



BAB II

ANALISIS INDUSTRI

© Hak cipta dimiliki IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Gambaran Masa Depan

Sebelum membangun suatu usaha baru, seorang wirausaha hendaknya melakukan analisis industri agar dapat mengetahui lebih jelas mengenai kecenderungan-kecenderungan yang terjadi dalam industri tersebut (*trend*). Faktor-faktor yang mendukung *trend* yaitu *industry demand* dan *competition*.

Analisis industri dapat menjelaskan gambaran masa depan yang akan mempengaruhi secara tidak langsung tetapi dapat menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Tren asuransi antara lain tergantung dari kondisi ekonomi nasional. Bila pertumbuhan ekonomi lambat maka industri asuransi terkena dampaknya juga sehingga mengalami kelambatan pertumbuhan, sebaliknya bila ekonomi melaju, maka industri asuransi akan melaju pesat juga. Seperti yang taerjadi di jaman sekarang ini memasuki tahun kinerja 2016. harapan baru dipasang oleh oleh pelaku industri asuransi jiwa dan umum. Perlambatan ekonomi domestic mengerem laju pertumbuhan pendapatan premi asuransi di tahun 2015. seiring dengan pemulihan ekonomi, perusahaan asuransi pun dapat pulih juga. sebagai gambaran di sepanjang tahun lalu, Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) membidik target kenaikan premi asuransi sebesar 20% menjadi 146 triliun dan di tahun 2016 ini industri asuransi jiwa akan menanjak hingga 30%. Sumbangan premi terbesar dari kalangan korporat dan pemerintah. Ini membuat laju bisnis asuransi umum seirama dengan pertumbuhan ekonomi nasional. Pertumbuhan ekonomi di tahun 2016 berada di kisaran 5.2% hingga 5.6% atau lebih tinggi dari tahun 2015. Beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam menganalisis industri adalah:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Permintaan industri

Permintaan berhubungan dengan produk industri yang sering digunakan oleh masyarakat. Pengetahuan mengenai pasar yang mengalami perubahan pada kebutuhan konsumen merupakan hal penting dalam menetapkan bisnis potensial yang mungkin dicapai oleh suatu usaha baru.

Persaingan

Wirausaha umumnya memiliki ancaman dari perusahaan yang lebih besar. Jadi, seorang wirausaha harus dapat mengetahui siapa pesaingnya, kekuatan serta kelemahan pesaing dan mempersiapkan diri untuk menghadapi pesaing tersebut. Informasi mengenai pesaing dapat diperoleh melalui pengalaman, iklan, maupun *website*.

Fokus pada pasar tertentu

Seorang wirausaha harus memiliki informasi mengenai siapa yang akan menjadi calon pelanggan, lingkungan bisnisnya dan area geografisnya dimana suatu bisnis akan berjalan. Di dalam analisis industri gambaran mengenai masa depan secara tidak langsung dapat menentukan kelangsungan pemasaran perusahaan. Banyak kecenderungan yang harus ditangkap dan dipahami oleh seorang pemasar sehingga mampu menghadapi perubahan yang terjadi. Kecenderungan-kecenderungan baru adalah tren yang bisa kita lihat dalam kehidupan sehari-hari dan hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat peramalan industri. Banyak peluang yang dapat ditemukan dengan mengidentifikasi tren. Adanya perbedaan yang jauh tentang pengetahuan dan pemahaman asuransi baik dari sudut isi polis maupun dari aspek hukum antara tertanggung (nasabah) dengan penanggung/perusahaan asuransi, maka diperlukan kehadiran broker asuransi. Broker asuransi lahir sebagai jembatan antara perusahaan asuransi dengan nasabah. Masyarakat perlu jembatan ini untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mengetahui lebih jelas tentang jasa-jasa perlindungan yang diberikan asuransi. Di satu sisi juga broker asuransi berusaha menyadarkan masyarakat, bahwa asuransi adalah lembaga pengelola risiko dan keuangan yang memiliki fungsi penting dan strategis dalam melindungi jiwa dan properti (harta benda) tertanggung.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Visi :

Menjadi salah satu perusahaan broker asuransi yang terpercaya dan mampu bersaing di pasar bebas.

