

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lingkungan bisnis yang selalu berubah dan terjadi pergolakan dalam persaingan bisnis maka dibutuhkan kreativitas dan karyawan inovatif bagi kelangsungan organisasi. Kemampuan organisasi untuk berinovasi sangat tergantung pada sejauh mana *Innovative Work Behavior* (IWB) karyawan individu (J. P. J. De Jong & Den Hartog, 2007). IWB karyawan sangat penting untuk keberhasilan suatu organisasi karena organisasi tidak dapat menjadi inovatif tanpa karyawannya. Ini berarti bahwa *Innovative Work Behavior* karyawan adalah aset kunci khusus untuk keberhasilan perusahaan dalam lingkungan bisnis yang cepat berubah (Abstein & Spieth, 2014). Industri asuransi jiwa menghadapi perubahan besar dan berusaha untuk berinovasi (J. I. Chang & Lee, 2020), dikarenakan produk asuransi merupakan produk jasa maka dibutuhkan pengembangan produk yang mereka hasilkan. Menurut Pisoni (2021) Produk asuransi yang dihasilkan harus dapat disesuaikan dengan kehidupan pemegang polis, misalnya usia, pendapatan, dengan informasi ini premi dapat di hitung dan ditawarkan kepada pemegang polis, sehingga menjadi jumlah ideal pertanggungan asuransi jiwa yang akan di beli oleh pemegang polis, maka karyawan *Innovative Work Behavior* akan mencari informasi berkaitan dengan produk yang dibutuhkan pemegang polis, karena polis asuransi sebagai salah satu produk paling kompleks yang dibeli seumur hidup (Driver, 2018). Produk yang menjadi daya tarik salah satunya produk pensiun. Hal ini sangat menarik mengingat banyaknya produk pensiun yang baru dan inovatif (A. Chen et al., 2021).

Kemajuan teknologi saat ini mendorong perusahaan untuk menghasilkan kreativitas dan inovasi untuk melayani kebutuhan dan harapan customer (Spanuth & Wald, 2017). Keinginan customer yang terus berubah membutuhkan karyawan dengan kecenderungan memiliki *Innovative Work Behavior* (Afsar et al., 2019). Menemukan cara baru untuk memuaskan permintaan customer (H. Li et al., 2019). Karena apabila hanya melakukan rutinitas yang dilakukan maka akan kalah dalam menghadapi perubahan (Santoso et al., 2019), oleh karena itu, karyawan perlu mengembangkan, mendukung, dan menerapkan metode, pendekatan, atau prosedur baru (Van Minh et al., 2017) untuk mengatasi tantangan di lingkungan kerja mereka. Mereka harus mampu melakukan tugas-tugas yang melampaui rutinitas yang telah ditetapkan untuk tim, kelompok, atau organisasi. Mereka mencari cara baru untuk mencapai tujuan, menerapkan metode kerja baru untuk menerapkan ide-ide baru (Yuan & Woodman, 2010), salah satunya tumbuh menjadi karyawan yang berorientasi

pada layanan (Lemoine et al., 2019). Karena inovasi layanan memungkinkan organisasi untuk menciptakan nilai, mencapai efisiensi pasar dan mendapatkan loyalitas pelanggan (Kindström et al., 2013), salah satunya dengan menggunakan Financial technology (Fintech), yaitu salah satu fenomena yang sedang berkembang saat ini. Teknologi ini digunakan hampir di setiap sektor untuk mengelola operasional Perusahaan (Hassan et al., 2023a). Bisnis dan persaingan yang ketat telah menimbulkan tantangan bagi organisasi sektor jasa (Abid et al., 2021), salah satunya yaitu bisnis perusahaan asuransi jiwa. Sehingga penting untuk mempertahankan kesetiaan pemegang polis. Partisipasi yang diberikan pemegang polis kepada Perusahaan asuransi jiwa selama bertahun – tahun telah menjadi bisnis inti bagi Perusahaan asuransi di berbagai negara (Ruß & Schelling, 2021).

Asuransi merupakan salah satu sektor yang menyediakan jasa keuangan (Camino-mogro, 2019), Konsep asuransi memainkan peran penting dalam perekonomian dan masyarakat berdasarkan premi yang dikumpulkannya (Swee et al., 2021). Menurut Shieh et al (2020) industri asuransi merupakan industry padat karya, dikarenakan produknya merupakan komoditas tidak berwujud. Polis asuransi menawarkan manfaat tidak berwujud maka memerlukan tingkat motivasi dan kemampuan tertentu untuk menerima manfaat tidak berwujud tersebut (Swee et al., 2021). Asuransi merupakan cara untuk melakukan transfer risiko kerugian finansial dengan melayani sejumlah fungsi ekonomi yang sangat berharga dan membawa dampak manfaat bagi pemegang polis dan masyarakat secara menyeluruh (Nebolsina, 2020).

Dewasa ini perkembangan bisnis asuransi menunjukkan perubahan yang sangat signifikan dengan memberikan penawaran berbagai macam produk asuransi. Mulai dari asuransi jasa kerugian, asuransi kesehatan, asuransi jiwa dan lain- lain. Industri asuransi dibagi menjadi dua segmen utama: perusahaan asuransi jiwa dan perusahaan asuransi umum atau non-jiwa (Camino-mogro, 2019). Asuransi jiwa yang memiliki unsur tabungan seperti unit link juga banyak di tawarkan oleh perusahaan asuransi.



Gambar 1. 1 Jumlah perusahaan asuransi di Indonesia

Sumber Badan Pusat Statistik BPS (2021)

Gambar 1.1 menunjukkan jumlah perusahaan asuransi di Indonesia, menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, jumlah perusahaan asuransi di Indonesia sebanyak 149 perusahaan pada 2021. Jumlah tersebut bertambah satu unit atau 0,68% jika dibandingkan tahun sebelumnya yang sebanyak 148 perusahaan. Sebanyak 60 perusahaan merupakan perusahaan asuransi jiwa. Jumlah itu mengalami kenaikan satu perusahaan atau 1,69% dari tahun 2020 yang sebanyak 59 perusahaan. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa bisnis asuransi sangat menjanjikan, namun apabila tidak di kelola dengan baik maka akan kalah bersaing dengan perusahaan asuransi lainnya.

