



DOI: <https://doi.org/10.38035/rrj.v7i6>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Layanan Asuransi dari Perspektif Agen dan Nasabah

Muh Irfan Hs¹, Thoyyibah T²

¹ Information Systems Management Department, BINUS Graduate Program-Master of Information System Management Bina Nusantara University, Jakarta, Indonesia, muh.irfan@binus.ac.id

² Information Systems Management Department, BINUS Graduate Program-Master of Information System Management Bina Nusantara University, Jakarta, Indonesia, thoyyibah.t@binus.ac.id

Corresponding Author: muh.irfan@binus.ac.id¹

Abstract: *Digital transformation in the insurance industry has brought about significant changes in the way services are delivered to users. This study aims to explore the use of digital technology in insurance services from the perspective of two key actors, namely agents and customers. Using a descriptive qualitative approach, data was collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation at PT Asuransi Umum Jasaraharja Putera. The results show that digitization provides work efficiency, service speed, and flexibility in interaction for agents and customers. There are a number of challenges, such as low digital literacy, limited agent training, technical constraints of the application, and a lack of education on the use of the application for customers. These findings confirm that the success of digitization depends not only on technological development but also on user readiness and understanding. Digitalization strategies must be built inclusively, with a participatory, educational, and adaptive approach in order to respond to real needs in the field. This research provides an important contribution to the development of digital service policies and strategies that are more responsive to user dynamics in the insurance sector.*

Keywords: *Digitalization, Insurance Services, Agents, Customers, Digital Technology*

Abstrak: Transformasi digital dalam industri asuransi telah menghadirkan perubahan signifikan dalam cara layanan disampaikan kepada pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pemanfaatan teknologi digital dalam layanan asuransi dari sudut pandang dua aktor utama, yakni agen dan nasabah. Pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi di PT Asuransi Umum Jasaraharja Putera. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan efisiensi kerja, kecepatan layanan, dan fleksibilitas dalam berinteraksi bagi agen dan nasabah. Terdapat sejumlah tantangan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan pelatihan agen, kendala teknis aplikasi, serta kurangnya edukasi penggunaan aplikasi bagi nasabah. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan digitalisasi tidak hanya bergantung pada pengembangan teknologi, melainkan juga pada kesiapan dan pemahaman pengguna. Strategi digitalisasi harus dibangun secara inklusif, dengan pendekatan partisipatif, edukatif, dan adaptif agar dapat menjawab kebutuhan nyata di lapangan. Penelitian ini memberikan kontribusi penting

bagi pengembangan kebijakan dan strategi layanan digital yang lebih responsif terhadap dinamika pengguna di sektor asuransi.

Kata Kunci: Digitalisasi, Layanan Asuransi, Agen, Nasabah, Teknologi Digital

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi kekuatan penggerak utama dalam evolusi berbagai sektor industri, termasuk industri jasa keuangan. Menurut Kraus bahwa “Transformasi digital (TD) telah berubah dari suatu peluang teknologi menjadi suatu kebutuhan murni untuk mengelola kebutuhan serta harapan populasi dunia yang terus”. Salah satu sektor yang mengalami tekanan kuat untuk beradaptasi adalah industri asuransi. Salah satu sektor yang mengalami tekanan kuat untuk beradaptasi adalah industri asuransi. Menurut Hamidah bahwa “Asuransi adalah lembaga keuangan non bank yang berperan seperti bank dalam menawarkan jasa dan layanan yang membantu masyarakat mengatasi risiko dimasa yang akan datang. Perusahaan asuransi berbeda dari perusahaan non-asuransi dalam hal mereka terlibat dalam kegiatan penjaminan emisi aktuarial dan reasuransi, antara lain”.

