

**TINJAUAN PEMASARAN MELALUI DISTRIBUSI *BANCASSURANCE*
DALAM MENAWARKAN PRODUK ASURANSI PT BNI LIFE
INSURANCE**

Oleh:

Desy Natalia Verawati Silaban

ABSTRAK

Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran melalui distribusi *Bancassurance* yang diterapkan oleh PT BNI Life Insurance dalam menawarkan produk asuransi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, di mana penulis menggambarkan peristiwa, fenomena, dan data yang dianalisis secara nonstatistik. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder, yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi laporan tahunan PT BNI Life Insurance. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode *Bancassurance* adalah strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan asuransi bekerja sama dengan pihak perbankan, yaitu PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, sebagai mitra dalam mendistribusikan produk asuransi. Dengan memanfaatkan infrastruktur dan jumlah nasabah perbankan, metode ini menjadi kekuatan potensial dalam memperluas jangkauan pasar asuransi secara signifikan. Relevansi *Bancassurance* sebagai saluran distribusi digarispawahi oleh fokusnya yang melekat pada nasabah perbankan, yang merupakan target demografis utama untuk produk asuransi. Keberhasilan yang telah ditunjukkan dari metode ini dalam memberikan hasil yang positif bagi PT BNI Life Insurance memposisikannya sebagai prioritas strategis jangka panjang yang menjadi landasan upaya pemasaran perusahaan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Bancassurance*, Asuransi

**MARKETING REVIEW THROUGH BANCASSURANCE DISTRIBUTION
IN OFFERING INSURANCE PRODUCTS PT BNI LIFE INSURANCE**

By:

Desy Natalia Verawati Silaban

ABSTRACT

The writing of this final project aims to analyze the marketing strategy through Bancassurance distribution applied by PT BNI Life Insurance in offering insurance products. This research uses a descriptive qualitative method, in which the author describes events, phenomena, and data that are analyzed non-statistically. The data used consisted of primary and secondary data, which were collected through interviews, observations, and documentation of the annual report of PT BNI Life Insurance. The results showed that the Bancassurance method is a marketing strategy carried out by insurance companies in collaboration with banks, namely PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, as partners in distributing insurance products. By utilizing the infrastructure and number of banking customers, this method is a potential force in significantly expanding the reach of the insurance market. The relevance of Bancassurance as a distribution channel is underscored by its inherent focus on banking customers, who are the primary target demographic for insurance products. The demonstrated success of this method in delivering positive results for PT BNI Life Insurance positions it as a long-term strategic priority that serves as the cornerstone of the company's marketing efforts.

Keywords: *Marketing Strategy, Bancassurance, Insurance*