Berdasarkan tabel 1.1 daftar perusahaan asuransi nasional di Indonesia. Dengan semakin maraknya pertumbuhan asuransi jiwa, terjadi pula kasus gagal bayar kepada customer, seperti PT. Asuransi jiwa PT. Asuransi Bakrie Life, Bumi Asih Jaya, Jiwasraya, AJB Bumiputera 1912, Kresna Life, Wanaartha Life (<https://www.cnbcindonesia.com/market/20230912130026-17-471737/6-kasus-gagal-bayar-ini-nodai-asuransi-ri-nilainya-fantastis>), hal inilah yang menjadi perhatian khusus bagi asuransi jiwa nasional, ketika customer ingin memilih asuransi. Salah satunya yaitu dengan melihat keunggulan dari Perusahaan asuransi tersebut. Keunggulan yang dimiliki oleh PT. Asuransi Jiwa Tafakul telah memiliki sertifikasi ISO 9001:2008 dari Det Norske Veritas (DNV), Norwegia, pada November 2009 sebagai standar internasional mutakhir untuk sistem manajemen mutu (<https://www.goala.app/id/blog/perlindungan-diri/asuransi-takaful-keluarga/>). Sedangkan keunggulan yang dimiliki oleh PT Asuransi Jiwa Starinvestama (Starinvestama) sebagai perusahaan asuransi jiwa terbaik kategori aset yang dimiliki oleh perusahaan asuransi (<https://investor.id/insurance/336451/starinvestama>), hal yang tidak mudah dilakukan oleh perusahaan asuransi jiwa untuk hasil tersebut.

Konsumen membeli produk asuransi, hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi dalam industry (Pisoni, 2021). Perusahaan asuransi akan memberikan kompensasi kepada konsumen secara finansial terhadap kerugian atau kerusakan dari peristiwa yang terjadi, sementara konsumen membayar premi untuk mendapatkan pertanggung jawaban manfaat tersebut (Pisoni, 2021). Salah satu produk keuangan yang erat kaitannya dengan kematian adalah asuransi jiwa (I. Jung et al., 2019), yaitu salah satu bentuk perlindungan yang ditawarkan perusahaan asuransi, adalah asuransi jiwa yaitu kontrak dalam jangka panjang tertentu bagi pemegang polis yang ingin mencegah bencana ekonomi bagi tanggungan mereka ketika mereka meninggal (Fang & Wu, 2020). Permintaan akan produk asuransi tergantung pada kepercayaan konsumen terhadap perusahaan asuransi karena asuransi merupakan produk masa depan, sehingga konsumen yang berfikir logis akan membeli asuransi dari perusahaan asuransi dengan keuangan yang memiliki reputasi yang baik.

Membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen merupakan sebagai suatu syarat bagi keberhasilan dan kelangsungan industry jasa keuangan. Sebagian besar pelayanan keuangan cenderung rumit dan sulit untuk di pahami oleh konsumen yang menyebabkan timbulnya permasalahan yang di alami oleh konsumen (Shetty & Basri, 2018), salah satu penyebab *mis-selling* adalah ketidak pahaman agen asuransi secara menyeluruh atau komprehensif kepada calon pemegang polis asuransi jiwa tentang suatu produk asuransi, yang mengakibatkan kurangnya kepercayaan, komitmen dan kepuasan pemegang polis. Salah satu penyebab *mis-selling* adalah tidak adanya pemahaman akan kebutuhan pemegang polis oleh agen yang menjual produk secara baik, yang mengakibatkan kurangnya kepercayaan, komitmen dan kepuasan pemegang polis (Shetty & Basri, 2018). Cara meminimalisir *mis-selling* tersebut dengan cara membina hubungan dengan pemegang polis dengan perusahaan asuransi. Selain itu dibutuhkan sumber daya manusia yang dapat mempengaruhi kondisi kerja untuk menyesuaikan kondisi kerja secara proaktif (Vermooten et al., 2019).

Tabel 1. 1 jumlah klaim meninggal dunia 2016 sd 2020

Tahun/Year	Klaim/Claim						Jumlah Premi Bruto/ Total Gross Premium (b)	Rasio/Ratio (a/b)
	Asuransi Umum & Reasuransi/ Nonlife Insurance & Reinsurance	Asuransi Jiwa/Life Insurance	Asuransi Sosial/Social Insurance	Asuransi Wajib/ Mandatory Insurance	Jumlah Klaim/Total Claim (a)	Kenakan (Penurunan)/ Increase (Decrease)		
2016	34,19	96,19	86,81	10,16	227,35	15,0%	361,78	62,8%
2017	35,26	118,62	109,64	12,13	275,65	21,2%	407,71	67,6%
2018	38,84	150,35	121,90	13,80	324,88	42,9%	433,38	75,0%
2019	47,67	163,50	138,18	14,91	364,26	12,1%	481,10	75,7%
2020	55,72	152,90	131,96	15,95	356,53	-2,1%	503,30	70,8%

Sumber OJK 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan jumlah peningkatan claim setiap tahunnya, sehingga dibutuhkan karyawan asuransi yang dapat menciptakan ide dengan melakukan perubahan teknologi dan mengadaptasi layanan fintech dalam bisnisnya (Gai et al., 2018). Hal ini guna membantu proses klaim meninggal dunia terhadap pemegang polis. Tentunya melibatkan pemanfaatan platform digital, analisis data, kecerdasan buatan, dan kemajuan teknologi lainnya untuk meningkatkan beragam aspek industri asuransi, seperti penjaminan polis, pemrosesan klaim, pengalaman pelanggan, dan evaluasi risiko (Hassan et al., 2023b). Salah satu sistem fintech yang paling menjanjikan bagi bisnis asuransi adalah platform pembayaran digital. Ketika organisasi keuangan mempertukarkan sinyal elektronik dan bukan cek, uang tunai, atau barang yang dapat dinegosiasikan lainnya, hal ini dianggap sebagai jenis transaksi keuangan (Tennyson & Mercy, 2014). Pembayaran seluler adalah jenis pembayaran digital yang paling umum. Asuransi digital adalah penggunaan teknologi dan saluran digital oleh perusahaan asuransi untuk menjalankan operasinya dan menyediakan layanan polis. Pemegang polis dapat memperoleh asuransi melalui layanan ini, yang diotomatisasi untuk pemrosesan klaim yang lebih cepat dan produk-produk inovatif yang dirancang khusus. Apalagi layanan keuangan yang menggunakan teknologi digital untuk membantu konsumen disebut layanan keuangan digital (Pazarbasioglu et al., 2020), dengan metode ini mempermudah pekerjaan, dan meningkatkan perilaku inovatif karyawan adalah tujuan organisasi (Afsar et al., 2019).

