50
4.4.4.	<i>Customer Relation</i> (Hubungan dengan Pelanggan)	52
4.4.5.	<i>Revenue Stream</i> (Sumber Penghasilan)	53
4.4.6.	<i>Key Resources</i> (Sumber Daya Kunci)	54
4.4.7.	<i>Key Activities</i> (Aktivitas Inti)	60
4.4.8.	<i>Key Partner</i> (Mitra Kunci)	63
4.4.9.	<i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya)	64

BAB V ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL DAN INTERNAL

5.1.	Analisis Faktor Eksternal	67
5.1.1.	Analisis PESTLE	67
5.1.1.1.	Politik	67
5.1.1.2.	Ekonomi	67
5.1.1.3.	Sosial	68
5.1.1.4.	Teknologi	69
5.1.1.5.	Hukum (<i>Legal</i>)	69
5.1.1.6.	Lingkungan Hidup (<i>Enviromental</i>)	69
5.1.2.	Analisis <i>Porter's Five Forces</i>	70
5.1.2.1.	Ancaman Produk Substitusi	70
5.1.2.2.	Daya Tawar Pembeli	73
5.1.2.3.	Ancaman Pendetang Baru	74
5.1.2.4.	Daya Tawar Pemasok	74
5.1.2.5.	Persaingan Antar Kompetitor	75
5.1.3.	Analisa <i>Opportunities</i> dan <i>Threats</i> (Peluang dan Ancaman)	77
5.1.3.1.	<i>Opportunities</i> (Peluang)	77
5.1.3.2.	<i>Threats</i> (Ancaman)	78
5.1.4.	Pengaruh Faktor Eksternal terhadap Kanvas Model Bisnis Perusahaan	81
5.1.4.1.	<i>Customer Segment</i> (Segmen Pelanggan)	81
5.1.4.2.	<i>Value Proposition</i> (Proposisi Nilai)	81

5.1.4.3.	<i>Channel</i> (Saluran)	81
5.1.4.4.	<i>Customer Relation</i> (Hubungan dengan Pelanggan)	81
5.1.4.5.	<i>Revenue Stream</i> (Sumber Penghasilan)	81
5.1.4.6.	<i>Key Resources</i> (Sumber Daya Kunci)	82
5.1.4.7.	<i>Key Activities</i> (Aktivitas Inti)	82
5.1.4.8.	<i>Key Partner</i> (Mitra Kunci)	82
5.1.4.9.	<i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya)	82
5.2.	Analisis Faktor Internal	85
5.2.1.	Analisis <i>Strengths</i> dan <i>Weaknesses</i> (Kekuatan dan Kelemahan)	85
5.2.1.1.	<i>Strengths</i> (Kekuatan)	85
5.2.1.2.	<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	87
5.2.2.	Pengaruh Faktor Internal terhadap Kanvas Model Bisnis Perusahaan	88
BAB VI PENGEMBANGAN KANVAS MODEL BISNIS		
6.1.	Sasaran Strategik	92
6.2.	Strategi Bisnis	93
6.3.	Pengembangan Kanvas Model Bisnis	94
6.3.1.	<i>Customer Segment</i> (Segmen Pelanggan)	94
6.3.2.	<i>Value Proposition</i> (Proposisi Nilai)	95
6.3.3.	<i>Channel</i> (Saluran)	95
6.3.4.	<i>Customer Relation</i> (Hubungan dengan Pelanggan)	95
6.3.5.	<i>Revenue Stream</i> (Sumber Penghasilan)	96
6.3.6.	<i>Key Resources</i> (Sumber Daya Kunci)	96
6.3.7.	<i>Key Activities</i> (Aktivitas Inti)	96
6.3.8.	<i>Key Partner</i> (Mitra Kunci)	96
6.3.9.	<i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya)	97
6.4.	Pengembangan Kanvas Model Bisnis Perusahaan	97
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN		
7.1.	Kesimpulan	101
7.2.	Saran	101
7.2.1.	Bagi Pihak Perusahaan	102
7.2.2.	Bagi Peneliti Selanjutnya	105
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN		108

