

## **Analisis Pestel Dan SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pada PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers**

**Istichanah**

Ekonomi, Akuntansi, Universitas Gunadarma, Depok  
Jl. Margonda Raya No.100, Pondok Cina, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat, Indonesia  
Email: <sup>1,\*</sup>istichanah@staff.gunadarma.ac.id  
Email Penulis Korespondensi: istichanah@staff.gunadarma.ac.id

**Abstrak**—Usaha pialang reasuransi adalah usaha jasa konsultasi dan/atau keperantaraan dalam penempatan reasuransi atau penempatan reasuransi syariah serta penanganan penyelesaian klaimnya dengan bertindak untuk dan atas nama perusahaan asuransi, perusahaan asuransi syariah, perusahaan penjaminan, perusahaan penjaminan syariah, perusahaan reasuransi, atau perusahaan reasuransi syariah yang melakukan penempatan reasuransi atau reasuransi syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan pada PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers, selanjutnya melakukan analisis faktor-faktor tersebut dengan menggunakan analisis PESTEL dan SWOT sebagai dasar untuk merumuskan strategi yang akan digunakan oleh perusahaan supaya lebih maju dan berkembang sehingga visi, misi dan tujuan perusahaan tercapai. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan objek penelitian adalah analisis PESTEL dan SWOT dan Subjek penelitian adalah PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis PESTEL dan SWOT menunjukkan bahwa PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers berada di kuadran 1 atau posisi pertumbuhan dan perkembangan (growth). Strategi yang harus diterapkan adalah strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers merumuskan rencana strategi baik jangka pendek maupun jangka panjang. Strategi jangka pendek berupa strategi fungsional di mana merupakan aktivitas jangka pendek dalam perusahaan yang harus dikembangkan oleh setiap bidang fungsi perusahaan untuk mengimplementasikan strategi korporat dan strategi bisnis pada masing-masing departemen atau bagian.

**Kata Kunci:** Analisis PESTEL; SWOT; Strategi

**Abstract**—Reinsurance brokerage business is a consulting and/or intermediary service business in placing reinsurance or sharia reinsurance placement and handling claims settlement by acting for and on behalf of insurance companies, sharia insurance companies, guarantee companies, sharia guarantee companies, reinsurance companies, or sharia reinsurance companies that place reinsurance or sharia reinsurance. This study aims to determine what are the external and internal environmental factors of the company at PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers, then carried out an analysis of these factors using PESTEL and SWOT analysis as a basis for formulating a strategy that will be used by the company so that it is more advanced and developed so that the vision, mission and goals of the company are achieved. This study uses a qualitative method using the research object is PESTEL and SWOT analysis and the research subject is PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers. The results of research using PESTEL and SWOT analysis show that PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers is in quadrant 1 or the position of growth and development (growth). The strategy that must be implemented is a strategy that supports an aggressive growth policy. PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers formulates both short term and long term strategic plans. The short-term strategy is in the form of a functional strategy which is a short-term activity within the company that must be developed by each function area of the company to implement corporate strategy and business strategy in each department or section.

**Keywords:** PESTEL Analysis; SWOT; Strategy

### **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan perusahaan asuransi di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat setelah pemerintah mengeluarkan deregulasi pada tahun 1980an dan diperkuat dengan keluarnya UU No. 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian dan diperbaharui lagi dengan UU No. 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian. Usaha Perasuransian adalah segala usaha menyangkut jasa pertanggungan atau pengelolaan risiko, pertanggungan ulang risiko, pemasaran dan distribusi produk asuransi atau produk asuransi syariah, konsultasi dan keperantaraan asuransi, asuransi syariah, reasuransi, atau reasuransi syariah, atau penilaian kerugian asuransi atau asuransi syariah. Perusahaan yang mampu bersaing secara global tidak hanya mampu berpikiran secara strategis namun juga harus mampu untuk menyusun strategi yang tepat. Hal ini dikarenakan pemikiran yang strategis hanya mampu bertahan dalam jangka pendek bukan kapasitas jangka panjang sementara perencanaan yang strategis dapat menjadi jawaban bagi perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya (Umar, 2010). Industri jasa penunjang usaha asuransi khususnya pialang asuransi dan reasuransi di Indonesia saat ini dapat dikatakan masih dalam taraf berkembang terus, terlebih belakangan ini terdapat beberapa kebijakan Indonesia Financial Group (IFG) yang diterapkan pada perusahaan-perusahaan asuransi atau penjaminan BUMN maupun anak perusahaan BUMN di mana hal ini membuat nasib pelaku bisnis pialang atau broker perasuransian semakin tak menentu. PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers sebagai salah satu perusahaan broker reasuransi lokal terkemuka, memahami betul akan permasalahan yang dihadapinya sehubungan dengan peraturan yang diterapkan oleh IFG. Analisis lingkungan internal perusahaan membantu untuk melihat kekuatan dan kelemahan perusahaan. Sedangkan analisis lingkungan eksternal perusahaan membantu untuk melihat peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Untuk dapat memahami kondisi internal maupun eksternal, perusahaan dapat menggunakan alat analisis PESTEL dan SWOT.

Penelitian ini berusaha mengkaji dan merumuskan; Faktor-faktor eksternal apa saja yang memengaruhi kelangsungan bisnis PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers dengan analisis PESTEL? Faktor-faktor internal dan

eksternal apa saja yang memengaruhi kelangsungan bisnis PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers dengan analisis SWOT? Dan Strategi apa yang akan digunakan oleh PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers setelah dilakukan analisis PESTEL dan SWOT?

Manajemen strategi adalah seni dan ilmu merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuan (David & David, 2017). Tahapan dalam hal Menyusun menurut David ada 3 yaitu; Perumusan Strategis, Implementasi Strategis dan Evaluasi Strategis. Konsep strategi perusahaan selalu mengalami perubahan seiring dengan perkembangan kondisi lingkungan (Dwi Sulistiani, 2014). Sedangkan tingkatan strategi menurut Hubeis & Najib (2014) adalah Strategi Korporat, merupakan strategi yang disusun dalam suatu bisnis sehingga perusahaan akan bersaing dengan cara mengubah distinctive competitive menjadi competitive advantage. Strategi Bisnis, merupakan sekumpulan komitmen dan Tindakan perusahaan yang terpadu dan terkoordinasi yang digunakan untuk mendapatkan keunggulan bersaing dengan mengeksploitasi kompetensi inti dalam pasar produk yang spesifik. dan Strategi Fungsional, merupakan aktivitas jangka pendek dalam perusahaan yang harus dikembangkan oleh setiap bidang fungsi perusahaan untuk mengimplementasikan strategi korporat dan strategi bisnis pada masing-masing departemen atau bagian.

