



INTISARI

Meningkatnya persaingan dalam industri asuransi di Indonesia dan belum tingginya kesadaran akan pentingnya asuransi masyarakat Indonesia mengharuskan perusahaan asuransi untuk mampu bertahan, salah satunya adalah dengan menemukan jalur pemasaran/marketing channel baru yang dapat meningkatkan nilai tambah bagi perusahaan. *Bancassurance* merupakan salah satu bentuk perubahan yang terjadi di sektor keuangan saat ini, dimana terjadi jalinan kerjasama antara Bank dan Perusahaan Asuransi untuk menyediakan layanan asuransi kepada konsumen bank. Pertimbangan matang harus dilakukan baik oleh Bank maupun Perusahaan Asuransi sebelum memanfaatkan jalur pemasaran ini karena masih kuatnya pemasaran melalui agent/tenaga pemasar yang selama ini sudah menjadi ciri khas sebuah perusahaan asuransi.

Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor dan motivasi yang dapat mendorong terjadinya kerjasama *Bancassurance*, mengevaluasi model kerjasama *Bancassurance* terutama dengan strategi kerjasama *joint venture* dibandingkan dengan model kerjasama yang lain. Studi ini dilakukan melalui studi kasus di sebuah perusahaan *bancassurance* di Indonesia.

Strategi menjalankan kerjasama *Bancassurance* melalui bentuk *joint venture* antara CIMB Group dan Sun Life Financial, Inc dilandasi faktor dan motivasi dari masing masing pihak yang mengarah kepada pertumbuhan dan peningkatan pendapatan perusahaan. Dibandingkan dengan model kerjasama *Bancassurance* lainnya strategi *joint venture* memberikan dampak positif tidak saja bagi pihak pihak yang memiliki saham tetapi juga bagi konsumen/nasabah. Salah satunya adalah kesamaan visi dan misi di dalam pembentukan perusahaan patungan tersebut sehingga kegiatan operasional dapat berjalan lebih baik, namun tetap saja ada beberapa kelemahan diantaranya jalur distribusi tertentu mengalami kesulitan untuk berkembang akibat database nasabah yang tidak begitu baik namun perusahaan tidak diperbolehkan untuk mencari database bank lain.

Kata Kunci: *bancassurance, joint venture, strategic alliances, jalur distribusi, cimb sun life.*



ABSTRACT

Increased competition in the insurance industry in Indonesia and not yet high awareness of the importance of Indonesian society insurance requires insurance companies to survive, one of way is to find marketing channels / marketing of new channels that can increase the value for the company. Bancassurance is one of the changes occurring in the current financial sector, where there was cooperation between the Bank and Insurance Company to provide insurance services to customers of the bank. Consideration should be made either by Bank or Insurance Company prior to utilizing this marketing route because of the strength of marketing through the agent / marketer that has been characteristic of an insurance company.

This study aimed to identify the factors and motivations that can encourage cooperation Bancassurance, evaluate Bancassurance partnership model, especially with the joint venture strategy as compared with other models of cooperation. This study was conducted through case studies in a bancassurance company in Indonesia.

Bancassurance strategy through joint ventures between CIMB Group and Sun Life Financial, Inc. is based on the factors and motivations of each party, which leads to growth and improved corporate earnings, compared with other models of cooperation Bancassurance joint venture strategy provides a positive impact not only for parties who own stock but also for the customer. One of them is the same vision and mission in the formation of joint venture operations may run better, but still it has several distribution channels including certain difficulties due to growing customer database is not so good but the company is not allowed to search a database from another bank.

Keywords: *bancassurance, joint venture, strategic alliances, jalur distribusi cimb sun life.*