Misi:

Memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap nasabah dengan mewujudkan keinginan dan harapan para nasabah untuk memperoleh rasa aman.

B. Analisis Pesaing

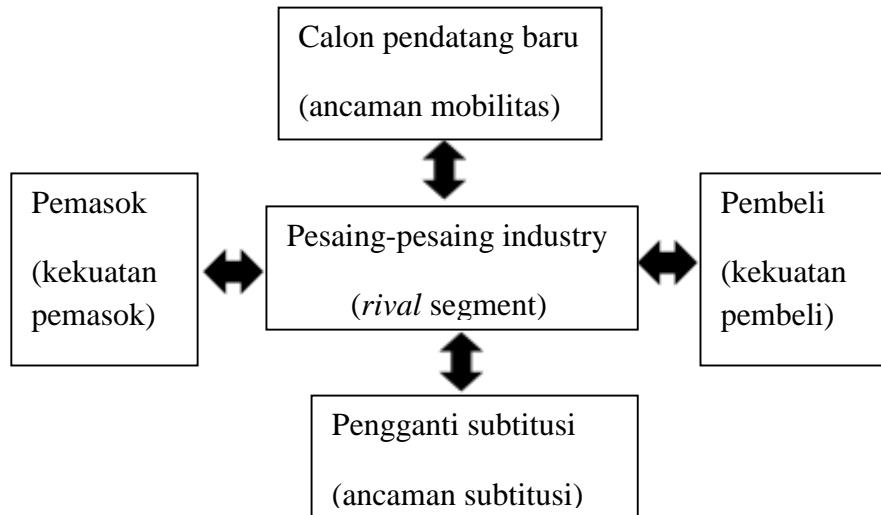
(<http://kekelukeria.wordpress.com>). hakikat persaingan suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan yang menentukan daya tarik *structural* segmen, yaitu:

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 2.1

Model Lima Kekuatan yang menentukan daya tarik structural segmen



Sumber: <http://kekelukeria.wordpress.com/2011/10/05/5-kekuatan-dalam-persaingan/>

Persaingan antar perusahaan (*rivalry among existing competitor*)

Persaingan antar perusahaan saingan biasanya merupakan yang paling hebat dari lima kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dapat berhasil hanya sejauh ia menghasilkan keunggulan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Semakin banyaknya pesaing yang berada di pasar maka semakin sulit perusahaan mencapai *market leader* pasar tersebut.

Dalam menghadapi persaingan perusahaan Wong Bisnis Indonesia melakukan beberapa strategi pemasaran untuk merebut pasar, yaitu strategi diferensiasi. Strategi diferensiasi dapat diartikan sebagai penawaran produk atau jasa serta pelayanan yang mempunyai perbedaan dan punya nilai tambah dibandingkan dengan pesaing sejenis. Beberapa strategi diferensiasi yang diterapkan diantaranya:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- a. Menggunakan konsep meningkatkan servis yang memudahkan nasabah sehingga nasabah tidak perlu khawatir tentang permasalahan asuransi. karena semua nya sudah ditangani oleh kami .
- b. Memberikan pelayanan yang informatif. cekatan. tepat. ramah. dan friendly. memberikan saran yang tepat dan kami bersedia datang dan berkunjung apa bila nasabah ingin berkonsultasi secara pribadi akan masalah risiko yang dihadapi oleh nasabah.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Potensi masuknya pesaing baru (*Threat of new entrants*)

