
Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kualitas Proses, dan Kualitas Lingkungan Kerja Terhadap Risiko Kehilangan Pasar Perusahaan Asuransi

Agustinus Brayner Wirajaya^{1*}, Achmad Fauzi²

¹Magister Manajemen, Universitas Terbuka, Indonesia.

²Universitas Bhayangkara, Jakarta, Indonesia.

* Corresponding Author. E-mail: brainerkewo@gmail.com

Abstrak

Bisnis asuransi adalah salah satu jenis usaha yang menantang, dimana pada kondisi tertentu dapat mengalami rugi akibat dari pembayaran/ penyelesaian atas sebuah klaim dan bisnis asuransi memiliki pengaturan yang sangat awam di kalangan pelanggan sehingga banyak praktik penolakan klaim atau penyelesaian klaim yang diluar ekspektasi dari pelanggan, Oleh karena itu melaksanakan bisnis atau memasarkan produk asuransi sangatlah menantang. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, kualitas proses, dan kualitas lingkungan kerja terhadap risiko kehilangan pasar yang diukur dengan indikator teori kepemimpinan kolaboratif dengan menggunakan obyek pengguna polis Asuransi. Penelitian dilakukan untuk memberikan wawasan mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap perusahaan asuransi terhadap kepuasan pelanggan yang berkontribusi terhadap kehilangan pasar. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang faktor-faktor atas kehilangan pasar dalam industri asuransi dan dapat memberikan panduan bagi perusahaan asuransi untuk meningkatkan strategi mereka guna mencapai tingkat kepuasan pelanggan dan untuk mengurangi risiko yang dapat menimbulkan risiko kehilangan pasar. Hasil penelitian ini dapat menjadi landasan strategis dalam meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif.

Abstract

The insurance industry presents considerable challenges, especially in scenarios where potential losses may occur due to claim settlements. Common practices in the insurance business, such as the rejection or settlement of claims beyond customer expectations,

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel

Diterima : 02-01-2024

Direvisi : 12-01-2024

Dipublish : 17-01-2024

Kata Kunci:

Perusahaan Asuransi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

Keywords:

Insurance Company, Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

often result in numerous customer complaints. Consequently, operating and marketing insurance products becomes a highly demanding endeavor. This study aims to explore how product quality, service quality, process quality, and the quality of the work environment influence the risk of market loss. Utilizing indicators derived from collaborative leadership theory and applied to insurance policyholders, the research delves into the intricate factors shaping customer perceptions of insurance companies and their impact on customer satisfaction, ultimately contributing to market losses. The anticipated outcome is to provide insights into elements contributing to market losses within the insurance industry and guide insurance companies in refining their strategies for achieving optimal customer satisfaction levels while mitigating risks leading to market loss. The findings of this research could serve as a strategic foundation for enhancing competitiveness in a challenging market environment.

PENDAHULUAN

Industri asuransi memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas ekonomi dengan menyediakan perlindungan finansial dari sebuah risiko atau ketidakpastian. Bisnis asuransi di Indonesia adalah bisnis yang memiliki skala besar. Nilai total bisnis asuransi di Indonesia adalah 530,9 Triliun Rupiah pada 2021. Angka ini menunjukkan tren pertumbuhan yang konstan bahkan di saat pandemi. Pada tahun 2023, nilai investasi perusahaan asuransi di pasar saham adalah 149 Triliun Rupiah dan sumbangsih bagi negara adalah 126 Triliun Rupiah dalam bentuk pembelian surat berharga negara. Menilik nilai pertumbuhan asuransi, maka ke depannya prospek bisnis asuransi diperkirakan mengalami tren kenaikan secara konstan meskipun BPJS eksis bersama asuransi (*Otoritas Jasa Keuangan Indonesia/Indonesia Financial Services Authority, n.d.; Perusahaan Asuransi Jiwa RI Investasi Rp149 Triliun Di Pasar Saham, n.d.*).

Di era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan asuransi dituntut untuk tidak hanya mempertahankan eksistensinya tetapi juga meningkatkan pangsa pasar mereka. Risiko kehilangan pasar menjadi salah satu tantangan utama yang dihadapi perusahaan asuransi, mengingat perubahan dinamis di pasar, perkembangan teknologi, serta harapan terus berkembang dari pelanggan. Saat waktu bersamaan kasus hukum yang menjerat bisnis asuransi cukup banyak. Kasus pertama adalah kasus Jiwasraya dimana perusahaan asuransi ini telah mengalami kerugian hingga 23,92 Triliun Rupiah dan negara harus menanggung 16 Triliun diantaranya. Hal ini menunjukkan permasalahan serius yang terjadi pada pengelolaan asuransi karena Jiwasraya merupakan perusahaan asuransi milik negara dan merupakan perusahaan asuransi tertua di Indonesia (*Kronologi Kasus Jiwasraya, Gagal Bayar Hingga Dugaan Korupsi, n.d.*). Masalah berikutnya adalah beberapa perusahaan asuransi terkemuka seperti AIA dan juga Prudential dilaporkan karena bermasalah dengan Unit Link atau investasi asuransi multi-guna. Pada kasus kasus demikian, sering terjadi bahwa nasabah merasa dirugikan karena niat awal untuk berinvestasi, namun malah kehilangan uang yang mereka anggap telah diinvestasikan (*OJK Ungkap Penyebab Banyak Agen Unit Link Bermasalah, n.d.*).

