

## Formulasi strategi layanan asuransi pertanian menghadapi perubahan iklim

Ika Maya Irlha<sup>1</sup>. Suryanto<sup>2</sup>

© Penulis 2022

**Abstract:** Climate change is a global issues including in Indonesia. The agricultural sector is the most potential suffered by climate change. This research wants to identify the determinants that influence the supply of agricultural insurance products. The focus of this research complements the analysis of the insurance market, especially from the supply side. A quantitative method was chosen to analyze the primary data. We obtained the data by interviews with respondents who understand the problems of the insurance market. After the data collected and verified, we analysed the data using Internal Factor Evaluation (IFE) and External Factor Evaluation (EFE), as well as SWOT analysis and QSPM analysis. The results show that insurance companies must have excellence in mastering information technology, qualified human resources, and always willing to adapt to new challenges.

**Keywords:** climate change; crop insurance; QSPM Analysis

### Pendahuluan

Isu perubahan iklim dan sektor pertanian merupakan isu yang tidak bisa dipisahkan. Salah satu tanda perubahan iklim ditandai dengan perubahan awal musim dan akhir musim yang sulit untuk diprediksikan (Putra & Handayani, 2013; Runtunuwu & Syahbuddin, 2007). Sementara sektor pertanian adalah sektor yang sangat bergantung pada iklim. Selain itu, sektor pertanian adalah sektor strategis karena menyangkut kestabilan pangan nasional.

Pangan merupakan kebutuhan pokok penduduk di Indonesia, dari laporan BPS pada tahun 2020 menunjukkan bahwa jumlah penduduk Indonesia sudah mencapai 270,20 juta jiwa. Dari jumlah penduduk di Indonesia tersebut dapat dilihat bahwa ketersediaan pangan yang cukup sangatlah dibutuhkan agar tidak terjadi instabilitas pangan nasional.

Perubahan iklim juga menyebabkan anomali iklim seperti fenomena El-Nino dan La-Nina (Kifli, Mulyo, & Sugiyarto, 2015). Dampak dari El-Nino dan La-Nina adalah peningkatan atau penurunan suhu udara yang ekstrem, curah hujan dan musim bergeser menjadi tidak menentu, serta permukaan air laut yang meningkat dan terjadinya banjir rob di beberapa wilayah (Putra & Handayani, 2013). El-Nino adalah kejadian iklim di mana terjadi penurunan jumlah dan intensitas curah hujan akibat naiknya suhu permukaan laut di wilayah Samudra Pasifik Selatan yang mendorong mengalirnya massa uap air di wilayah Indonesia ke arah timur. Sebaliknya La-Nina adalah kejadian iklim di mana terjadi peningkatan jumlah dan intensitas curah hujan hingga memasuki musim kemarau akibat penurunan suhu permukaan air laut di wilayah Samudra Pasifik Selatan yang memperkaya massa uap air di wilayah Indonesia (Kifli et al., 2015).

---

<sup>1</sup> Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNS Surakarta

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNS Surakarta/PPLH LPPM UNS Surakarta

\*e-mail: [suryanto\\_feb@staff.uns.ac.id](mailto:suryanto_feb@staff.uns.ac.id) (corresponding author)

Produktivitas dan progresivitas sektor pertanian dipengaruhi oleh banyak faktor, terutama perubahan iklim (Safitri & Suryanto, 2015). Usaha di bidang pertanian merupakan sektor usaha yang berada pada posisi ketidakpastian (*unpredictable*). Dengan demikian, dapat dikatakan masa depan ketahanan pangan global kemungkinan akan menghadapi situasi yang lebih suram.

Bagi Indonesia, pemanasan global ini akibatnya tidak bisa dibilang ringan karena akan berdampak sangat luas. Opiyo, Wasonga, Nyangito, Schilling, & Munang (2015) berpendapat bahwa saat ini saja, rata-rata tahunan curah hujan di beberapa wilayah mengalami penurunan, sedangkan di wilayah lain justru mengalami peningkatan. Selain itu, musim hujan dan musim kemarau juga mengalami pergeseran. Perubahan iklim yang berlangsung selama ini dapat diperkirakan akan semakin parah di masa yang akan datang.