Pasar yang mempunyai segmen yang sedikit hambatan dan mempunyai resiko yang rendah dapat menyebabkan tingginya angka pesaing baru. Sehingga masuknya pesaing baru dapat menimbulkan peningkatan kapasitas yang ada. Kelebihan kapasitas ini bisa berdampak terhadap pendapatan perusahaan. Keberadaan Broker Asuransi di Indonesia masih sangatlah langka di Indonesia dan masih belum banyak di ketahui oleh masyarakat. Akan tetapi persaingan antara broker-broker asing yang berada di Indonesia cukuplah ketat, namun ` PT. Wong Bisnis Indonesia membuat strategi untuk dapat bersaing dengan broker-broker lain demi mempertahankan loyalitas konsumen dengan membuat stategi seperti memberikan diskon mulai dari 5-10% bagi nasabah yang sudah lama bergabung dengan Wong Bisnis Indonesia. dan untuk meregistrasi atau melihat daftar bengkel rekanan dan juga melihat daftar rekanan rumah sakit yang sudah bekerja sama dengan Wong Bisnis Indonesia nasabah dapat melihat atau mengecek di *website* kami di www.wongbisnis.com selain untuk melihat daftar bengkel dan daftar rumah sakit web ini juga dapat membantu nasabah untuk mengasuransikan asetnya sekarang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tidak perlu bertemu dengan orang asuransi kami sudah menyediakan aplikasi untuk nasabah agar dapat dengan cepat membeli asuransi dengan cara online.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Potensi pengembangan produk-produk pengganti (*Threat of substitute products or services*)

Segmen pasar tertentu menjadi tidak menarik ketika ada produk pengganti yang membahayakan pasar tersebut. Produk substitusi merupakan ancaman yang besar bagi produk lain karena mampu menjadi produk alternatif dari sebuah produk yang ada. Munculnya produk substitusi bisa disebabkan oleh beberapa hal yang terjadi di dalam mekanisme pasar. bisa karena harga produk utama lebih mahal atau karena munculnya teknologi baru yang memunculkan produk substitusi tersebut.

Produk substitusinya bisa berupa berbagai macam produk asuransi yang bisa di jual ke nasabah seperti asuransi umum. yang terdiri dari 2 golongan yaitu:

a. Asuransi laut dan udara (*marine & Aviation Insurance*) yaitu yang terdiri dari:

- 1) Asuransi kapal laut (*Marine Hull Insurance*)
- 2) Asuransi pengangkutan barang (*Marine Cargo Insurance*)
- 3) Asuransi pesawat udara (*Aviation Insurance*)

b. Asuransi non laut (*Non Marine Insurance*). yang terdiri dari:

- 1) Asuransi harta benda (*property insurance*)
- 2) Asuransi kecelakaan diri (*personal accident/PA*)
- 3) Asuransi kesehatan (*Health Insurance*)
- 4) Asuransi kebakaran (*fire insurance*)
- 5) Asuransi kendaraan (*motor insurance*)
- 6) Asuransi konstruksi (*construction insurance*)
- 7) Asuransi pemasangan mesin segala risiko (*erection all risks insurance*)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- 8) Asuransi kerusakan mesin (*machinery breakdown insurance*)
- 9) Asuransi tanggung gugat (*liability insurance*)
- 10) Asuransi kaca (*glass insurance*)
- 11) Asuransi rumah tinggal (*household insurance*)
- 12) Asuransi kebongkaran (*burglary insurance*)
- 13) Asuransi uang (*money insurance*)
- 14) Asuransi gempa bumi (*Earthquake insurance*)
- 15) Asuransi harta benda segala risiko (*property all risks insurance*)
- 16) Asuransi bonding

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4 Daya tawar konsumen (*bargaining power of buyers*)

Pembeli akan selalu berusaha untuk mencari produk yang dimiliki harga lebih murah namun tetap memiliki kualitas produk dan pelayanan yang tinggi. Hal ini membuat persaingan antar perusahaan dalam bisnis meningkat untuk memenuhi keinginan konsumen tersebut. Kekuatan posisi tawar menawar akan menguat apa bila :

- a. Produk berharga mahal
- b. Produk mempunyai kualitas yang tidak jauh berbeda
- c. Tingkat pendapatan konsumen rendah
- d. Pembeli tidak mengetahui harga
- e. Adanya produk substitusi

Untuk harga penawaran asuransi di kami bervariasi karena mengikuti apa saja risiko yang ingin diasuransikan oleh nasabah. Wong Bisnis Indonesia membuat kebijakan memberikan diskon terhadap nasabah yang sudah lama berasuransi di Wong Bisnis Indonesia. memberikan layanan 24 jam untuk penanganan claim, dan nasabah dapat melapor apa bila terjadi kecelakaan atau ingin melakukan claim, tim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kami akan segera datang untuk menangani hal tersebut. dalam masalah klaim kendaraan seluruh bengkel rekanan kami sudah masuk dalam kategori bengkel resmi (bengkel suku cadang resmi seperti Toyota, Honda, Nissan, Mitsubishi, dan lain-lain) dan nasabah juga bisa berkonsultasi ke pihak pemilik untuk berdiskusi tentang bagaimana menangani permasalahan asuransi yang mereka alami.