Analisis PESTEL adalah konsep dalam prinsip pemasaran dan alat untuk analisis bisnis. Konsep ini diterapkan sebagai alat untuk memantau lingkungan perusahaan di mana mereka beroperasi atau berencana untuk meluncurkan proyek, produk dan layanan baru, atau untuk mengantisipasi situasi makro yang memengaruhi situasi perusahaan (Fam et al., 2018). PESTEL adalah akronim dari dimensi lingkungan eksternal yang disebutkan sebelumnya di mana perusahaan harus beroperasi. Ini digunakan saat perusahaan meluncurkan produk baru atau menjelajahi rute baru ke pasar atau menjual produk atau layanan di negara atau wilayah baru (Islam, 2017). Dalam analisis PESTEL ada enam faktor lingkungan eksternal yaitu: 1) Faktor Politik (Politic Factor), faktor ini mengevaluasi sejauh mana kebijakan pemerintah dapat berdampak pada perusahaan dan brand. 2) Faktor Ekonomi (Economic Factor), faktor ini meliputi pertumbuhan ekonomi, nilai tukar, tingkat inflasi, suku bunga, pendapatan konsumen, dan tingkat pengangguran. 3) Faktor Sosial (Social Factor), faktor ini meliputi faktor demografi, culture, pangsa pasar, tren, populasi, norma, adat istiadat, tingkat pertumbuhan penduduk. Faktor sosial ini sangat penting jika ingin mentarget produk pada karakteristik pelanggan tertentu. Selain itu, faktor ini juga dapat digunakan untuk mendapatkan tenaga kerja lokal dan kesediaannya untuk bekerja dalam kondisi tertentu. 4) Faktor Teknologi (Technological Factor), faktor ini sangat berkaitan dengan inovasi dalam teknologi yang dapat mempengaruhi operasional industri dan bisnis secara menguntungkan atau tidak menguntungkan. 5) Faktor Lingkungan (Environmental Factor), faktor ini mencakup lingkungan yang dapat berpengaruh terhadap industri, yaitu mencakup iklim cuaca, kondisi geografis, pergantian iklim terutama yang berpengaruh terhadap perusahaan. Faktor ini dapat digunakan untuk menyusun strategi Corporate Social Responsibility (CSR), dan 6) Faktor Hukum (Legal Factor), faktor ini menyangkut aturan, perundang-undangan tertentu yang berpengaruh terhadap lingkungan bisnis, meliputi undang-undang hak paten, undang-undang kesehatan dan keselamatan kerja.

Analisis SWOT menurut Paramarta, W.A (2009), adalah analisis identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strenghts) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats). Menurut Rangkuti (2021), adalah suatu identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). Tahapan penyusunan Analisis SWOT menurut Menurut Kristanto et al., (2017) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Selanjutnya, melakukan Analisis, yaitu setelah data dan informasi terkumpul, nilai-nilai dari faktor internal dan eksternal yang telah diperoleh dari matriks faktor strategi internal dan matrik faktor strategi eksternal, dijabarkan dalam bentuk diagram SWOT dengan mengurangkan nilai kekuatan dengan nilai kelemahan dan nilai peluang dengan nilai ancaman. Semua informasi disusun dalam bentuk matriks, kemudian dianalisis untuk memperoleh strategi yang cocok dalam mengoptimalkan upaya mencapai kinerja yang efektif dan efisien.

<b>IFAS</b>	<p><b>Kelebihan (S):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum ada pesaing</li> <li>• Menghasilkan lulusan berprofesi beragam</li> <li>• Mempunyai SI Terpadu untuk layanan mahasiswa</li> <li>• Tempat Representatif</li> </ul>	<p><b>Kelemahan (W):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manajemen belum profesional</li> <li>• Fasilitas belum memadai</li> <li>• Status Akreditasi C</li> <li>• Belum terjalin komunikasi yang baik</li> </ul>
<b>EFAS</b>	<p><b>Strategi SO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bekerja sama pihak terkait</li> <li>• Update tren teknologi informasi</li> <li>• Memperbanyak penelitian dan kegiatan pengabdian pada masyarakat</li> <li>• Mengisi kegiatan kampus dengan melibatkan siswa SMK, SMA, atau sekolah sederajat</li> <li>• Memperhatikan kualitas lulusan dalam menghadapi dunia kerja</li> </ul>	<p><b>Strategi WO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperbaiki kualitas manajemen</li> <li>• Memperbaiki dan menambah fasilitas sarana dan prasarana</li> <li>• Memperbaiki akreditasi</li> <li>• Melakukan pendekatan dan komunikasi baik itu antar dosen, staf, maupun mahasiswa</li> </ul>
<b>Ancaman (T):</b>	<p><b>Strategi ST:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengembangkan PTS dari segi SITI</li> <li>• Aktif promosi diberbagai media.</li> <li>• Banyak melakukan sosialisasi ke masyarakat</li> <li>• Meningkatkan kesejahteraan SDM</li> </ul>	<p><b>Strategi WT:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selalu melakukan evaluasi</li> <li>• Mempererat kerjasama antar manajemen</li> <li>• Monitoring alumni</li> </ul>
<p><b>Peluang (O):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lowongan pekerjaan yang luas</li> <li>• Tuntutan keahlian komputer dalam pekerjaan</li> <li>• Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi</li> <li>• Banyaknya SMK ilmu komputer</li> </ul>		

Gambar 1. Matrik SWOT

Beberapa studi berkaitan dengan penelitian ini, pertama, Haryati (2019), berjudul "Penerapan Analisis SWOT terhadap Strategi Pemasaran pada BTN Syariah KCP Parepare". Hasil penelitiannya adalah Strategi pemasaran BTN

