

## **ABSTRACT**

### ***Business Strategy Analysis PT. Prudential Life Assurance Facing Competition in Bandar Lampung***

**By**

**ANDY RIDHO PRATAMA**

*Prudential Indonesia is a market leader who always strives to provide products designed to meet and complement the needs of its customers, at every stage of life, from working age, marriage, childbirth, children's education, and retirement. To face this tough competition, Prudential must be able to anticipate various threats from competitors, trying to fix the company's weaknesses and take advantage of opportunities with existing forces, so as to determine the right business strategy. One of the strategy analysis techniques that can be used is with SWOT analysis (strength, weakness, oppprtunity, threath) followed by QSPM analysis (Quantitative Strategic Planning Matrix).*

*The purpose of this study is to recommend alternative strategies of PT. Prudential Life Assurance Bandar Lampung in the face of business competition. The data used for this research is secondary and primary data, obtained from the results wawancara both direct and questionnaire, direct observation results, written reports, and data from literature such as books, internet and articles. The data are presented in descriptive qualitative to know the external and internal environment.*

*Results of SWOT matrix evaluation then PT. Prudential Life Assurance Bandar Lampung has done the right strategy, there are some development strategy through consideration of internal and external factor of company that is by making new innovation that is online registration which function to connect company with prospective customer spread all over Indonesia. Based on the analysis using the highest QSPM matrix in the show on the strategy to create new innovations that is online registration in addition to the strategy to add marketing office which is a combination of opportunities and weaknesses, this is a strategy picture of the opportunity factor that is the number of insurance market that has not been touched and the more conscious of the Indonesian people in insurance.*

***Keywords: Internal Factors, External Factors, IFE Matrix, (Internal Factor Evaluation) EFE Matrix (External Factor Evaluation), IE Matrix, SWOT Matrix, QSPM***

## ABSTRAK

### **Analisis Strategi Bisnis pada PT. Prudential Life Assurance dalam Menghadapi Persaingan di Bandar Lampung**

Oleh

**ANDY RIDHO PRATAMA**

Sebagai pemimpin pasar, Prudential Indonesia selalu berusaha untuk menyediakan produk yang dirancang untuk memenuhi dan melengkapi kebutuhan nasabahnya, dalam setiap tahap kehidupan, mulai dari usia kerja, pernikahan, kelahiran anak, pendidikan anak, dan masa pensiun. Menghadapi persaingan yang ketat ini maka Prudential harus mampu mengantisipasi berbagai ancaman dari para pesaing, berusaha memperbaiki kelemahan-kelemahan dalam perusahaan dan memanfaatkan peluang-peluang dengan kekuatan-kekuatan yang ada, sehingga dapat menentukan strategi bisnis yang tepat. Salah satu teknik analisis strategi yang dapat digunakan adalah dengan analisis *SWOT* (*strength, weakness, oppprtunity, threath*) dilanjutkan dengan analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merekomendasikan alternatif strategi utama pada PT. Prudential Life Assurance di Bandar Lampung dalam menghadapi persaingan bisnis. Data yang digunakan untuk peneitian ini adalah data sekunder dan primer, yang diperoleh dari hasil wawancara baik langsung maupun kuesioner, hasil pengamatan langsung di lapangan, laporan tertulis, serta data-data dari literature seperti buku, internet dan artikel. Data disajikan secara deskriptif kualitaitif untuk mengetahui lingkungan eksternal dan internal.

Hasil evaluasi matriks SWOT maka PT. Prudential Life Assurance Bandar Lampung telah melakukan strategi yang tepat, terdapat beberapa pengembangan strategi melalui pertimbangan faktor internal dan eksternal perusahaan yaitu dengan membuat inovasi baru yaitu *registration online* yang berfungsi untuk menghubungkan perusahaan dengan calon nasabah yang tersebar di seluruh Indonesia. Berdasarkan analisis menggunakan matriks QSPM yang paling tinggi di tunjukan pada strategi membuat inovasi baru yaitu *registration online* yang selain itu strategi menambah kantor pemasaran yang merupakan kombinasi antara peluang dan kelemahan, hal ini merupakan gambaran strategi dari faktor peluang yaitu banyaknya pasar asuransi yang belum terjamah serta semakin sadarnya masyarakat Indonesia dalam ber-asuransi.

**Kata kunci: Faktor Internal, Faktor Eksternal, Matriks IFE, (*Internal Factor Evaluation*) Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*), Matriks IE, Matriks SWOT, QSPM**