

RINGKASAN EKSEKUTIF

Laporan *project improvement* ini dilaksanakan pada PT. Andika Mitra Sejati yang merupakan perusahaan pialang dan konsultan asuransi. PT. Andika Mitra Sejati memberikan pelayanan kepada konsumen ritel & perusahaan sebagai mediator dalam transaksi asuransi jiwa dan asuransi umum. Terdapat tiga permasalahan utama yang dimiliki oleh PT. Andika Mitra Sejati yaitu rendahnya penjualan konsumen ritel di bidang asuransi umum, rendahnya *awareness* terhadap 1 produk perusahaan, dan komunikasi kurang baik antara divisi *technical support* dengan divisi asuransi umum. Dengan menggunakan *performance-importance matrix* masalah prioritas utama yang disetujui oleh perusahaan adalah rendahnya penjualan konsumen ritel di bidang asuransi umum. Untuk mencari akar penyebab permasalahan utama, *project improvement* ini menggunakan *fishbone diagram* dan *interrelationship diagram*. Konsep *marketing mix* dan *customer referral program* digunakan sebagai dasar dibuatnya ketiga alternatif solusi. Ketiga alternatif solusi yang diusulkan adalah *Instagram Post Cashback*, sistem *referral*, dan promosi *travel insurance high season*. Dalam memilih alternatif solusi terbaik, *weighted objective method* digunakan dan hasilnya menunjukkan bahwa sistem *referral* merupakan alternatif terbaik dalam memecahkan masalah perusahaan. Setelah melakukan implementasi, peningkatan penjualan asuransi umum kepada konsumen ritel mencapai 9,93% dari target 10% per bulan Juli 2019.

Kata Kunci: Pialang Asuransi, Konsultan Asuransi, Marketing Mix, Customer Referral Program, Penjualan, Asuransi Umum.

EXECUTIVE SUMMARY

This project improvement was held in PT. Andika Mitra Sejati which is an insurance broker & consulting company. PT. Andika Mitra Sejati provides services to retail and corporate company as the mediator in health and general insurance transaction. There are 3 main problems in PT. Andika Mitra Sejati which are, low sales of retail customer in general insurance, low awareness in company's product, and poor communication between the technical support and general insurance division. By using the performance-importance matrix, the company agreed that the main problem that need to be solved is low sales of retail customer in general insurance. Therefore, to find the root cause of this main problem fishbone diagram and interrelationship diagram was used. Marketing mix and customer referral program concept are used to make three solutions from the main problem. Those three solutions are Instagram Post Cashback, referral system, and travel insurance promotion on high season. In choosing the best solutions, weighted objective method was used with the outcome of referral system are the best solutions to solve the problem. After implement the solution, there are 9,93% out of 10% target increase in general insurance from retail customer in July 2019.

Keywords: Insurance broker, Insurance Consultant, Marketing Mix, Customer Referral Program, Sales, General Insurance.