Syariah KCP Parepare yaitu melakukan peningkatan kualitas produk, promosi-promosi, penempatan lokasi bank yg strategis, peningkatan kualitas pelayanan agar nasabah loyal dan percaya. BTN Syariah KCP Parepare menerapkan analisis SWOT untuk melihat segala situasi di sekitar dan di dalam masyarakat. Berbagai kekuatan pada produk yang dimiliki dimanfaatkan dengan melakukan peningkatan terhadap kualitas, dan kelemahan yang dimiliki diminimalisir. Peluang dan ancaman dihadapi dengan berusaha membaca peluang-peluang yang ada untuk dapat dimanfaatkan dengan baik. Kedua, Vindaniar Y. Putri, Dhea S, Tasya, Ajeng Rahayu (2019), judul penelitian "Analisis SWOT Bidang Usaha Penjaminan Kredit di Indonesia: Kajian dari Jamkrindo". Hasil penelitiannya adalah Posisi Jamkrindo berada di Progressive Quadrant I. Analisis SWOT ini juga menghasilkan fokus strategi alternatif yaitu Strategi SO. Implementasinya, perusahaan dapat mengadakan atau mempertahankan strategi inovasi produk. Selain itu juga dapat melakukan pemetaan cabang untuk mencari cabang potensial, meningkatkan kualitas pelayanan kepada mitra, dan mengintegrasikan sistem IT untuk efektivitas bisnis perusahaan. Ketiga, Md. Aminul Islam (2017), berjudul "SWOT Mix and PESTEL Analysis: Effective Tools of Risk Management of Leasing Companies". Hasil penelitian adalah Studi Empiris menunjukkan bahwa analisis SWOT dan PESTEL yang efisien pasti akan membantu perusahaan mengembangkan kerangka kerja manajemen risiko yang efektif yang akan menjaga semua jenis risiko tetap terkendali. Keempat, Sri Handayani (2016), judul penelitian " Analisis SWOT Strategi Pemasaran Asuransi Jiwa AJB Bumi Putera 1912". Hasil penelitian menunjukkan, bahwa AJB Bumi Putera 1912 Bengkulu bisa menerapkan strategi horizontal, efisiensi biaya, serta memanfaatkan teknologi tinggi untuk sistem pembayaran dan pemesanan produk asuransi, semua ini diarahkan untuk kepuasan konsumen. Kelima, Dwi Sulistiani (2014), berjudul " Analisis SWOT Sebagai Strategi Perusahaan Dalam Memenangkan Persaingan Bisnis". Hasil penelitiannya adalah Analisis SWOT membantu dalam menstrukturisasi usaha para pengambil keputusan dalam menentukan rencana strategis perusahaan. Perencanaan strategis dan proses pengambilan keputusan perusahaan harus memegang prinsip mengembangkan kekuatan yang dimiliki, meminimalkan kelemahan yang ada, mengambil segala peluang yang ada dan mewaspadaikan sekaligus menghilangkan ancaman yang menghambat. Analisis SWOT mempunyai keterbatasan berkaitan dengan kedalaman analisis dan risiko mengabaikan pertimbangan-pertimbangan penting. Dengan demikian penggunaan analisis SWOT harus fleksibel mengingat kondisi yang sangat cepat berubah seiring perjalanan waktu.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bersifat kualitatif karena penelitian ini menjelaskan penerapan analisis PESTEL dan SWOT sebagai dasar perumusan strategi pada PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers. Objek dalam Penelitian ini adalah lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan dalam penerapan analisis PESTEL dan SWOT sebagai dasar perumusan strategi pada PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers. Subjek penelitian ini PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers yang berada di Gedung Sentra Pemuda Kav 15-16 Jl. Pemuda Rawamangun Jakarta 13220. Sumber data dalam penelitian ini adalah data data primer yang dikumpulkan melalui wawancara yang dilakukan secara langsung dengan pihak PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers di Jakarta. Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode; pertama, Observasi, yaitu dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena-fenomena yang ada pada PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers. Kedua, Wawancara, wawancara dilakukan dengan cara pengajuan pertanyaan langsung oleh pewawancara, selanjutnya dijawab oleh narasumber atau informan yang ditunjuk oleh pejabat berwenang yang ada kaitannya dengan data-data yang berkaitan dengan PESTEL dan SWOT dari PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers. Ketiga, Dokumentasi, melakukan pengumpulan dokumen-dokumen pendukung menjawab hasil penelitian ini. Analisa data yang dilakukan dalam penelitian ini berkaitan dengan analisis strategis menggunakan analisis PESTEL dan SWOT.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **3.1 Hasil Penelitian**

#### **3.1.1 Faktor-faktor Eksternal Terkait PESTEL**

##### **1) Politik**

- (a) Undang-undang tentang Usaha Perasuransian
- (b) Berhubungan dengan kebijakan perpajakan
- (c) Peraturan berkaitan dengan undang-undang atau hukum ketenagakerjaan
- (d) Peraturan OJK tentang penyelenggaraan usaha perusahaan pialang asuransi, pialang reasuransi dan perusahaan penilai kerugian asuransi.
- (e) Peraturan OJK tentang Perizinan usaha dan kelembagaan perusahaan pialang asuransi, pialang reasuransi, dan penilai kerugian asuransi.
- (f) Kebijakan tanggungjawab lingkungan
- (g) Surat Edaran (SE) OJK tentang permohonan perizinan, persetujuan, dan pelaporan elektronik bagi perusahaan pialang asuransi, pialang reasuransi dan penilai kerugian asuransi
- (h) Stabilitas Politik

**2) Ekonomi**

- (a) Permintaan banyak, penawaran sedikit
- (b) Tingkat inflasi
- (c) Nilai tukar mata uang
- (d) Pertumbuhan ekonomi
- (e) Pengetatan suku bunga

**3) Sosial**

- (a) Pada momen tertentu mengadakan kegiatan sosial dan memberikan santunan
- (b) Kegiatan Company Social Responsibility (CSR)

**4) Teknologi**

- (a) Menggunakan teknologi informasi yang lebih maju dengan sistem yang terintegrasi
- (b) Adanya CCTV untuk melakukan monitoring
- (c) Update kegiatan perusahaan melalui media sosial misal facebook, IG, media asuransi news, youtube dll
- (d) Penggunaan teknologi informasi terkait pengelolaan SDM, pengarsipan, akuntansi
- (e) Digitalisasi asuransi

**5) Environment (Ekologi)**

- (a) Kondisi pasar asuransi dan reasuransi dalam kondisi hard market
- (b) Kebijakan emisi karbon akan berpengaruh terhadap industri asuransi maupun reasuransi

**6) Legal**

- (a) Izin usaha tercatat di Otoritas Jasa Keuangan, Nomor KEP- 502/KM.017/1994 tanggal 10 Oktober 1994
- (b) UU No. 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian
- (c) UU No. 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian.
- (d) Pasal 1 Ayat 26 UU No. 40 tahun 2014 tentang Perasuransian
- (e) Peraturan OJK Nomor 1/POJK.05/2015 ttg Penerapan Manajemen Risiko bagi Lembaga Jasa Keuangan Non-Bank.