Organisasi terdiri dari orang-orang yang beragam nilai, sikap, gagasan, keyakinan. Perbedaan-perbedaan ini mempengaruhi orang-orang dalam menafsirkan masalah dalam organisasi (Rughoobur, 2021). Sehingga ketika karyawan diperlakukan secara adil dan setara, hal itu akan meningkat keharmonisan semangat kerja, dan produktivitas (Paarima

et al., 2024). Adil dalam hal pembagian pekerjaan terutama tugas tambahan, hal ini mengharuskan karyawan untuk mengatasi tugas tambahan berpotensi menciptakan tuntutan kerja yang tinggi dan mengakibatkan *job satisfaction* yang rendah. Tugas tambahan salah satunya menyebabkan kelelahan emosional. Kelelahan emosional merupakan hal yang menimbulkan ketegangan terkait pekerjaan (Suthatorn & Charoensukmongkol, 2018). Permasalahan ini dapat menyebabkan memburuknya kinerja karyawan. Kesejahteraan dan kinerja (Chan, 2021). Salah satu hal yang penting adalah hubungan yang kuat antara karyawan dan atasan dapat mengurangi kelelahan emosional (Charoensukmongkol, 2022) dan dengan memberikan otonomi pekerjaan kepada karyawan untuk melakukan tugas akan menciptakan *job satisfaction* (Stephan et al., 2024).

Job Satisfaction adalah tingkat pengaruh terhadap pekerjaan dan dianggap sebagai konsep yang menggambarkan perilaku kerja (N. Li et al., 2019). Karyawan yang sangat puas dengan pekerjaannya diharapkan akan membalasnya dengan terlibat dalam IWB (M. Mustafa et al., 2021). Walaupun pada kenyataannya setiap karyawan memiliki kemampuan dan kemauan yang berbeda – beda (Stoffers et al., 2020a). Strategi sumber daya manusia agar dapat mempertahankan karyawan berpengaruh terhadap kesuksesan perusahaan salah satunya adalah dengan menciptakan suasana kerja yang nyaman agar karyawan menikmati akan pekerjaannya. Cukup beralasan bahwa jika karyawan tidak menikmati pekerjaannya, maka akan mempengaruhi pencapaian tujuan organisasi. Salah satu produktivitas karyawan yang meningkat adalah dengan memberikan pelayanan kepada nasabah (Mahmoud et al., 2021), sehingga nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan asuransi. Bila karyawan menyukai pekerjaannya sehari-hari akan menjadi produktif dalam bekerja (Elif & Zekiye, 2020). Dengan terjadinya peningkatan atau penurunan kinerja yang menunjukkan produktivitas kerja karyawan adalah *Job Satisfaction* (Elif & Zekiye, 2020).

Perasaan puas atau tidak puas terjadi ketika karyawan mengalami ketidaksesuaian antara apa yang mereka inginkan dari pekerjaan dengan apa yang mereka alami dalam kenyataan (Rosdaniati & Muafi, 2021). Bentuk Perusahaan asuransi memberikan kepuasan kepada karyawannya adalah dengan melakukan investasi dengan memberikan pelatihan yang sesuai dan pengembangan khusus (Luthans et al., 2005), sehingga kepada karyawan diberikan pengetahuan terkini untuk meningkatkan disposisi dan paparan kerja mereka yang pada gilirannya meningkatkan kinerja organisasi (Usmanova et al., 2020). Karyawan diberikan pelatihan karena organisasi mengalami pengembangan dengan

menggunakan alat yang dapat memberikan manfaat bagi efektivitas kerja dalam suatu tim atau perusahaan (Usmanova et al., 2020). Alat yang digunakan yaitu teknologi canggih, yang berdampak positif pada hasil kerja secara keseluruhan (Usmanova et al., 2020), teknologi yang tidak mendukung akan menghambat karyawan dalam bekerja. Sehingga untuk mencapai hasil maksimal dibutuhkan dukungan bagi karyawan (Alshebami, 2021) sehingga membuat mereka puas dengan pekerjaannya (Dalati & Alchach, 2018).

Faktor-faktor yang terbukti membatasi permintaan akan asuransi salah satunya yaitu kurangnya pemahaman tentang fitur asuransi, ketidakpercayaan terhadap perusahaan asuransi. Konsumen yang kesulitan memahami perbedaan antara polis asuransi dan kontrak asuransi yang rumit. Banyak yang tidak memahami kondisi kontrak sehingga mereka tidak yakin produk asuransi yang ditawarkan akan memenuhi kebutuhan mereka sepenuhnya (Pisoni, 2021), selain itu keluhan yang ditujukan pada Perusahaan asuransi berupa pelayanan yang buruk, keterlambatan penyelesaian klaim, dan kesalahan informasi, penetapan harga dan kurangnya profesionalisme dalam pekerjaan (Piaralal et al., 2016). Hal tersebut yang mengakibatkan banyak terjadinya complaint pemegang polis terhadap perusahaan asuransi, sehingga perusahaan asuransi jiwa saat ini mendesain ulang produk mereka (Ruß & Schelling, 2021). Untuk mengatasi kendala tersebut maka perusahaan asuransi perlu memiliki karyawan yang memiliki pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, keterampilan dan Pendidikan (Piaralal et al., 2016), sikap *proactive personality* karyawan dibutuhkan dalam organisasi karena dengan bersikap *proactive* berarti sudah dapat mengantisipasi masalah dan meraih peluang (Farooq et al., 2020). Individu *proactive* tidak secara pasif menyesuaikan dengan segala aspek lingkungan dimana individu tersebut bekerja, melainkan termotivasi untuk mencari jalan keluar suatu masalah dan memperbaiki prosedur yang dianggap tidak sesuai agar dapat diperbaiki (Parker et al., 2010), Orang yang *proactive* akan mengambil tindakan untuk mengaktualisasikan situasi yang baik atau untuk memberi sinyal atau tanda kemungkinan area masalah, sedangkan orang yang lebih berhati-hati akan menunggu informasi dan kesempatan untuk bertindak (Liao, 2015) karyawan yang memiliki *proactive personality* mampu menangani situasi sesuai dengan kebutuhan (Bai et al., 2022).

Pemegang polis yang ingin mengajukan claim asuransi, mengirimkan bukti klaim untuk dinilai klaim tersebut di setujui atau di tolak (Black et al., 2019). Memastikan bahwa formulir dan dokumen diterima oleh perusahaan asuransi juga merupakan masalah umum bagi pemegang polis. (Black et al., 2019) menunjukkan bahwa harus mengirim ulang dokumen setelah penundaan yang lama membuat frustrasi bagi pemegang polis, untuk

menghindari masalah tersebut dibutuhkan karyawan yang *proactive* untuk mengkonfirmasi kepada pemegang polis berkaitan dengan proses klaim yang mereka ajukan

Perusahaan asuransi harus menyediakan produk dan layanan baru, untuk itu dibutuhkan sumber daya yang cukup besar untuk mengembangkan produk dan layanan (Pisoni, 2021). Bentuk layanan baru yaitu *digital*, pemegang polis dapat berinteraksi dengan perusahaan asuransi, cara interaksi yang dapat dilakukan kapan dan dimanapun adalah dengan menggunakan *digital*. Apabila perusahaan asuransi tidak menggunakan layanan digital maka akan di tinggalkan oleh pemegang polis, dan beralih ke perusahaan asuransi lain (Pisoni, 2021). Salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk merangkul tren digital adalah mendorong inovasi dan lahirnya ide-ide baru secara internal. Dengan inovasi internal, idenya adalah mendorong karyawan untuk menghasilkan ide dari pengalaman sehari-hari mereka.

Orang *proactive* memiliki kecenderungan untuk memberikan Langkah-langkah baru dalam melakukan tugas dan mendatangkan ide-ide baru guna meningkatkan inisiatif dan fungsi mereka (Jafri et al., 2016), Individu yang *proactive* mempunyai kemampuan untuk melihat ke depan dan juga mengarahkan dirinya sendiri dan berinisiatif sendiri (Zhao et al., 2016) bagi karyawan *proactive* dapat mengambil inisiatif, membawa perubahan, mempelajari hal-hal baru dan datang dengan memberikan solusi yang terbaik (Zambianchi, 2016). Individu dengan kepribadian yang sangat *proactive* cenderung terlibat dalam menghasilkan, menyebarkan dan menerapkan ide-ide karena mereka secara terus menerus mencari cara dan sarana untuk memperbaiki keadaan saat ini (M. Li, Wang, et al., 2017). Dari perspektif organisasi, *proactive personality* sangat membantu dan penting untuk meningkatkan kreativitas dan menghasilkan kebaruan untuk menawarkan ide-ide yang bermanfaat (Song & Lee, 2020), dengan memiliki ide dan pemikiran mereka akan mempertimbangkan apa yang bisa mereka menangkan atau kalahkan ketika mereka berbicara untuk menghindari kerugian pribadi (Detert & Burris, 2007), seorang karyawan yang memiliki *proactive personality* sangat tertarik akan hal – hal yang baru dan mampu memikirkan ide-ide inovatif untuk peningkatan dan hasil yang lebih baik (Bergeron et al., 2014), dengan demikian bahwa individu yang lebih *proactive* dapat membentuk secara aktif lingkungan mereka agar tercapai tujuan dan pekerjaan mereka. Dapat dikatakan bahwa karyawan yang dicirikan oleh *proactive personality* lebih menyukai metode, ide yang baru agar secara aktif dapat meningkatkan pekerjaan mereka (Stauffer et al., 2019).

Seseorang dengan *proactive personality* menurut (Bateman & Crant, 1993b) Sebagian besar tidak terkekang oleh keadaan tertentu dan berdampak pada perubahan lingkungan. *Proactive personality* mengukur seberapa besar kemungkinan karyawan mencari dan memanfaatkan kemungkinan transformasi (M. Li, Liu, et al., 2017). Individu dengan *proactive personality* termotivasi untuk mencari solusi yang lebih komprehensif dan inovatif untuk prosedur atau metode kompleks yang mereka anggap tidak efektif untuk meningkatkan kondisi mereka yang ada daripada secara pasif beradaptasi dengan semua bagian dari system organisasi (Parker et al., 2010).

Agar perusahaan asuransi dapat berkembang, maka dibutuhkan individu yang memiliki *proactive personality* cenderung menunjukkan tingkah laku yang membuat mereka lebih besar kemungkinan untuk berkembang di tempat mereka bekerja (Z. Jiang, 2017), *proactive personality* semakin penting, mengingat bahwa organisasi dan struktur kerja lebih kompleks dan keputusan serta hasil terkait pekerjaan meningkat dalam saling ketergantungan (Fuller Jr et al., 2010; Parker et al., 2017). Agar organisasi dapat memberikan layanan berkualitas dan memastikan kepuasan pemegang polis, karyawan harus didorong untuk *proactive personality*, misalnya melaporkan keluhan pemegang polis dan menunjukkan perilaku kerja di luar peran mereka (Bani-Melhem et al., 2021), karyawan yang memiliki sikap *proactive*, cenderung memiliki sikap *proactive personality* dibandingkan rekan-rekan kerja mereka (McCormick et al., 2019a).

Asuransi sebagai mekanisme transfer risiko kerugian finansial melayani sejumlah fungsi ekonomi yang berharga membawa banyak manfaat bagi pemegang polis dan masyarakat secara keseluruhan (Nebolsina, 2020), dengan demikian perusahaan asuransi dituntut untuk menawarkan proses kerja yang cepat untuk melayani pemegang polis. Menurut (Bateman & Crant, 1993a) individu yang memiliki *proactive personality* merupakan individu yang tidak dibatasi oleh kekuatan situasional namun dapat melakukan perubahan lingkungan. Memotivasi seorang karyawan untuk dapat melakukan perilaku *proactive* dapat berasal secara internal (yaitu dari sifat-sifat yang sudah melekat atau eksternal (misalnya dari isyarat situasional) (McCormick et al., 2019a), jenis kepribadian seperti ini menunjukkan sejauh mana individu dapat menemukan peluang untuk diciptakan di tempat kerja dan bertindak dalam mewujudkan perubahan tersebut (Crant, 2000). Karyawan proaktif menginisiasi perubahan dalam institusi untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Farooq et al., 2020), dan kecenderungan stabil untuk mengubah diri dan organisasinya dengan cara yang memiliki arti, kecenderungan pribadi ini diharapkan bermanfaat untuk terlibat dalam pekerjaannya (Caniëls et al., 2018). Perilaku *proactive*

yaitu bahwa karyawan mengambil alih situasi dan secara aktif memulai suatu perubahan, type perilaku bebas di tempat kerja ini sangat relevan untuk pengalaman pribadi (Weigelt et al., 2019).

Karyawan *proactive* memiliki kebutuhan batin yang lebih kuat untuk mengubah lingkungan yang tidak menguntungkan (Bateman & Crant, 1993a) dan mereka lebih cenderung untuk lebih aktif menentukan strategi yang tepat untuk melakukan control (Seibert et al., 1999), dengan demikian karyawan yang *proactive* dapat menentukan hasil kerja (D. Kumar et al., 2022). Karyawan mesti lebih *proactive* dalam melakukan pekerjaan mereka, karena perilaku *proactive* tersebut sangat penting dalam kinerja pekerjaan (Farooq et al., 2020). *Proactive personality* memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku kerja yang inovatif dan kinerja organisasi (Newman et al., 2017). Menurut (Fuller Jr et al., 2010) individu yang *proactive* cenderung memiliki kinerja yang lebih baik ketika mereka dapat merasakan tingkat kemandirian yang lebih tinggi ditempat mereka bekerja, karena karyawan *proactive* menunjukkan kreativitas, memodifikasi dalam kinerja dan cenderung memiliki kreativitas (Farooq et al., 2020). Selain itu karyawan dengan lebih *proactive* mengekspresikan lebih banyak kreativitasnya.

Menurut Cai et al (2018) mengatakan bahwa masing – masing individu memiliki kepribadian yang beraneka ragam sehingga berbeda antara yang satu dengan yang lainnya didasarkan pada ciri-ciri kepribadiannya. Kepribadian memainkan peran penting dalam penciptaan bisnis dan keberhasilannya (J. H. Wang et al., 2016). Selain itu orang *proactive* cenderung aktif terlibat dalam membangun jaringan sosial dan memperbaharui pengetahuan professional mereka, yang keduanya merupakan perilaku positif yang berhubungan positif dengan inovasi (T. Y. Kim et al., 2010). Untuk meramalkan dan mengelola lingkungan yang kompleks. *Proactive personality* yang semakin penting, mengingat bahwa organisasi dan struktur kerja lebih kompleks dan keputusan serta hasil terkait pekerjaan meningkat dalam saling ketergantungan (Fuller Jr et al., 2010; Parker et al., 2017), agar dapat meramalkan dan mengelola lingkungan yang kompleks, maka organisasi berusaha untuk menciptakan dan menyebarkan perilaku *proactive* yang pada akhirnya akan meningkatkan keterjangkauan bagi karyawan. (Bai et al., 2022).

Kontrak asuransi adalah perjanjian yang ditandatangani antara tertanggung dan perusahaan asuransi yang mengharuskan perusahaan asuransi untuk memberikan kompensasi kepada tertanggung atas kerugian, kerusakan, atau kewajiban yang timbul dari kejadian yang tidak terduga dan dijamin (Baştürk, 2020). Meskipun kontrak asuransi sudah tertulis didalam polis, namun tingkat fraud yang dilakukan customer kepada

perusahaan asuransi sering terjadi. Penipuan asuransi mengacu pada penipuan yang disengaja dilakukan oleh pemegang polis terhadap perusahaan asuransi untuk tujuan keuntungan finansial (Zourrig et al., 2018). Penipuan asuransi terjadi ketika individu mencoba untuk mendapatkan keuntungan finansial yang dengan melanggar ketentuan polis asuransi. (Baştürk, 2020).

Perusahaan asuransi mengetahui risiko mengenai diri pemegang polis berdasarkan informasi yang diberikan oleh pemegang polis, apabila pemegang polis memberikan informasi yang tidak sesuai maka akan merugikan perusahaan asuransi. Akibatnya Perusahaan asuransi sering menanggung kerugian dari kesalahan informasi ini dan mengakibatkan untuk menutup risiko tersebut (Islam et al., 2021). Pemegang polis berisiko tinggi dengan sengaja memberikan informasi palsu kepada perusahaan asuransi untuk menghindari premi yang lebih tinggi, atau untuk menghindari pengecualian (Islam et al., 2021). Dibutuhkan karyawan yang memiliki akses ke semua aspek penting terkait produk asuransi yang dipilih oleh pemegang polis, pemilihan premi, perubahan polis yang akan membuat premi lebih menarik, serta tindakan yang harus diambil untuk mengatasi masalah bagi pemegang polis. Dalam mengatasi tersebut pentingnya *Creativity Self Efficacy* terkait dengan persepsi karyawan tentang kemampuan *creative* mereka (Haase et al., 2018).

Polis merupakan perjanjian antara pemegang polis dan Perusahaan asuransi. Didalamnya tercantum kewajiban pemegang polis untuk membayar iuran premi kepada perusahaan asuransi. Premi dan manfaat dipengaruhi oleh tingkat suku bunga (Puspita et al., 2023). Namun risiko yang terjadi yang terkait dengan perilaku pemegang polis yaitu, ketika pemegang polis lebih memilih untuk tidak melanjutkan pembayaran premi yang awalnya mereka janjikan selama masa berlaku polis (Bermúdez et al., 2023), sehingga perusahaan asuransi dihadapkan pada risiko lapse, yaitu risiko kerugian, atau perubahan merugikan dalam nilai liabilitas asuransi (Nolte & Schneider, 2017), yang diakibatkan oleh perubahan tingkat atau ketidakstabilan tingkat lapse polis. Bagi pemegang polis akibatnya, polis lapse sehingga kehilangan sebagian besar biaya di muka selain membayar denda (Nolte & Schneider, 2017). Dengan keyakinan *creative self efficacy* yang dimilikinya karyawan mampu untuk mempertahankan pemegang polis, untuk tetap memiliki polis dengan cara melakukan pinjaman polis untuk melindungi nilai tunai tanpa mengakhiri polis (Chiang & Niehaus, 2024), dengan keyakinan *creative self efficacy* yang dimilikinya karyawan tersebut mampu menghasilkan cara yang *creative*.

Salah satu bentuk inovasi lainnya yaitu menjalin kerjasama dengan perbankan atau disebut dengan bancassurance. Menurut Rubio-Misas (2022) bancassurance merupakan

saluran distribusi asuransi jiwa sistem ini melibatkan distribusi layanan asuransi melalui cabang bank ke basis nasabah bank. Layanan asuransi lain yang mudah dijual melalui jalur bank adalah produk asuransi jiwa sederhana yang digabungkan dengan penawaran bank yang sudah ada, seperti *credit life* (Rubio-Misas, 2022), untuk dapat bekerjasama dengan bank maka dibutuhkan karyawan yang memiliki *creative self efficacy*, mencari peluang dan tantangan untuk mendapatkan perbankan yang sesuai dengan kriteria perusahaan asuransi jiwa. Dengan tantangan ini membuat karyawan asuransi merasakan perbedaan yang lebih baik antara kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan nilai mereka sendiri dengan tuntutan, nilai, dan budaya organisasi (Afsar et al., 2019).

Kemajuan teknologi dan perubahan sifat pekerjaan telah mempermudah pekerjaan kapan saja dan dari mana saja (Giurge & Woolley, 2022) tanpa terikat waktu. Sehingga waktu kerja sebagai pendorong *instrinsik motivation* (Giurge & Woolley, 2022). Bagi sebagian karyawan asuransi, memiliki *instrinsik motivation* ketika karyawan terlibat dalam pekerjaan dan berusaha untuk mengujarnya (Van den Broeck et al., 2021). Untuk mengejar pekerjaan yang harus selesai tepat waktu seperti proses klaim, karena harus menilai klaim dan menyampaikan hasilnya (Black et al., 2019). Karyawan berasumsi pekerjaan mereka cukup menarik untuk dikerjakan tanpa dibayar atau menerima imbalan lain sebagai imbalan (Deci et al., 2017). Karena mereka mempertimbangkan akan adanya pekerjaan yang lain sehingga perlu untuk diseimbangkan (Ilies et al., 2017). Sehingga *instrinsik motivation* merupakan faktor penting untuk menjelaskan hasil kerja karyawan, seperti peningkatan kesejahteraan (Van den Broeck et al., 2021). *Instrinsik motivation* merupakan hal penting di tempat kerja. Menurut (Shalley & Gilson, 2004) menekankan bahwa karyawan membutuhkan kekuatan internal yang kuat seperti *instrinsik motivation* untuk mengatasi tantangan *Innovative work behaviour*.

Tantangan bagi karyawan yang terjadi pada saat melakukan pekerjaan adalah, banyak nasabah membeli polis perlindungan asuransi jiwa pribadi untuk melindungi diri mereka sendiri dan anggota keluarga mereka dalam kasus medis darurat, untuk membiayai biaya pengobatan rumah sakit swasta (Swee et al., 2021), namun pada saat proses klaim terjadi pemegang polis tidak memahami proses klaim tersebut, peran karyawan dibutuhkan dalam hal memberikan informasi mengenai kelengkapan berkas klaim yang harus dilengkapi oleh pemegang polis, proses tahapan klaim tersebut hingga keputusan klaim tersebut di setujui atau di tolak (Black et al., 2019). Dengan membantu dan memberikan informasi, karyawan menunjukkan perilaku kerja yang kreatif ketika memberikan manfaat dalam pekerjaannya (Afsar & Rehman, 2015).

Sebelum terjadinya proses klaim, pemegang polis yang ingin membeli asuransi jiwa telah dinilai risikonya terlebih dahulu. Perusahaan asuransi jiwa perlu menyelidiki keadaan calon pemegang polis tersebut dan menentukan apakah pemohon berada dalam kondisi kesehatan yang baik (A. Mustafa & Rahman, 2018). Proses ini melibatkan penilaian karyawan untuk menetapkan tingkat dan kelas risiko. Perusahaan akan memilih calon pemegang polis yang memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh perusahaan asuransi jiwa melalui proses underwriting. Menurut (Redzuan, H., Yakob, R., & Hamid, 2006) Underwriting adalah proses mengidentifikasi dan mengklasifikasikan risiko yang ditimbulkan oleh perusahaan asuransi atas permohonan asuransi yang dilakukan oleh individu dalam rangka melindungi aset dan kewajiban perusahaan dan menambahkan juga digunakan untuk menentukan tingkat premi yang dibayarkan oleh seseorang (Htay, S. N. N., Jawahir, M. K., & Salman, 2013). Proses underwiting menyangkut usia, jenis kelamin, kondisi fisik, riwayat kesehatan, kehidupan pribadi, latar belakang keluarga, pekerjaan dan hobi (A. Mustafa & Rahman, 2018). Dibutuhkan *intrinsic motivation* guna memberikan kenyamanan dan kesenangan dalam bekerja karena beban pekerjaan yang harus dilakukannya. Karena pekerjaan yang terlalu sulit, atau membosankan, dapat berdampak pada ketidaknyamanan karyawan ditempat kerja. Menurut (Razak et al., 2017) menekankan bahwa sikap karyawan sangat penting karena mempengaruhi perilaku pekerjaan mereka.

1.2 Batasan Penelitian

Masalah yang dihadapi oleh perusahaan asuransi yaitu masalah internal dan eksternal, masalah internal berkaitan dengan pengelolaan sumber daya manusia yang kurang optimal. Sementara masalah yang timbul dari eksternal berkaitan dengan ketidakpuasan pemegang polis terhadap perusahaan asuransi, kurangnya mengikuti perubahan produk asuransi yang selalu berkembang, sehingga mengakibatkan perusahaan asuransi harus mengikuti perkembangan tersebut, agar mampu bersaing dengan perusahaan lainnya maka perusahaan harus melakukan inovasi. Inovasi merupakan faktor penting bagi keberhasilan organisasi dalam lingkungan yang kompetitif dan dinamis saat ini (Škerlavaj et al., 2019)

Perilaku kerja inovatif dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain, knowledge sharing, gaya kepemimpinan, iklim organisasi, pemberdayaan, procedural justice, otonomi kerja dan faktor-faktor lainnya. Namun dikarenakan luasnya permasalahan dan uraian yang telah di jelaskan pada latar belakang, maka permasalahan utama yang timbul akan di kaji dalam penelitian ini. Masalah tersebut adalah berhubungan dengan *Innovative Work*

Behaviour di perusahaan asuransi. Untuk variabel bebas yaitu *Proactive Personality*, *Creativity Self Efficacy*, *Intrinsic Motivation* dan 1 (satu) variabel mediasi yaitu *Job Satisfaction*.

Kemudian penelitian ini dibatasi juga dalam hal unit analisis termasuk populasi dan sampel yaitu pada beberapa perusahaan asuransi jiwa nasional. Pembatasan penelitian ini juga berhubungan dengan metode yang nanti akan di pergunakan dalam penelitian ini, sehingga hasil dan pembahasan merujuk pada hasil pengolahan data yang representasi dari metode yang digunakan pada penelitian ini.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah banyak penelitian yang telah dilakukan terkait dengan perilaku kerja inovatif, namun sejauh ini belum ditemukan model penelitian yang memperhatikan pengaruh diantara variabel-variabel di bawah ini, diantaranya adalah :

Perilaku kerja

1. *Innovative Work Behaviour*
2. *Proactive Personality*
3. *Creativity Self Efficacy*
4. *Intrinsic Motivation*
5. *Job Satisfaction*

Oleh karena itu model konseptual ini menjadi hal penting untuk diteliti, melalui kajian-kajian sebagai berikut ini :

1. Apakah *Proactive personality* berpengaruh terhadap *Innovative work behaviour* ?
2. Apakah *Creativity self efficacy* berpengaruh terhadap *Innovative work behaviour* ?
3. Apakah *Intrinsic motivation* berpengaruh terhadap *Innovative work behaviour* ?
4. Apakah *Proactive personality* berpengaruh terhadap *Job Satisfaction*?
5. Apakah *Creativity self efficacy* berpengaruh terhadap *Job Satisfaction*?
6. Apakah *Intrinsic motivation* berpengaruh terhadap *Job Satisfaction*?
7. Apakah *Job Satisfaction* berpengaruh terhadap *Innovative Work Behaviour* ?
8. Apakah *Proactive personality* berpengaruh terhadap *Innovative work behaviour* dimediasi *Job Satisfaction*?
9. Apakah *Creativity self efficacy* berpengaruh terhadap *Innovative Work behaviour* dimediasi *job satisfaction* ?
10. Apakah *Intrinsic motivation* berpengaruh terhadap *Innovative Work behaviour* dimediasi *Job Satisfaction* ?

1.4 Tujuan penelitian

Sesuai rumusan masalah itu, penelitian berikut bertujuan untuk menguji, menganalisis, dan menemukan:

1. Pengaruh langsung *Proactive Personality* terhadap *Innovative Work Behaviour*.
2. Pengaruh langsung *Creativity Self Efficacy* terhadap *Innovative Work Behaviour*
3. Pengaruh langsung *Intrinsic Motivation* terhadap *Innovative Work Behaviour*.
4. Pengaruh langsung *Proactive Personality* terhadap *Job Satisfaction*.
5. Pengaruh langsung *Creativity Self Efficacy* terhadap *Job Satisfaction*.
6. Pengaruh langsung *Intrinsic Motivation* terhadap *Job Satisfaction*.
7. Pengaruh langsung *Job Satisfaction* terhadap *Innovative work behaviour*.
8. Pengaruh tidak langsung *Proactive Personality* terhadap *Innovative Work Behaviour* dimediasi *Job Satisfaction*.
9. Pengaruh tidak langsung *Creativity Self Efficacy* terhadap *Innovative Work Behaviour* dimediasi *Job Satisfaction*.
10. Pengaruh tidak langsung *Intrinsic Motivation* terhadap *Innovative Work Behaviour* dimediasi *Job Satisfaction*.

