

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Transformasi digital berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif perusahaan asuransi di Indonesia. Artinya, transformasi digital membuat perusahaan asuransi lebih efisien, cepat, dan responsif sehingga mampu unggul dibandingkan pesaingnya.
2. Inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif perusahaan asuransi di Indonesia. Artinya, inovasi produk memungkinkan perusahaan menghadirkan layanan baru yang sesuai kebutuhan masyarakat, sehingga menciptakan keunggulan yang sulit ditiru oleh pesaing.
3. Kualitas layanan klaim digital berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif perusahaan asuransi di Indonesia. Artinya, kualitas layanan klaim digital yang mudah dan cepat meningkatkan kepercayaan nasabah, yang pada akhirnya memperkuat daya saing perusahaan.
4. Inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan asuransi di Indonesia. Artinya, inovasi produk mendorong peningkatan penjualan dan jumlah nasabah, sehingga berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

5. Inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan asuransi di Indonesia. Artinya, semakin tinggi inovasi produk yang dilakukan, semakin baik pula kinerja perusahaan karena mampu membuka peluang pasar baru dan meningkatkan pendapatan.
6. Kualitas layanan klaim digital berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan asuransi di Indonesia. Artinya, kualitas layanan klaim digital yang baik membuat pelanggan lebih puas dan loyal, sehingga berdampak positif pada kinerja perusahaan.
7. Keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan asuransi di Indonesia. Artinya, perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif akan lebih mudah meningkatkan kinerja dan mempertahankan keberlanjutan usahanya.

## 5.2. Implikasi Penelitian

Penelitian ini memberikan sejumlah implikasi yang penting untuk dikemukakan, sebagai berikut:

1. Perusahaan asuransi umum di Indonesia perlu mengelola keunggulan kompetitif secara berkelanjutan melalui inovasi layanan, seperti klaim daring, aplikasi mobile, serta produk yang sesuai segmen pasar seperti asuransi mikro dan syariah. Langkah ini sejalan dengan teori *Resource Based View (RBV)* yang menekankan pentingnya pemanfaatan sumber daya berwujud maupun tidak berwujud untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Teknologi digital, reputasi, kepercayaan pelanggan, serta kemampuan analisis data merupakan sumber daya strategis yang

bersifat VRIN (*Valuable, Rare, Inimitable, Non-substitutable*), sehingga sulit ditiru pesaing. Dengan mengoptimalkan sumber daya tersebut, perusahaan tidak hanya meningkatkan kinerja dan loyalitas pelanggan, tetapi juga mampu mempertahankan daya saing dalam industri yang semakin kompetitif.

2. Transformasi digital pada perusahaan asuransi umum di Indonesia dapat dipertahankan melalui investasi berkelanjutan pada teknologi yang adaptif, penguatan infrastruktur keamanan data, serta peningkatan kapabilitas karyawan melalui pelatihan literasi digital. Hal ini sejalan dengan teori *Resource Based View (RBV)* yang menekankan pentingnya pemanfaatan sumber daya strategis, baik berwujud maupun tidak berwujud, untuk menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Sistem *CRM* berbasis *cloud*, kecerdasan buatan (AI), dan *Business Intelligence Tools* merupakan sumber daya teknologi yang bernilai dan sulit digantikan, sementara keterampilan digital karyawan dan kolaborasi lintas divisi mencerminkan kapabilitas internal yang unik. Jika dikelola dengan baik, kombinasi sumber daya tersebut memenuhi kriteria VRIN (*Valuable, Rare, Inimitable, Non-substitutable*), sehingga perusahaan tidak hanya lebih efisien dalam operasional, tetapi juga mampu menghadirkan inovasi layanan yang memperkuat loyalitas pelanggan dan menjaga daya saing di era digital.
3. Inovasi produk merupakan strategi penting bagi perusahaan asuransi umum di Indonesia untuk menjawab kebutuhan pasar yang dinamis,

misalnya melalui pengembangan asuransi siber, perlindungan kendaraan listrik, atau produk khusus bagi pekerja sektor informal. Hal ini dapat dikaitkan dengan teori *Resource Based View* (RBV), yang menekankan bahwa keunggulan kompetitif berkelanjutan hanya dapat dicapai jika perusahaan mampu mengelola sumber daya dan kapabilitas yang bersifat VRIN (*Valuable, Rare, Inimitable, Non-substitutable*). Inovasi produk dan layanan digital seperti aplikasi untuk pembelian polis, klaim, dan pelacakan status *real-time* mencerminkan kapabilitas teknologi dan kompetensi inovatif yang sulit ditiru pesaing. Sementara itu, fleksibilitas premi dan integrasi dengan layanan lain memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya relasional dengan pelanggan. Dengan mengoptimalkan kombinasi tersebut, perusahaan tidak hanya memperkuat daya saing di industri asuransi, tetapi juga mampu membangun loyalitas jangka panjang melalui nilai tambah yang unik dan relevan bagi nasabah.