Asuransi berperan dalam mengatasi berbagai risiko yang dihadapi baik oleh individu maupun bisnis. Orang selalu berupaya untuk menghindari kerugian yang mungkin terjadi dalam aktifitasnya. Menurut Maslow (1943), individu yang merasa tidak aman membutuhkan ketertiban dan stabilitas serta akan menghindari hal-hal asing dan tidak diinginkan. Sebagai bisnis dalam industri jasa, asuransi yang beroperasi dengan prinsip kepercayaan harus memperlihatkan reputasi dan pelayanan yang unggul. Oleh karena itu, industri asuransi, sebagai industri jasa, perlu berfokus pada kepuasan pelanggan karena itu menjadi fondasi untuk pertumbuhan dan perkembangan industri itu sendiri.

Terdapat faktor internal dan eksternal yang menjadi penentu utama kesuksesan perusahaan asuransi, di antaranya mencakup Kualitas produk, pelayanan, proses, dan lingkungan kerja dipandang sebagai faktor kunci yang memengaruhi daya saing dan kelangsungan hidup perusahaan asuransi. Kualitas produk mencakup fitur dan karakteristik produk asuransi dimana memegang peran penting dalam pandangan pelanggan terhadap sebuah perusahaan asuransi. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk tidak hanya terbatas pada keahlian teknis semata, tetapi juga melibatkan aspek-aspek seperti desain, fitur, dan manfaat yang diberikan kepada konsumen. Selain itu, kualitas pelayanan juga memiliki peran sentral dalam membangun kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan dan interaksi dengan perusahaan. Studi yang dilakukan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) menekankan signifikansi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dalam membentuk loyalitas mereka.

Tidak kalah pentingnya adalah kualitas proses, yang menjadi fondasi efisiensi operasional dan inovasi dalam perusahaan asuransi. Chase dan Aquilano (1995) menegaskan bahwa kualitas proses tidak hanya memengaruhi kinerja internal perusahaan, melainkan juga membentuk citra eksternal yang berpengaruh terhadap persepsi pelanggan. Di sisi lain, kualitas lingkungan kerja mencakup budaya organisasi, motivasi karyawan, dan kondisi kerja seringkali diabaikan. Kualitas lingkungan kerja telah terbukti memiliki hubungan yang erat dengan kinerja karyawan, dan secara tak langsung mempengaruhi kualitas layanan yang disampaikan kepada pelanggan (Hackman & Oldham, 1976).

Dalam menanggapi hal ini, maka perlu adanya penelitian untuk menguraikan permasalahan yang terjadi pada bisnis asuransi. Penelitian ini difokuskan untuk memahami perilaku konsumen terutama dalam permasalahan ini adalah pada keputusan konsumen untuk membatalkan/melanjutkan keikutsertaan mereka pada suatu program asuransi. Penelitian akan dilakukan dengan kombinasi wawancara dan pengisian kuisioner untuk menemukan bagaimana hubungan antara loyalitas konsumen dengan pelayanan di perusahaan asuransi. Pelayanan pada perusahaan asuransi kemudian diukur dengan indikator dari kepemimpinan kolaboratif. Data kemudian diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS dengan model regresi linear berganda untuk melihat bagaimana pengaruhnya pada keputusan konsumen untuk melanjutkan atau tidak melanjutkan program yang telah mereka beli.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan yang jelas bagi perusahaan asuransi dalam meningkatkan strategi mereka guna mencapai tingkat

kepuasan pelanggan yang optimal dan penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi secara teoritis saja melainkan dengan mengevaluasi sejauh mana kualitas produk, pelayanan, proses, dan lingkungan kerja dapat mempengaruhi risiko kehilangan pasar perusahaan asuransi, dan juga memberikan wawasan praktis bagi perusahaan asuransi dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompleks dan dapat meminimalkan risiko yang dapat menghambat pertumbuhan dan daya saing di pasar yang bergerak dinamis. Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk mengidentifikasi serta menganalisis dampak yang ditimbulkan oleh faktor-faktor tersebut terhadap risiko kehilangan pasar dengan fokus pada memahami persepsi pelanggan yang menjadi landasan dari kepuasan mereka.