Berbagai inovasi telah diadopsi, seperti aplikasi mobile, klaim otomatis, dan chatbot. Menurut Chojan bahwa “Digital technologies used in insurance industry can be divided into the three following areas: technologies for data acquisition and analysis, technology for data storage, and technology for communication and sales”. Menurut Harianja bahwa “Digital Assurance, mengacu pada konsep di mana sektor asuransi memanfaatkan teknologi digital dan platform online untuk memberikan layanan asuransi dengan peningkatan efisiensi, kecepatan, dan sentuhan pribadi kepada klien. Mencakup pemanfaatan alat seperti aplikasi seluler, portal web, analisis data, AI, dan pemrosesan bahasa alami untuk meningkatkan proses yang terkait dengan klaim, penilaian risiko, administrasi kebijakan, dan keterlibatan pelanggan”. Digitalisasi tidak hanya diharapkan mempermudah interaksi, tetapi juga menciptakan layanan yang lebih transparan, cepat, dan terukur.

UU No. 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian bahwa “Asuransi merupakan suatu perjanjian antara dua pihak, yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerimaan premi oleh penanggung sebagai imbalan untuk memberikan penggantian kepada tertanggung atas kerugian, kerusakan, atau kehilangan yang diderita akibat suatu peristiwa yang tidak pasti”. Menurut Proyogo bahwa “Asuransi merupakan salah satu lembaga keuangan nonbank yang berperan tidak jauh berbeda dengan bank yang memberikan pelayanan kepada masyarakat untuk mengatasi permasalahan asuransi dimasa yang akan datang”. Agen adalah pihak yang diberi kuasa oleh perusahaan untuk memasarkan produk asuransi, menjelaskan manfaat polis, serta membantu proses administrasi dan klaim. Menurut Tamara et al., bahwa “Agen adalah individu yang ditugaskan untuk menjembatani hubungan kontraktual antara perusahaan dan pihak ketiga. Perannya sebagai perantara bertujuan mempertemukan pembeli dan penjual produk atau layanan, serta menerima imbalan berupa premi sesuai dengan nilai transaksi yang disepakati”.

Keberhasilan agen asuransi sangat bergantung pada kompetensi, integritas, dan kemampuannya membangun kepercayaan dengan nasabah, sementara keputusan pembelian dan retensi polis oleh nasabah dipengaruhi oleh tingkat literasi, persepsi risiko, dan kemudahan akses informasi. Masih ditemukan berbagai kendala: agen sering menghadapi hambatan dalam literasi digital, pelatihan yang minim, serta kesulitan mengoperasikan aplikasi digital, yang berdampak pada kinerja penjualan dan retensi nasabah. Nasabah kerap mengalami kesulitan memahami konsep asuransi, khususnya asuransi syariah, serta menghadapi rendahnya literasi digital dan persepsi negatif terhadap layanan asuransi. Edukasi yang belum merata membuat adopsi teknologi tidak otomatis meningkatkan kepercayaan atau partisipasi aktif. Pendekatan digitalisasi yang cenderung top-down juga

memperparah situasi, karena lebih menekankan efisiensi teknis daripada kebutuhan nyata pengguna.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam pemanfaatan teknologi digital dalam layanan asuransi dari perspektif dua kelompok utama, yaitu agen dan nasabah. Menurut Waruwu menyatakan bahwa “Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat deskriptif dan analisis. Deskriptif dalam penelitian kualitatif berarti menggambarkan dan menjabarkan peristiwa, fenomena dan situasi sosial yang diteliti. Analisis berarti memaknai dan menginterpretasikan serta membandingkan data hasil penelitian”. Menurut Sugiyono bahwa “Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan fenomena atau peristiwa yang terjadi secara sistematis, rinci, dan akurat mengenai fakta-fakta yang ada di lapangan. Penelitian deskriptif ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis atau membuat generalisasi, melainkan untuk menggambarkan keadaan yang ada berdasarkan pengamatan atau data yang diperoleh”. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan secara holistik pengalaman, persepsi, dan dinamika interaksi manusia dengan sistem digital yang tidak dapat direduksi hanya ke dalam angka.

