

	JURNAL SYAR'INSURANCE (SIJAS)	
	Vol. 7 No. 1 Januari - Juni	ISSN: 2460-5484

Analisis Pialang Asuransi Dan Reasuransi Dalam Perkembangan Digitalisasi Di Tengah Persaingan Teknologi

¹Endah Robiatul Adawiyah, Moh Sundus², Wahrudin³, M. Fadli Adzim⁴

^{1,2,3} Department of Islamic Economic, Faculty of Economic and Business
Darussalam Kunir College Of Islamic Studies

Article History:

Diterima Redaksi: 22 – 10 - 2022

Selesai Revisi: 10 – 11 - 2022

Published: 31 – 12 - 2022

Keywords:

Pialang Asuransi dan Reasuransi,
Persaingan Teknologi Digital

*Corresponding Author:

endahrobiatuladawiyah@gmail.com

sundusalatih@gmail.com

wahrudin.arc@gmail.com

muhamad.fadli@uinbanten.ac.id

Abstract: An insurance broker is an insurance company supporting company that has a role as a consulting service or intermediary that complements insurance or Sharia insurance and processes claims by acting on behalf of policyholders, insured, or participants, while the Reinsurance Brokers play a role for the benefit of insurance companies. The progress in economic digitalization encourages the insurance brokerage industry to adapt with the insurance companies to compete and develop innovations in the digital era. This study aims to determine the analysis of insurance and reinsurance brokers in the development of digitalization in the midst of technological competition by taking samples at PT. PAIB Indonesia. This type of research is a field case study research with a descriptive qualitative approach. Data collection was done by interview, observation, and documentation. Primary data sources in this study came from interviews with Mr. Dandi Yudhistira B.Comm., Anziif (Snr Assoc) CIP as director at PT. PAIB Indonesia. In addition, the primary data in this study came from secondary data in this study came from books, several journals, the company's official website, and other digital media. Based on the results of an analysis that has been done, it is known that the insurance brokerage company PT. PAIB Indonesia in the face of current digital developments, the company always tries to provide opportunities for its employees to provide the regular training which relevant with APPARI and will be applied in the company in its operations. In facing the current digital development, PT. PAIB Indonesia does not waste opportunities in the use of technology, companies utilize technology by providing internet services to the public through digital platforms.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi adalah suatu hal yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Memberikan banyak

kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas manusia. Khusus dalam bidang teknologi masyarakat sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini. Namun demikian, walaupun pada awalnya diciptakan untuk menghasilkan manfaat

positif, di sisi lain juga juga memungkinkan digunakan untuk hal negatif dari kemajuan teknologi dalam kehidupan manusia. Teknologi yang berkembang pesat, baik teknologi informasi, komunikasi, maupun transportasi. Sehingga orang dapat berhubungan melewati batas-batas negara. Lebih lanjut dampak positif teknologi informasi dan komunikasi di bidang ekonomi adalah, Pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi terjadinya industrialisasi dan produktifitas dunia industri semakin meningkat.

Digitalisasi telah menjadi mobilitas pertumbuhan sebagian besar bisnis ekonomi pada beberapa tahun terakhir, digitalisasi menawarkan akurasi dan kecepatan akses pasar yang lebih luas sehingga menjadi prioritas konsumen di masyarakat. Selain itu digitalisasi juga sangat besar manfaat nya bisa menahan dampak kerusakan perekonomian yang terjadi sekarang ini dimasa pandemi Covid-19, dengan adanya digitilaisasi sebagian besar kegiatan masyarakat dalam menjalankan perekonomiannya yang serba terbatas bisa terus berjalan dengan adanya digitalisasi, masyarakat bisa menjalankan aktivitasnya melalui media digital atau online.

Sebagai langkah pertama percepatan transformasi ekonomi digital nasional, Perubahan dan inovasi model bisnis, serta adanya penggunaan teknologi baru merupakan salah satu potensi yang dimiliki oleh beberapa sektor sehingga dapat berkembang seiring dengan perkembangan ekonomi digital di Indonesia.

Transformasi digital dilakukan dengan fokus pada beberapa sektor yang ada di Indonesia, yakni sektor pendidikan digital, sektor perdagangan digital, pariwisata dan tranformasi digital, media hiburan digital, pertanian dan perikanan digital, serta jasa keuangan digital.²

Salah satu sektor transformasi digital yang paling banyak digunakan adalah

teknologi keuangan digital, Munculnya beragam aplikasi digital sebagai alat pembayaran merupakan salah satu bukti yang menunjukkan perkembangan sektor nansial di era ekonomi digital ini. Tidak hanya sistem pembayaran, aplikasi-aplikasi digital yang berkaitan dengan sistem pembiayaan pun mulai banyak dikembangkan dan digunakan oleh masyarakat. Tidak heran, saat ini, topik terkait nansial technology atau sering disebut sebagai ntech menjadi salah satu topik yang sering dibahas oleh para pelaku ekonomi digital.

Di masa depan, dampak perkembangan teknologi di dunia bisnis akan semakin penting. Tanda-tanda telah menunjukan bahwa akan segera muncul teknologi bisnis yang memungkinkan konsumen secara individual melakukan kontak langsung dengan perusahaan sehingga pelayanan dapat dilaksanakan secara langsung dan secara individu dapat dipenuhi, dan yang lebih penting konsumen tidak perlu lagi mendatangi perusahaan.

Persaingan dalam dunia bisnis menuntut pekerja untuk selalu menambah skill dan pengetahuan yang dimiliki. Kecenderungan perkembangan teknologi dan ekonomi, akan berdampak pada penyerapan tenaga kerja dan kualifikasi tenaga kerja yang diperlukan. Kualifikasi tenaga kerja dan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan akan mengalami perubahan yang cepat. Akibatnya, pendidikan yang diperlukan adalah pendidikan yang menghasilkan tenaga kerja yang mampu mentransformasikan pengetahuan dan skill sesuai dengan tuntutan kebutuhan tenaga kerja yang berubah tersebut.

Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi digital saat ini dapat merubah cara berbisnis suatu industri. Era digital sudah merambah industri perasuransian dan pialang asuransi. Para pelaku di industri pun terus meningkatkan sistem digital di perusahaannya. Menurut Ian Ramelan,

“Digitalisasi itu tidak murah dan perlu pembiayaan yang terus menerus, yang sudah pasti hasil pendapatan cukup lumayan. Di samping itu pada saat pandemi Covid-19 ini daya saing marketing digital makin ketat. Memang awal-awal digitalisasi perlu promosi di mana-mana atau istilahnya ‘bakar uang’, tapi saat ini sudah menurun dan yang penting punya strategi yang tepat”³

Perkembangan digital juga terjadi di dunia asuransi. Dalam asuransi, digitalisasi sudah berkembang cukup maju, bisa disebut juga dengan InsurTech, InsurTech merupakan industri asuransi melalui inovasi teknologi digital, penyelenggara InsurTech terdiri dari lembaga jasa keuangan dan atau pihak lain yang melakukan kegiatan di sektor jasa keuangan, berbentuk badan hukum berupa perseroan terbatas atau koperasi.

Saat ini, terdapat banyak jenis bisnis InsurTech yang berkembang mulai dari manajemen asuransi hingga pemasaran, penjualan, dan pengelolaan data. Berikut beberapa contoh bentuk penyelenggaraan InsurTech diantaranya InsurTech Aggregator/ Marketplace Tertanggung dapat membandingkan harga, ketentuan, kebijakan dari berbagai produk dan layanan perusahaan asuransi. InsurTech Intermediaries - Brokers/Agents Menjalankan bisnis (aktif) bertindak untuk para pihak dalam memberikan saran dalam memilih asuransi sesuai kebutuhan tertanggung dan mengatur transaksi asuransi. The Full Stack InsurTech Memberikan pelayanan dan pengalaman unik kepada pelanggannya mulai dari promosi produk, penjualan, analisis risiko, pelayanan transaksi pembayaran langsung premi maupun klaim.

Transformasi digital yang terjadi begitu pesat di bidang asuransi serta tingginya tingkat persaingan pasar, menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan pialang asuransi dan reasuransi. Sebagai perusahaan yang

bekerja sama dengan asuransi tentu industri ini harus mulai melakukan transformasi menuju era digital, karena mulai saat ini banyak perusahaan asuransi yang sudah merambah ke dunia digital agar tidak tertinggal dari industri lain.

Demi meningkatkan kualitas layanan digital di perusahaan pialang asuransi butuh persiapan digitalisasi dalam sebuah perusahaan adalah sumber daya manusia yang handal dan investasi permodalan keuangan harus cukup besar untuk menopang perusahaan menuju persaingan yang lebih canggih.

Agar perusahaan dapat berjalan ditengah era persaingan digital, maka dibutuhkan strategi bersaing yang tepat pula, strategi bersaing merupakan cara untuk mencari posisi yang kompetitif dalam merencanakan dan penentuan operasi-operasi bisnis, menggerakkan sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual pada pencapaian perusahaan. Dalam menyusun strategi perusahaan dapat melihat dari beberapa aspek yaitu Strategi kepemimpinan mencakup biaya atau pengaturan dengan biaya penuh, strategi diferensiasi mencakup ciri produk yang penawaran nilai-nilai yang dicari konsumen, strategi fokus mencakup penentuan segmentasi pasar yang lebih kecil.

PT. PAIB Indonesia merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang pialang asuransi sebagai perusahaan penunjang bagi perusahaan asuransi, perusahaan pialang asuransi pun harus mampu menyesuaikan diri dengan bisnis digital terlebih sudah banyak perusahaan asuransi yang mulai merambah ke bisnis digital dan bisnis digital merupakan kesempatan bagi perusahaan pialang asuransi untuk lebih menunjukkan jati diri di mata masyarakat.

Oleh karena itu, untuk membangun suatu layanan secara digital serta menghasilkan solusi bisnis bagi PT. PAIB

Indonesia diperlukan suatu perencanaan strategi persaingan digital.

LANDASAN TEORI

Pialang Asuransi dan Pialang Reasuransi

Pialang Asuransi (Insurance Broker) adalah layanan konsultasi atau perantara yang melengkapi asuransi atau asuransi syariah dan memproses klaim dengan bertindak atas nama pemegang polis, tertanggung atau peserta. Sedangkan pialang reasuransi adalah perusahaan yang memberikan jasa keperantaraan dalam penempatan reasuransi dan penanganan penyelesaian ganti rugi reasuransi dengan bertindak untuk kepentingan perusahaan asuransi.

Pialang asuransi didirikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan lembaga yang dapat membantu dalam pembelian produk asuransi dan membantu penyelesaian klaim ketika tertanggung sangat tidak memahami kondisi dan persyaratan polis asuransi. Sedangkan pialang reasuransi didirikan untuk memberikan pelayanan kepada perusahaan Asuransi Menurut Mulyadi dalam bukunya "Asuransi dan Usaha Asuransi di Indonesia", pialang asuransi adalah organisasi selain perusahaan asuransi dan berfungsi sebagai organisasi saluran distribusi. Pialang asuransi mewakili kepentingan calon tertanggung untuk mendapatkan perusahaan asuransi yang dianggap andal dan dapat menawarkan persyaratan pembelian/asuransi yang lebih baik. Kondisi yang biasanya dibuat oleh pialang asuransi terhadap perusahaan asuransi.¹²

Sedangkan pialang reasuransi adalah usaha jasa konsultan dan keperantaraan dalam penempatan reasuransi atau penempatan reasuransi syariah serta penanganan penyelesaian klaimnya dengan bertindak untuk dan atas nama perusahaan asuransi, perusahaan asuransi syariah, perusahaan penjaminan, perusahaan penjaminan syariah,

perusahaan reasuransi atau reasuransi syariah yang melakukan penempatan reasuransi atau reasuransi syariah.