Sumber: [Error! Hyperlink reference not valid.](#)

**Gambar 1.** Jumlah Kejadian Bencana Alam Tahun 2021

Gambar 1 menunjukkan bahwa kejadian bencana banjir pada tahun 2021 sebanyak 1.794 peristiwa. Apabila dibandingkan dengan tahun 2020 kejadian banjir meningkat empat kali lipat yaitu berjumlah 495 peristiwa. Demikian pula catatan peristiwa banjir di Indonesia sejak dekade terakhir selalu menempati peringkat satu dalam hal jumlah kejadian. Potensi risiko yang demikian besar karena perubahan iklim ini menyebabkan pemerintah berupaya untuk mengalihkan risiko ke pihak ketiga yaitu perusahaan asuransi. Pasar asuransi di Indonesia masih tergolong baru, berdasarkan Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 40/Permentan/SR.230/7/2015 tentang Fasilitas Asuransi Pertanian. Peraturan ini memungkinkan bagi petani untuk mengakses perlindungan dari perusahaan asuransi. Selama ini petani terkendala oleh terbatasnya modal, aksesibilitas pasar, dan penguasaan teknologi maka kemampuan adaptasi petani terhadap perubahan iklim kurang memadai (Safitri & Suryanto, 2015). Peraturan menteri ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas pemerintah dalam upaya mengurangi kerugian yang diderita oleh petani karena perubahan iklim.

Pasar asuransi akan efektif apabila dapat dirasakan oleh masyarakat tani di Indonesia. Tantangan pada sisi permintaan adalah petani Indonesia masih kurang kesadaran manfaat asuransi (Sumaryanto & Nurmanaf, 2007). Penelitian yang mengidentifikasi permintaan terhadap asuransi khususnya asuransi pertanian sudah banyak dilakukan (Chen, Chen, & Xu, 2016; Elum, Modise, & Marr, 2017; Wang, Zhang, Kimura, & Akter, 2015).

Analisis terhadap pasar asuransi terutama dari sisi permintaan dan penawaran perlu dilakukan untuk memastikan program pemerintah dapat berjalan dengan baik. Penelitian ini mencoba melengkapi penelitian dari sisi permintaan yaitu memfokuskan pada sisi penawaran khususnya pada persepsi konsumen asuransi pertanian terhadap perusahaan asuransi yang ditunjuk oleh Kementerian Pertanian. Tujuan penelitian ini

adalah mengidentifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi perusahaan asuransi. Tantangan pada sisi penawaran adalah perusahaan asuransi harus melayani nasabah petani yang sebagian besar masih kurang kesadaran terhadap manfaat asuransi.

**Metode**

Data yang dipergunakan dalam analisis adalah data primer di perusahaan asuransi yang mendapatkan subsidi premi dari pemerintah. Perusahaan yang dipilih dalam penelitian ini berkantor di Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur. Teknik sampling yang dilakukan adalah dengan *purposive sampling*.

Teknik analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dengan pendekatan eksploratif, di mana merupakan pendekatan dengan menggali secara mendalam persoalan-persoalan yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, studi pustaka dan studi lapangan. Dari metode pengumpulan data yang dilakukan tersebut diharapkan dapat menghasilkan informasi yang valid bagi analisis penawaran asuransi pertanian.

Analisis faktor-faktor internal dan eksternal dilakukan dengan wawancara pada pihak manajemen perusahaan untuk menentukan keakuratan data. Analisis kuantitatif yang dihasilkan pada penelitian ini adalah hasil berupa bobot, rating dan skor sedangkan analisis kualitatif berupa penjelasan dari analisis kuantitatif. Data yang berhasil diperoleh akan dianalisis dengan tiga tahap, yaitu tahap input (*input stage*), tahap pencocokan (*matching stage*), dan tahap keputusan (*decision stage*) dengan menggunakan alat analisis yang terdiri dari matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), *External Factor Evaluation* (EFE), SWOT dan QSPM (Hasibuan & Amelia, 2019). Rancangan implementasinya dalam bentuk tabel action plan yang diperoleh dari urutan prioritas strategi hasil matriks QSPM dan diskusi dengan pihak manajemen perusahaan (Jowkar, Mosavi, & Najafi, 2015; Mahfud & Mulyani, 2017).