**3.1.2 Faktor-faktor Internal dan Eksternal Terkait SWOT****1) Kekuatan:**

- (a) Memiliki jaringan kerja yang luas baik lokal maupun internasional.
- (b) Terlibat aktif dalam berbagai asosiasi dan organisasi profesi.
- (c) Memiliki SDM yang berkualitas dengan kualifikasi dan pengalaman sebagai pialang reasuransi serta dukungan pendidikan sebagai pialang yang dicanangkan oleh manajemen.
- (d) Perubahan pola dan cara kerja melalui transformasi digital yang mampu mengoptimalkan kinerja.
- (e) Pengalaman top manager.

**2) Kelemahan:**

- (a) Keterbatasan kapasitas perusahaan reasuransi lokal dalam memberikan dukungan atas penempatan risiko khusus yang berdampak penempatan reasuransi tidak full placed.
- (b) Kapasitas reasuransi luar negeri yang belum maksimal.
- (c) Pengembangan dana investasi belum maksimal.
- (d) Kebijakan IFG yang melarang penggunaan jasa perantara seperti agen dan/atau pialang reasuransi (broker reasuransi) pada anak perusahaan asuransi dan penjaminan serta afiliasi PT. Bahana Pembinaan Usaha Indonesia (Persero).

**3) Peluang:**

- (a) Memberikan kapasitas otomatis untuk ceding company melalui Facultative Obligatory.
- (b) Menyediakan kapasitas otomatis untuk bisnis Contractor Plant and Machinery (CPM).
- (c) Pertumbuhan bisnis Asuransi Keuangan dan Syariah yang dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.
- (d) Menjadi lead broker bisnis treaty pada perusahaan asuransi.

**4) Ancaman:**

- (a) Kondisi pasar reasuransi dalam dan luar negeri sedang berada pada tahap hard market.
- (b) Kenaikan reinsurance commission yang cukup signifikan mulai dari 25% sampai dengan 32.5% sehingga mengurangi pendapatan brokerage.
- (c) Berkurangnya dukungan pemegang saham baik Ceding Company maupun Reasuradur, terutama dari PT. Askrindo, PT. Jasindo, dan PT. Reasuransi Indonesia Utama.
- (d) Adanya ancaman resesi dunia tahun 2023.
- (e) Kebijakan emisi karbon, perusahaan batubara ditutup, sehingga cover reasuransi di luar negeri terkait penjaminan batu bara juga sulit

**3.2 Pembahasan Penelitian****3.2.1 Analisis PESTEL**

Metode yang umum digunakan dalam membuat penilaian atas lingkungan makro adalah metode PESTEL (PESTEL analysis). Setiap organisasi bisnis harus beroperasi di lingkungan eksternal yang terdiri dari beberapa dimensi seperti

dimensi politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan dan hukum. Analisis PESTEL mencakup semua dimensi ini. Analisis PESTEL memungkinkan mengidentifikasi peluang dan ancaman bisnis dan beradaptasi dengan perubahan pasar secara tepat waktu. Secara tidak langsung, hasil analisis PESTEL menunjukkan adanya peluang dan ancaman, yang kemudian dibahas dalam analisis SWOT, sebagai salah satu alat dasar untuk menentukan strategi organisasi. Analisis PESTEL pada PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers adalah sebagai berikut:

**Pertama, Faktor Politik** meliputi kebijakan pemerintah secara keseluruhan antara lain undang-undang tentang usaha perasuransian, kebijakan perpajakan, undang-undang atau hukum ketenagakerjaan, peraturan OJK tentang penyelenggaraan usaha perusahaan pialang asuransi, pialang reasuransi dan perusahaan penilai kerugian asuransi, peraturan OJK tentang perizinan usaha dan kelembagaan, SE OJK tentang permohonan perizinan, persetujuan dan pelaporan elektronik, maupun kebijakan tanggungjawab lingkungan. Faktor politik bisa juga berupa situasi politik di suatu negara. Jika situasi politik di suatu negara tidak stabil, maka akan memengaruhi bisnis perusahaan. Kondisi politik yang tidak stabil akan menyebabkan kebijakan pemerintah tidak jelas atau abu-abu. Pada negara yang tidak stabil situasi politiknya, maka pertumbuhan ekonomi juga melambat. Undang-undang maupun peraturan OJK terkait usaha perasuransian, pialang / brokers reasuransi antara lain adalah UU No. 2 Tahun 1992 tentang usaha perasuransian, selanjutnya diganti dengan UU Perasuransian yaitu UU No. 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian, Peraturan OJK No. 1/POJK.05/2015 tentang Penerapan Manajemen Risiko bagi Lembaga Jasa Keuangan Non-Bank, SE OJK No. 10/SEOJK.05/2016 tentang Pedoman Penerapan Manajemen Risiko dan Laporan Hasil Penilaian Sendiri Penerapan Manajemen Risiko Bagi Lembaga Jasa Keuangan non-Bank. Selain itu terdapat POJK No. 68/POJK.05/2016 tentang perizinan usaha dan kelembagaan perusahaan pialang asuransi, perusahaan pialang reasuransi, dan perusahaan penilai kerugian asuransi. Selanjutnya terdapat pula POJK No. 70/POJK.05/2016 tentang penyelenggaraan usaha perusahaan pialang asuransi, perusahaan pialang reasuransi, dan perusahaan penilai kerugian asuransi. Selain itu terdapat SE OJK No. 9/SEOJK.05/2018 tentang permohonan perizinan, persetujuan, dan pelaporan secara elektronik bagi perusahaan pialang asuransi, perusahaan pialang reasuransi, dan perusahaan penilai kerugian asuransi.