Daya tawar pemasok (*bargaining power of suppliers*)

Untuk daya tawar pemasok saling menguntungkan terhadap setiap perusahaan asuransi pihak Wong Bisnis Indonesia melakukan kerja sama yang erat terhadap setiap asuransi dengan cara merekomendasikan ke nasabah ke setiap masing-masing perusahaan asuransi untuk mereka menjamin asset mereka ke perusahaan asuransi tersebut. Kami juga masuk untuk menjadi agen bagi beberapa asuransi yang memiliki penghargaan untuk para agennya untuk bisa pergi ke tur luar negeri secara gratis apabila sudah mencapai target yang diharapkan oleh perusahaan asuransi. Oleh karena itu Wong Bisnis Indonesia memiliki sertifikat keagenan asuransi untuk dapat bergabung dalam setiap *event* yang diselenggarakan oleh perusahaan asuransi agar sama-sama menguntungkan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Analisis *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat* SWOT

Analisis SWOT yang biasa dikenal keseluruhan evaluasi tentang *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman), dari perusahaan.

Dengan analisis SWOT, perusahaan dapat melihat secara objektif lingkungan internal dan eksternal dari bisnis untuk membantu mencapai kesuksesan di masa depan.

Berikut ini adalah analisis SWOT dari Wong Bisnis Indonesia:

1. *Strength* (kekuatan)

Strength adalah faktor-faktor internal positif yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya. *Strength* dari Wong Bisnis Indonesia :

- a. Broker mewakili nasabah dalam hal penempatan risiko
- b. Broker dapat membantu dalam hal pemetaan risiko
- c. Broker dapat mewakili nasabah dalam mencari perusahaan asuransi yang terbaik untuk risikonya
- d. Broker dapat mewakili nasabah dalam hal klaim sampai selesai
- e. Broker mempunyai tenaga ahli

2. *Weakness* (Kelemahan)

Weakness adalah faktor-faktor internal negatif yang menghambat kemampuan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya. Kelemahan yang dimiliki oleh Wong Bisnis Indonesia:

- a. Broker masih baru belum di kenal orang
- b. Broker bukan sebagai penjamin Kurang tegasnya pemimpin terhadap peraturan-peraturan yang ada di perusahaan
- c. SDM masih muda menyebabkan nasabah kurang yakin



3. *Opportunities* (peluang)

- C** Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
- a) *Opportunities* adalah faktor-faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya. Peluang yang dimiliki oleh Wong Bisnis Indonesia adalah:
 - b) Berada di lokasi yang strategis sehingga dapat dijangkau dengan mudah
 - c) Banyak masyarakat awam yang belum mengetahui apa itu broker asuransi sehingga dapat menciptakan peluang yang besar untuk memasarkan
 - d) Memiliki banyak jaringan kerja sama terhadap perusahaan asuransi yang erat sehingga memudahkan Wong Bisnis Indonesia untuk menerbitkan atau dalam penanganan klaim
 - e) Memiliki reputasi yang terpercaya dan diakui oleh OJK (otoritas jasa keuangan).
 - f) Broker dapat menjual semua produk perusahaan asuransi

4. Ancaman (*Threats*)

Threats adalah kekuatan eksternal negatif yang menghalangi kemampuan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuan. Hal-hal yang menjadi ancaman bagi Wong Bisnis Indonesia adalah:

- a. Adanya banyak broker asing yang memiliki Re-Asuransi sendiri
- b. Perusahaan asuransi memberikan diskon besar
- c. Perusahaan joint venture yang memiliki kapasitas besar

D. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda. Segmentasi pasar juga dapat diartikan sebagai proses

pengidentifikasi dan menganalisis para pembeli di pasar produk. menganalisis perbedaan antara pembeli di pasar. Basis-basis segmentasi untuk pasar konsumen sebagai berikut:

Variabel geografi

Variabel tersebut, antara lain: wilayah, ukuran daerah, ukuran kota, dan kepadatan [iklim](#). Berdasarkan pengertian ini Wong Bisnis Indonesia ini berada di wilayah Jakarta Timur yang bertempat di Komp. Pertokoan Pulo Mas blok XI No. 2 Jalan Perintis Kemerdekaan 13260. Target pasar yang kita jangkau adalah semua lini karena tujuannya juga ikut membantu masyarakat dapat memetik manfaat dari industri asuransi, khususnya melalui jasa dan konsultasi dari Wong Bisnis Indonesia, baik perusahaan maupun retail, digarap maksimal.

Variabel demografi

Variabel tersebut, antara lain: umur, keluarga, siklus hidup, pendapatan, dan pendidikan. Segmentasi demografi dibagi beberapa variabel yaitu:

- a. Usia dan tahap daur hidup yaitu membagi pasar menjadi kelompok usia dan daur hidup yang berbeda. Wong Bisnis Indonesia ini menjadi segmen pada variabel ini untuk usia bayi sampai lanjut usia
- b. Jenis kelamin yaitu membagi pasar menjadi kelompok berbeda berdasarkan jenis kelamin. Wong Bisnis Indonesia menjadikan segmen pada variabel ini adalah untuk semua jenis kelamin yaitu pria dan wanita
- c. Pendapatan yaitu membagi pasar menjadi kelompok pendapatan yang berbeda. Wong Bisnis Indonesia menjadikan segmen pada variabel ini adalah konsumen yang memiliki pendapatan mulai dari Rp 5.000.000.-/bulan atau lebih

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





3. Variabel psikologis
- ③ Variabel tersebut, antara lain: kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian.

Variabel tersebut. antara lain: manfaat yang dicari, status pemakai, tingkat pemakaian, status kesetiaan, dan sikap pada produk.

Gaya hidup

Risiko yang dihadapi setiap orang setiap orang atau institusi bersifat individu dan tergantung kondisi, sehingga kemungkinan terjadinya dan kerusakan/ kerugian yang diakibatkannya dapat berbeda satu dengan yang lain. tergantung keadaan masing-masing.

Kepribadian

Kepribadian seseorang dapat juga dijadikan alternatif dalam menentukan segmen pasar. Fokus segmentasi Wong Bisnis Indonesia adalah memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap nasabah dengan mewujudkan keinginan dan harapan para nasabah untuk memperoleh “rasa aman”

- c. Manfaat yang dicari

1. Mengetahui dan menganalisis risiko yang dimiliki tertanggung
2. Memberikan saran bagaimana menangani risiko kepada tertanggung
3. Menghubungi beberapa perusahaan asuransi agar menyampaikan penawaran
4. Memantau kondisi dan situasi setiap adanya perubahan dalam industri asuransi secara konsisten

- d. Status pemakai

Status yang dimiliki oleh pemakai produk jasa yang diberikan Wong Bisnis Indonesia adalah sebagai pengguna, pemilik, perantara, sewa, dan lain sebagainya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

③ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tingkat pemakai

Tingkat pemakaian yang dilakukan oleh nasabah bervariasi mulai dari pengusaha kecil, menengah dan ke atas, karyawan, dan ibu rumah tangga.

Tingkat pemakaian

Tingkat pemakaian yang ada pada nasabah Wong Bisnis Indonesia adalah rata-rata adalah sebagai operasional, pribadi, *leasing* (sewa), pinjaman, dan lain sebagainya

Status kesetiaan

Status kesetiaan nasabah Wong Bisnis Indonesia rata-rata adalah setia karena banyak nasabah dari Wong Bisnis Indonesia sudah berasuransi dengan broker asuransi ini rata-rata sudah lebih dari puluhan tahun.

Sikap pada produk

Sikap nasabah Wong Bisnis Indonesia terhadap produk-produk yang ada di Wong Bisnis Indonesia direspon dengan baik karena setiap produk diberikan penjelasan secara menyeluruh dan spesifik sehingga nasabah pun menyukai dan adanya konsultasi yang diberikan oleh Wong Bisnis Indonesia.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.