Lokasi penelitian dilakukan secara purposive di PT Asuransi Umum Jasaraharja Putera, beralamat di Wisma Raharja, Jl. TB Simatupang No. Kav. 1 Lt. 7, Cilandak Timur, Pasar Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12430. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada implementasi aktif digitalisasi dalam layanan asuransi oleh perusahaan tersebut, yang menjadi relevan untuk mengeksplorasi penggunaan teknologi dari sudut pandang agen dan nasabah. Informan ditentukan dengan teknik purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak dua orang, terdiri dari satu agen asuransi dan satu nasabah yang dipilih secara selektif berdasarkan keterlibatan langsung mereka dalam penggunaan layanan digital perusahaan.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi, serta dianalisis dengan model Miles dan Huberman melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Menurut Saleh menyatakan bahwa “Pelaksanaan analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan dengan mencari dan menyusun secara sistematis yang diperoleh dengan mengorganisasikan, menjabarkan, mensintesis, menyusun pola, memilih mana yang penting, dan menarik kesimpulan terhadap data lapangan”. Menurut Millah bahwa “Reduksi data merupakan langkah seleksi yang berfokus pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data mentah dari berbagai dokumen tertulis yang dianalisis. Penyajian data atau informasi merupakan fungsi penyusunan laporan penelitian, dilakukan sedemikian rupa sehingga memungkinkan untuk dianalisis dan dipahami sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada di lapangan”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Result

Perpektif Agen Asuransi terhadap teknologi Digital

Digitalisasi telah mengubah cara kerja agen asuransi secara signifikan. Menurut Lasari bahwa “Proses mengubah materi analog-seperti cetak, video, dan audio-ke dalam media digital untuk menyimpan informasi dalam format digital disebut digitalisasi”. Agen tidak lagi bergantung sepenuhnya pada sistem manual seperti brosur cetak, formulir fisik, atau pertemuan tatap muka konvensional. Hadirnya aplikasi digital, proses penyampaian informasi, simulasi premi, hingga pengelolaan polis dapat dilakukan secara cepat dan efisien.

Hal ini ditegaskan dalam wawancara dengan Evanaudri Mahdyvianra, agen asuransi berusia 28 tahun dengan masa kerja tiga tahun. Ia menyampaikan pengalamannya:

“Secara umum cukup baik. Aplikasi digital sangat membantu saya dalam bekerja. Saya bisa mengakses data nasabah, mengecek status polis, dan melakukan simulasi premi dengan cepat. Ini mempercepat proses saya dalam menjelaskan produk ke calon nasabah”.

Pernyataan ini menunjukkan bahwa agen mengalami kemudahan signifikan dalam menjalankan fungsi utamanya, yakni memasarkan produk asuransi dan menjalin komunikasi efektif dengan calon maupun nasabah aktif. Aplikasi digital menjadi instrumen kerja harian yang mempercepat proses presentasi dan memperkuat profesionalitas agen di mata klien. Fitur yang paling sering digunakan dalam aplikasi, ia menambahkan:

“Yang paling sering saya gunakan itu simulasi premi dan pengecekan polis nasabah. Dua fitur itu sangat membantu saya dalam presentasi ke calon klien”.

Fitur-fitur seperti simulasi premi dan pengecekan polis terbukti menjadi aspek paling esensial dalam menunjang aktivitas kerja agen. Menurut Agustina dan Suganda bahwa “Peningkatan teknologi pada lembaga keuangan asuransi memiliki banyak efek menguntungkan: memudahkan bisnis untuk terhubung dengan klien potensial, menyediakan pelatihan dan ruang kerja, mempromosikan transaksi seperti pembayaran premi dan persiapan klaim, dan menawarkan sekuritas kepada publik dengan lebih sukses dan luas”. Teknologi memungkinkan agen menghindari ketergantungan pada dokumen fisik, sehingga presentasi lebih fleksibel dan profesional. Tetapi agen juga mengalami hambatan di awal pemanfaatan aplikasi:

“Pernah, terutama di awal-awal. Kadang aplikasi error atau loading lama, terutama kalau jaringan tidak stabil. Tapi sekarang sudah jauh membaik”.

Meskipun terdapat kendala teknis, seperti performa sistem dan stabilitas jaringan menjadi hambatan utama pada fase awal digitalisasi. Tantangan tersebut menunjukkan pentingnya kesiapan infrastruktur digital yang memadai sebagai fondasi dari transformasi layanan. Meskipun menghadapi kendala teknis, Evanaudri tetap merasa terbantu berkat dukungan perusahaan:

“Perusahaan rutin mengadakan pelatihan dan workshop, terutama kalau ada fitur baru. Ada juga grup diskusi internal untuk tanya-jawab soal teknis. Itu sangat membantu kami”.

Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan secara rutin berkontribusi besar dalam memperkuat literasi digital agen. Menurut Hernita bahwa “Perusahaan asuransi perlu terus beradaptasi dan berinovasi, baik melalui pengembangan aplikasi digital yang lebih ramah pengguna maupun dengan program literasi asuransi yang lebih intensif”.

Perspektif Nasabah terhadap Teknologi Digital

Transformasi digital dalam layanan asuransi juga dirasakan langsung oleh nasabah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Fhajar, seorang nasabah berusia 31 tahun yang telah menggunakan layanan asuransi umum selama lima tahun, ditemukan bahwa aplikasi digital memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi akses layanan.

Saat ditanya tentang pengalamannya menggunakan layanan digital dari perusahaan asuransi, ia menyampaikan:

“Ya, saya pernah menggunakan aplikasi digitalnya. Biasanya saya pakai untuk cek status polis, melihat rincian premi, dan klaim asuransi kendaraan. Dengan aplikasi, saya tidak perlu datang langsung ke kantor cabang, jadi jauh lebih praktis.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa digitalisasi secara nyata mengubah cara nasabah berinteraksi dengan perusahaan asuransi. Teknologi memungkinkan proses yang sebelumnya memakan waktu dan tenaga, seperti pengecekan polis atau pengajuan klaim, dapat dilakukan dengan lebih cepat dan mandiri. Praktik ini menegaskan bahwa digitalisasi meningkatkan efisiensi serta memberikan kenyamanan dalam layanan. Menurut Alfitri dan Alfiyah bahwa “Aplikasi perbankan berbasis mobile merupakan salah satu bentuk inovasi dalam sektor

keuangan yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital guna memberikan akses yang lebih mudah bagi pengguna”.

Kemudahan ini tidak sepenuhnya lepas dari kendala. Nasabah tetap mengalami hambatan teknis, yang walaupun tergolong minor, tetap berpengaruh terhadap pengalaman pengguna:

“Pernah, terutama soal teknis seperti sistem error atau jaringan lambat. Tapi sejauh ini masih bisa diatasi”.

Keluhan ini memperlihatkan pentingnya penguatan sistem digital secara teknis agar layanan tidak terputus saat digunakan. Stabilitas sistem, kecepatan akses, dan responsivitas aplikasi menjadi hal mendasar yang harus terus dikembangkan agar nasabah tidak kehilangan kepercayaan.

Tingkat pemahaman nasabah terhadap fitur-fitur dalam aplikasi juga menjadi perhatian. Ketika ditanya sejauh mana ia memahami fitur-fitur yang tersedia, ia menjawab:

“Cukup paham, walau beberapa fitur saya jarang pakai. Mungkin karena belum terlalu familiar. Saya rasa butuh panduan lebih jelas”.

Hal ini menandakan bahwa meskipun aplikasi telah disediakan dengan fitur lengkap, tidak semua fitur tersebut digunakan secara optimal karena kurangnya sosialisasi dan bimbingan yang tepat. Kurangnya pemahaman ini membuka ruang penting bagi perusahaan untuk menyusun strategi edukatif yang lebih menarik dan mudah dipahami, misalnya dalam bentuk tutorial video atau panduan berbasis ilustrasi.

Fhajar juga mengungkapkan bahwa edukasi dari perusahaan sejauh ini belum sepenuhnya memadai:

“Masih kurang. Harusnya ada tutorial yang lebih mudah dipahami, terutama buat yang baru pertama kali pakai”.

Pernyataan ini memperlihatkan bahwa penyediaan layanan digital seharusnya tidak hanya fokus pada pengembangan teknis aplikasi, tetapi juga pada aspek *user onboarding*, yakni bagaimana pengguna baru dibimbing agar bisa mengoperasikan sistem dengan percaya diri dan benar.

Terkait kepercayaan terhadap sistem digital dibandingkan manual, nasabah menegaskan:

“Iya, karena data saya tercatat dan bisa dicek kapan saja. Tapi tetap waspada juga soal keamanan data pribadi”.