**Kedua, Faktor Ekonomi** meliputi kondisi permintaan dan penawaran termasuk kondisi di mana permintaan banyak, tetapi penawaran sedikit, tingkat inflasi, nilai tukar mata uang, pertumbuhan ekonomi, pengetatan suku bunga. Kondisi pasar reasuransi dalam dan luar negeri sedang berada pada tahap hard market. Kondisi ini terjadi di mana permintaan asuransi maupun reasuransi banyak, akan tetapi penawaran untuk penanggungulangan sedikit. Dengan demikian perusahaan reasuransi tidak bisa menempatkan penanggungulangan secara penuh.

**Ketiga, Faktor Sosial** meliputi adanya kegiatan sosial dan memberikan santunan pada momen tertentu seperti pada bulan puasa maupun akhir tahun, dan kegiatan Company Social Responsibility (CSR).

**Keempat, Faktor Teknologi** meliputi penggunaan teknologi informasi yang lebih maju secara terintegrasi, adanya CCTV untuk melakukan monitoring, adanya update kegiatan perusahaan melalui media sosial misal facebook, IG, media asuransi news, youtube dll, penggunaan teknologi informasi terkait pengelolaan SDM, pengarsipan, akuntansi maupun digitalisasi asuransi.

**Kelima, Faktor Environment** terutama berkaitan dengan industri asuransi dan reasuransi yaitu kondisi pasar asuransi dan reasuransi dalam kondisi hard market dimana banyak permintaan akan asuransi maupun reasuransi, tetapi penawarannya lebih sedikit. Selain itu adanya kebijakan emisi karbon yang akan berpengaruh terhadap industri asuransi maupun reasuransi yaitu sulitnya mencari backup asuransi maupun reasuransi.

**Keenam, Faktor Legal** yang merupakan dasar hukum bagi perusahaan untuk beroperasi baik itu berkaitan dengan izin usaha berdirinya PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers maupun dasar hukum yang lain sesuai dengan operasional kegiatan perusahaan terkait bidang asuransi dan reasuransi.

Setelah dilakukan analisis lingkungan eksternal dengan menggunakan PESTEL maka dapat diketahui bahwa PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers dalam menjalankan bisnisnya sudah mengikuti ketentuan-ketentuan yang berlaku dan sesuai dengan faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, environmental maupun legal. Hal tersebut dilakukan dalam rangka mencapai tujuan dan keberlangsungan bisnis perusahaan.

### 3.2.2 Analisis SWOT

Langkah-langkah melakukan analisis SWOT adalah:

#### 1. Membuat tabel Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS) / Kekuatan dan Kelemahan

Sebelum membuat matriks faktor strategi internal, terlebih dahulu harus diketahui Faktor-faktor Strategi Internal (Internal Strategy Factors Analysis Summary / IFAS). Berikut ini adalah cara-cara penentuan Faktor Strategi Internal (Rangkuti, 2021):

- Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- Memberikan bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1.0 (paling penting) sampai 0.0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1.00.
- Menghitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negative, kebalikannya. Misalnya, jika kelemahan perusahaan besar

sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan di bawah rata-rata industri, nilainya adalah 4.

- d. Mengalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4.0 (outstanding) sampai dengan 1.0 (poor).
- e. Menggunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. Menjumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Adapun Matrik IFAS PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers adalah di bawah ini:

**Tabel 1.** Matrik IFAS

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Score Bobot
<b>Kekuatan / Strengths</b>				
1	Memiliki jaringan kerja yang luas baik lokal maupun internasional.	0,13	4	0,5
2	Terlibat aktif dalam berbagai asosiasi dan organisasi profesi.	0,09	2	0,17
3	Memiliki SDM yang berkualitas dengan kualifikasi dan pengalaman sebagai pialang reasuransi serta dukungan pendidikan sebagai pialang yang dicanangkan oleh manajemen.	0,13	4	0,5
4	Perubahan pola dan cara kerja melalui transformasi digital yang mampu mengoptimalkan kinerja.	0,08	3	0,25
5	Pengalaman top manager	0,13	4	0,5
<b>Total</b>				<b>2,00</b>
<b>Kelemahan / Weakness</b>				
1	Keterbatasan kapasitas perusahaan reasuransi lokal dalam memberikan dukungan atas penempatan risiko khusus yang berdampak penempatan reasuransi tidak full placed.	0,13	2	0,25
2	Kapasitas reasuransi luar negeri yang belum maksimal.	0,13	2	0,25
3	Pengembangan dana investasi belum maksimal.	0,08	1	0,08
4	Kebijakan IFG yang melarang penggunaan jasa perantara seperti agen dan/atau pialang reasuransi (broker reasuransi) pada anak perusahaan asuransi dan penjaminan serta afiliasi PT. Bahana Pembinaan Usaha Indonesia (Persero).	0,08	1	0,08
<b>Total</b>				<b>0,67</b>
<b>Total Skor</b>		<b>1</b>		<b>2,70</b>

**2. Membuat tabel External Strategic Factors Analysis Summary (EFAS) / Peluang dan Ancaman**

Sebelum membuat matriks faktor strategi eksternal, terlebih dahulu harus diketahui Faktor-faktor Strategi Eksternal (External Strategy Factors Analysis Summary / EFAS). Berikut ini adalah cara-cara penentuan Faktor Strategi Eksternal (Rangkuti, 2021):

- a. Menyusun dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- b. Memberikan bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1.0 (sangat penting) sampai dengan 0.0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- c. Menghitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit, ratingnya 4.
- d. Mengalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4.0 (outstanding) sampai dengan 1.0 (poor).
- e. Menggunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. Menjumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam sekelompok industri yang sama.