1.5 Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

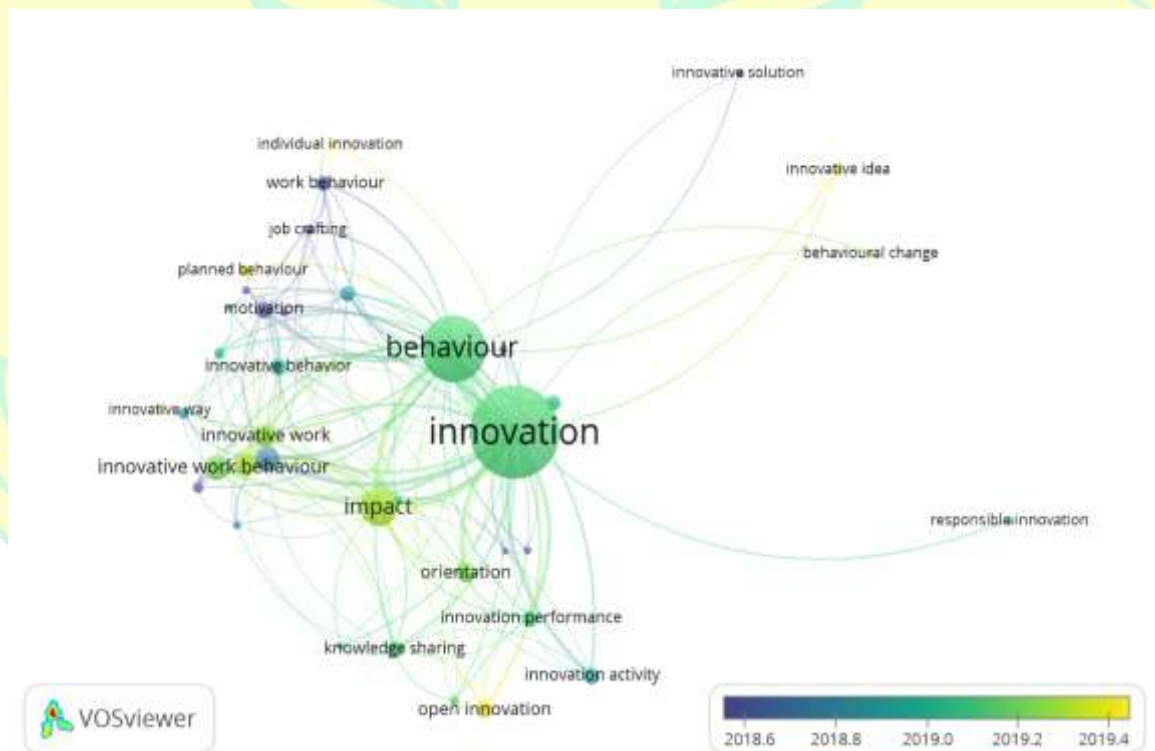
1. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam kajian manajemen sumber daya manusia dan menjadi sumber rujukan untuk dilakukan penelitian sejenis dengan sampel yang berbeda maupun variabel bebas yang berbeda hubungannya dengan perilaku inovatif karyawan.
2. Hasil penelitian dapat membantu manajemen perusahaan memformulasikan kebijakan baru di bidang SDM dalam upaya meningkatkan *Innovative Work Behaviour* karyawan dengan mengembangkan program dan membangun *Job Satisfaction*, *Proactive Personality*, *Creativity Self Efficacy*, *Intrinsic Motivation*.
3. Bagi peneliti, hasil penelitian ini merupakan bagian penting dalam penguatan karir akademik peneliti selaku staf pengajar.

1.6 State of The Art

Untuk menunjukkan *State of the Art* dapat menggunakan penelusuran literatur review dari penelitian yang relevan . Hasil kajian penelusuran tersebut akan memberi informasi adanya ketidaksinambungan atau gap dari penelitian-penelitian sebelumnya sehingga dapat digunakan untuk menentukan posisi penelitian, Oleh sebab itu, Prof. Intan Ahmad (2019) *State of the Art* yang disusun harus menunjukkan kebaruan/*novelty* dari penelitian yang dilakukan terhadap penelitian terdahulu

Adapun *state of the art* dalam penelitian ini penulis sudah melakukan observasi dan pencarian belum pernah ada melakukan penelitian sesuai dan persis terkait variable yang tertuang dalam judul Pengaruh *Proactive Personality, Creativity Self Efficacy, Intrinsic Motivation* terhadap *Innovative Work Behaviour* dengan mediasi *Job Satisfaction* pada Perusahaan asuransi jiwa nasional. bahkan dengan menggunakan sampel beberapa perusahaan asuransi Jiwa .

1. Hal ini juga dibuktikan berdasar hasil penelusuran dari aplikasi *VosViewer* berikut:



Gambar 1. 2 *VosViewer*

Dari hasil melakukan visualisasi yang telah dilakukan penelusuran selama rentang waktu 5 tahun terakhir dan baru terlihat sejak tahun 2018 sampai dengan tahun 2022 dengan aplikasi *VosViewer* tersebut, terlihat bahwa hubungan yang terjadi antar variable dari kode yang ditunjukkan *Innovative Work Behaviour* (IWB) berhubungan langsung

dengan *Creativity Self Efficacy* dan *Intrinsic Motivation* dan bahkan tidak nampak adanya *Proactive Personality* maupun *Job Satisfaction*.

Berdasarkan uraian di atas dan hasil visualisasi aplikasi *VosViewer* maka peneliti menyimpulkan tidak menemukan unit analisis dengan menggunakan beberapa perusahaan asuransi jiwa sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian dengan unit analisis pada karyawan perusahaan asuransi dikategorikan *less studied*/masih minim atau tidak ditemukan, sehingga membuktikan adanya *Literatur gap* pada penelitian ini.

2. Berdasarkan systematic literature review Innovative work behavior

Tabel 1. 2 *Systematic literature review*

Nama peneliti	Hasil penelitian <i>systematic literature review Innovative work behavior</i>	
(Srirahayu et al., 2023)	Pelayanan publik	24,6%
	Rumah Sakit	24,6%
	Universitas	17,5%
	Perpustakaan	8,8%
	Pemerintah daerah	15,7%
	Sekolah	8,8%
(AlEssa & Durugbo, 2022)	Pendidikan	18%
	Industri	12%
	Tenaga listrik	12%
	kesehatan	6%
	perhotelan	11%
	keuangan	7%
	Publik	7%

Data di olah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel 2 diatas hasil systematic literature review Innovative work behavior masih belum ada penelitian dengan obyek penelitian Perusahaan asuransi jiwa. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa unit analisis pada karyawan perusahaan asuransi dikategorikan *less studied*/masih minim atau tidak ditemukan sehingga membuktikan adanya *Literatur gap* pada penelitian ini.