Hal ini mencerminkan bahwa meskipun sistem digital dianggap lebih transparan, nasabah tetap memelihara sikap hati-hati terutama dalam hal privasi dan perlindungan data. Kekhawatiran terhadap keamanan siber masih menjadi isu krusial dalam konteks layanan digital.

Ketika ditanya apakah digitalisasi membuat layanan asuransi lebih cepat dan transparan, ia menjawab:

“Jelas. Semua proses bisa dilihat langsung lewat aplikasi. Tidak perlu bolak-balik ke kantor”.

Pernyataan ini memperkuat klaim bahwa teknologi digital meningkatkan efisiensi layanan. Keterbukaan informasi memungkinkan nasabah melakukan pengecekan mandiri, sehingga menekan ketergantungan terhadap staf layanan dan mempercepat pengambilan keputusan.

Nasabah tetap memberikan kritik konstruktif agar tampilan aplikasi dapat lebih ramah pengguna:

“Tampilan aplikasi harus lebih sederhana. Kalau bisa, ada fitur bantuan langsung seperti live chat atau video panduan”.

Harapan ini menunjukkan bahwa aplikasi ideal bagi nasabah adalah yang tidak hanya lengkap secara fitur, tetapi juga intuitif dan interaktif. Keinginan akan fitur *live chat* atau

video menunjukkan kebutuhan akan komunikasi dua arah yang cepat dan efektif saat mengalami kendala teknis.

“Saya harap agen bisa bantu saya saat ada masalah atau butuh penjelasan fitur. Kadang aplikasi nggak bisa menjelaskan semuanya”.

Pernyataan ini menegaskan bahwa peran agen masih sangat penting, bahkan di era digital. Nasabah membutuhkan pendampingan manusia yang bisa menjelaskan konteks, kebijakan, atau langkah-langkah teknis tertentu yang tidak dijawab oleh sistem otomatis. Menandakan bahwa digitalisasi belum bisa sepenuhnya menggantikan fungsi komunikasi interpersonal dalam layanan asuransi.

Discussion

Temuan dari kedua informan memperlihatkan bahwa teknologi digital dalam layanan asuransi telah menciptakan nilai tambah berupa efisiensi waktu, kecepatan dalam pemrosesan, serta fleksibilitas dalam interaksi layanan. Menurut Bhemireddy bahwa *“Transformación Digital en Seguros: Un Cambio de Paradigma The digital transformation in the insurance sector signifies a thorough rethinking of conventional business models, operational procedures, and strategies for engaging with customers”*. Aplikasi digital dapat membantu agen untuk mengakses data, menyampaikan informasi produk, dan melakukan administrasi polis secara real-time, sementara nasabah memperoleh kemudahan dalam pengecekan polis, klaim, dan pembayaran premi tanpa harus datang langsung ke kantor. Hal ini menandakan bahwa digitalisasi memiliki potensi besar dalam meningkatkan kualitas layanan asuransi secara menyeluruh.

Keberhasilan implementasi digital tetap sangat tergantung pada kemampuan pengguna baik agen maupun nasabah untuk memahami dan mengoperasikan sistem dengan baik. Menurut Gofar bahwa *“Customer Experience is now one of the critical success metrics for an insurance company”*. Menurut Fauzan dan Batubara bahwa *“Agen asuransi adalah siapa saja yang telah diberi izin oleh perusahaan asuransi untuk mencari, membuat, mengubah, dan membatalkan kontrak asuransi antara masyarakat dan perusahaan asuransi”*. Aplikasi yang canggih tidak akan efektif bila pengguna mengalami kesulitan dalam navigasi, pemahaman fitur, atau kepercayaan terhadap keamanan sistem. Dukungan sistem edukasi yang terstruktur dan penguatan keamanan data digital menjadi dua pilar penting yang tidak dapat diabaikan.