Adapun matrik EFAS pada PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Matrik EFAS

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Score Bobot
<b>Peluang / Opportunities</b>				
1	Memberikan kapasitas otomatis untuk ceding company melalui Facultative Obligatory.	0,14	4	0,55
2	Menyediakan kapasitas otomatis untuk bisnis Contractor Plant and Machinery (CPM).	0,14	4	0,55
3	Pertumbuhan bisnis Asuransi Keuangan dan Syariah yang dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.	0,09	3	0,27
4	Menjadi lead broker bisnis treaty pada perusahaan asuransi.	0,09	3	0,27
<b>Total</b>				<b>1,64</b>
<b>Ancaman / Weakness</b>				
1	Kondisi pasar reasuransi dalam dan luar negeri sedang berada pada tahap hard market.	0,14	2	0,27
2	Kenaikan reinsurance commission yang cukup signifikan mulai dari 25% sampai dengan 32.5% sehingga mengurangi pendapatan brokerage.	0,09	1	0,09
3	Berkurangnya dukungan pemegang saham baik Ceding Company maupun Reasuradur, terutama dari PT. Askrido, PT. Jasindo dan PT. Reasuransi Indonesia Utama.	0,14	2	0,27
4	Adanya ancaman resesi dunia tahun 2023.	0,09	1	0,09
5	Kebijakan emisi karbon, sehingga backup reasuransi di LN sulit.	0,09	1	0,09
<b>Total</b>				<b>0,82</b>
<b>Total Skor</b>		<b>1</b>		<b>2,45</b>

### 3. Diagram Analisis SWOT

Setelah matriks IFAS dan EFAS selesai dibuat, maka diketahui skor masing-masing faktor adalah, Strengths 2, Weakness: 0.67, Opportunities: 1,64 dan Threats: 0,82. Total skor faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dalam matriks IFAS sebesar 2.70, menunjukkan bahwa semakin nilainya mendekati 1, semakin banyak kelemahan internal dibandingkan kekuatannya. Sedangkan semakin nilainya mendekati 4, maka semakin banyak kekuatannya dibandingkan kelemahannya. Begitu pula dengan total nilai skor untuk faktor eksternal (peluang dan ancaman) sebesar 2.45, menunjukkan bahwa semakin total skor faktor eksternal mendekati 1 maka semakin banyak ancamannya dibandingkan dengan peluangnya. Sedangkan apabila total skor eksternal semakin mendekati 4, artinya semakin banyak peluangnya dibandingkan ancamannya. Nilai total faktor internal maupun eksternal ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internal maupun eksternalnya. Total skor tersebut dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam sekelompok industri yang sama.

Langkah selanjutnya adalah membuat gambar diagram untuk menentukan posisi perusahaan berada di kuadran berapa. Untuk mengetahui titik temu antara faktor internal dan faktor eksternal, maka dihitung selisih antara faktor internal kekuatan dan kelemahan (X) dan faktor peluang dan ancaman (Y), selanjutnya dibagi 2. Maka diperoleh hasil penghitungan X dan Y sebagai berikut:

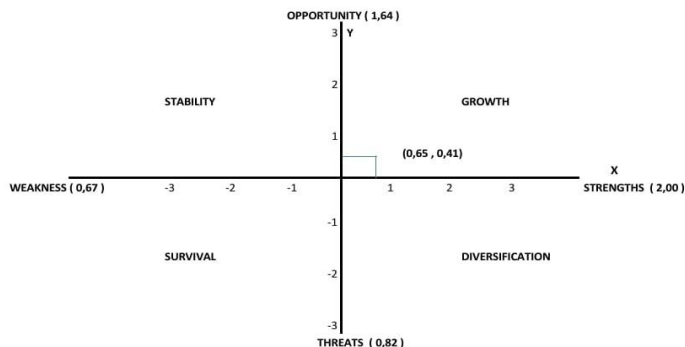
$$X = 2 - 0,7 = 1,3 : 2 = 0,65$$

$$Y = 1,64 - 0,82 : 2 = 0,41$$

Berdasarkan analisis IFAS dan EFAS dapat ditentukan posisi perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal (peluang dan ancaman) dengan faktor internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan), sehingga dapat ditentukan posisi perusahaan berada di kuadran tertentu, sebagai berikut:

- Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy).
- Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).
- Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak. Ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan Question Mark pada BCG Matrix. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.
- Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Adapun posisi perusahaan PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Broker yang disusun berdasarkan analisis IFAS dan EFAS bisa dilihat pada gambar 2. di bawah ini:



**Gambar 2.** Diagram Kuadran Analisis SWOT PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers

Posisi PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers berada pada kuadran 1. Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan, di mana PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers memiliki peluang dan kekuatan. Dengan kekuatan yang dimiliki, PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers dapat memanfaatkan peluang yang ada agar bisa keluar dari kelemahan dan mengatasi ancaman. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy).

**4. Membuat Matriks 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 dimiliki perusahaan. Matriks SWOT dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, yaitu:

- (a) Strategi SO, dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- (b) Strategi ST, adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- (c) Strategi WO, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- (d) Strategi WT, didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Di bawah ini adalah tabel matrik SWOT PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Broker yang disusun yaitu:

**Tabel 3.** Matrik SWOT PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers

	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
<b>INTERNAL</b>	<p>Memiliki jaringan kerja yang luas baik lokal maupun internasional.</p> <p>Terlibat aktif dalam berbagai asosiasi dan organisasi profesi.</p> <p>Memiliki SDM yang berkualitas dengan kualifikasi dan pengalaman sebagai pialang reasuransi serta dukungan Pendidikan sebagai pialang yang dicanangkan oleh manajemen.</p> <p>Perubahan pola dan cara kerja melalui transformasi digital yang mampu mengoptimalkan kinerja.</p> <p>Pengalaman Top Manajer</p>	<p>Keterbatasan kapasitas perusahaan reasuransi local dalam memberikan dukungan atas penempatan risiko khusus yang berdampak penempatan rasuransi tidak full placed.</p> <p>Kapasitas reasuransi luar negeri yang belum maksimal.</p> <p>Pengembangan dana investasi belum maksimal.</p> <p>Kebijakan IFG yang melarang penggunaan jasa perantara seperti; agen dan/atau pialang reasuransi (broker reasuransi) pada anak perusahaan asuransi dan penjaminan serta afiliasi PT. Bahana Pembinaan Usaha Indonesia (Persero).</p>
<b>EKSTERNAL</b>	STRATEGI (SO)	STRATEGI (WO)
<b>OPPORTUNITIES (O)</b>		

