

/

## ABSTRAK

Perubahan perilaku nasabah bank dalam memilih layanan perbankan dapat dilihat dari nasabah lebih memilih *mobile banking* daripada berkunjung ke kantor cabang bank. Perubahan perilaku ini dapat memberi sinyal positif untuk membuka bisnis *bancassurance* digital. Dari sisi regulasi OJK dan BNI memberikan kesempatan bagi perusahaan asuransi jiwa dan bank dalam mengembangkan bisnis *bancassurance* digital dengan model referensi pada *e-channel* bank. Sejalan dengan itu BNI Life telah membuat rencana pengembangan bisnis digital dengan cara meningkatkan kemitraan strategis dengan *platform* digital bank dan non bank.

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang model bisnis *bancassurance* digital dengan model referensi di *mobile banking* yang fokus pada proposisi nilai *one stop financial solution* dengan menggunakan metode kualitatif dan didukung analisa kuantitatif melalui kelayakan secara finansial. Dalam merancang model bisnis ini didukung analisis peta empati dari calon pelanggan sebagai dasar membuat model bisnis *bancassurance* digital dengan model referensi di *mobile banking*.

Hasil penelitian menunjukkan calon pelanggan sangat sering menggunakan *mobile banking*. Harapan dari calon pelanggan terkait pembelian produk asuransi jiwa di *mobile banking* yaitu adanya rekomendasi produk, transparansi informasi produk, tindak lanjut dari petugas asuransi, dan adanya layanan purna jual langsung di *mobile banking*. Penggunaan saluran *website*, media sosial menjadi salah satu cara untuk menjangkau calon pelanggan. *Mobile banking* yang dapat menjadi *one stop financial solution*, dimana nasabah mengakses produk asuransi jiwa dan layanan purna jual merupakan beberapa nilai proposisi yang ditawarkan. Analisis kelayakan secara finansial dari rencana pengembangan bisnis *bancassurance* digital dengan model referensi di *mobile banking* NVP Positif, IRR Positif sebesar 55 %, dan PP pada 4,2 tahun.

**Kata kunci:** *bancassurance digital, model referensi, mobile banking, one stop financial solution, peta empati, model bisnis, analisa kelayakan finansial.*



## ABSTRACT

*Changes in the behavior of bank customers in choosing banking services can be seen from customers preferring mobile banking to visiting bank branch offices. This change in behavior can give a positive signal to open a digital bancassurance business. In terms of regulations, OJK and BI provide opportunities for life insurance companies and banks to develop a digital bancassurance business with a reference model on bank e-channels. In line with that, BNI Life has made a digital business development plan by increasing strategic partnerships with bank and non-bank digital platforms.*

*The purpose of this study is to design a digital bancassurance business model with a reference model in mobile banking that focuses on the value proposition of a one stop financial solution using qualitative methods and supported by quantitative analysis through financial feasibility. In designing this business model, it is supported by an analysis of empathy maps from prospective customers as the basis for making a digital bancassurance business model with a reference model in mobile banking.*

*The results of the study show that prospective customers use mobile banking very often. Expectations from prospective customers regarding purchasing life insurance products in mobile banking are product recommendations, product information transparency, follow-up from insurance officers, and direct after-sales service in mobile banking. The use of website channels, social media is one way to reach potential customers. Mobile banking which can be a one stop financial solution where customers can access life insurance products and after-sales services are some of the value propositions offered. Financial feasibility analysis of the digital bancassurance business development plan with a reference model in mobile banking NVP Positive, IRR Positive at 55%, and PP at 4.2 years.*

***Keywords: digital bancassurance, reference model, mobile banking, one stop financial solution, empathy map, business model, financial feasibility analysis.***