Informasi dari agen menunjukkan adanya kesenjangan dalam literasi digital, terutama di antara agen-agen senior, yang membutuhkan pelatihan berkelanjutan agar tidak tertinggal dari perkembangan sistem. Nasabah meskipun merasa terbantu oleh aplikasi, masih membutuhkan panduan yang lebih sederhana, fitur bantuan langsung, dan jaminan atas perlindungan data pribadi mereka. Menurut Jadav bahwa *“While digital transformation offers numerous benefits, it also presents significant challenges. A 2023 report by Swiss Re identifies challenges such as cybersecurity risks, inflation, and regulatory hurdles that complicate digitalization”*. Disinilah letak tantangan utama dalam digitalisasi: bagaimana teknologi mampu inklusif dan responsif terhadap keragaman kemampuan serta kebutuhan pengguna. Digitalisasi yang berhasil bukan hanya tentang membangun aplikasi canggih dengan fitur kompleks, melainkan tentang bagaimana teknologi mampu menjawab kebutuhan nyata pengguna, menghadirkan kejelasan, kemudahan, dan rasa aman dalam berinteraksi. Menurut Jannah dan Azizah bahwa *“Digitalisasi mencakup konversi data ke dalam format digital, memungkinkan informasi untuk disimpan, diolah, dan dibagikan dengan lebih efisien melalui berbagai platform digital”*. Sehingga diperlukan pendekatan partisipatif, edukatif, dan adaptif dalam menyusun strategi transformasi digital. Pendekatan partisipatif menekankan pentingnya mendengar dan melibatkan pengguna dalam pengembangan sistem; pendekatan edukatif memastikan bahwa semua pengguna memiliki akses terhadap pemahaman dan keterampilan yang dibutuhkan; dan pendekatan adaptif menuntut perusahaan untuk terus

mengevaluasi serta memperbaiki sistem berdasarkan umpan balik pengguna dan perubahan lingkungan teknologi.

Temuan ini menggarisbawahi bahwa transformasi digital dalam industri asuransi tidak bisa dipandang sebagai proyek teknologi semata, melainkan sebagai transformasi sosial dan budaya dalam interaksi layanan keuangan. Menurut Musaigwa bahwa “*Digital transformation has empowered insurance firms to create value for customers using new ways. For instance, insurers now interact with customers through digital platforms, and this is improving customer experience, creating customer value, saving customer’s time and making communication easy*”. Keberhasilan transformasi ini akan ditentukan oleh sejauh mana sistem digital mampu menjadi jembatan, bukan penghalang, bagi semua pihak untuk saling terhubung, memahami, dan berkembang bersama dalam ekosistem asuransi digital yang semakin kompleks dan dinamis.

KESIMPULAN

Pemanfaatan teknologi digital dalam layanan asuransi telah memberikan dampak positif yang signifikan baik bagi agen maupun nasabah. Bagi agen, digitalisasi memungkinkan peningkatan efisiensi kerja, kemudahan akses data nasabah, serta penyampaian informasi produk secara real-time melalui aplikasi. Bagi nasabah, teknologi digital menawarkan kepraktisan dalam mengakses layanan, mengelola polis, melakukan klaim, dan pembayaran premi tanpa harus hadir secara fisik di kantor asuransi.

Transformasi digital ini belum sepenuhnya berjalan optimal. Agen menghadapi tantangan dalam literasi digital dan keterbatasan pelatihan, sementara nasabah masih mengalami kendala teknis, minimnya edukasi pengguna, serta kekhawatiran terhadap keamanan data. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi, tetapi juga oleh kesiapan dan pemahaman pengguna.

Transformasi digital dalam layanan asuransi idealnya dilandasi pendekatan yang partisipatif, edukatif, dan adaptif. Partisipatif berarti melibatkan pengguna dalam pengembangan sistem; edukatif mencakup upaya peningkatan literasi digital secara berkelanjutan; dan adaptif mengacu pada kemampuan sistem untuk menyesuaikan diri terhadap kebutuhan pengguna dan perubahan teknologi. Digitalisasi yang inklusif dan berorientasi pada kebutuhan nyata pengguna akan menciptakan layanan asuransi yang lebih efisien, transparan, dan terpercaya.

REFERENSI

- Agustina, N., Suganda, A. D., & Masykuroh, N. (2022). Peranan teknologi pada industri asuransi (insurtech) masa pandemi Covid-19. *Syar'Insurance: Jurnal Asuransi Syariah*, 8(1), 27–36.
- Alfitri, N., & Alfiah, S. (2025). Digitalisasi layanan keuangan di BMT UGT Nusantara Capem Batu Urip melalui pengembangan aplikasi mobile. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(3). <https://doi.org/10.59435/menulis.v1i3.186>
- Bhemireddy, V. S. K. (2025). Empowering agents and customers: The role of digital tools in insurance. *Journal of Computer Science and Technology Studies*, 7(7). <https://doi.org/10.32996/jcsts.2025.7.7.25>
- Chojan, A., Lisowski, J., & Manikowski, P. (2022). Digitalization trends in insurance and their impact on the functioning of the insurance market entities. *Rozprawy Naukowe*, 1. <https://doi.org/10.33995/wu2022.1.1>
- Fauzan, M., & Batubara, M. (2025). Peran agen asuransi di era digital dalam pemasaran produk asuransi. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(2). <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i2.7471>
- Goftar, M. N., Heydariyeh, S. A., & Razi, F. F. (2023). Presentation of a digital transformation model for customer experience in insurance products (Case study:

- Asmari Insurance). *International Journal of Innovation in Management and Organizational Behavior*, 4(1). <https://doi.org/10.61838/kman.ijimob.4.1.6>
- Hamidah, C., Ramadhan, M., & Aslami, N. (2024). Pengaruh pelatihan kerja dan kompensasi terhadap kinerja agen asuransi yang tidak memenuhi target pada AJB BumiPutera 1912 Medan. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(3), 1206–1216. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.3950>
- Harianja, L. R., Sugianto, & Daulay, A. N. (2024). Systematic literature review: Analisis transformasi digital industri asuransi potensi (insurtech) di Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(2).
- Hernita, Daulay, A. N., & Lubis, F. A. (2024). Pengaruh peran digitalisasi dan transformasi digital terhadap kinerja asuransi di PT Chubb Life Insurance Medan. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(4).
- Jaday, J. (2023). Customer behaviour in the age of digital insurance: A study of trends, preferences, and challenges. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 4(2).
- Jannah, A., & Azizah, I. (2024). Implementasi digitalisasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah asuransi syariah pada PT Allianz Surabaya. *Media Manajemen Jasa*, 12(2). <https://doi.org/10.52447/mmj.v12i2.8018>
- Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J. J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. (2022). Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo. *International Journal of Information Management*, 63, 102466. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102466>
- Lasari, T., Kristiawati, E., & Afif, A. (2023). Analisis kesiapan penerapan digitalisasi akuntansi usaha mikro kecil sektor pariwisata di Kabupaten Mempawah. *Jurnal Akuntansi, Audit, dan Investasi*, 3(1), 1–6.
- Millah, A. S., Apriyani, A., Arobiah, D., Febriani, E. S., & Ramdhani, E. (2023). Analisis data dalam penelitian tindakan kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2), 140–153.
- Musaigwa, M. (2024). From traditional to digital: Transforming business models in the insurance sector. *International Journal of Development and Sustainability*, 13(1), 68–86.
- Nurainiyah, N., Astawa, I. K., & Setiady, T. (2024). Perlindungan hukum bagi pemegang polis dalam konteks pengalihan liabilitas dan restrukturisasi asuransi berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang perasuransian. *Unes Law Review*, 7(1). <https://doi.org/10.31933/unesrev.v7i1>
- Prayogo, I. H., & Syufa'at. (2023). Perlindungan hukum pemegang polis asuransi syariah berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang perasuransian. *Alhamra*, 4(1). <https://doi.org/10.30595/ajsi.v4i1.17162>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Tamara, N., Nurbaiti, & Harahap, M. I. (2022). Peran dan strategi pemasaran agen dalam mempertahankan loyalitas nasabah pada PT Prudential Life Assurance Cabang Binjai (Agency Prusyariah Prestasi Agency). *Jurnal Manajemen Strategi*, 7(2). <http://dx.doi.org/10.30651/jms.v7i2.11114>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: Metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (mixed method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.