Memberikan kapasitas otomatis untuk ceding company melalui Facultative Obligatory.	Menggarap bisnis non captive terus dilakukan dengan memperluas jaringan kerja melalui asosiasi dan organisasi.	Melakukan Kerjasama dengan perusahaan reasuransi luar negeri untuk menambah kapasitas akseptasi reasuransi dalam negeri.
Menyediakan kapasitas otomatis untuk bisnis Contractor Plant and Machinery (CPM)	Meningkatkan kompetensi dan kualifikasi sumber daya manusia di seluruh lini pelayanan usaha.	Memberikan penjelasan secara terus menerus untuk merubah paradigma ceding company bahwa kehadiran perusahaan pialang reasuransi adalah sebagai partner in solution dengan mengedepankan excellent response.
THREATS (T) Kondisi pasar reasuransi dalam dan luar negeri sedang berada pada tahap hard market.	STRATEGI (ST) Melakukan pendekatan secara intensif dan berkesinambungan dengan pihak PT. Askrimdo, PT Jasindo, dan PT. Reasuransi Indonesia Utama untuk memeberikan pelayanan yang maksimal sesuai fungsi pialang reasuransi agar terjalin hubungan yang baik.	STRATEGI (WT) Memaksimalkan peran credit control atas penagihan outstanding hutang piutang pada ceding company dan reasuradur.
Kenaikan reinsurance commission yang cukup signifikan mulai dari 25% sampai dengan 32,5%, sehingga mengurangi pendapatan brokerage.	Membentuk team task force untuk menangani recovery claim run off treaty PT. Askrimdo, PT. Jasindo.	Mengoptimalkan IT System di semua unik, baik Treaty, Facultative, Life maupun keuangan.

### 3.2.3 Menentukan Strategi

Rencana strategis PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers dalam jangka pendek adalah sebagai berikut:

#### 1. Marketing and Claim

##### a. Pemasaran

##### (1) Optimalisasi Captive Market

- Melakukan pendekatan intensif kepada para Pemegang Saham untuk mendongkrak perolehan Brokerage Fee
- Melakukan kunjungan yang terjadwal dan terencana serta tetap menjaga komunikasi yang berkesinambungan
- Memberikan pelayanan maksimal terutama dalam hal konsultasi Teknik maupun komitmen pemberian Secondary Services
- Memberikan informasi terkini mengenai Insurance & Reinsurance Market Conditions
- Memfasilitasi pemenuhan kapasitas reasuransi dalam bentuk facultative obligatory
- Memberikan pelayanan secondary service kepada relasi seperti webinar dan sponsorship dengan tujuan meningkatkan pertumbuhan bisnis serta menggarap bisnis-bisnis baru
- Melakukan kunjungan yang terjadwal kepada relasi

##### (2) Eksentifikasi Portofolio Non-Captive

- Mengembangkan jaringan kerja untuk mendapatkan bisnis dari non-Captive Customer
- Melakukan peran aktif dalam berbagai Event Asuransi dan Reasuransi baik skala nasional maupun internasional
- Memberikan reciprocal business kepada Non-Captive Customer untuk membuka kerjasama baru
- Melakukan perluasan pangsa pasar melalui pengembangan jalur distribusi
- Melakukan business visit ke perusahaan non captive agar dapat memperkenalkan dan mendapatkan kerjasama reasuransi

##### (3) First Class Customer Service

- Memberikan pelayanan yang cepat dan akurat kepada Ceding Companies terhadap permohonan dukungan reasuransi
- Meneruskan pembayaran premi reasuransi dari Ceding Companies kepada para panel Reasuradur sesuai waktu yang telah ditentukan
- Melakukan analisa dan pemenuhan data pendukung standar sebelum menempatkan risiko yang ditawarkan oleh Ceding Companies kepada para panel reasuradur
- Menempatkan reasuransi atas risiko yang ditawarkan kepada para panel reasuradur terpercaya
- Mengoptimalkan kualitas kerjasama dengan Reasuradur lokal maupun internasional
- Memberikan solusi transfer risiko reasuransi yang inovatif dan terus mencari cara untuk melindungi bisnis Ceding Companies dari ketidakpastian dan eksposur yang mudah berubah
- Memberikan masukan positif kepada para pihak untuk menjalin kerjasama yang profesional dalam rangka menghadapi tantangan di dalam dunia asuransi yang semakin ketat

- (h) Melakukan pendekatan konsultatif dan analitis terhadap transparansi dan komitmen layanan untuk mendapatkan dukungan kapasitas yang dibutuhkan oleh Ceding Companies
- (i) Mengoptimalkan kualitas kerjasama baik dengan Reasuradur lokal maupun internasional serta kerjasama Broker Re (co-broking)
- (j) Memprioritaskan dalam hal ekspektasi penempatan risiko kepada Reasuradur yang memberikan nilai tambah bagi PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers

**(4) Piutang Premi**

- (a) Membantu Divisi Keuangan untuk menagih piutang premi dari Ceding Companies
- (b) Membantu Divisi Keuangan dalam hal rekonsiliasi piutang dan hutang premi baik dengan Ceding Companies maupun Reasuradur
- (c) Meminimalkan piutang premi >30 hari dengan mengoptimalkan penagihan secara intensif

**b. Klaim**

- (1) Melakukan rekonsiliasi Outstanding Claim secara berkala dengan Ceding Companies maupun Reasuradur.
- (2) Memberikan tanggapan yang lebih cepat dan akurat kepada Ceding Companies dan Reasuradur terhadap penyelesaian klaim.
- (3) Mematuhi proses administrasi penyelesaian klaim mulai dari penerbitan Notification of Loss (NOL), Preliminary Loss Advice (PLA), Defined Loss Advice (DLA) dan Konfirmasi Teknik sesuai dengan Standard Operating Procedure (SOP) perusahaan.
- (4) Memproses dengan cepat dan akurat penyelesaian klaim dari ceding company sesuai dengan ketentuan
- (5) Menganalisa penyelesaian klaim baik kelengkapan dokumen klaim maupun akseptasi preminya.
- (6) Melakukan rekonsiliasi secara rutin baik dengan Ceding Companies maupun Reasuradur, dan bekerjasama dengan Divisi Keuangan untuk mendapatkan konfirmasi teknis.