1. Analisis IFE dan EFE

Penyusunan tahap input, pada tahap ini terdiri dari matriks IFE dan EFE. Matriks input berhubungan dengan tingkat kepentingan relatif dari faktor-faktor peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan dari hasil analisis lingkungan internal dan eksternal. Informasi yang berasal dari tahap input ini memberikan informasi dasar untuk matriks di tahap pencocokan dan tahap keputusan. Langkah-langkah yang dilakukan adalah menganalisis lingkungan internal, menganalisis lingkungan eksternal, menyusun matriks IFE dan EFE.

2. Analisis SWOT

Matriks SWOT adalah sebuah alat yang dapat digunakan untuk mencapai faktor strategis perusahaan. Bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Matriks SWOT akan memberikan empat set dari strategi alternatif bagi perusahaan.

Tabel 1. Matriks SWOT

Faktor Strategis	Strength	Weakness
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi SW
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT

Sumber: Kusbandono (2019)

3. Analisis QSPM

*The quantitative strategic planning matrix* (QSPM), menurut Jowkar, Mosavi, & Najafi, (2015) adalah alat yang direkomendasikan bagi para peneliti strategi untuk mengevaluasi pilihan strategi alternatif berdasarkan *relative attractiveness* secara objektif dan berdasarkan faktor-faktor sukses utama internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya.

Matriks yang digunakan untuk mendapatkan strategi yang paling baik di antara strategi-strategi yang ditawarkan. Pemilihan ini didasarkan *critical succes* yang telah diidentifikasi pada analisis SWOT dan analisis internal dan eksternal. Analisis QSPM memerlukan analisis yang objektif. Langkah-langkah dalam penyusunan QSPM adalah sebagai berikut:

- a. Identifikasi *critical succes* faktor baik internal maupun eksternal.
- b. Tentukan nilai rata-rata tertimbang sesuai dengan matriks IFE dan EFE, kemudian masukkan nilai tersebut ke sisi sebelah kanan kolom *critical success factor* (faktor internal dan eksternal).
- c. Analisis evaluasi dan pilihan rekomendasi strategi SWOT dan analisis IFE dan EFE.
- d. Beri bobot *attractiveness scores* (AS) pada masing-masing critical factor dengan nilai 1 = tidak menarik (*not attractive*), 2 = menarik (*somewhat attractive*), 3 = cukup menarik (*reasonably attractive*), 4 = sangat menarik (*highly attractive*).
- e. Hitung nilai attractive (TAS), nilai diperoleh dari perkalian antara nilai rata-rata tertimbang dengan bobot masing-masing *critical succes factor*.
- f. Hitung dan jumlah TAS dari masing-masing strategi.

## Hasil dan Pembahasan

Analisis terhadap lingkungan internal perusahaan merupakan tahap untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan untuk menghadapi persaingan dan pesaing potensial. Dalam menjalankan program asuransi pertanian, identifikasi kelemahan dan kekuatan perusahaan adalah sebagai berikut: perusahaan yang dikenal masyarakat, berskala nasional, memiliki standar SDM yang berkualitas, lokasi kantor yang strategis, budaya kerja yang baik dan harga premi yang terjangkau. Perusahaan asuransi dalam menjalankan asuransi pertanian memiliki beberapa kelemahan yang dihadapi yaitu teknologi yang digunakan standar, pekerjaan tidak terspesialisasi, promosi kurang efektif, rumitnya pengajuan klaim, kurangnya pelatihan terhadap agen dan kemampuan mengakses pasar terbatas.

Analisis terhadap lingkungan eksternal perusahaan merupakan tahap untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan untuk menghadapi persaingan dan pesaing potensial. Dalam menjalankan asuransi pertanian, Perusahaan asuransi memiliki peluang dan ancaman yang dihadapi. Peluang perusahaan asuransi yaitu pasar konsumen yang besar, perubahan gaya hidup dan kebutuhan masyarakat akan asuransi.