METODOLOGI

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana kualitas produk, pelayanan, proses, dan lingkungan kerja berpengaruh terhadap risiko kehilangan pasar dalam perusahaan asuransi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif terstruktur yang dilakukan dengan metode kuesioner dan juga *general assessment* dengan menggunakan data sekunder dan juga wawancara dengan karyawan atau eks karyawan yang telah bekerja di perusahaan asuransi dalam kurun waktu lebih dari lima tahun. Penilaian perusahaan didasarkan pada teori kepemimpinan kolaboratif. Hal ini dilakukan karena perusahaan asuransi adalah kerja kolaboratif yang membutuhkan bantuan dari para pihak untuk saling bekerja sama secara sinergis untuk menghasilkan pelayanan terbaik

Dalam desain studi, metode survei lintas sektoral digunakan untuk memperoleh informasi dari berbagai perusahaan asuransi. Pendekatan ini dipilih karena memberikan gambaran yang luas tentang faktor-faktor yang memengaruhi kehilangan pasar di berbagai level perusahaan. Populasi penelitian mencakup seluruh karyawan perusahaan asuransi yang beroperasi di tingkat nasional. Sampel dipilih secara acak agar mencerminkan variasi dalam ukuran, produk, dan layanan yang diberikan oleh perusahaan asuransi. Tujuannya adalah memperoleh data yang mewakili kondisi umum dalam industri asuransi.

Data dikumpulkan melalui survei yang dirancang dalam bentuk kuesioner terstruktur. Kuesioner ini dirancang berdasarkan konsep kualitas produk, pelayanan, proses, lingkungan kerja, dan kepuasan pelanggan. Bahan yang digunakan mencakup kuesioner yang telah disesuaikan. Pemilihan sampel yang beragam bertujuan untuk memastikan data yang representatif dari kondisi umum dalam industri asuransi. Analisis data akan dilakukan menggunakan pendekatan Metode analisis regresi linier berganda untuk meneliti hubungan antara kualitas produk, pelayanan, proses, dan lingkungan kerja dengan kepuasan pelanggan serta implikasinya terhadap risiko kehilangan pasar. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan evaluasi yang komprehensif pada hubungan antar variabel dalam konteks yang kompleks seperti industri asuransi.

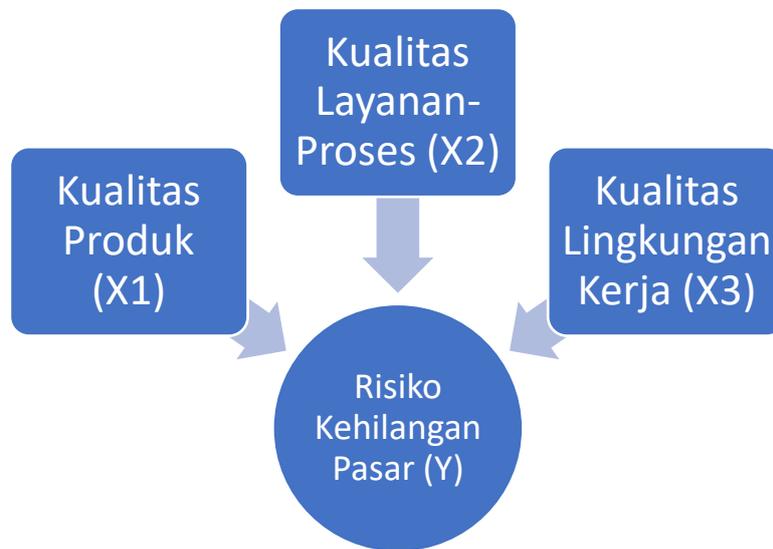
Pemilihan metode kuantitatif terstruktur ini bertujuan untuk memastikan data yang terukur dan analisis yang rinci untuk memahami implikasi kualitas produk, pelayanan,

proses, dan lingkungan kerja terhadap risiko kehilangan pasar dalam industri asuransi. Hal ini diharapkan dapat membantu perusahaan asuransi dalam menyusun strategi yang lebih efektif dalam menghadapi pasar yang sangat kompetitif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