Menurut A.J Marianto yang dikutip dari Robert I Mehr dan Emmerson dalam bukunya *Principal Of Insurance*, Reasuransi adalah asuransi dari asuransi atau asuransi. Jika perusahaan asuransi menerima pertanggungan untuk properti atau area, ia dapat mengasuransikan kembali kelebihan jumlah yang dimilikinya.¹³

Menurut Drs Safri dalam Kamus Praktisi Asuransi, perantara reasuransi memberikan jasa perantara untuk kepentingan perusahaan asuransi dalam mengatur reasuransi dan memproses penyelesaian klaim asuransi.¹⁴

Strategi Bersaing

Secara etimologi, "strategi" berasal dari bahasa Yunani, yang strategi terdiri dari dua kata yaitu Stratos yang berarti militer dan ego yang berarti pemimpin, strategi diartikan sebagai pemimpin militer. Dalam bahasa Inggris, kata "strategis" berasal dari kata "strategy", yang berarti keterampilan ilmiah untuk merancang dan melaksanakan proyek militer skala besar. Strategi dapat didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan simultan dengan perencanaan, pemikiran proses, arah tertentu dan kinerja organisasi²⁵

Istilah strategi mencakup berbagai proses manajemen yang mendefinisikan misi dan tujuan organisasi berdasarkan keberadaannya di lingkungan eksternal dan internal kinerja perusahaan. Strategi dapat dikatakan sebagai suatu bentuk tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk dapat mengungguli persaingan, perusahaan senantiasa mengembangkan strategi untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat di masa mendatang. Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rencana yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi atau bisnis strategis perusahaan.

Menurut Syarifudin (1999), manajemen strategis adalah proses perencanaan, tindakan dan evaluasi. Strategi harus didasarkan pada teori fit. Secara khusus, Syarifudin membuat hipotesis prediksi bahwa di masa depan atau sepuluh hingga beberapa dekade dari sekarang, semuanya akan berubah secara mendasar. Perubahan mendasar telah mengubah paradigma model manajemen secara keseluruhan, apakah itu peran orang atau karakteristik seluruh organisasi, itu akan mempengaruhi model manajemen strategis secara keseluruhan atau sebagian dari pengendalian organisasi, produksi dan pemasaran.

Menurut Umar (2003: 31), Strategi didefinisikan sebagai proses mengidentifikasi rencana pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi sambil mempersiapkan pendekatan atau cara mencapai tujuan tersebut. Strategi adalah model dasar dimana tujuan saat ini dan yang direncanakan, arah sumber daya, dan organisasi berinteraksi dengan pasar kompetitif dan faktor lingkungan lainnya. Definisi tersebut menyatakan bahwa strategi harus menyatakan tujuan yang harus dicapai, fokus pasar industri dan produk, dan bagaimana sumber daya atau kegiatan mana yang akan dialokasikan ke setiap pasar produk untuk mengatasi peluang dan tantangan lingkungan untuk mencapai keunggulan kompetitif, (Walker dan Larreche, 200:28)

Menurut Chandler, Strategi adalah penetapan tujuan dan sarana jangka panjang dari tindakan perusahaan dan alokasi sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Kuncoro, 2008: 1). Pernyataan strategis secara eksplisit merupakan aspek penting dari sukses dengan lingkungan bisnis yang selalu berubah. Strategi juga memberikan kesatuan arah bagi seluruh anggota organisasi, jika konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang dibuat tidak dapat

begitu jelas dan keputusan lainnya diabaikan.²⁶

Macam-Macam Strategi

Keunggulan bersaing dapat diciptakan dengan menjalankan beberapa strategi generic yang berdasarkan pada biaya dan diferensiasi yang pertama yaitu a. Strategi kepemimpinan biaya atau manajemen biaya total Strategi kepemimpinan biaya adalah strategi yang digunakan oleh suatu organisasi ketika ingin menjadi pemimpin pasar biaya rendah dengan basis pelanggan yang luas, biasanya di sini adalah total biaya produksi daripada fokus harga dalam strategi perusahaan tentang bagaimana perusahaan mampu membelinya Perusahaan yang memproduksi barang dan jasa dengan biaya rendah mampu menciptakan biaya produksi yang rendah Perusahaan tentu dapat menjual produknya dengan harga yang lebih rendah dari pesaingnya, tetapi tetap menghasilkan keuntungan bagi perusahaan yang tidak takut mengancam mereka pesaing untuk menurunkan harga.

Ekonomi Digital

Ekonomi digital tercipta oleh para pelaku usaha yang menggunakan informasi digital dan internet untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, memperbesar jangkauan pasar, dan mengurangi biaya operasional²⁹

Ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh Tapscott (Tapscott, 1997). Dia percaya bahwa ekonomi digital adalah fenomena sosial yang mempengaruhi sistem ekonomi, dan fenomena ini memiliki karakteristik sebagai ruang yang cerdas, termasuk informasi, perolehan berbagai alat informasi, kapasitas informasi, dan pemrosesan informasi. Komponen pertama yang diidentifikasi dari ekonomi digital adalah industri TIK, aktivitas e-commerce, distribusi barang dan jasa secara digital.

Sementara itu, menurut Zimmerman (2000), konsep ekonomi digital merupakan salah satu yang sering digunakan untuk

menjelaskan dampak global terhadap pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, yang berdampak pada kondisi sosial ekonomi. Konsep ini menjadi pandangan interaksi antara perkembangan inovatif dan kemajuan teknologi, dengan implikasi makro dan mikro ekonomi. Sektor yang terkena dampak termasuk barang dan jasa, produksi, penjualan, atau pasokannya bergantung pada sejauh mana teknologi digital dapat dicapai.

Ekonomi digital lahir dan berkembang dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yang juga semakin mengglobal di seluruh dunia. Dale (2016) berpendapat bahwa sejarah ekonomi dunia telah mengalami empat era dalam kehidupan manusia, yaitu era masyarakat agraris, era permesinan setelah revolusi industri, era perburuan minyak dan era korporasi multinasional. kapitalisme. Empat gelombang ekonomi pertama semuanya eksklusif, hanya dapat diakses oleh kelompok elit tertentu. Gelombang ekonomi digital mengamuk, inklusif, dan memiliki peluang yang sama. Fitur ini memiliki konsep kompetisi, yang merupakan semangat industri dan mudah dipromosikan oleh startup yang menghargai kolaborasi dan sinergi. Karena itu ekonomi digital merupakan 'sharing economy' yang mengangkat banyak usaha kecil dan menengah untuk memasuki bisnis dunia.

