

## INTISARI

Industri finansial mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Di dalam industri finansial sering terjadi kerjasama antar sektor. Salah satu bentuk kerjasama yang dilakukan yaitu, antara sektor perbankan dan sektor asuransi. Kerjasama yang dilakukan oleh kedua sektor ini adalah dalam bentuk produk *bancassurance*. *Bancassurance* adalah aktivitas kerjasama yang dilakukan antara perusahaan asuransi dan bank dalam memasarkan produk asuransi yang dilakukan oleh pihak bank.

*Bancassurance* memiliki peluang untuk terus dipasarkan karena masih banyak nasabah yang minat dan mencari produk *bancassurance* tersebut. Selain itu kerjasama aliansi strategis yang dilakukan oleh kedua belah pihak saling menguntungkan satu sama lain. Bila dilihat dari sektor asuransi, perusahaan asuransi menggunakan bank sebagai *channel of distribution*, sementara dari sisi perbankan akan mendapatkan *fee based income* dari *bancassurance*.

Peluang usaha ini, mendorong banyak perusahaan lama maupun baru untuk ikut dalam persaingan bisnis di industri finansial ini. Salah satunya adalah aliansi strategis yang dilakukan antara Bank Panin dan Panin Dai-ichi Life. Akibatnya adalah tingkat persaingan yang semakin tinggi dan sudah banyaknya pesaing yang memasarkan produk *bancassurance*.

Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk mempertahankan pangsa pasar perusahaan adalah perusahaan dapat membina hubungan yang lebih baik lagi dengan pelanggan yang sudah ada. Dalam hal ini, kunci utama untuk mempertahankannya adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas akan memberikan komentar yang positif tentang perusahaan dan produknya, membeli produk lebih banyak sehingga akan menjadi pelanggan yang loyal.

Dalam usaha untuk mempertahankan pelanggan, *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan suatu konsep yang tepat untuk diterapkan di perusahaan, karena fokus untuk membina hubungan jangka panjang dan nilai tambah bagi perusahaan dan pelanggan. Metode penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan konsep yang digunakan yaitu, menggunakan pendekatan Rantai Nilai CRM yang dijelaskan oleh Buttle (2009). Rantai Nilai CRM terdiri atas dua tahapan, yang meliputi tahapan utama yaitu Analisis portofolio pelanggan, Keintiman pelanggan, Pengembangan Jaringan, Pengembangan proporsi nilai dan Pengelolaan siklus hidup pelanggan. Sementara tahapan pendukung, terdiri atas: kepemimpinan & budaya, data & teknologi. Beberapa aspek CRM melalui pendekatan rantai nilai ini telah terimplementasi oleh Bank Panin, walaupun belum mencakup seluruhnya dan secara formal juga belum dilaksanakan sepenuhnya

Kata kunci : *Customer Relationship Management*, *Value Chain*, dan *Bancassurance*.

## **ABSTRACT**

*The financial industry has a very important role in the economy of Indonesia. The financial industry has a frequent cooperation between sectors. One of their collaboration is between the banking sector and the insurance sector. The cooperation undertaken by both sectors is the product of bancassurance. Bancassurance is a collaborative activity undertaken between insurance companies and banks in marketing insurance products conducted by the bank.*

*Bancassurance has the opportunity to continue to be marketed because there are still many customer interests and looking for the bancassurance product. Besides, strategic alliance undertaken by both parties mutually benefit each other. From the insurance sector point of view, insurance companies use banks as channel of distribution, while from the banking side will obtain fee-based income from bancassurance.*

*This business opportunity encourages many existing and new companies to participate in business competition in the financial industry. One of them is a strategic alliance between Bank Panin and Panin Da-ichi Life. The consequence is that the higher levels of competition and the number of competitors that marketed the bancassurance product.*

*One of the marketing strategies that can be done to maintain the company's market share is how companies can build a better relationship with existing customers. In this case, the key to maintaining it is customer satisfaction. The satisfied customers will give positive comments about the company and its products, buy more products so, that it will become a loyal customer.*

*In an effort to retain customers, Customer Relationship Management (CRM) is a concept applied in the company, because the focus is to build long term relationships and added value for the company and customers. The research methodology that is used is descriptive methods and the concept used Value Chain CRM approach described by Buttle (2009). The CRM Value Chain consists of two stages, the main stages, it consist of five main activities : customer portfolio analysis, customer intimacy, network development, value proportion development and manage the customer life cycle. And also for supporting conditions: culture & leadership, data & technology, people and process. Some aspect of CRM with this value chain approach have been implemented by Panin Bank, although it has not yet fully covered all aspect and formally it is not yet fully implemented.*

**Keywords:** *Customer Relationship Management, Value Chain, and Bancassurance.*