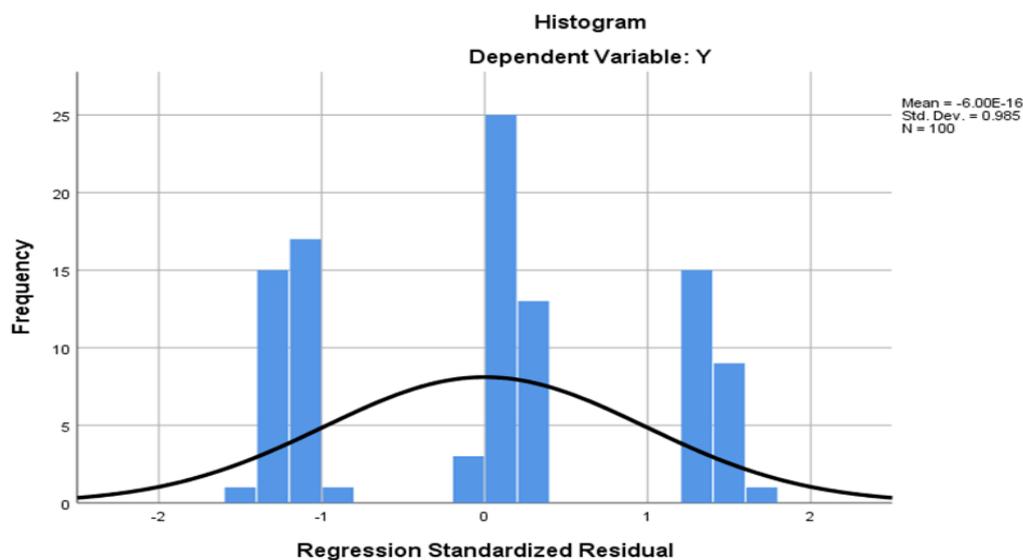
A. HASIL

Berdasarkan kerangka konseptual penelitian, maka dirumuskan kerangka pemikiran penelitian antara lain, adanya pengaruh kualitas produk terhadap risiko kehilangan pasar; adanya pengaruh kualitas layanan-proses terhadap risiko kehilangan pasar; dan adanya pengaruh kualitas lingkungan kerja terhadap risiko kehilangan pasar.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis

a. Uji Normalitas



Gambar 2. Diagram Histogram

Diagram histogram adalah representasi visual dari distribusi data. Jika histogram menunjukkan pola yang simetris dan mirip dengan kurva distribusi normal, maka dapat dianggap bahwa data tersebut memenuhi syarat normalitas. Jika hasil uji normalitas dari metode ini menunjukkan bahwa data residual mengikuti pola yang sesuai dengan standar regresi linear, kita dapat menyimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi. Diagram ini memenuhi syarat normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 1. Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.179	.056		3.194	.002
	X1	.013	.010	.132	1.320	.190
	X2	-.014	.010	-.137	-1.375	.172
	X3	.009	.010	.084	.840	.403

Berdasarkan uji heteroskedastisitas, terlihat bahwa Sig. lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi fenomena heteroskedastisitas pada model regresi yang telah dibuat dan oleh karenanya dapat dilakukan uji data di tahap berikutnya.

c. Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
(Constant)	-.039	.100		-.390	.698		
X1	.327	.018	.558	18.334	.000	.997	1.003
X2	.325	.018	.552	18.109	.000	.997	1.003
X3	.350	.018	.578	18.996	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

Hasil dari uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10,0. Hal ini menunjukkan ketiadaan multikolinearitas dalam model regresi yang dibuat. Sementara itu nilai tolerance dibulatkan mendekati satu sehingga menunjukkan kemungkinan kecil terjadinya multikolinearitas

d. Hasil Model Regresi

$$Y = -0.039 + 0.327X1 + 0.325X2 + 0.350X3$$

Gambar 3. Hasil Model Regresi

Tabel koefisien regresi menunjukkan hasil dari model regresi linear berganda dengan variabel dependen Y dan tiga variabel independen $X1$, $X2$, dan $X3$. Dalam rumusan model ini, intersep (-0.039) menandakan nilai Y ketika semua variabel independen $X1$, $X2$, dan $X3$ setara dengan nol. Koefisien $X1$ (0.327), $X2$ (0.325), dan $X3$ (0.350) masing-masing menggambarkan kontribusi perubahan dalam Y untuk setiap satu unit peningkatan dalam variabel tersebut, dengan nilai signifikan p sekitar $0.0000.000$ menunjukkan bahwa semua variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen. Collinearity Statistics yang mencakup tolerance dan VIF menunjukkan bahwa tidak ada indikasi multicollinearity yang signifikan dalam model ini, menguatkan keandalan interpretasi koefisien regresi. Dengan demikian, rumusan regresi linear berganda ini memberikan gambaran yang cukup jelas tentang hubungan antara variabel-variabel tersebut dalam menjelaskan variasi dalam variabel dependen Y .

B. PEMBAHASAN

Dari hasil pengolahan data, kita melakukan perbandingan komparasi antara teori dan realitas. Berdasar teori, secara umum, asuransi memiliki beberapa prinsip dasar yang wajib dipenuhi dalam jalannya operasional mereka (Djojosoedarso, 2018):

a. Asuransi adalah Kontrak

Asuransi didasarkan pada kontrak antara dua pihak, yaitu pemegang polis (nasabah) dan perusahaan asuransi. Pemegang polis membayar premi sebagai pertukaran untuk perlindungan atau kompensasi dalam hal kerugian atau risiko tertentu. Oleh karena itulah, kontrak menjadi elemen penting dalam usaha asuransi, segala yang tertera di kontrak dan dipenuhi masing-masing pihak merupakan bentuk tanda kepercayaan yang paling essential. Asuransi dengan bentuk kontrak yang baik adalah hal yang diharapkan dari setiap elemen masyarakat dan negara (Tolla & Widyastuti, 2020).