**2. Audit Internal****a. Pengawasan**

- (1) Melaksanakan pengawasan didasarkan pada Program Kerja Pengawasan Tahunan (PKPT)
- (2) Melakukan pengisian lembar monitoring temuan dan Tindak Lanjut Laporan Hasil Audit (LHA)
- (3) Melakukan review Standard Operating Procedure (SOP) divisi apabila diperlukan
- (4) Mengikuti pendidikan dan pelatihan pada bidang yang relevan dengan pengawasan
- (5) Melakukan pengawasan diarahkan untuk memastikan efektivitas pengendalian internal perusahaan dengan cara melakukan pemeriksaan atas kegiatan operasional perusahaan, proses akuntansi dan keuangan, serta pemeriksaan terhadap seluruh fungsi lainnya, termasuk memberikan saran dan perbaikan guna mendukung pencapaian tujuan perusahaan.

**b. Pemeriksaan**

- (1) Unit Internal Audit diberikan wewenang yang tidak terbatas dalam menjalankan semua prosedur pemeriksaan untuk memperoleh data, fakta dan informasi lainnya yang diperlukan selama pemeriksaan maupun penyusunan laporan hasil pemeriksaan
- (2) Unit Internal Audit dapat ditugaskan untuk melaksanakan pemeriksaan khusus (special audit) dan tugas lainnya di luar program kerja pemeriksaan yang telah ada
- (3) Dalam menjalankan tugasnya, Unit Internal Audit harus dapat bekerja sesuai standar profesi internal auditor, berdasarkan peraturan perundang-undangan dan ketentuan yang berlaku serta memegang teguh kode etik Internal Auditor
- (4) Laporan hasil pemeriksaan agar diterbitkan tepat waktu, sehingga informasi yang telah disampaikan dapat bermanfaat dan rekomendasi / saran segera dilaksanakan
- (5) Pemeriksaan berdasarkan Program Kerja Pemeriksaan Tahunan (PKPT) yang telah disetujui oleh Direktur Utama
- (6) Sebagai mediator dan fasilitator hubungan dengan Kantor Akuntan Publik (KAP) dan instansi pemeriksa lainnya

**4. KESIMPULAN**

Faktor-faktor eksternal yang memengaruhi kelangsungan bisnis PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers melalui analisis PESTEL adalah Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Environment dan Legal. Berdasarkan analisis PESTEL yang sudah dilakukan, PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers telah memperhatikan dan sesuai dengan faktor-faktor eksternal dalam merumuskan strategi dan menjalankan bisnisnya. Faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kelangsungan bisnis PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Broker melalui analisis SWOT adalah: **Kekuatan:** Memiliki jaringan kerja yang luas baik lokal maupun internasional, terlibat aktif dalam berbagai asosiasi dan organisasi profesi, memiliki SDM yang berkualitas dengan kualifikasi dan pengalaman sebagai pialang reasuransi serta dukungan pendidikan sebagai pialang yang dicanangkan oleh manajemen, perubahan pola dan cara kerja melalui transformasi digital yang mampu mengoptimalkan kinerja dan Pengalaman top manager. **Kelemahan:** Keterbatasan kapasitas perusahaan reasuransi lokal dalam memberikan dukungan atas penempatan risiko khusus yang berdampak penempatan reasuransi tidak full placed, kapasitas reasuransi luar negeri yang belum maksimal, pengembangan dana investasi belum maksimal dan Kebijakan IFG yang melarang penggunaan jasa perantara seperti agen dan/atau pialang reasuransi (broker reasuransi) pada anak perusahaan asuransi dan penjaminan serta afiliasi PT. Bahana Pembinaan Usaha

Indonesia (Persero). **Peluang:** Memberikan kapasitas otomatis untuk ceding company melalui Facultative Obligatory, menyediakan kapasitas otomatis untuk bisnis Contractor Plant and Machinery (CPM), pertumbuhan bisnis Asuransi Keuangan dan Syariah yang dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dan Menjadi lead broker bisnis treaty pada perusahaan asuransi. **Ancaman:** Kondisi pasar reasuransi dalam dan luar negeri sedang berada pada tahap hard market, kenaikan reinsurance commission yang cukup signifikan mulai dari 25% sampai dengan 32.5% sehingga mengurangi pendapatan brokerage, berkurangnya dukungan pemegang saham baik Ceding Company maupun Reasuradur, terutama dari PT. Askindo, PT. Jasindo, dan PT. Reasuransi Indonesia Utama, adanya ancaman resesi dunia tahun 2023 dan Kebijakan emisi karbon, perusahaan batu bara ditutup, sehingga cover reasuransi di luar negeri terkait penjaminan batu bara juga sulit Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers berada pada posisi kuadran 1 yang berarti pertumbuhan dan perkembangan (growth).

## REFERENCES

- David, Fred, R. 2017. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*. Edisi 12. Jakarta. Salemba Empat.
- Dwi Sulistiani. 2014. *Analisis Swot Sebagai Strategi Perusahaan Dalam Memenangkan Persaingan Bisnis*. El-Qudwah, 1–10.
- Fam, S. F., Utami, S., Prastyo, D. D., Maukar, A. L., Khairuddin, M. A. A. M., & Mustaffa, M. H. (2018). Melaka moving forward to incineration technology management to overcome Municipal Solid Waste (MSW) problem. *International Journal of Engineering and Technology(UAE)*, 7(3.14 Special Issue 14), 386–390. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i3.6.16009>
- Handayani, S. 2016. Analisis SWOT Strategi Pemasaran Asuransi Jiwa Ajb Bumi Putera 1912. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 97–107. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v4i1.158>.
- Haryati. 2019. Penerapan Analisis SWOT Terhadap Strategi Pada BTN Syariah Kcp Parepare. Skripsi, IAIN Parepare, Parepare.
- Hubeis, Musa dan Mukhamad Najib. 2014. *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Gramedia. Jakarta.
- Islam, A. 2017. SWOT Mix and PESTEL Analysis: Effective Tools of Risk Management of Leasing Companies. *The Millennium University Journal*, 2(1), 1–18.
- Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, S. 2017. Strategi peningkatan omset UKM percetakan dengan pendekatan analisis SWOT. *SESINDO* 9, 2017.
- Paramarta, Wayan Arya. 2009. Analisis SWOT PT. Astra International, Tbk. *Forum Manajemen*, 7(1), 39-44.
- Putri, V. Y., Tasya, D. S., & Rahayu, A. 2020. SWOT Analysis on Credit Guarantee Business Sector in Indonesia: A Study from Jamkrindo. *Journal of Economics, Business and Management*, 8(2), 151–156. <https://doi.org/10.18178/joebm.2020.8.3.629>
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. 2010. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Rajawali Pers.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian