

ABSTRAK

Menurunnya pendapatan premi asuransi keuangan pada tahun 2016-2017 membuat PT Asuransi Jasa Indonesia (Asuransi Jasindo) perlu melakukan rencana strategi yang dapat meningkatkan kinerja dari pemasaran PT Asuransi Jasindo salah satu strategi yang dapat digunakan adalah *diamond* strategi.

Pendekatan menggunakan pendekatan kualitatif yaitu penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis yaitu proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif.

Hasil *diamond* strategi. Arena, Formulasi strategi yang akan digunakan untuk tahap awal difokuskan pada semua pasar di perusahaan BUMN maupun di perusahaan swasta. Vehicle, Formulasi strategi yang akan digunakan adalah dengan memaksimalkan marketing internal dari Jasindo yang sudah ada dan tidak menggunakan broker, pihak ketiga maupun agen manapun. Diferensiasi, Formulasi strategi yang akan digunakan untuk tahap ini adalah dengan memanfaatkan status dari perusahaan Jasindo itu sendiri yang BUMN dan pelayanan yang diberikan lebih baik dari yang lain sehingga nasabah menjadi lebih nyaman. Staging, Formulasi strategi adalah tidak melakukan kegiatan frontal dan diajak untuk kolaborasi dengan pesaing kemudian melakukan perubahan rate yang relatif murah dengan proses persetujuan cepat dengan memanfaatkan perkembangan industri 4.0 dengan membuat aplikasi untuk produk asuransi keuangan. Nilai Ekonomi, Formulasi strategi yang akan digunakan untuk tahap ini adalah dengan mencari market seluas-luasnya, mencari penghasilan produk sebanyak mungkin yang nantinya keuntungan dari pendapatan premi akan diinvestasikan.

Kata kunci: PT Asuransi Jasa Indonesia, Asuransi Keuangan, Diamond Strategy, Startegi Pemasaran

ABSTRACT

With the decline in financial insurance premium income in 2016-2017, PT Asuransi Jasa Indonesia (Asuransi Jasindo) needs to plan a strategy that can improve the performance of PT Asuransi Jasindo marketing. One strategy that can be used is Diamond Strategy.

The approach uses a qualitative approach, namely research on descriptive research and tends to use analysis, namely process and meaning (subject perspective) which is more highlighted in qualitative research.

Diamond strategy results. Arena, the strategy formulation that will be used for this initial phase will be focused on all markets, namely BUMN companies and private companies. Vehicle, the strategy formulation that will be used is to maximize the internal marketing of existing Jasindo and not to use brokers, third parties or any agents. Differentiation, the strategy formulation that will be used for this stage is to utilize the status of the Jasindo company itself which is BUMN and the services provided are better than other insurance so that customers become more comfortable. Staging, the strategy formulation is not to do frontal activities and will be invited to collaborate with competitors and then make changes that are relatively inexpensive rates with a fast approval process by utilizing the development of industry 4.0 by making special applications for financial insurance products. Economic Value, The strategy formulation that will be used for this stage is to find the widest market possible, looking for as many result of products as possible, the profit from the premium income will be invested.

Keywords: PT Asuransi Jasa Indonesia, Financial Insurance, Diamond Strategy, Marketing Strategy