

ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR PERUMUSAN STRATEGI BERSAING PADA PRODUK ASURANSI JIWA PERORANGAN AJB BUMIPUTERA 1912 KPR PEKANBARU

Oleh :
Dian Putriani
Email : diaputrianiiii@yahoo.com
Pembimbing : Endang Sutrisna

Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl.H.R.Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293
Telp/Fax.0761-63277

Abstract

This research was conducted in the Individual Life Insurance 1912 KPR Pekanbaru. These businesses engaged in services which compete to provide quality products and good service. With more and more competition in the insurance business makes Individual Life Insurance 1912 KPR Pekanbaru have to compete and survive in the business competition.

This study aims to determine the SWOT analysis as the basis for the formulation of a strategy to compete in the Individual Life Insurance 1912 KPR Pekanbaru. This research is descriptive research with qualitative approach and data collection techniques performed by interviewing the parties involved in this study.

From the results of SWOT analysis can be seen that there are several alternative strategies that can be used as a tool to win the competition, and the results of this analysis to formulate strategic alternatives for Individual Life Insurance 1912 KPR Pekanbaru long term.

Keywords: *SWOT analysis, alternative strategies.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di Indonesia tentunya tidak terlepas dari perkembangan ekonomi dan teknologi dalam kehidupan manusia. Dimana semakin terbatasnya sumber-sumber kebutuhan manusia dalam usaha untuk meningkatkan kemakmuran, maka bertambah besar usaha manusia untuk mendaya gunakan sumber-sumber yang ada. Bisnis pada dasarnya bergerak dalam berbagai bidang, mulai dari penjualan produk hingga penjualan jasa.

Produk dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara. Salah satunya adalah dengan menggolongkannya berdasarkan pada apakah produk tersebut berwujud (tangible) atau tidak (intangible).

Jasa adalah salah satu pilihan masyarakat dalam menciptakan usaha mereka. Karena jasa merupakan salah satu layanan yang dibutuhkan oleh masyarakat dari segala penjuru, yaitu berupa asuransi, jasa akomodasi, transportasi dan jenis jasa lainnya. Berbicara mengenai asuransi,

asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian dimana sipenanggung mendapat premi dari tertanggung yang mengikat diri untuk mengganti kerugian yang tidak diharapkan dan mungkin diderita oleh tertanggung karena suatu peristiwa yang tidak pasti. Perusahaan asuransi merupakan kegiatan usaha yang bergerak dibidang jasa, oleh karena berpengaruh dibidang jasa maka produk dari perusahaan asuransi bersifat tidak berwujud (intangible) tidak seperti perusahaan bergerak dibidang industri manufaktur yang menghasilkan barang jadi yang berwujud (tangible). Mengelola suatu perusahaan yang menghasilkan jasa tentunya tidak sama dengan mengelola perusahaan yang memproduksi barang yang berwujud. Dalam perusahaan jasa, pihak manager harus mengelola pelayanan kepada pelanggannya, sementara pada perusahaan manufaktur pihak manager harus mengelola produksi barang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Perusahaan tidak terlepas dari berbagai macam perubahan, yang bersumber dari lingkungan Eksternal maupun lingkungan Internal perusahaan. Perubahan yang berpengaruh negatif merupakan gangguan bagi perusahaan, sedangkan perubahan yang berpengaruh positif akan menunjang kelangsungan hidup perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan harus dapat memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan, baik itu faktor Eksternal maupun faktor Internal. Hal ini membuat perusahaan focus dan perhatian manajemen harus diarahkan pada perumusan strategi agar perusahaan mengetahui strategi seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan dengan memanfaatkan faktor-faktor internal dan faktor eksternal, sehingga menjadi kekuatan dalam menghadapi persaingan di pasar global. Persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan (Porter, 1993), dimana pesaing

dengan menggunakan pasar adalah perusahaan-perusahaan yang memuaskan kebutuhan pelanggan yang sama. Sehingga perusahaan harus lebih cermat membaca serta mengantisipasi keadaan pasar sehingga dapat menciptakan produk yang berkualitas, memberikan pelayanan yang berkualitas yang dapat memuaskan konsumen sehingga dapat memenangkan persaingan.

Setiap perusahaan mempunyai kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai misi dan tujuan perusahaan, namun selain itu perusahaan juga memiliki kelemahan dan juga ancaman-ancaman dari lingkungan luarnya yang harus diwaspadai. Perusahaan harus mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada agar dapat menutupi kelemahan dan menghindari ancaman yang dihadapi perusahaan. Oleh karena itu perlu dievaluasi strategi yang telah dilakukan perusahaan untuk merumuskan strategi baru yang dapat mengantisipasi kondisi persaingan dengan mempertimbangkan beberapa faktor persaingan menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di lingkungan bisnis perusahaan. Oleh sebab itu untuk mengetahui strategi bersaing, Rangkuti (2005:18) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan dan satu cara yang tepat untuk menganalisis faktor internal maupun eksternal perusahaan. Analisis SWOT merupakan instrument yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisir kelemahan yang terdapat dalam tubuh organisasi dan biasanya upaya untuk memilih dan menentukan strategi yang efektif untuk membuahkan hasil yang diharapkan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Asuransi

Asuransi adalah resiko kerugian yang timbulnya tidak terduga sebelum menimpa seseorang dengan cara mengembangkan sejumlah orang yang beresiko sama dengan kata lain perusahaan asuransi akan menjadi penanggung dalam setiap resiko yang timbul dari suatu kerugian seperti resiko kecelakaan, meninggal dunia dan sebagainya salim (2005). Menurut kitab UU hukum perniagaan ayat 246 asuransi adalah suatu persetujuan antara dua belah pihak, yaitu pihak penanggung akan mengganti kerugian pada tertanggung bila terjadi suatu peristiwa tertentu, sebaliknya pihak tertanggung akan membayar suatu jumlah yang dinantikan premi kepada pihak penanggung. Asuransi jiwa merupakan asuransi dengan manusia sebagai kepentingan interest yang diasuransikan berbeda dengan asuransi-asuransi lainnya seperti asuransi kerugian yang mana harta benda sebagai kepentingan yang diasuransikan.

2.2. Pengertian dan Konsep Strategi

Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta rumusan pada pendayagunaan dan semua alokasi sumberdaya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut(Rangkuti, 2005:3). Chandler dalam buku Freddy Rangkuti (2005:3) mengatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

Sedangkan Learned, Christensen, Andrews, dan Guth (1965) mengatakan strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada. Secara umum, strategi dapat diartikan sebagai “sekumpulan pilihan kritis untuk perencanaan dan penerapan serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumberdaya yang penting

dalam mencapai tujuan dan sasaran, dengan memperhatikan keunggulan kompetitif dan sinergis ideal berkelanjutan kearah, cakupan dan perpekstif jangka panjang keseluruhan yang ideal dari individu atau organisasi”.

2.3. Proses Perencanaan Strategis

Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengetahui ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada. Proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi itu disebut perencanaan strategis. Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal. Dalam hal ini dapat dibedakan secara jelas fungsi manajemen, konsumen, distributor, dan pesaing. Jadi perencanaan startegis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan yang optimal dari sumber dayayang ada.

Menurut Kotler (2004:44) proses perencanaan strategi bisnis adalah sebagai berikut :

1. Penetapan misi bisnis (bussiness mission)
2. Analisis lingkungan eksternal (analisis peluang dan hambatan atau gangguan)
3. Analisis lingkungan internal (analisis kekuatan dan kelemahan)
4. Perumusan tujuan
5. Formulasi atau perumusan strategi
6. Perumusan program, mencakup program penguatan bagian riset dan pengembangan, pengumpulan kehebatan teknologi, mengembangkan produk yang sukses dan sebgainya.
7. Implementasi strategi yang telah dirumuskan dengan jelas disertai dengan program yang telah dirumuskan dengan baik.

8. Umpan balik dan pengawasan (feedback and control) dari implementasi strategi terhadap perubahan dan perkembangan lingkungan internal dan eksternal.

2.4. Strategi Bersaing

Strategi bersaing adalah mengembangkan rencana mengenai bagaimana bisnis akan bersaing, apa yang seharusnya menjadi tujuannya dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut (Porter 2001:35). Tujuan strategi bersaing untuk suatu unit usaha dalam sebuah industri salah satunya menemukan posisi dalam industri tersebut dimana perusahaan dapat melindungi diri sendiri dengan sebaik-baiknya terhadap tekanan (daya) persaingan atau dapat mempengaruhi tekanan tersebut secara positif. Rivalitas dikalangan pesaing yang ada berbentuk perlombaan untuk mendapatkan posisi dengan menggunakan taktik seperti persaingan harga, perang iklan, memberikan hadiah, introduksi produk dan meningkatkan pelayanan atau jaminan kepada pelanggan. Persaingan terjadi karena satu atau lebih pesaing merasakan adanya tekanan atau melihat peluang untuk memperbaiki posisi persaingannya.

2.5. Analisis SWOT

Rangkuti (2005:18) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan 5 peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats). Proses pengambilan keputusan dengan cara ini selalu dikaitkan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan usaha. Jadi pada prinsipnya analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) guna menetapkan formulasi

strategi (perencanaan strategi) dalam upaya penyusunan strategi jangka panjang.

Analisis SWOT merupakan pendekatan tradisional yang telah digunakan selama dekade untuk membantu merestrukturisasi usaha manajer mengetahui ancaman dan peluang serta kekuatan dan kelemahan perusahaan. Analisis ini digunakan untuk mengevaluasi kesempatan dan tantangan dilingkungan bisnis maupun lingkungan internal perusahaan. Dalam analisis SWOT ini menganalisis adanya dua faktor lingkungan usaha, dimana lingkungan itu berupa :

- a. Lingkungan internal merupakan suatu kekuatan, suatu kondisi, suatu keadaan, suatu peristiwa yang saling berhubungan dimana organisasi/perusahaan mempunyai kemampuan untuk mengendalikannya.
- b. Lingkungan eksternal merupakan suatu kekuatan, suatu kondisi, suatu keadaan, suatu peristiwa yang saling berhubungan dimana organisasi/perusahaan tidak mempunyai kemampuan atau sedikit kemampuan untuk mengendalikan atau mempengaruhinya.

2.6. Matrik SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah Matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis

	<i>STRENGTHS (S)</i> Tentukan 5-10 kekuatan internal	<i>WEAKNESSES (W)</i> Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
<i>OPPORTUNITIES (O)</i> Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	<i>STRATEGI SO</i> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	<i>STRATEGI WO</i> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
<i>THREATS (T)</i> Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	<i>STRATEGI ST</i> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<i>STRATEGI WT</i> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman .

- a. Strategi SO (Strength-Opportunity), strategi menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan.
- b. Strategi WO (Weakness-Opportunity), strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang peluang perusahaan.

- c. Strategi ST (Strength-Threat), melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal.
- d. Strategi WT (Weakness-Threat), strategi ini merupakan teknik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman SWOT merupakan akronim untuk kata-kata “Strengths,”(kekuatan),”Weaknesses,” (kelemahan). “Opportunities,” (Peluang), dan “Threats,” (Ancaman). Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam tubuh suatu organisasi termasuk satuan bisnis tertentu, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Jika dikatakan bahwa analisis SWOT dapat merupakan instrument yang ampuh dalam melakukan analisis strategik, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisir kelemahan yang terdapat dalam tubuh organisasi dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di AJB Bumi Putera 1912 Cabang Pekanbaru. Pemilihan lokasi ini didasari dengan pertimbangan masalah-masalah yang diteliti ditemukan di lokasi ini. Untuk waktu pelaksanaan dimulai sejak diterimanya usulan penelitian sampai dengan bulan April 2016.

Populasi merupakan keseluruhan unit atas individu dalam ruang lingkup yang

diteliti, adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini pimpinan AJB BUMIPUTERA 1912 KPR Pekanbaru selaku perumus strategi bersaing dengan analisis SWOT. Dalam penelitian ini yang menjadi narasumber dari bisnis asuransi AJB Bumiputera 1912 KPR Pekanbaru adalah kepala dan beberapa staff asuransi, dimana kepala cabang dan staff asuransi dalam penelitian ini bertindak sebagai *key informant* untuk memberikan semua informasi mengenai faktor internal dan eksternal yang ada pada AJB Bumiputera 1912 KPR Pekanbaru Pekanbaru.

Berdasarkan sumber dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik mengumpulkan data serta keterangan yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data Interview (wawancara) Observasi, dan Studi pustaka.

Untuk teknik menganalisis data penelitian ini menggunakan Metode Analisis Dekskriptif Kualitatif dan Matriks Analisis SWOT.

4. PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini dilakukan untuk mencari hubungan secara menyeluruh dan teliti dari suatu keadaan. Dalam hal ini data-data yang diperoleh kemudian dikumpulkan, dan dianalisis kemudian di interpretasikan agar dapat dipergunakan untuk sebuah pemecahan masalah yang diteliti, sehingga memberikan gambaran dan informasi mengenai masalah yang dihadapi oleh AJB Bumiputera 1912 KPR Pekanbaru.

Dalam merancang strategi bisnis bersaing digunakan adanya suatu analisis SWOT yang berfungsi sebagai alat identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan adanya suatu strategi perusahaan. Sebelum mengetahui strategi apa yang akan dilakukan, hal yang utama harus

dilakukan yaitu mengetahui terlebih dahulu apa yang dimiliki perusahaan atau menjadi suatu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) Asuransi Jiwa Perorangan AJB Bumiputera 1912 KPR pekanbaru sebelum dapat memformulasikan sebuah strategi yang nantinya akan digunakan dalam berlangsungnya kegiatan bisnis perusahaan tersebut.

4.1. SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threats*) pada Asuransi Jiwa Perorangan AJB Bumiputera 1912 KPR Pekanbaru

a. Kekuatan (*Strengths*) dari Asuransi Jiwa Peerorangan AJB Bumiputera 1912 KPR Pekanbaru

- Kualitas pelayanan
- Banyaknya jenis produk yang ditawarkan
- Harga produk yang bersaing
- Agen asuransi mendatangi pemegang polis dalam proses distribusi

b. Kelemahan (*Weakness*) dari Asuransi Jiwa Peerorangan AJB Bumiputera 1912 KPR Pekanbaru

- Distribusi
- SDM yang terbatas
- Jumlah kantor perwakilan belum banyak
- Teknologi

c. Peluang (*Opportunity*) dari Asuransi Jiwa Peerorangan AJB Bumiputera 1912 KPR Pekanbaru

- Peluang pasar yang masih terbuka
- Perkembangan jumlah penduduk
- Perusahaan pesaing yang masih tergolong baru
- Kebutuhan masyarakat akan perlindungan diri

d. Ancaman (*Threat*) dari Asuransi Jiwa Peerorangan AJB Bumiputera 1912 KPR Pekanbaru

- Perusahaan pesaing
- Dukungan pemerintah belum memadai
- Ketidaktahuan masyarakat terhadap perlindungan diri

**4.2. Mantrik SWOT
Matriks SWOT Asuransi Jiwa Perorangan AJB Bumiputera 1912 KPR Pekanbaru**

Faktor Internal	Strength (S)	Weakness (W)
Faktor Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> • Brand name • Kualitas pelayanan • Banyaknya jenis produk yang ditawarkan • Harga produk yang bersaing • Agen asuransi mendatangi pemegang polis dalam proses distribusi 	<ul style="list-style-type: none"> • Distribusi • SDM yang terbatas • Jumlah kantor perwakilan belum banyak • Teknologi
Opportunity (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ul style="list-style-type: none"> • Peluang pasar yang masih terbuka • Perkembangan jumlah 	<ul style="list-style-type: none"> • Perluasan pangsa pasar • Meningkatkan keunggulan yang telah dimiliki 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan peran promosi kepada nasabah • Meningkatkan

<ul style="list-style-type: none"> penduduk • Perusahaan pesaing yang masih tergolong baru • Kebutuhan masyarakat akan perlindungan diri 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan pengembangan produk pada nasabah maupun calon nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> kelengkapan produk • Menambah kantor perwakilan setiap sudut kota
Threat (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan pesaing • Dukungan pemerintah belum memadai • Ketidaktahuan masyarakat terhadap perlindungan diri 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan pelayanan agar konsumen merasa puas dan loyal • Mengembangkan daya saing • Menggalakan sosialisasi tentang asuransi kepada masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan pelatihan karyawan agar lebih berkualitas dalam memberikan pelayanan • Menjaga hubungan baik dengan konsumen maupun calon konsumen

Sumber : hasil penelitian yang diolah penulis,2016

Dengan adanya penerapan analisis SWOT yang dilakukan tersebut maka terlihat bahwa posisi atau keberadaan perusahaan ini adalah diposisi kuat, untuk

dapat meningkatkan daya saing perusahaan terhadap perusahaan sejenis lainnya maka dapat diterapkan adanya suatu strategi SO (*Strength – Opportunity*) yang menggunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada seperti berikut:

1. Perluasan pangsa pasar.
2. Meningkatkan keunggulan yang telah dimiliki.
3. Meningkatkan pengembangan produk Asuransi Jiwa Perorangan AJB Bumiputera 1912 KPR Pekanbaru kepada nasabah maupun calon nasabah.

Evaluasi strategi yang dilakukan untuk merumuskan strategi baru yang dapat mengantisipasi kondisi persaingan dengan mempertimbangkan beberapa faktor persaingan dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada di lingkungan bisnis perusahaan dapat dijelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan dan satu cara yang tepat untuk menganalisis faktor internal maupun eksternal perusahaan.

5. PENUTUP

5.1. KESIMPULAN

Asuransi Jiwa Perorangan AJB Bumiputera 1912 KPR Pekanbaru ini memiliki adanya suatu kekuatan, yaitu : *brand name*, kualitas pelayanan, banyaknya jenis produk yang ditawarkan, harga produk yang bersaing, agen asuransi mendatangi pemegang polis dalam proses distribusi. Untuk kelemahan yang dimiliki Asuransi Jiwa Perorangan AJB Bumiputera 1912 KPR Pekanbaru yaitu : distribusi, SDM yang terbatas, jumlah kantor perwakilan belum banyak, teknologi. Sedangkan untuk peluang yang dihadapi yaitu : pangsa pasar yang masih terbuka, perkembangan jumlah penduduk, perusahaan pesaing yang masih tergolong baru, kebutuhan masyarakat akan perlindungan diri. Serta ancaman yang

dihadapi yaitu : perusahaan pesaing, dukungan pemerintah yang belum memadai, ketidaktahuan masyarakat terhadap perlindungan diri. Terdapat berbagai strategi yang dapat di dapat dari semua kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki Asuransi Jiwa Perorangan AJB Bumiputera 1912 KPR Pekanbaru yang diolah menggunakan matrik *SWOT*. Strategi yang didapat tersebut dapat digunakan sebagai bahan introspeksi dan cara meningkatkan daya saing pada bisnis asuransi.

5.2. SARAN

1. Asuransi Jiwa Perorangan AJB Bumiputera 1912 KPR Pekanbaru dalam hal ini harus lebih dapat lagi mengoptimalkan kekuatan yang dimilikinya tersebut,
2. Asuransi Jiwa Perorangan AJB Bumiputera 1912 KPR Pekanbaru dalam meningkatkan daya saing pada usaha yang sejenis dapat menjalankan adanya suatu alternatif strategi yang tepat dalam bisnis usahanya yaitu alternatif strategi *Stenght- Opportunity*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Salim, Asuransi Dan Manajemen Risiko, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003
- Ali, Hasyimi, A, Drs . Pengantar Asuransi, Bumi Aksara, Jakarta, 1993.
- David, F R. 2010. Manajemen Strategis Salemba Empat. Jakarta
- Fivi dan Ahmad. Analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran (studi McDonald's Ring Road. Universitas Sumatera Utara.
- Hunger, David, J., dan Thomas L. Wheelen. 2003. Manajemen strategi , edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.

Kusnadi. HMA. 2000. Pengantar Manajemen Strategi, Malang.

Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran : analisa, perencanaan, implementasi dan Kontrol, Alih Bahasa A.B. Susanto, Edisi Kesatu, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Pearce dan Robinson,2008. Manajemen strategis : formulasi, impementasi, dan pengendalian, Jakarta: salemba empat.

Poedjosebroto, santoso, Ir, Hukum Asuransi di Indonesia. PT. Intermas, Jakarta, 1995.

Porter, Michael E. 2001. Strategi Bersaing. Jakarta: Erlangga.

Prawitasari, Yati Sri. Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing. Studi Pada Dealer Honda Tunggul Sakti di Semarang.Universitas. Diponegoro, Semarang.

Rangkuti, Dewi Sari Nirmala. Analisis strategi bersaing dalam meningkatkan jumlah nasabah asuransi kumpulan pada AJB Bumiputera 1912 kantor cabang asuransi kumpulan medan.

Rangkuti, Freddy. 2005. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis-Orientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 1999. Metode PenelitianBisnis. Bandung : AlfabetaHotel Santika Semarang(2005).

Yolanda, Triwisata Nova. Analisis strategi pemasaran pada asuransi jiwa bersama bumiputera 1912 pekanbaru. Universitas islam riau.pekanbaru.

www.bps.go.id. Diakses pada 15 agustus 2016 pukul 19.30 wib.