

The Influence Of Product Convenience, Service Innovation, And Risk Perception On Purchase Intention Of Parametric Insurance In The Agricultural Sector

Pengaruh Kemudahan Produk, Inovasi Layanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Asuransi Parametrik Pada Sektor Pertanian

Muhammad Raja Nararya Setiawan

Program Magister Manajemen, Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti

Rajanararya20@gmail.com

**Corresponding Author*

ABSTRACT

Climate change, extreme weather, and production uncertainty have become major challenges for Indonesia's agricultural sector. These conditions increase the need for more adaptive risk protection instruments, including parametric insurance. Unlike conventional insurance, parametric insurance utilizes objective parameters as the basis for claim payments, enabling faster and more transparent claim settlement. However, public acceptance of this product remains relatively low. This study aims to analyze the influence of Product Convenience, Service Innovation, and Risk Perception on Purchase Intention toward Parametric Insurance in the agricultural sector. A quantitative approach was employed using a survey of 290 respondents. Data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that Service Innovation has a positive and significant effect on Purchase Intention. In contrast, Product Convenience and Risk Perception do not significantly influence Purchase Intention. The coefficient of determination shows that the model explains 43.9% of the variance in Purchase Intention. The findings suggest that service innovation is the most dominant factor influencing public interest in parametric insurance. Therefore, insurance companies should strengthen service innovation and consumer education to increase the adoption of parametric insurance products in the agricultural sector.

Keywords: *Parametric Insurance, Product Convenience, Service Innovation, Risk Perception, Purchase Intention*

ABSTRAK

Perubahan iklim, cuaca ekstrem, dan ketidakpastian hasil produksi menjadi tantangan utama bagi sektor pertanian di Indonesia. Kondisi tersebut mendorong kebutuhan terhadap instrumen perlindungan risiko yang lebih adaptif, salah satunya melalui asuransi parametrik. Berbeda dengan asuransi konvensional, asuransi parametrik menggunakan parameter objektif sebagai dasar pembayaran klaim sehingga mampu memberikan proses klaim yang lebih cepat dan transparan. Namun demikian, tingkat penerimaan masyarakat terhadap produk ini masih relatif rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kemudahan Produk, Inovasi Layanan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Beli Asuransi Parametrik pada sektor pertanian. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 290 responden. Data dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Asuransi Parametrik. Sebaliknya, Kemudahan Produk dan Persepsi Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 43,9% variasi Minat Beli. Temuan ini menunjukkan bahwa inovasi layanan menjadi faktor yang paling dominan dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap asuransi parametrik. Oleh karena itu, perusahaan asuransi perlu memperkuat inovasi layanan dan edukasi konsumen guna meningkatkan adopsi produk asuransi parametrik pada sektor pertanian.

Kata Kunci: Asuransi Parametrik, Kemudahan Produk, Inovasi Layanan, Persepsi Risiko, Minat Beli

1. Pendahuluan

Industri perasuransian memiliki peran penting dalam memberikan perlindungan terhadap berbagai risiko yang dapat menimbulkan kerugian finansial. Seiring meningkatnya kompleksitas risiko akibat perubahan iklim, perkembangan teknologi, dan ketidakpastian ekonomi, kebutuhan masyarakat terhadap instrumen perlindungan risiko semakin meningkat. Namun demikian, tingkat literasi dan inklusi asuransi di Indonesia masih relatif rendah dibandingkan sektor jasa keuangan lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap produk asuransi masih perlu ditingkatkan.



Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025, tingkat literasi asuransi di Indonesia masih berada pada tingkat yang relatif rendah dibandingkan sektor jasa keuangan lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian masyarakat telah menggunakan produk asuransi, namun belum sepenuhnya memahami manfaat, mekanisme, dan karakteristik produk yang dimiliki. Rendahnya pemahaman tersebut menjadi tantangan bagi perusahaan asuransi dalam memperkenalkan produk-produk inovatif kepada masyarakat.

Salah satu inovasi yang berkembang dalam industri perasuransian adalah asuransi parametrik. Asuransi parametrik merupakan produk asuransi yang menggunakan parameter objektif tertentu sebagai dasar pembayaran manfaat. Parameter tersebut dapat berupa curah hujan, suhu, indeks cuaca, atau indikator lainnya yang telah ditentukan sebelumnya dalam polis. Ketika parameter tersebut mencapai ambang batas tertentu, pembayaran manfaat dilakukan secara otomatis tanpa memerlukan proses verifikasi kerugian secara langsung.



Keunggulan utama asuransi parametrik terletak pada kecepatan pembayaran klaim, transparansi, serta efisiensi proses administrasi dibandingkan dengan asuransi konvensional.

Karakteristik tersebut menjadikan asuransi parametrik sebagai alternatif yang potensial untuk menghadapi risiko-risiko yang bersifat sistemik dan dipengaruhi oleh faktor alam.

Salah satu sektor yang sangat membutuhkan perlindungan risiko adalah sektor pertanian. Perubahan iklim, banjir, kekeringan, dan cuaca ekstrem dapat menyebabkan penurunan produktivitas hingga gagal panen. Risiko tersebut tidak hanya berdampak pada pendapatan petani tetapi juga dapat memengaruhi ketahanan pangan nasional.

Badan Pusat Statistik Provinsi tahun 2026		
Jawa Timur	2025	10,44 juta ton
Jawa Barat	2025	10,23 juta ton
Jawa Tengah	2025	9,30 juta ton

Besarnya kontribusi sektor pertanian terhadap produksi pangan nasional menunjukkan pentingnya keberadaan instrumen perlindungan risiko yang mampu membantu petani menghadapi ketidakpastian iklim. Dalam konteks tersebut, asuransi parametrik dinilai memiliki potensi yang besar karena mampu memberikan respons finansial yang lebih cepat dibandingkan skema asuransi konvensional.

Meskipun memiliki berbagai keunggulan, tingkat adopsi asuransi parametrik di Indonesia masih relatif rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor tertentu yang memengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan produk tersebut. Beberapa faktor yang diduga memengaruhi minat beli antara lain kemudahan produk, inovasi layanan, dan persepsi risiko.

Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas asuransi pertanian konvensional, adopsi teknologi keuangan, serta perilaku konsumen terhadap layanan keuangan digital. Namun penelitian yang secara khusus mengkaji minat beli asuransi parametrik pada sektor pertanian di Indonesia masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kemudahan Produk, Inovasi Layanan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Beli Asuransi Parametrik pada sektor pertanian.

2. Tinjauan Pustaka

Kemudahan Produk

Kemudahan produk merupakan persepsi konsumen mengenai tingkat kemudahan dalam memahami, mengakses, dan menggunakan suatu produk. Konsep ini sejalan dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), di mana kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi penerimaan suatu teknologi atau inovasi. Semakin mudah suatu produk dipahami dan digunakan, maka semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk menerima dan menggunakannya.

Dalam konteks asuransi parametrik, kemudahan produk berkaitan dengan sejauh mana calon konsumen mampu memahami mekanisme produk, proses pendaftaran, hingga sistem pembayaran klaim yang digunakan.

Inovasi Layanan

Inovasi layanan merupakan upaya perusahaan dalam menciptakan nilai tambah melalui pengembangan layanan yang lebih efektif, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Rogers (2003) menjelaskan bahwa tingkat penerimaan suatu inovasi dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap manfaat dan keunggulan inovasi tersebut.

Pada asuransi parametrik, inovasi layanan tercermin melalui penggunaan teknologi digital, pemanfaatan data cuaca, sistem pemantauan otomatis, serta proses klaim berbasis parameter yang memungkinkan pembayaran dilakukan secara lebih cepat dan transparan.

Persepsi Risiko

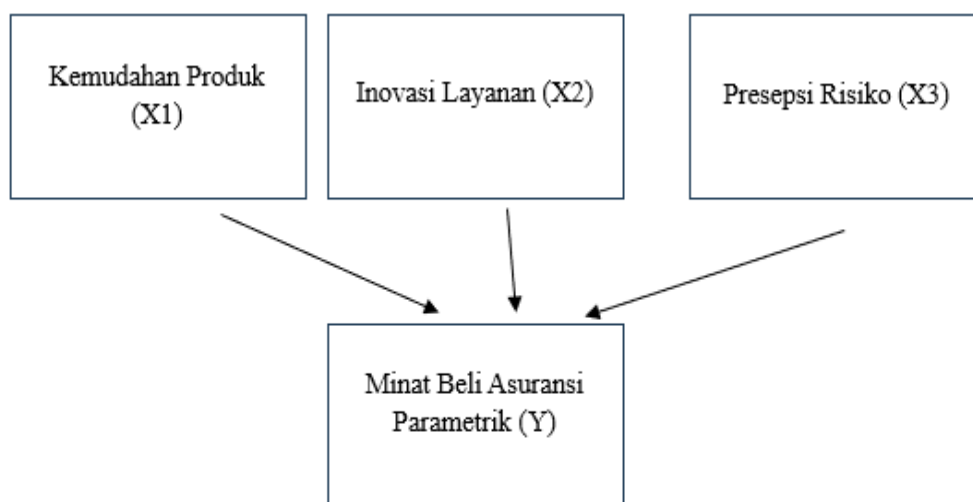
Persepsi risiko merupakan penilaian subjektif individu terhadap kemungkinan terjadinya kerugian atau ketidakpastian dalam menggunakan suatu produk. Dalam konteks perilaku konsumen, persepsi risiko sering menjadi faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.

Pada asuransi parametrik, persepsi risiko dapat muncul karena adanya ketidakpastian terkait kesesuaian parameter yang digunakan dengan kondisi kerugian yang sebenarnya dialami oleh konsumen.

Minat Beli

Minat beli merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk setelah melakukan evaluasi terhadap manfaat dan risiko yang dirasakan. Menurut Theory of Planned Behavior yang dikembangkan oleh Ajzen (1991), minat merupakan faktor utama yang memengaruhi perilaku aktual seseorang.

Kerangka Penelitian



Hipotesis

H1 : Kemudahan Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Asuransi Parametrik.

H2 : Inovasi Layanan berpengaruh terhadap Minat Beli Asuransi Parametrik.

H3 : Persepsi Risiko berpengaruh terhadap Minat Beli Asuransi Parametrik.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian terdiri dari masyarakat yang memiliki pemahaman mengenai sektor pertanian dan asuransi. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 290 orang.

Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner berbasis skala Likert lima poin. Variabel independen terdiri atas Kemudahan Produk (X1), Inovasi Layanan (X2), dan Persepsi Risiko (X3), sedangkan variabel dependen adalah Minat Beli Asuransi Parametrik (Y).

Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Pengujian dilakukan melalui evaluasi model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model).

4. Hasil dan Pembahasan Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	172	59,3
	Perempuan	118	40,7
Usia	< 20 Tahun	77	26,6
	21-30 Tahun	141	48,6
	31-40 Tahun	31	10,7
	41-50 Tahun	35	12,1
	> 50 Tahun	6	2,1
Asal Provinsi	Jawa Barat	92	31,7
	Jawa Timur	61	21,0
	Jawa Tengah	42	14,5
	Provinsi Lainnya	95	32,8
Pengetahuan Produk Asuransi	Ya	253	87,2
	Tidak	37	12,8
Pengetahuan Asuransi Parametrik	Ya	188	64,8
	Tidak	102	35,2

Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	VE
Kemudahan Produk (X1)	0,854	0,901	0,695
Inovasi Layanan (X2)	0,832	0,887	0,663
Persepsi Risiko (X3)	0,795	0,904	0,825
Minat Beli Asuransi Parametrik (Y)	0,876	0,915	0,729

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh konstruk memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Nilai Average Variance Extracted (AVE) seluruh variabel berada di atas 0,50, sedangkan nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha berada di atas 0,70. Dengan demikian seluruh indikator dinyatakan valid dan reliabel.

Evaluasi Model Struktural

Variabel Endogen	R ²	Adjusted R ²
Minat Beli Asuransi Parametrik (Y)	0,439	0,433

Nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,439 menunjukkan bahwa Kemudahan Produk, Inovasi Layanan, dan Persepsi Risiko mampu menjelaskan 43,9% variasi Minat Beli Asuransi Parametrik. Sementara itu, 56,1% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Antar Variabel	Koefisien Jalur (β)	T Statistics	P Values	Keputusan
H1	Kemudahan Produk (X1) → Minat Beli Asuransi Parametrik (Y)	0,164	1,817	0,069	Ditolak
H2	Inovasi Layanan (X2) → Minat Beli Asuransi Parametrik (Y)	0,544	6,331	0,000	Diterima
H3	Persepsi Risiko (X3) → Minat Beli Asuransi Parametrik (Y)	-0,024	0,431	0,667	Ditolak

Pengaruh Kemudahan Produk terhadap Minat Beli

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Kemudahan Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Asuransi Parametrik. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan dalam memahami dan menggunakan produk belum menjadi faktor utama yang mendorong minat responden untuk membeli asuransi parametrik.

Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Minat Beli

Inovasi Layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Asuransi Parametrik. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen lebih mempertimbangkan aspek inovasi layanan seperti kecepatan proses, kemudahan akses informasi, transparansi, dan pemanfaatan teknologi dibandingkan faktor lainnya.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Beli

Persepsi Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Asuransi Parametrik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat risiko yang dirasakan responden belum menjadi faktor dominan dalam membentuk minat terhadap produk asuransi parametrik.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi Layanan merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi Minat Beli Asuransi Parametrik pada sektor pertanian. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa keberhasilan pengembangan produk asuransi modern tidak hanya bergantung pada karakteristik produk, tetapi juga pada kemampuan perusahaan dalam menghadirkan layanan yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

5. Penutup

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kemudahan Produk, Inovasi Layanan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Beli Asuransi Parametrik pada sektor pertanian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Asuransi Parametrik. Sebaliknya, Kemudahan Produk dan Persepsi Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Nilai koefisien determinasi sebesar 43,9% menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan variasi Minat Beli Asuransi Parametrik pada sektor pertanian. Temuan ini mengindikasikan bahwa inovasi layanan menjadi faktor yang paling dominan dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap asuransi parametrik.

Perusahaan asuransi disarankan untuk terus mengembangkan inovasi layanan berbasis teknologi, meningkatkan transparansi informasi, serta memperkuat edukasi kepada masyarakat guna meningkatkan tingkat adopsi asuransi parametrik di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Alistair J. Hobday. (2025). Parametric insurance for climate adaptation in fisheries and aquaculture. *Reviews in Fish Biology and Fisheries*, 35, 175–185. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11160-025-09920-3>
- Astrid Sulistya Azahra. (2024). *Agricultural Insurance Premium Determination Model for Risk Mitigation Based on Rainfall Index: Systematic Literature Review*.
- Capgemini. (2023). *World InsurTech Report*.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*.
- Cuong Nguyen. (2022). *The Effects of Perceived Risks on Food Purchase Intention: The Case Study of Online Shopping Channels during Covid-19 Pandemic in Vietnam*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Harrington, S. E. (2003). *Risk Management and Insurance (2nd ed.)*.
- Hui Mao. (2025). Extreme Weather, agricultural insurance and farmer's climate adaptation technologies adoption in China. *Ecological Economics*, 228.
- Icek Ajzen. (1991). *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50(2), 179–211.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In Marketing Management. In *Edin brugh: Pearson*.
- Leon G. Schiffman, J. W. (2019). *Consumer Behavior (Global Edi)*. Pearson.
- Mahul, O. (2010). Government Support to Agricultural Insurance: Challenges and Options for Developing Countries. *World Bank Publications*.
- Minghua Ye. (2026). Climate change-induced agricultural disasters and policy-based agricultural insurance: empirical findings from China. *Agricultural and Food Economics*, 14.
- Muhsinin. (2020). Teori Hipotesa dan Proposisi Penelitian. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 2, 100–107.
- Rogers, E. (2003). *Diffusion of Innovations, 5th Edition [Paperback]*. <http://www.amazon.com/Diffusion-Innovations-Edition-Everett-Rogers/dp/0743222091>
- Solomon, M. (2020). *Consumer Behaviour: Buying, Having and Being*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (26th ed.)*.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Woro Estiningtyas. (2022). Index-Based Insurance for Climate Risk Management in Indonesia Agriculture. *Proceedings of the International Conference on Radioscience, Equatorial Atmospheric Science and Environment and Humanosphere Science*, 621–629.
- Xiao long Chen. (2024). Study on the impact of climate risk on the agricultural insurance purchasing behavior of herding households—an empirical analysis based on Inner Mongolia. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 8. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2024.1365536>
- Swiss Re. (2021). **Parametric insurance: Solutions for a changing world**. Swiss Re Institute Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI). (2023). **Laporan Kinerja Industri Asuransi Jiwa**.