Selain terdapat peluang yang besar, perusahaan juga menghadapi ancaman dari luar perusahaan yang dapat menghambat jalannya perusahaan, yaitu tingkat persaingan tinggi antara pendatang baru dan pemain lama industri asuransi, kekuatan tawar menawar nasabah, meningkatnya biaya produksi dan keraguan masyarakat terhadap asuransi.

### 1. Analisis IFE dan EFE

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor internal yang terdapat pada perusahaan. Hasil dari matriks IFE disusun berdasarkan dari identifikasi terhadap kondisi lingkungan internal perusahaan yang berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan asuransi.

Berdasarkan hasil analisis matriks IFE pada Tabel 1, kekuatan yang dimiliki perusahaan antara lain perusahaan yang dikenal masyarakat, berskala nasional, memiliki standar SDM yang berkualitas, lokasi kantor yang strategis, produk bervariasi dan budaya kerja yang baik. Sedangkan kelemahan yang ada pada perusahaan antara lain teknologi yang digunakan standar, pekerjaan yang tidak terspesialisasi, tidak adanya inovasi produk, kurangnya pelatihan, kurangnya promosi dan kemampuan mengakses pasar terbatas.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terhadap responden di lapangan didapat total nilai skor terbobot sebesar 2,739. Menurut Jowkar et al. (2015), jika nilai skor terbobot di atas 2,50 menandakan bahwa secara internal perusahaan pada posisi kuat. Sebaliknya, jika nilai skor terbobot di bawah 2,50 menandakan perusahaan pada posisi lemah. Dengan nilai skor terbobot 2,739, dapat disimpulkan bahwa perusahaan pada posisi kuat. Kondisi tersebut menunjukkan faktor internal perusahaan asuransi relatif lebih kuat dalam memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan mampu mengatasi kelemahannya.

Kekuatan utama perusahaan adalah sebagai perusahaan yang memiliki premi dengan harga terjangkau dengan skor terbobot paling besar, yaitu 0,289. Hasil analisis matriks IFE juga memperlihatkan faktor strategi internal yang menjadi kelemahan utama perusahaan, yaitu kurangnya pelatihan dengan skor terbobot paling besar, yaitu 0,272.

Tabel 2. Matriks IFE Perusahaan Asuransi

No	Faktor Strategis Internal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor Terbobot (axb)
<b>Kekuatan</b>				
1	Perusahaan yang dikenal masyarakat	0,089	2,8	0,249
2	Berskala nasional	0,085	2,4	0,204
3	Memiliki standar SDM	0,080	3,0	0,240
4	Lokasi kantor strategis	0,080	3,2	0,256
5	Budaya kerja yang baik	0,080	2,8	0,224
6	Harga premi terjangkau	0,085	3,4	0,289
<b>Kelemahan</b>				
1	Teknologi yang digunakan standar	0,085	2,4	0,204
2	Pekerjaan tidak terspesialisasi	0,076	2,2	0,167
3	Promosi kurang efektif	0,094	2,6	0,244
4	Rumitnya pengajuan klaim	0,076	2,4	0,182
5	Kurangnya pelatihan	0,085	3,2	0,272
6	Kemampuan mengakses pasar terbatas	0,080	2,6	0,208
<b>Total</b>		1,000		2,739

Sumber: data primer diolah

Analisis EFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor eksternal perusahaan. Hasil dari matriks EFE disusun berdasarkan dari identifikasi terhadap kondisi lingkungan eksternal perusahaan yang berupa peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Perusahaan asuransi.

Peluang dimanfaatkan Perusahaan asuransi antara lain pasar konsumen yang besar, perubahan gaya hidup dan kebutuhan masyarakat akan asuransi. Sedangkan ancaman yang harus dihadapi yaitu tingkat persaingan tinggi antara pendatang baru dan pemain lama industri asuransi, kekuatan tawar menawar nasabah, meningkatnya biaya produksi dan keraguan masyarakat terhadap asuransi.