b. Prinsip Ganti Rugi (Indemnity)

Prinsip ini menyatakan bahwa asuransi bertujuan untuk mengganti kerugian yang dialami pemegang polis, bukan memberikan keuntungan. Oleh karena itu, jumlah klaim yang dibayarkan seharusnya setara dengan kerugian yang sebenarnya, tidak lebih dan tidak kurang. Dengan demikian, maka asuransi seharusnya tidak boleh menjanjikan pemberian keuntungan atau investasi kepada nasabahnya dengan berlebihan karena sejak awal tujuan dari asuransi adalah ganti rugi, bukan untuk menjadi perusahaan investasi (Purnama & Gultom, 2022).

c. Prinsip Asuransi adalah Bagian Dari Manajemen Risiko

Asuransi membantu pemegang polis mengelola risiko dengan mentransfer sebagian atau seluruh risiko tersebut ke perusahaan asuransi. Pemegang polis membayar premi sebagai kompensasi untuk transfer risiko ini. Oleh karena itulah, seharusnya asuransi yang baik membantu nasabah terhindar dari risiko yang bisa merugikan mereka di masa depan (Darmawi, 2022; Rofikah & Septiarini, 2020).

d. Prinsip *Insurable Interest*

Untuk dapat mengasuransikan sesuatu, pemegang polis harus memiliki kepentingan finansial yang sah terhadap objek yang diasuransikan. Hal ini mencegah spekulasi atau penggunaan asuransi untuk tujuan keuntungan semata.

e. Prinsip Ubah Rugi (Subrogation)

Setelah membayar klaim, perusahaan asuransi memiliki hak untuk mengambil alih hak dan klaim pemegang polis terhadap pihak ketiga yang bertanggung jawab atas kerugian tersebut. Prinsip ini membantu perusahaan asuransi mengurangi kerugian yang mereka tanggung.

f. Prinsip Premium

Premi yang dibayarkan oleh pemegang polis harus cukup untuk menutup biaya klaim, biaya administrasi, dan memberikan keuntungan kepada perusahaan asuransi. Premi dihitung berdasarkan analisis risiko, dan setiap pemegang polis membayar premi sesuai dengan risiko yang mereka hadapi (Iriana & Nasution, 2020; Nasution & Nanda, 2020).

g. Prinsip Kehati-hatian (*Prudent*)

Pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak asuransi harus bertindak dengan itikad baik dan memberikan informasi yang lengkap dan benar. Pemegang polis harus memberikan informasi yang akurat kepada perusahaan asuransi, dan sebaliknya (Jayadiningrat et al., 2024; Suri, 2023).

h. Prinsip Kesatuan (*Uberrimae Fidei*)

Kontrak asuransi memerlukan kejujuran mutlak dan transparansi antara kedua belah pihak. Prinsip ini mengharuskan pemegang polis dan perusahaan asuransi untuk memberikan semua informasi yang relevan dalam proses negosiasi dan pelaksanaan kontrak.

i. Prinsip Transfer Resiko (Risk Transfer)

Pemegang polis mentransfer risiko tertentu kepada perusahaan asuransi. Dengan pembayaran premi, pemegang polis mengalihkan risiko finansial atas kerugian tertentu kepada perusahaan asuransi.

j. Prinsip Hukum dan Kepatuhan

Asuransi tunduk pada hukum dan peraturan yang mengatur industri ini. Perusahaan asuransi harus beroperasi sesuai dengan ketentuan hukum dan mengikuti regulasi yang berlaku.

Dengan berbagai indikator tersebut, maka sebuah perusahaan asuransi dapat dikatakan sebagai asuransi yang baik. Selain pemahaman tersebut, pemikiran Philip Kotler mengenai esensi dari pemasaran juga menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Pemikiran Philip Kotler ini dikenal sebagai 7Ps (Kotler, 2012). Dalam asuransi hal ini diterjemahkan sebagai kualitas produk asuransi itu sendiri (product/physical evidence), kualitas layanan-kualitas proses (Process) dan kualitas lingkungan kerja (people).

Dari keempat hal ini kemudian disaring menjadi tiga indikator untuk menjadi kuisisioner bagi nasabah yang memutuskan untuk membatalkan keikutsertaan pada produk asuransi mereka. Faktor dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator kemungkinan untuk kehilangan pasar (Y). Indikator ini diukur berdasarkan juga alasan membatalkan polis asuransi yang bisa jadi didasarkan karena keterbatasan dana, kekecewaan karena sulitnya pengajuan klaim dan berbagai alasan lainnya.