Dalam ekonomi digital, perusahaan menyediakan layanan berdasarkan persyaratan khusus atau penawaran khusus, dan produk telah dicirikan sebagai individu dan penawaran pribadi atau pribadi (Bloch et al., 2006). Agar ekonomi digital dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan pelaku bisnis, diperlukan kerangka regulasi yang tepat untuk memungkinkan lingkungan pasar yang kompetitif dan seimbang untuk mengembangkan produk dan ide-ide inovatif. Ekonomi digital ditandai dengan perdagangan global, memotong banyak

rantai perantara. Diharapkan tidak ada entry barrier untuk memberikan keleluasaan bagi partisipasi pasar. 30

Dalam menciptakan kerangka perlindungan yang lebih baik bagi konsumen, kepentingan dan kemampuan pelaku usaha perlu seimbang, khususnya bagi UKM. Jika regulasi tidak seimbang, maka akan menyebabkan tingkat turnover yang tinggi dari entitas komersial, yang akan mengecualikan entitas komersial yang gagal dalam persaingan dari peredaran. Ini juga mempengaruhi kebebasan memilih konsumen. Oleh karena itu, hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha harus seimbang dari kedua belah pihak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dimana data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari wawancara, observasi dan studi literatur yang dilakukan pada PT. PAIB Indonesia. Selanjutnya data hasil wawancara yang digunakan untuk melakukan analisis pada penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan wawancara dengan Bapak Dandi Yudhistira B.Comm., ANZIIF (Snr Assoc) CIP selaku Direktur Perusahaan Pada tanggal 25 Mei 2022 dan observasi terhadap teknologi digital pada perusahaan PT. PAIB Indonesia berupa website Rumahpolis.com, Peneliti mendapatkan beberapa informasi sebagai berikut:

1. Latar Belakang Perusahaan Pialang Asuransi Menggunakan Teknologi Digital

a. Adanya Tuntutan Perkembangan Zaman

Ekonomi digital dan persaingan global adalah pemanfaatan teknologi yang merubah khayalan dan impian manusia menjadi sebuah inovasi dengan menghasilkan banyak ragam

dan sistem operasi produk barang dan jasa yang kompleks, maka hal tersebut akan meningkatkan globalisasi dan kemajuan teknologi. Munculnya teknologi, biaya komunikasi dan transportasi akan menurun, logistik dan rantai pasokan global pun lebih efektif. 35

Begitupun pada perusahaan PT PAIB Indonesia perkembangan teknologi yang begitu pesat menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas layanan dalam memenuhi kebutuhan perusahaan dan masyarakat. Narasumber mengatakan bahwa:

“Timbulnya transformasi digital dan persaingan yang lebih ketat maka akan menuntut perusahaan dan para pekerja untuk selalu meningkatkan pengetahuan dan skill mereka miliki dalam menghadapi zaman yang serba digital”³⁶

perkembangan zaman saat ini, karena hanya perusahaan tertentu yang didukung infrastruktur yang memadai, sistem yang efisien dan efektif dan pengendalian manajemen yang baik yang memungkinkan untuk bersaing dan memenangkan persaingan teknologi saat ini, karena itu perusahaan dan para pekerja harus terus melakukan evaluasi desain dan merencanakan ulang sistem yang selama ini telah berjalan untuk dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan ekonomi global dan persaingan digital saat ini. 37

Begitupun pada PT PAIB Indonesia, perusahaan tersebut terus melakukan peningkatan, baik dalam sumber daya manusia maupun fasilitas yang

memadai dalam menunjang operasional perusahaan demi menghadapi perkembangan era digital. Narasumber pun mengatakan bahwa:

“Perusahaan kami tentunya selalu mencoba memberikan kesempatan kepada karyawan kami untuk memberikan pelatihan secara berkala dan relevan dengan apa yang akan diaplikasikan di perusahaan”³⁸

b. Berkembangnya Teknologi pada Bisnis Asuransi

Kemajuan yang terjadi akibat perubahan zaman yang lebih modern membuat banyak industri perusahaan asuransi yang menggunakan teknologi digital dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Penggunaan media teknologi digital dalam pemasaran yang dilakukan yaitu melalui website, platform digital mandiri, maupun kerjasama melalui platform insurtech lain³⁹. Hal tersebut membuktikan bahwa kemunculan teknologi dapat memberikan dampak yang besar bagi industri perusahaan asuransi. Beberapa diantara teknologi yang sudah berkembang di dunia asuransi yaitu dalam bidang analisis data digital, aplikasi ponsel, website resmi, dan teknologi digital lainnya. Sebagai perusahaan penunjang asuransi dan reasuransi, perusahaan pialang pun harus ikut menyesuaikan diri karena banyak aktifitas bisnis pialang yang terlibat juga dengan perusahaan asuransi, seperti pertemuan online, pemasaran produk kerjasama, dan lain sebagainya. Narasumber pun mengatakan bahwa:

“saat ini banyak bermunculan perusahaan-perusahaan asuransi yang menggunakan teknologi, biasanya disebut InsurTech. Bermunculan juga perusahaan pialang asuransi berbasis teknologi dalam melakukan penjualannya. Dimana nasabah bisa membaca hingga membeli produk tersebut bahkan pengajuan klaim atas polis yang dibeli melalui digital, baik berbentuk website maupun berbentuk aplikasi ponsel pintar; Hal tersebut membuktikan bahwa kemunculan teknologi dapat memberikan dampak yang besar bagi industri asuransi dan pialang asuransi.”⁴⁰

c. Kondisi Pandemi Covid-19

Selama masa pandemi Covid-19 berlangsung, Dunia virtual menjadi lebih sibuk dan ramai dari sebelumnya. Hal ini terjadi karena semakin banyaknya masyarakat beralih menggunakan media digital sebagai penyambung kebutuhan demi menggantikan berbagai aktivitas secara langsung. Perubahan yang terjadi pada masyarakat tersebut memberikan dampak pada perkembangan dengan mempercepat transformasinya secara digital⁴¹. Demikian pula perusahaan asuransi semakin antusias dalam menggunakan teknologi untuk menunjang kegiatan bisnisnya. Apalagi kemajuan zaman dan di tengah pandemi Covid-19 seperti sekarang, teknologi menjadi jalan keluar di tengah penurunan aktivitas bisnis setelah diterapkan pembatasan kegiatan fisik. Dengan adanya teknologi informasi, banyak manfaat yang bisa diraih

pelaku industri asuransi, pialang asuransi maupun masyarakat. Teknologi digital memberikan kemudahan dalam mengakses asuransi secara luas melalui platform digital, kemudian proses layanan dan pemasaran produk asuransi secara digital mampu meminimalisasi terjadinya interaksi secara langsung antara tenaga pemasar dan calon konsumen, sehingga dapat meminimalisir potensi risiko penularan Covid-19. Selain itu, kondisi pandemi Covid-19 juga menjadi peluang dalam inovasi menciptakan produk seperti yang dikatakan oleh narasumber bahwa:

“Perusahaan kita pun membuat rancangan mengenai produk itu (covid-19) dan menyarakannya kepada beberapa perusahaan asuransi yang sudah bekerjasama dengan kita.”

d. Meningkatnya Penggunaan Internet
Meningkatnya jumlah badan usaha yang bergerak dalam jasa layanan digital kini mempermudah masyarakat dalam bertransaksi khususnya dimasa pandemi, seiring melonjaknya angka penyebaran kasus pandemi covid-19 pada tahun 2020 hingga 2021 menyebabkan banyak sekali pembatasan-pembatasan masyarakat dalam menjalankan kebutuhan sehari-harinya. Pandemi membawa perubahan cepat dibidang kehidupan salah satunya dalam penggunaan internet yang semakin melonjak penggunaannya.⁴²

Dari meningkatnya perubahan tersebut Yolanda sastra selaku Head of Ads Google Indonesia

mengungkapkan bahwa masyarakat Indonesia sudah mulai dapat beradaptasi dengan hibrid lifestyle hal tersebut terlihat dari beberapa search dengan kenaikan tertinggi selama 2021 dan terdapat 21 juta pengguna baru internet di Indonesia yang sebagian besar berasal dari area non-metro.⁴³

Maraknya penggunaan teknologi di Indonesia mendukung pada perkembangan teknologi internet, salah satu perkembangan yang paling pesat dalam penggunaan internet yaitu pada bidang bisnis digital, dengan internet, pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun untuk menunjang aktivitas bisnisnya. Penggunaan internet dalam bisnis digital selain untuk bertukar informasi secara elektronik kini berkembang sebagai alat aplikasi strategi bisnis seperti : pemasaran, penjualan dan pelayanan.

Tak terkecuali bisnis yang dikembangkan oleh industri pialang asuransi PT. PAIB Indonesia perusahaan tersebut mengambil kesempatan yang positif dari meningkatnya perkembangan internet di Indonesia perusahaan tersebut menjadikan internet sebagai media digital untuk menopang perusahaan dalam meningkatkan operasionalnya untuk itu perusahaan membuat sebuah platform digital seperti rumahpolis.com sebagai media dalam pemasaran.⁴⁴

2. Teknologi Digital yang Sudah Mulai digunakan

Saat ini, seluruh perusahaan pada umumnya sudah mengenal teknologi yang dapat membantu efisiensi aktifitas perusahaan. Seluruh pelaku bisnis sudah mengenal sekecil-kecilnya teknologi computer untuk menunjang penyimpanan data yang sudah lama bergerak di dunia bisnis ini pun sudah menggunakan teknologi berupa komputerisasi operasional data dan penyimpanan. Seperti yang dikatakan oleh narasumber, bahwa:

“Dalam proses operasional kami tentunya sudah menggunakan teknologi digital. Contohnya yaitu kita sudah dapat menyimpan data- data secara digital, sistem keuangan juga sudah menggunakan digital. Dari data-data tersebut banyak yang bisa internal lakukan diantaranya menarik berbagai informasi mengenai data nasabah, data investor, bahkan kita dapat dengan mudah menarik atau melihat siapa saja yang membayar preminya paling rajin atau tepat waktu, semua sudah bisa direkam oleh sistem internal perusahaan kami.”⁴⁵

Selain untuk kepentingan sistem operasional, teknologi kini dapat bergerak ke arah lain yaitu pendistribusian produk serta media promosi yang lebih mudah yaitu dengan teknologi internet yang sudah dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat saat ini.

PT. PAIB Indonesia pun sudah membuat website perusahaan Bernama PAIB.co.id Website ini memuat banyak informasi mengenai perusahaan ini.

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka peneliti dapat melihat bahwa penerapan

strategi bersaing yang diterapkan oleh PT. PAIB Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Strategi Pengelolaan Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan salah satu modal utama yang berperan paling penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Perkembangan zaman yang begitu cepat perusahaan harus selektif dan kompetitif dalam memilih sumberdaya manusia. Pemberdayaan sumberdaya manusia yang dikelola secara teratur dan sistematis akan menghasilkan kualitas sumberdaya manusia yang siap bersaing. Misalnya dalam persaingan digital seperti saat ini, perusahaan harus mampu memastikan agar karyawannya memiliki kemampuan untuk mengoperasikan teknologi-teknologi digital yang berkembang pada saat ini agar tidak mengalami ketertinggalan. Begitupun pada perusahaan PT. PAIB Indonesia, perusahaan tersebut terus melakukan peningkatan, baik dalam sumber daya manusia maupun fasilitas yang memadai dalam menunjang oprasional perusahaan demi menghadapi perkembangan era digital. Narasumber pun mengatakan bahwa: “Perusahaan kami tentunya selalu mencoba memberikn kesempatan kepada karyawan kami untuk memberikan pelatihan secara berkala dan relevan dengan apa yang akan diaplikasikan di perusahaan. Kalau dilihat dari segi pendidikannya, untuk pialang asuransi itu ada Pendidikan yang harus dilakukan lewat sebuah asosiasi Bernama APPARI. Di bidang pialang asuransi, kita terdapat dua asosiasi yang menaungi, yaitu APPARI dan APPARINDO. APPARI itu asosiasi

yang menaungi para pekerja dan karyawan yang bekerja di perusahaan Pialang. Sedangkan APPARINDO adalah asosiasi yang menaungi perusahaan pialang asuransi itu sendiri. Dalam meningkatkan kualitas SDM, Kami pun mendaftarkan karyawan-karyawan kami untuk mengikuti program-program pelatihan di APPARI. Nanti setelah pelatihan itu akn ada gelar tersendiri setelah melaksanakan pelatihan itu. Selain pelatihan wajib, ada juga pelatihan yang kami anggap relevan dengan karyawan kami. Bisa dari banyak sumber, bisa dari perusahaan asuransi untuk memberikan pelatihan mengenai produk tertentu, kita pun bisa mengadakan pelatihan yang lebih jauh lagi, misalnya di London. Mereka pun sering memberikan pelatihan secara gratis. Apalagi sejak pandemic kita mengenal yang Namanya meeting online, webinar, dan lain sebagainya. Pemanfaatan tekologi justru memang sangat membantu sekali dalam pelaksanaan pelatihan tersebut, bahkan bisa lebih luas dan menghemat anggaran juga. Begitupun kita dalam menghadapi persaingan digital ya, kita juga membekali tenaga ahli kita dengan pengetahuan tentang digital agar tidak ketinggalan zaman juga.”⁵⁰

2. Strategi Digital Marketing

Digital marketing merupakan strategi yang banyak diminati oleh kalangan pebisnis saat ini. Banyak keunggulan yang didapatkan dengan menerapkan konsep digital marketing, seperti lebih efisien, tepat sasaran, dan biaya operasional yang terjangkau. Strategi ini rupanya menarik perhatian perusahaan PAIB Indonesia dengan

membuat website khusus dengan konsep seperti marketplace. Menurut pandangan peneliti, konsep seperti ini dapat dikatakan efektif. Mulai dari design yang digunakan terbilang mudah digunakan oleh masyarakat. Terlebih masyarakat masa kini sudah banyak mengenal konsep marketplace dalam membeli sesuatu. Selain itu, penyajian informasi dalam website tersebut pun jelas dan detail. Misalnya dalam penyajian informasi mengenai produk hasil kerjasama perusahaan PAIB dan Perusahaan Asuransi lainnya. Pada informasi ini dijelaskan secara rinci mulai dari deskripsi produk, manfaat yang diberikan, hingga harga produk tersebut.

Ini merupakan sebuah inovasi baru di dunia industri pialang asuransi dan reasuransi. Terlebih lagi, terdapat fitur untuk mem polis asuransi yang dimiliki oleh masyarakat. Inovasi layanan ini dapat menjadi solusi dari permasalahan hukum asuransi yang kerap terjadi di kalangan masyarakat. Layanan ini juga dapat menjadi wadah perlindungan nasabah dari kekhawatiran terjadinya kesulitan dalam menangani klaim. Fitur ini juga menjadi implementasi salah satu tugas.

3. Langkah-langkah Strategi Digital

Memberikan dan meningkatkan pelatihan digital kepada SDM yang dimiliki oleh perusahaan, Mempelajari dan melihat teknologi yang sudah digunakan oleh perusahaan asuransi, Memulai penggunaan teknologi dari penyimpanan data pribadi perusahaan, Membuat website yang menarik dengan konsep e-commerce dan membuat inovasi layanan bedah polis untuk nasabah.

Kekuatan merupakan faktor utama yang mampu mendorong kelancaran dan ketahanan suatu inovasi agar mampu untuk tetap kokoh berdiri dalam menghadapi persaingan. Penulis melihat bahwa kekuatan PT. PAIB Indonesia terletak pada kemampuan dalam melakukan inovasi dan pemanfaatan website yang baik. Terutama pada fitur brankas polis yang sangat bermanfaat untuk nasabah asuransi. Dengan kemampuan berinovasi tersebut, PT. PAIB Indonesia mampu memaksimalkan peran mereka sebagai perusahaan penunjang Asuransi dalam memberikan edukasi pada nasabah dan masyarakat. Hal ini merupakan suatu keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan ini dan Kelemahan bisa diartikan sebagai hal-hal yang masih harus ditingkatkan dan menjadi bahan evaluasi untuk pengembangan berikutnya. Peneliti melihat beberapa hal yang bisa menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam pengembangan pemanfaatan teknologi digital.

Diantara hal yang harus dikembangkan yaitu Perusahaan belum memanfaatkan perkembangan media sosial sebagai salah satu sarana promosi dan edukasi masyarakat. Beberapa perusahaan pada umumnya sudah menggunakan media sosial sebagai bentuk eksistensi diri dan pengenalan kepada masyarakat luas. Mengingat bahwa saat ini penggunaan media sosial sangat ramai di kalangan masyarakat dari berbagai kalangan. Seperti yang dilansir dalam laman data indonesia.id bahwa saat ini pengguna media sosial menyentuh angka 191 juta orang. Artinya, media sosial menjadi wadah yang strategis dalam persaingan digital. Beberapa manfaat yang bisa didapatkan oleh perusahaan dengan penggunaan media sosial, diantaranya yaitu, dapat meningkatkan hubungan antara masyarakat dan perusahaan, mempermudah melakukan edukasi

masyarakat, dan sebagai media brand awareness.

Peneliti melihat bahwa PT. PAIB Indonesia belum memiliki akun media social seperti instagram, twitter, facebook, dan youtube. Padahal beberapa media social tersebut banyak diminati oleh masyarakat. Peneliti menyarankan kepada perusahaan agar kedepannya dapat memanfaatkan dan memaksimalkan peran media social dalam dunia bisnis. Misalnya, PT. PAIB Indonesia dapat memanfaatkan youtube untuk membuat konten edukasi pengenalan fungsi pialang asuransi kepada masyarakat, mengadakan seminar edukasi, dan mengenalkan identitas perusahaan kepada publik. Perusahaan pun dapat memanfaatkan media social instagram untuk mempromosikan layanan yang disediakan agar masyarakat mengetahui bahwa ada layanan perlindungan hukum bagi para nasabah asuransi. Peneliti berpendapat bahwa adanya website perusahaan yang menarik tentu harus didukung oleh promosi yang tepat agar masyarakat dapat menggunakan website tersebut. Jika website dibuat tanpa adanya media untuk mempromosikan website tersebut, maka penggunaan website tersebut akan kurang maksimal serta peluang PT. PAIB Indonesia dalam persaingan digital yaitu

Persaingan pasar bisnis digital mulai dapat mengambil berbagai peluang yang ditawarkan oleh teknologi sekarang ini yang tidak dapat ditembus oleh para pembisnis seperti jarak, waktu dan ruang. Sekarang berbisnis dapat dilakukan selama 24 jam nonstop tanpa istirahat sedikitpun. Karena kemunculan teknologi menyebabkan munculnya pasarbaru yang tak terbatas yaitu I-Market atau Market Place. Terdapat dua jenis I-Market yaitu B2B yang merupakan jenis usaha yang melibatkan antara pembisnis dengan pembisnis lainnya sedangkan B2C merupakan transaksi antara pembisnis dengan pelanggan langsung. Perantara media digital itu sangat mendukung

perkembangan bisnis secara online, dan para pemani bisnispun tidak merasa kesulitan dalam mencari konsumen baru dalam oprasionalnya.⁵¹

Peluang yang dimiliki oleh PT. PAIB Indonesia adalah, kedepannya PT. PAIB Indonesia dapat melakukan terobosan-terobosan baru dengan cara pemanfaatan teknologi seperti yang dikatakan oleh narasumber bahwa

“Kedepannya dengan pemanfaatan teknologi ini bisa disesuaikan dengan sifatnya yang simple dan praktis untuk digunakan. Kita tentu tidak bisa menyamakan antara sistem penjualan produk offline dan online. Kedepannya kita bisa menciptakan produk-produk yang inovatif dan sesuai dengan perkembangan media pemasaran teknologi seperti sekarang ini. Akan tetapi jika melihat survey yang ada, penetrasi market kita memang masih jauh dibawah ideal. Masih banyak market yang belum tergarap oleh kita. PR penting bagi kita untuk terus melakukan trobosan-trobosan baru baik itu dari regulator, dari asosiasi, ataupun dri para pelakunya itu sendiri.”

Perkembangan digital tidak hanya menawarkan peluang dan manfaat yang besar bagi pelaku bisnis, akantetapi juga memberikan tantangan dalam segala bidang untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi dalam kehidupan. Perkembangan teknologi memang membantu dalam segala kemudahan, namun gaya hidup digital pun akan semakin bergantung pada penggunaan teknologi seperti ponsel dan komputer. Perkembangan teknologi yang begitu cepat hingga masuk hampir dalam seluruh lini kehidupan sosial masyarakat, ternyata bukan hanya merubah tatanan kehidupan sosial, masyarakat tetapi juga kehidupan politik. Olehkarna itu dalam setiap penggunaan teknologi harus tetap mengontrol dalam setiap penggunaannya, karena apabila terlalu berlebihan dalam menggunakan teknologi kita sedirilah yang akan menanggung kerugian dan

mungkin juga tidak dapat memaksimalkan dalam penggunaannya.⁵²

Begitupula tantangan yang harus dihadapi oleh PT. PAIB Indonesia dalam ancaman bagi para pekerja, perkembangan digital yang semakin mempermudah justru mengakibatkan penurunan tenaga ahli dalam pialang, begitu pula yang disampaikan oleh narasumber bahwa

“Dengan digital ini kan semuanya jadi lebih mudah, tapi yang kita tidak boleh lupakan yaitu marwahnya atau para pelaku pialangnya. Jangan sampai dengan adanya teknologi tadi para pelaku pialang ini jadi menurun. Kedepannya online selling atau penjualan produk asuransi secara online ini akan semakin berkembang bahkan menjadi cara utama bagi masyarakat. Bisa jadi kedepannya juga pihak perusahaan justru tidak perlu melakukan pertemuan dan memberikan advice secara langsung kepada nasabah seperti yang biasa kita lakukan. Selain itu, terdapat salah satu vitur yang mulai banyak digunakan pula oleh beberapa perusahaan berbasis digital yaitu layanan customor service. Ada kekhawatiran ketika kedepannya perusahaan pialang sudah melakukan kerjasama dengan pihak-pihak lain dalam hal teknologi, peran para ahli pialang dalam hal memberikan advice ini semakin berkurang. Pada akhirnya bisa menimbulkan kesalahfahaman bagi nasabah itu sendiri. Belum lagi terdapat persaingan yang sangat pesat dalam hal penjualan produk secara online, misalnya banyak sekali perusahaan yang memberika discount kepada calon nasabah. Hal ini justru dikhawatirkan dapat mengurangi esensi daripada pembelian produk asuransi itu sendiri. Teknologi memang bagus dan memberikan banyak manfaat, tapi terdapat hal yang menjadi PR besar kita juga dalam menggunakan teknologi ini yaitu kita harus tetap menjaga apa yang menjadi marwah industri ini yaitu para tenaga ahli pialang asuransi. Bukan hanya itu sebenarnya jika kita sedikit melebar, tantangannya juga terdapat pada regulasi

yang dapat mengatur jalannya sistem digital ini. Agar pasar digital juga menjadi pasar yang diawasi terhadap ancaman kejahatan digital atau Cybercrime.”

Menghadapi perkembangan digital ini adalah, Jangan sampai dengan adanya teknologi tadi para pelaku pialang ini jadi menurun. Digitalisasi pada pialang reasuransi sampai dengan saat ini belum ada perubahan yang signifikan pada proses transaksi pialang reasuransi terkait digitalisasi karena bisnis yang mereka jalalni adalah korporasi sehingga tenaga ahli pialang nya tidak tergantikan oleh mesin digital.⁵⁴ Sehingga dengan demikian diperusahaan mereka memanfaatkan teknologi untuk keperluan operasional internal saja seperti berperan penting dalam penutupan suatu risiko dan juga untuk membantu perusahaan asuransi dalam memberikan informasi mengenai perkembangan dan situasi pasar yang akan dihadapinya. Selain itu, narasumber juga mengatakan bahwa jaringan pasar Pialang Reasuransi dan Pialang Asuransi berbeda. Sehingga, menurut pendapat beliau, hal ini pun mempengaruhi penggunaan teknologi dari keduanya. Pialang Asuransi memiliki jangkauan nasabah yang luas, karena nasabah Pialang Asuransi bersifat individu atau kelompok yang berasal dari kalangan masyarakat. Sehingga membutuhkan teknologi untuk memaksimalkan proses pelayanan serta promosi produk dan jasa. Sedangkan Perusahaan Pialang Reasuransi merupakan perusahaan yang memberikan pelayanan kepada perusahaan Asuransi lainnya. Nasabah Perusahaan Pialang Reasuransi merupakan sebuah perusahaan Asuransi yang keberadaannya sudah dapat dipastikan dan penggunaan jasanya sudah banyak dibutuhkan oleh perusahaan Asuransi. Beliau mengatakan bahwa:

"Nasabah Pialang Reasuransi adalah perusahaan Asuransi, sehingga layanan yang diberikan sangat terbatas pada kebutuhan perusahaan Asuransi. Kecepatan konfirmasi kapasitas, dan

layang klaim adalah Utama yang diharapkan oleh perusahaan asuransi"⁵⁵ Dalam menyikapi perkembangan digital, Pialang Reasuransi khususnya pada PT EnergiRe justru lebih memilih untuk meningkatkan kompetensi yang dimiliki oleh tenaga Ahli Reasuransi yang mereka miliki, sehingga semaju apapun keberadaan teknologi, tidak akan mampu menggantikan posisi tenaga ahli pialang reasuransi yang mereka miliki. Hal ini pun diungkapkan juga oleh Narasumber:

“Langkah yang kami lakukan adalah memastikan bahwa jenis produk yang kami sasar masih memerlukan kepiawaian dan kompetensi pialang sehingga tidak sepenuhnya proses transaksi diambil alih oleh proses digital”⁵⁶

KESIMPULAN

The Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa Dalam menghadapi perkembangan digital saat ini, PT. PAIB Indonesia selalu mencoba memberikan kesempatan kepada karyawannya untuk memberikan pelatihan secara berkala dan relevan dengan apa yang akan diaplikasikan di perusahaan dalam operasionalnya. Perusahaan mendaftarkan karyawan-karyawannya untuk mengikuti program pelatihan di APPARI, setelah mengikuti program pelatihan di APPARI akan ada gelar tersendiri untuk pekerja atau karyawan yang telah melaksanakan pelatihan tersebut. Selain pelatihan wajib yang dilaksanakan di APPARI ada juga pelatihan yang dianggap relevan untuk karyawan perusahaan, bisa dari perusahaan asuransi untuk mengenali produk tertentu atau mengadakan pelatihan yang lebih jauh dengan perusahaan luar negeri. PT. PAIB Indonesia tidak menyianyikan kesempatan dalam penggunaan teknologi perusahaan memanfaatkan teknologi dengan cara memberikan layanan internet kepada masyarakat melalui platform digital,

perusahaan menyediakan layanan digital diantaranya konsultan, Manajemen Resiko, Layanan Klaim dan Manajemen IT. Selain itu PT. PAIB Indonesia memiliki website digital Bernama rumahpolis.com yang memberikan layanan secara online yang mempermudah dalam pelayanan polis asuransi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Fauzi, Skripsi.: Analisis Palang Reasuransi Terhadap Asuransi Syariaah (Studi Pada PT. Asiare Binajasa), Serang : UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008
- Ahmad Thariq Syauqi. Skripsi: Startup sebagai Digitalisasi Ekonomi dan Dampaknya bagi Ekonomi Kreatif di Indonesia., Yogyakarta: UGM, 2017
- Ahmadi, Ruslan, Metodologi Penelitian Kualitatif, Yogyakarta: Ar-Ruzz, 2016.
- Idham Hamadi, Skripsi: Analisis Strategi Perusahaan Teguh Mahakarya Yogyakarta, Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia, 2018
- Ira Aprilianti & Siti Alifah Dina, Makalah Kebijakan No.30: Pengaturan Bersama Ekonomi Digital Indonesia, Jakarta: Center For Indonesian Policy Studies, 2021
- Lidya Agustina, dkk, Buku; Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia Strategi dan Sektor Potensial, Jakarta : Penerbit Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2019
- Mudjarad Kuncoro dan Wisnu Chandra Kristiaji, Buku : Strategi, Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif, Jakarta : Erlangga , 2006
- Risky Wahyu Saputra, Skripsi:

- Implementasi Strategi Keunggulan Bersaing Pada BPRS Artha Pamenang, Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019
- Sugiono, "Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, R&D, Bandung: Alfabeta, 2010. Cetakan ke-10.
- Tb Kiki Rachmat Baehaki, Skripsi : Analisis Standard Operating Procedure Penyelesaian Klaim Peserta (Pada Perusahaan Pialang Asuransi Syariah Pt Estika Jasatama Jakarta)., Serang : UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019
- Tirta Segara dan Mohamad Nasir Buku, Perasuransian Seri Literasi Keuangan Perguruan Tinggi, Otoritas Jasa Keuangan, Jakarta, juli 2019
- Wawan Setiawan, Buku, Era Digital dan Tantangannya, Seminar Nasional 2017
- Widiasari Mega Putri, Skripsi : Perencanaan Strategi Digital Pada BMT Al- Mujahidin, Jakarta : Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2019
- Yusuf, Muri A. Metode Penelitian Kuantitatif dan Penelitian Gabungan, Jakarta: Kencana, 2014.
- Chandra Wibowo Widhianto, (2002)., E-Business: Teknologi Dan Peluang Bisnis Di Indonesia Jurnal The WINNERS, Vol. 3 No. 1
- Chandra Wibowo Widhianto,, (2002)., E-Business: Teknologi Dan Peluang Bisnis Di Indonesia., Jurnal The WINNERS, Vol. 3 No. 1
- Frida Endrawati Handayani & Endang Retnani,(2019)., Identifikasi Critical Success Factors Sebagai Pendukung Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing, : Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi, Vol. 3, No. 11
- Siti Bunga Fatimah., (2020)., Digitalisasi Pada Bank Mandiri Syariah Di Tengah Persaingan Dan Perubahan Teknologi", Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, vol 7 no 4
<https://paib.co.id/> diakses pada tangga 19 Nov 2021 <https://rumahpolis.com/> diakses pada 30 Des 2021
- Kominfo, 10 Sektor Prioritas untuk Memacu Transformasi Digital, <https://m.kominfo.go.id/content/detail/36895/10-sektor-prioritas-untuk-memacu-transformasi-digital/0/artikel10> September 2021. Diakses tanggal 10 September 2021, Pukul 11.40
- mediaasuransinews.co.id, Kembangkan Digitalisasi di Industri Pialang Asuransi, <https://mediaasuransinews.co.id/executive/ian-ramelan-kembangkan-digitalisasi-di-industri-pialang-asuransi/> 13 des 2021 | 2:02 pm, Diakses tanggal 10 September 2021, Pukul 14.30 Otoritas Jasa Keuangan (POJK) nomor 70 /POJK.05/2016 Tentang Tentang Penyelenggaraan Usaha Perusahaan Pialang Asuransi, Perusahaan Pialang Reasuransi, Dan Perusahaan Penilai Kerugian Asuransi, Diambil dari 1UU402014Perasuransian_1433758676.pdf pada tanggal 5 Mei 2022, pukul 11.20 WIB.
- REPUBLIKA.CO.ID, Pengguna Internet Naik Sejak 2021, <https://www.republika.co.id/berita/r7oznq463/penggunaan-internet-di-indonesia-naik-sejak-2021> Selasa 22 Februari 2021 13.07 Diakses pada 17 Juni 2021
- Dandi Yudhistira, Direktur PT. PAIB Indonesia, Wawancara dengan peneliti melalui video call, Tanggal 25 Mei 2022