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Laporan Laba Rugi Tahun 2014 – 2018	4
Tabel 1.2 : Laporan Posisi Keuangan Tahun 2014 – 2018	4
Tabel 2.1 : Rangkuman Penelitian Sebelumnya	26
Tabel 3.1 : Pengolahan Data dan Informasi	39
Tabel 3.2 : Daftar Pertanyaan <i>Change Readiness Survey</i>	42
Tabel 4.1 : Visi dan Misi Perusahaan Tahun 2016 dan 2018	47
Tabel 4.2 : Pendapatan Premi berdasarkan Saluran Distribusi	51
Tabel 4.3 : Rincian Pendapatan Jiwasraya	53
Tabel 4.4 : Rincian Pendapatan Premi Jiwasraya	53
Tabel 4.5 : Klasifikasi Usia Karyawan Jiwasraya	54
Tabel 4.6 : Latar Belakang Pendidikan Karyawan	54
Tabel 4.7 : Sertifikasi dan Keahlian Karyawan	55
Tabel 4.8 : Agen Produktif Jiwasraya	63
Tabel 4.9 : Struktur Biaya Jiwasraya	64
Tabel 5.1 : Asumsi Dasar Ekonomi Makro Tahun 2019 – 2022	68
Tabel 5.2 : Komparasi Produk Asuransi Tradisional	71
Tabel 5.3 : Komparasi Produk Asuransi <i>Employee Benefit</i>	71
Tabel 5.4 : Komparasi Produk Asuransi Unit Link	72
Tabel 5.5 : Komparasi Produk Asuransi Bancassurance	73
Tabel 5.6 : Pendapatan Premi di Industri Asuransi Jiwa Indonesia	75
Tabel 5.7 : Pendapatan Premi Individu di Industri Asuransi Jiwa Indonesia	76
Tabel 5.8 : Pendapatan Premi Kumpulan di Industri Asuransi Jiwa Indonesia	76
Tabel 5.9 : Brand Awareness PT. XYZ Tahun 2014 – 2018	86
Tabel 7.1 : Rencana Kerja	103

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 : Pertumbuhan Premi Asuransi Jiwa di Indonesia	2
Gambar 1.2 : Penetrasi Asuransi Jiwa di Indonesia	3
Gambar 1.3 : Penetrasi Asuransi Jiwa di Asean Tahun 2015	3
Gambar 1.4 : Perbandingan Investasi dengan Liabilitas Manfaat Polis	5
Gambar 1.5 : Pertumbuhan Pendapatan, Beban Klaim, Laba Bersih dan Ekuitas Tahun 2014 – 2018	6
Gambar 1.6 : Hubungan Antar Unit Bisnis Perusahaan untuk menjaga kontinuitas bisnis Perusahaan	7
Gambar 2.1 : <i>PESTLE Analysis</i>	13
Gambar 2.2 : <i>Porter's Five Forces</i>	15
Gambar 2.3 : Analisis SWOT	17
Gambar 2.4 : Kanvas Model Bisnis	21
Gambar 2.5 : Kerangka Kerja Empat Tindakan	23
Gambar 2.6 : Inovasi Nilai	24
Gambar 2.7 : Kombinasi Blue Ocean Strategy dengan Kanvas Model Bisnis	24
Gambar 2.8 : Ekplorasi Dampak Biaya, Proposisi Nilai dan Dampak Pelanggan	25
Gambar 2.9 : Kerangka Analisis Rancangan Model Bisnis	36
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Perusahaan	46
Gambar 4.2 : Indeks Kepuasan Pelanggan	52
Gambar 4.3 : Peta kantor Wilayah / Cabang Jiwasraya	56
Gambar 4.4 : Kanvas Model Bisnis PT. XYZ saat ini	66
Gambar 5.1 : Pertumbuhan Pendirian Perusahaan Asuransi Jiwa	74
Gambar 5.2 : Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Elemen-Elemen Kanvas Model Bisnis Perusahaan	84
Gambar 5.3 : Faktor Internal yang Mempengaruhi Elemen-Elemen Kanvas Model Bisnis Perusahaan	91
Gambar 6.1 : Strategi Bisnis mengatasi permasalahan perusahaan	93
Gambar 6.2 : Pengembangan Kanvas Model Bisnis PT. XYZ	100

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Interview dengan Direktur Utama	108
Lampiran 2 : Interview dengan Kadiv KMRPK	111
Lampiran 3 : Interview dengan Kadiv Keuangan dan Akuntansi	113
Lampiran 4 : <i>Change Readiness Survey</i>	115