Indikator pada skala *Likert* sebesar 1-5. peneliti menanyakan pengalaman menggunakan asuransi tersebut. Indikator kualitas produk dengan dasar kontrak dan polis diukur berdasarkan fasilitas apa yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi. Berikutnya hal yang diukur adalah kualitas layanan-kualitas proses yang dirasakan oleh nasabah. Pertanyaan pertanyaan umum seperti bagaimanakah pengalaman saat menggunakan asuransi tertentu? Apakah proses klaim yang diajukan dapat diselesaikan dengan cepat? Serta berbagai pertanyaan lainnya yang terkait menjadi dasar dari pertanyaan. Terakhir adalah bagaimana pengalaman nasabah mengenai koordinasi di lingkungan perusahaan, apakah mereka melihat perusahaan asuransi tersebut dijalankan dengan baik atau tidak? Atau justru sebaliknya?.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa sebenarnya kekecewaan saat layanan asuransi tidak sesuai harapan itu ada. Namun hal tersebut masih dapat dirubah karena konsumen juga menyadari bahwa ketidakpahaman mereka akan polis sangat berpengaruh pada ekspektasi mereka. Meskipun demikian, kepercayaan konsumen tidak dapat dibangun tanpa adanya faktor faktor penguat untuk mengembalikan kepercayaan konsumen (Hermawati, 2023; Marcella et al., 2022). Dalam hal ini konsumen ingin melihat bagaimana kualitas produk, kualitas layanan dan proses serta kualitas lingkungan kerja yang dibangun dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen kembali.

Hal yang menarik dalam penelitian ini adalah bahwa konsumen dapat merasakan bagaimana lingkungan kerja yang dimiliki oleh suatu perusahaan asuransi. Konsumen cenderung tidak menyukai perusahaan asuransi yang agennya terkesan tidak berkoordinasi dengan baik bersama atasannya, agen terlihat mudah panik dan berbagai indikator indikator eksternal lainnya yang menunjukkan bahwa perusahaan sedang tidak dalam kondisi yang baik. Hal ini membuat mereka merasa kehilangan kepercayaan pada perusahaan.

Pada akhirnya, ternyata faktor terpenting dalam pengembangan perusahaan asuransi adalah kepemimpinan kolaboratif. Kepemimpinan kolaboratif adalah pendekatan kepemimpinan di mana seorang pemimpin mempromosikan kerjasama, partisipasi, dan kontribusi aktif dari seluruh anggota tim atau organisasi. Dalam kepemimpinan kolaboratif, pemimpin tidak hanya berfokus pada memberikan instruksi dan mengambil keputusan sendiri, tetapi lebih mengedepankan keterlibatan dan kontribusi bersama untuk mencapai tujuan bersama. Pemimpin kolaboratif menciptakan lingkungan di mana ide, pandangan, dan keterampilan dari setiap anggota tim dihargai dan dimanfaatkan secara optimal. Kepemimpinan kolaboratif mendorong komunikasi terbuka, saling mendengarkan, dan pembagian tanggung jawab. Pendekatan ini sangat efektif dalam menghadapi tantangan kompleks atau perubahan cepat, karena memanfaatkan keahlian dan pengalaman kolektif untuk menghasilkan solusi yang inovatif dan berkelanjutan (Rachmadhani & Manafe, 2023; Wilke, 2022).

Kepemimpinan kolaboratif menjadi esensial dalam konteks industri asuransi untuk mencapai target yang diinginkan. Dalam dunia asuransi, berbagai bidang seperti hukum (legal) dan keuangan memiliki peran yang krusial, dan tanpa kolaborasi yang kuat, potensi untuk mencapai hasil maksimal menjadi terbatas. Kepemimpinan yang kolaboratif memainkan peran penting dalam merangkul keahlian dan pengalaman yang beragam dari tim yang terlibat. Menghadapi kompleksitas industri asuransi, di mana tantangan finansial, hukum, dan regulasi saling terkait, diperlukan pendekatan yang memfasilitasi interaksi antarbidang. Mengintegrasikan solusi terbaik dari setiap bidang, seperti keahlian hukum untuk mengelola regulasi dan kebijakan, bersama dengan pemahaman finansial untuk mengelola risiko, memastikan bahwa perusahaan dapat merespons secara holistik terhadap tuntutan pasar.

Penting untuk diakui bahwa pendekatan sentralistik yang memaksakan satu komando seringkali tidak efektif dalam konteks ini. Setiap bidang memiliki keahlian khususnya, dan keinginan untuk diakui sebagai entitas independen harus dihargai. Dalam hal ini, kepemimpinan kolaboratif menciptakan ruang untuk beragam perspektif dan pendekatan, memungkinkan setiap bagian dari tim untuk memberikan kontribusi terbaiknya sesuai dengan keahlian masing-masing. Diperlukan komunikasi yang baik agar setiap bidang dapat membangun pemahaman yang mendalam tentang tantangan dan tujuan bersama, menciptakan sinergi di antara kepentingan individu dan keberhasilan organisasi secara keseluruhan.