Menurut Jowkar et al. (2015), skor total 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon dengan sangat baik peluang-peluang yang ada dan menghindari ancaman dari pasar industrinya. Sementara jika skor total 1,0 menunjukkan bahwa perusahaan tidak memanfaatkan peluang yang ada atau tidak menghindari ancaman eksternal.

Berdasarkan hasil matriks EFE pada Tabel 2 didapatkan total skor terbobot sebesar 2,83. Peluang utama yang dihadapi perusahaan adalah kebutuhan masyarakat khususnya petani akan adanya asuransi pertanian dengan skor terbobot 0,412. Hasil analisis matriks EFE yang memperlihatkan faktor eksternal yang menjadi ancaman utama Perusahaan asuransi yaitu tingkat persaingan yang tinggi dengan total skor terbobot 0,715. Hasil perhitungan keseluruhan faktor strategis eksternal menghasilkan skor terbobot sebesar 2,83. Hal ini menunjukkan bahwa situasi eksternal perusahaan di bawah rata-rata yaitu perusahaan kurang mampu merespon faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman.

Tabel 3. Matriks EFE Perusahaan Asuransi Pertanian

No	Faktor Strategis Eksternal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor Terbobot (axb)
<b>Peluang</b>				
1	Pasar konsumen yang besar	0,123	3,2	0,393
2	Perubahan gaya hidup	0,129	3,0	0,387
3	Kebutuhan masyarakat akan asuransi	0,129	3,2	0,412
<b>Ancaman</b>				
1	Tingkat persaingan tinggi			
a	Pendatang baru	0,123	2,8	0,344
b	Pemain lama industri asuransi	0,116	3,2	0,371
2	Kekuatan tawar nasabah			
a	Persepsi nasabah	0,129	2,4	0,309
3	Meningkatnya biaya produksi	0,123	2,2	0,270
4	Keraguan masyarakat akan asuransi	0,123	2,8	0,344
<b>Total</b>		<b>1,000</b>		<b>2,83</b>

## 2. Analisis SWOT

Tahap perumusan strategi merupakan tahap untuk perumusan strategi didasarkan dari hasil analisis dan identifikasi akan kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang telah dikumpulkan. Pada tahap perumusan model yang akan digunakan dalam perumusan strategi adalah matriks SWOT.

Tabel 4. Analisis Matriks SWOT Perusahaan Asuransi

Strategi S-O		Strategi W-O	
1. Meningkatkan kualitas SDM agar cepat tanggap dalam melakukan identifikasi pasar		1. Meningkatkan teknologi dengan memanfaatkan pengembangan teknologi modern	
2. Meningkatkan budaya kerja yang baik dengan kontrol yang terpadu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi		2. Melakukan promosi yang lebih efektif	
3. Meningkatkan kekuatan merek yang sudah dikenal masyarakat dan harga premi yang terjangkau sehingga memberikan kesadaran terhadap kebutuhan masyarakat akan asuransi dan perubahan gaya hidup.		3. Meningkatkan kemampuan mengakses pasar melalui peningkatan target penjualan dan volume penjualan perluasan pasar sasaran menggunakan teknologi	
		4. Melakukan pelatihan terhadap karyawan agar mampu memahami selera pasar yang ada	
Strategi S-T		Strategi W-T	
1. Meningkatkan merek perusahaan mengingat tingginya tingkat persaingan		1. Meningkatkan teknologi untuk mengantisipasi persaingan	
2. Meningkatkan budaya kerja yang baik dengan pelayanan pelanggan		2. Melakukan kegiatan promosi yang efektif dan aktif agar tidak kalah dengan <i>brand image</i> pesaing	
3. Menurunkan biaya produksi		3. Membagi pekerjaan secara terspesialisasi untuk meminimalisir adanya keraguan masyarakat akan asuransi	
4. Mengembangkan produk-produk yang inovatif			

4. Meningkatkan mutu pelatihan

Sumber: data primer diolah

3. Analisis QSPM

Tahap keputusan merupakan tahap untuk menentukan strategi yang dianggap paling baik untuk dijalankan perusahaan dari alternatif-alternatif strategi yang diperoleh dari hasil analisis SWOT. Teknik analisis yang digunakan untuk memilih strategi ini adalah teknik *Quantitative Strategy Planning Matrix* (QSPM).

Hasil analisis matriks SWOT menghasilkan 4 alternatif strategi, yaitu strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O, dan strategi W-T. Dari keempat analisis tersebut, nilai TAS dari alternatif strategi yang tertinggi menunjukkan bahwa alternatif strategi itu yang menjadi pilihan utama dan nilai TAS terkecil menunjukkan pilihan terakhir.

Tabel 5. Hasil Akhir Matriks QSPM

No	Faktor Strategi	Bobot	S1		S2		S3		S4	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
<b>Kekuatan</b>										
1	Perusahaan yang dikenal masyarakat	0,089	2,8	0,249	3,0	0,267	3,0	0,267	3,0	0,267
2	Berskala nasional	0,085	2,8	0,238	2,8	0,238	2,8	0,238	2,8	0,238
3	Memiliki standar SDM	0,081	2,8	0,226	3,0	0,243	3,0	0,243	3,4	0,275
4	Lokasi kantor strategis	0,081	2,6	0,210	2,8	0,226	3,0	0,243	2,8	0,226
5	Budaya kerja yang baik	0,081	2,4	0,914	2,8	0,226	2,6	0,210	3,0	0,243
6	Harga premi terjangkau	0,085	3,4	0,289	3,2	0,272	3,6	0,306	2,6	0,221
<b>Kelemahan</b>										
1	Teknologi yang digunakan standar	0,085	2,2	0,187	2,4	0,204	2,4	0,204	2,6	0,221
2	Pekerjaan tidak terspesialisasi	0,076	3,0	0,228	2,8	0,212	2,6	0,197	3,0	0,228
3	Promosi kurang efektif	0,094	3,0	0,282	3,0	0,282	3,0	0,282	3,2	0,300
4	Rumitnya pengajuan klaim	0,076	2,0	0,152	2,8	0,212	2,6	0,197	2,4	0,182
5	Kurangnya pelatihan	0,085	3,6	0,306	3,4	0,289	3,2	0,272	3,4	0,289
6	Kemampuan mengakses pasar terbatas	0,081	2,8	0,226	2,0	0,162	3,2	0,259	3,0	0,243
<b>Peluang</b>										
1	Pasar konsumen yang besar	0,123	4,0	0,492	4,0	0,492	3,0	0,369	3,6	0,442
2	Perubahan gaya hidup	0,129	2,6	0,335	2,8	0,361	2,8	0,361	2,8	0,361
3	Kebutuhan masyarakat akan asuransi	0,129	3,2	0,412	2,8	0,361	3,2	0,412	3,0	0,387
<b>Ancaman</b>										
1	Tingkat persaingan tinggi									
a	Pendatang baru	0,123	3,2	0,393	3,2	0,393	2,8	0,344	2,8	0,344
b	Pemain lama industri asuransi	0,116	3,2	0,371	3,0	0,348	2,8	0,324	2,6	0,301
2	Kekuatan tawar nasabah									
a	Persepsi nasabah	0,129	2,8	0,361	2,4	0,309	3,4	0,438	2,8	0,361
3	Meningkatnya biaya produksi	0,123	2,8	0,344	3,4	0,418	2,6	0,319	2,6	0,319
4	Keraguan masyarakat akan asuransi	0,123	3,4	0,418	2,8	0,344	3,6	0,442	2,6	0,319
<b>Jumlah</b>			<b>6,633</b>		<b>5,859</b>		<b>5,927</b>		<b>6,773</b>	

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan hasil penentuan strategi terbaik untuk persaingan dengan QSPM, diperoleh strategi W-T yaitu meningkatkan teknologi untuk mengantisipasi persaingan, melakukan kegiatan promosi yang efektif dan

aktif agar tidak kalah dengan brand image pesaing, membagi pekerjaan secara terspesialisasi untuk meminimalisir keraguan masyarakat terutama petani akan asuransi pertanian dan meningkatkan mutu melalui pelatihan dengan nilai TAS sebesar 6,773. Hasil ini sesuai dengan era saat ini di mana teknologi informasi sudah menjadi kebutuhan utama sumber informasi (Putranto & Wijayanti, 2018)

Strategi S-O dengan nilai TAS 6,633 menempati pilihan kedua yaitu meningkatkan kualitas SDM agar cepat tanggap dalam melakukan identifikasi pasar, meningkatkan budaya kerja yang baik dengan kontrol yang terpadu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, dan meningkatkan kekuatan merek yang sudah dikenal masyarakat dan harga premi yang terjangkau sehingga memberikan kesadaran terhadap kebutuhan masyarakat akan asuransi dan perubahan gaya hidup (Mirza, 2012).

Strategi W-O dengan TAS sebesar 5,927 berada dalam pilihan strategi yang ketiga adalah meningkatkan teknologi dengan memanfaatkan pengembangan teknologi modern, melakukan promosi yang lebih efektif, meningkatkan kemampuan mengakses pasar melalui peningkatan target penjualan dan volume penjualan perluasan pasar sasaran menggunakan teknologi dan melakukan pelatihan terhadap karyawan agar mampu memahami selera pasar yang ada.

Strategi S-T dengan perolehan TAS terkecil yaitu 5,859 berada pada pilihan strategi yang keempat yaitu meningkatkan merek perusahaan mengingat tingginya tingkat persaingan, meningkatkan budaya kerja yang baik dengan pelayanan pelanggan, menurunkan biaya produksi dan mengembangkan produk-produk yang inovatif.

## Kesimpulan

Faktor-faktor yang menentukan perusahaan asuransi dapat memberi layanan maksimal pada masyarakat adalah meningkatkan pemanfaatan teknologi informasi. Edukasi mengenai asuransi di masyarakat yang masih rendah perlu lebih sering disampaikan ke masyarakat. Selain faktor teknologi informasi, faktor sumber daya manusia perlu ditingkatkan kualitasnya. Pasar jasa keuangan sangat prospektif dan sangat kompetitif sehingga kualitas sumber daya manusia yang berkualitas sangat menentukan perusahaan dapat memenangkan persaingan.

Budaya kerja perusahaan perlu direformasi menjadi budaya kerja yang *customer oriented*. Pelanggan memerlukan pelayanan prima seperti misalnya cepatnya pembayaran klaim apabila terjadi kegagalan panen bagi petani. Dengan budaya kerja yang semakin membaik akan memperbaiki citra perusahaan sebagai perusahaan yang kredibel dan dapat dipercaya.

## Daftar Pustaka

- Chen, S., Chen, X., & Xu, J. (2016). Impacts of climate change on agriculture: Evidence from China. *Journal of Environmental Economics and Management*, 76. <https://doi.org/10.1016/j.jeem.2015.01.005>
- Elum, Z., Modise, D., & Marr, A. (2017). Farmer's perception of climate change and responsive strategies in three selected provinces of South Africa. *Climate Risk Management*, 16. <https://doi.org/10.1016/j.crm.2016.11.001>
- Hasibuan, S., & Amelia, F. (2019). Implementasi Quantitative Strategic Planning Matrix ( Qspm ) Dalam Merencanakan Strategi Pemasaran Pada Usaha Minuman Happy Bubble Drink. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 08(c), 26–36.
- Jowkar, N., Mosavi, N., & Najafi, B. (2015). *Management Strategy for Agricultural Development in the Kherameh City Using SWOT Model*. 10(June), 839–846.
- Kifli, F., Mulyo, J., & Sugiyarto, S. (2015). The 2 nd University Research Coloquium 2015 ISSN 2407-9189 Analisis Hubungan Kualitas Sumber Daya Manusia dan Kesejahteraan Rumah Tangga Tani di Provinsi Riau. The 2 nd University Research Coloquium 2015 ISSN 2407-9189. *Prosceeding The 2 Nd University Research Coloquium 2015*.
- Kunreuther, H. C., & Michel-kerjan, E. O. (2007). Climate Change, Insurability of Large-Scale Disasters And The Emerging Liability Challenge. *Nber Working Paper Series*. Retrieved from

