

ABSTRAK

Dalam menghadapi pertumbuhan pesat penggunaan internet di Indonesia, *Financial Technology (Fintech)* telah memperkenalkan inovasi baru di bidang asuransi, yang dikenal sebagai *Insurance Technology (Insurtech)*. *Insurtech* bertujuan untuk menyediakan layanan asuransi berbasis digital, yang sangat relevan bagi masyarakat Indonesia yang memiliki tingkat literasi, inklusi, dan penetrasi asuransi yang masih rendah. Untuk meningkatkan jumlah pengguna asuransi di era digital, peran aktif perusahaan *Insurtech* menjadi krusial. Dengan potensi pertumbuhan yang besar, memahami model bisnis serta kekuatan utama yang dimiliki oleh perusahaan *Insurtech* menjadi sangat penting.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penerapan setiap elemen dari kerangka model bisnis *Business Model Canvas* dan *Value Design Model* yang diterapkan oleh perusahaan *Insurtech* di Indonesia, dengan fokus studi kasus pada *Premiro.com*. Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi elemen yang menjadi kekuatan perusahaan *Insurtech* dalam menciptakan keunggulan kompetitifnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang melibatkan wawancara dan pengumpulan data sekunder melalui studi literatur serta data perusahaan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dan dituliskan ke dalam dua kerangka model bisnis tersebut. Dari analisis tersebut, peneliti menarik kesimpulan dan memberikan saran yang diharapkan dapat berguna untuk pengembangan bisnis *Insurtech*.

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi setiap elemen dari model bisnis *Premiro* berdasarkan kerangka *Business Model Canvas* dan *Value Design Model*. Hasil penelitian menyoroti bahwa kekuatan utama *Premiro* terletak pada struktur biaya yang efisien dan pendekatan strategis yang solid. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong penelitian lebih lanjut dalam memahami dinamika bisnis modern. Selain itu, saran praktis diberikan untuk membantu *Premiro* dalam meningkatkan efektivitas operasional, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat daya saing di industri asuransi yang semakin kompetitif.

Kata kunci: model bisnis, perusahaan *Insurtech* di Indonesia, *Business Model Canvas*, *Value Design Model*.