Dengan demikian, kepemimpinan kolaboratif di dalam perusahaan asuransi bukan hanya sekadar menghindari miskomunikasi dan koordinasi yang kurang efektif. Lebih jauh, ini menciptakan lingkungan di mana setiap elemen tim dihargai, memberikan kontribusi maksimal sesuai dengan keahlian mereka, dan bersama-sama mencapai tujuan perusahaan. Pemimpin yang memahami nilai dan keunikan setiap bidang, serta mampu merangkul keragaman tersebut, akan membuka pintu untuk inovasi, ketangkasan, dan daya saing yang lebih baik di pasar asuransi yang dinamis.

Pentingnya mempertahankan keberlanjutan pasar perusahaan asuransi terletak pada penerapan prinsip rasio dan koordinasi yang efektif di antara berbagai pihak terkait. Prinsip rasio, seperti keuangan dan efisiensi operasional, menjadi fondasi yang penting

untuk menjaga stabilitas dan kredibilitas perusahaan asuransi. Dalam hal ini, koordinasi yang baik antar departemen seperti hukum dan keuangan sangat krusial untuk mencapai tujuan bersama. Melalui komunikasi yang terbuka dan sinergi antarbidang, perusahaan asuransi dapat menciptakan lingkungan di mana setiap pihak merasa puas dengan hasil yang dicapai.

Kesuksesan dalam mempertahankan pasar juga bergantung pada kemampuan perusahaan asuransi untuk menangani kekecewaan yang mungkin terjadi. Pemajuan itikad baik untuk membela kepentingan konsumen merupakan langkah kritis dalam membangun kepercayaan dan menjaga reputasi perusahaan. Selain itu, sistem kolaborasi yang dapat dipercaya merupakan aspek penting yang dapat mengatasi potensi kekecewaan dan ketidaksepakatan. Dengan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki tim yang kompak dan berprinsip pada penyelesaian masalah, perusahaan asuransi dapat memperlihatkan kematangan dalam menghadapi tantangan dan memastikan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, menjaga integritas prinsip rasio, koordinasi efektif, dan respons yang proaktif terhadap kekecewaan merupakan langkah-langkah kunci yang akan memperkuat posisi perusahaan asuransi di pasar.

KESIMPULAN

Penelitian ini menggambarkan kompleksitas tantangan dalam industri asuransi, di mana persaingan ketat, ketidakpatuhan terhadap janji dan harapan, serta pengaturan yang kurang baik dapat merusak citra dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan asuransi. Dalam upaya memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membatalkan polis asuransi dan tidak memperpanjang polis asuransi, penelitian ini berfokus pada lima indikator kualitas: kualitas produk, kualitas layanan, kualitas proses, dan kualitas lingkungan kerja, dengan menggunakan kerangka teori kepemimpinan kolaboratif. Skala Likert digunakan untuk menilai persepsi pengguna asuransi terhadap faktor-faktor tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa permasalahan teknis di perusahaan memiliki dampak signifikan terhadap keputusan konsumen untuk melanjutkan polis asuransinya. Implikasinya adalah bahwa untuk mempertahankan pasar, perusahaan asuransi perlu memprioritaskan perbaikan aspek teknisnya. Selain itu, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya kepemimpinan kolaboratif dalam meningkatkan kualitas produk, layanan, proses, dan lingkungan kerja di perusahaan asuransi. Kepemimpinan yang mendorong kerjasama dan partisipasi antar departemen dapat menjadi kunci untuk mengatasi permasalahan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam konteks ini, perusahaan asuransi dapat mengambil langkah-langkah proaktif untuk memperbaiki masalah teknis, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta menciptakan lingkungan kerja yang positif. Dengan demikian, mereka dapat memperkuat citra merek mereka dan mempertahankan kepercayaan konsumen. Kesimpulannya, menjaga pasar asuransi memerlukan kombinasi strategi perbaikan teknis dan kepemimpinan kolaboratif guna memastikan kepuasan konsumen dan reputasi yang