- <http://www.nber.org/papers/w12821>
- Kusbandono, D. (2019). Analisis Swot Sebagai Upaya Pengembangan Dan Penguatan Strategi Bisnis ( Study Kasus Pada UD . Gudang Budi . *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 4(2).
- Mahfud, T., & Mulyani, Y. (2017). Aplikasi Metode QSPM ( Quantitative Strategic Planning Matrix ) ( Studi Kasus: Strategi Peningkatan Mutu Lulusan Program Studi Tata Boga ). *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 1(1).
- Mase, A. S., Gramig, B. M., & Prokopy, L. S. (2017). Climate change beliefs, risk perceptions, and adaptation behavior among Midwestern U.S. crop farmers. *Climate Risk Management*. <https://doi.org/10.1016/j.crm.2016.11.004>
- Mirza, D. S. (2012). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Ipm. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.
- Nyman, J. A. (1999). The economics of moral hazard revisited. *Journal of Health Economics*. [https://doi.org/10.1016/S0167-6296\(99\)00015-6](https://doi.org/10.1016/S0167-6296(99)00015-6)
- Opiyo, F., Wasonga, O., Nyangito, M., Schilling, J., & Munang, R. (2015). Drought Adaptation and Coping Strategies Among the Turkana Pastoralists of Northern Kenya. *International Journal of Disaster Risk Science*. <https://doi.org/10.1007/s13753-015-0063-4>
- Putra, A. D., & Handayani, W. (2013). Kajian Bentuk Adaptasi Terhadap Banjir dan Rob Berdasarkan Karakteristik Wilayah dan Aktivitas di Kelurahan Tanjung Mas. *Jurnal Teknik PWK*, 2(3), 786–796.
- Putranto, A., & Wijayanti, R. (2018). Penerapan Analisis SWOT dan Five Forces Porter Sebagai Landasan untuk Merumuskan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Laba Perusahaan ( Studi Pada Tin Panda Collection di Kabupaten Magelang ). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 1(1).
- Runtuuwu, E., & Syahbuddin, H. (2007). Perubahan Pola Curah Hujan dan Dampaknya Terhadap Periode Masa Tanam. *Jurnal Tanah Dan Iklim*, 26, 1–12. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2017/jti.v0n26.2007.%25p>
- Safitri, A., & Suryanto. (2015). Dampak Perubahan Iklim terhadap Produksi Padi pada Lahan Rawan Kekeringan di Kabupaten Purworejo. 13(1), 17–24. Retrieved from [http://eprints.upnyk.ac.id/75/1/April 15 9 be upnvy.pdf](http://eprints.upnyk.ac.id/75/1/April%2015%209%20be%20upnvy.pdf)
- Savage, E., & Wright, D. J. (2003). Moral hazard and adverse selection in Australian private hospitals: 1989-1990. *Journal of Health Economics*. [https://doi.org/10.1016/S0167-6296\(02\)00104-2](https://doi.org/10.1016/S0167-6296(02)00104-2)
- Sumaryanto, & Nurmanaf, A. R. (2007). Strategic Development of Agricultural Insurance on Rice Farming in Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 25, 89–104.
- Ullah, R., Shivakoti, G. P., & Ali, G. (2015). Factors effecting farmers' risk attitude and risk perceptions: THE case of Khyber Pakhtunkhwa, Pakistan. *International Journal of Disaster Risk Reduction*. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2015.05.005>
- Wang, K., Zhang, Q., Kimura, S., & Akter, S. (2015). Is the crop insurance program effective in China? Evidence from farmers analysis in five provinces. *Journal of Integrative Agriculture*, 14(10), 2109–2120. [https://doi.org/10.1016/S2095-3119\(14\)60842-X](https://doi.org/10.1016/S2095-3119(14)60842-X)
- Yang, J., Zou, L., Lin, T., Wu, Y., & Wang, H. (2014). Public willingness to pay for CO2 mitigation and the determinants under climate change: A case study of Suzhou, China. *Journal of Environmental Management*. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2014.07.015>