4. Peningkatan kualitas layanan klaim digital merupakan strategi penting bagi perusahaan asuransi umum di Indonesia untuk menjaga kepuasan pelanggan sekaligus efisiensi operasional. Hal ini sejalan dengan teori *Resource Based View* (RBV), yang menekankan bahwa keunggulan kompetitif dapat tercapai melalui pengelolaan sumber daya yang bernilai dan sulit ditiru. Sistem klaim digital yang responsif, fitur pelacakan status *real-time*, penggunaan teknologi *OCR*, serta *chatbot* berbasis AI merupakan kapabilitas teknologi yang memberikan nilai

tambah signifikan dan memenuhi kriteria VRIN (*Valuable, Rare, Inimitable, Non-substitutable*). Sementara itu, peningkatan keamanan data dalam proses klaim digital memperlihatkan pengelolaan sumber daya informasi yang kritis bagi kepercayaan pelanggan. Dengan mengoptimalkan kombinasi kapabilitas ini, perusahaan tidak hanya mampu membangun citra profesional dan memperkuat loyalitas nasabah, tetapi juga menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan di tengah persaingan industri asuransi yang semakin digital.

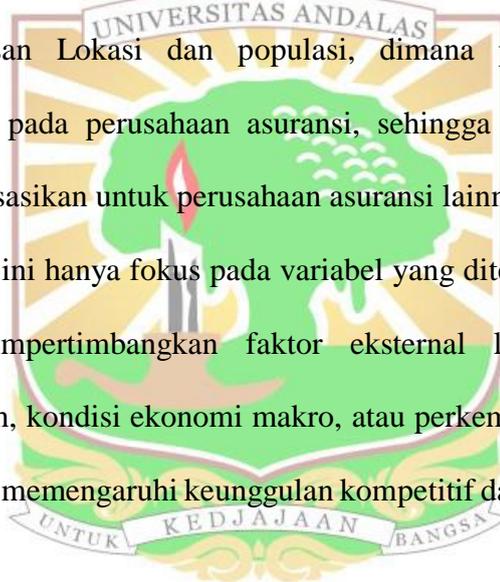
5. Konsistensi dalam penyediaan produk yang relevan dengan kebutuhan pelanggan menjadi salah satu strategi utama bagi perusahaan asuransi umum di Indonesia untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Hal ini selaras dengan *teori Resource Based View (RBV)*, yang menekankan bahwa keunggulan berkelanjutan dapat tercapai apabila perusahaan mampu mengelola sumber daya dan kapabilitas yang VRIN (*Valuable, Rare, Inimitable, Non-substitutable*). Kemampuan perusahaan dalam memberikan penawaran produk tepat sasaran, menjaga kualitas layanan, serta merespons cepat masukan pelanggan mencerminkan kapabilitas organisasi yang bernilai dan sulit ditiru pesaing. Pembentukan unit khusus pengembangan produk yang berkolaborasi dengan layanan pelanggan menunjukkan pemanfaatan sumber daya pengetahuan dan relasional, sehingga inovasi produk dapat dilakukan lebih adaptif dan relevan dengan kebutuhan pasar. Dengan demikian, perusahaan tidak

hanya mempertahankan daya saing, tetapi juga memperkuat posisinya di industri asuransi yang semakin dinamis.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini masih memiliki sejumlah keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, di masa mendatang diharapkan dapat dikembangkan lebih lanjut oleh peneliti berikutnya. Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang dapat memengaruhi hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan Lokasi dan populasi, dimana penelitian ini hanya dilakukan pada perusahaan asuransi, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan untuk perusahaan asuransi lainnya di Indonesia.
2. Penelitian ini hanya fokus pada variabel yang ditetapkan dalam model, tanpa mempertimbangkan faktor eksternal lain seperti regulasi pemerintah, kondisi ekonomi makro, atau perkembangan pesaing yang juga dapat memengaruhi keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan.



### **5.4. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan, beberapa saran yang membangun untuk penelitian ini dan berikutnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan tidak hanya dominan pada satu perusahaan asuransi saja, tetapi juga dilakukan di perusahaan asuransi lainnya. Ini dilakukan supaya hasil penelitian ini bisa berlaku lebih luas dan bisa membandingkan kinerja perusahaan asuransi satu dengan yang lainnya.

2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan faktor eksternal seperti regulasi pemerintah, kondisi ekonomi makro, dan perkembangan pesaing, yang berpotensi memberikan pengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan, guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan mencerminkan dinamika industri secara nyata.