kuat di mata masyarakat dan mengembalikan kepercayaan nasabah bukanlah hal yang sangat kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, V. I., Fernanda, T. S., & Sokhibi, A. (2023). *Analisis Kepuasan Nasabah Pada Perusahaan Asuransi Untuk Meningkatkan Loyalitas Menggunakan Metode Servqual, CSI, DAN QFD (Studi Kasus: KPM. Pruforce One Juwana)*. Retrieved from simetris: <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/simet/article/view/9673/pdf>
- Chase, R. B., & Aquilano, N. J. (1995). *Production and Operations Management: Manufacturing and Services*. Irwin.
- Darmawi, H. (2022). *Manajemen risiko*. Bumi Aksara.
- Fatimah, S. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Premi Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) Terhadap Keputusan Pembelian Polis di PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro*. Retrieved from repository.narotama. <http://repository.narotama.ac.id/1842/>
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1976). Motivation through the Design of Work: Test of a Theory. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16(2), 250-279.
- Hasrina, Y. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Asuransi Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat di PT. Jasa Raharja KPJR Pangkalan Balai*. Retrieved from neliti.com. <https://media.neliti.com/media/publications/283923-pengaruh-kualitas-pelayanan-jasa-asurans-db18f96f.pdf>
- Hermawati, A. (2023). Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 14–28.
- Iriana, N., & Nasution, Y. N. (2020). Penentuan Cadangan Premi Asuransi Jiwa Seumur Hidup Menggunakan Metode Zillmer. *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi*, 16(2), 219–225.
- Jayadiningrat, A., Octaviano, B. W., Suryanti, N., & Yuanitasari, D. (2024). Analisis Hukum Mengenai Pertanggungjawaban Korporasi Dalam Kasus Tindak Pidana Oleh PT Asuransi Jiwasraya. *Jaksa: Jurnal Kajian Ilmu Hukum Dan Politik*, 2(2), 80–92.
- Koba, A. (2010). *PERILAKU KONSUMEN*. Retrieved from journal-uajy: <https://e-journal.uajy.ac.id/1731/3/2EM15908.pdf>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Marcella, I., Haris, P. A., Fawzia, P. Z., & Gultom, R. R. L. (2022). Determinasi Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 286–300.

- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Nasution, N. H., & Nanda, S. T. (2020). Pengaruh Pendapatan Premi, Hasil Underwriting, Hasil Investasi dan Risk Based Capital Terhadap Laba Perusahaan Asuransi Umum Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 41-55.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Purnama, T. A., & Gultom, E. R. (2022). Legal Protection And Legal Responsibility of Unit Link Life Insurance Agreements. *UNES Law Review*, 5(2), 410-420.
- Rachmadhani, S., & Manafe, L. A. (2023). Analisis Gaya Kepemimpinan Demokratis. *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development (DEMANd)*, 5(1), 82-98.
- Riadi, M. (2020). *Kualitas Produk (Pengertian, Manfaat, Dimensi, Perspektif dan Tingkatan)*. Retrieved from [kajianpustaka.com](https://www.kajianpustaka.com/2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html).
- Rismayuda, Y. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK POLIS, WAKAF DAN INVESTASI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*. Retrieved from repository.radenintan.ac.id/23768/1/Awal%20-%20BAB%20II%20dan%20Daftar%20Pustaka.pdf
- Rofikah, W., & Septiarini, D. F. (2020). Implementasi Manajemen Risiko Underwriting Pada PT Asuransi Jasindo Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(5), 901-910.
- Sari, A. N., & Iqbal, M. (2017, September). *Pengaruh Budaya Perusahaan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*. Retrieved from [neliti.com](https://media.neliti.com/media/publications/187927-ID-pngaruh-budaya-prusahaan-dan-lingkungan.pdf).
- Sugianti, I. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Yang Mengajukan Klaim (Pada PT Prudential Life Assurance Cilegon)*.
- Suri, B. B. (2023). Analisis Tanggung Jawab Penanggung Terhadap Asuransi Jiwa Kredit. *Juris and Society: Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 94-100.
- Tolla, D. G. J., & Widyastuti, E. (2020). Welfare State Untuk Membatasi Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Perjanjian. *Sultra Research of Law*, 2(1), 18-27.
- Wilke, G. (2022). *Book Review: Leadership, Psychoanalysis, and Society*. SAGE Publications Sage UK: London, England.

<https://doi.org/xxxxxx>

Yurianto, A. O., & Dewi, R. S. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nasabah Asuransi Unit Link PT. Prudential Life Assurance Semarang)*.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/19/perusahaan-asuransi-jiwa-ri-investasi-rp149-triliun-di-pasar-saham>

Kronologi Kasus Jiwasraya, Gagal Bayar Hingga Dugaan Korupsi. (n.d.). Retrieved January 9, 2024, from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200108111414-78-463406/kronologi-kasus-jiwasraya-gagal-bayar-hingga-dugaan-korupsi>

OJK Ungkap Penyebab Banyak Agen Unit Link Bermasalah. (n.d.). Retrieved January 9, 2024, from <https://www.cnbcindonesia.com/mymoney/20220125202819-72-310430/ojk-ungkap-penyebab-banyak-agen-unit-link-bermasalah>

Otoritas Jasa Keuangan Indonesia/Indonesia Financial Services Authority. (n.d.). Retrieved January 9, 2024, from www.ojk.go.id.

Perusahaan Asuransi Jiwa RI Investasi Rp149 Triliun di Pasar Saham. (n.d.). Retrieved January 9, 2024, from