

ABSTRAK

Disrupsi teknologi akibat transformasi digital yang terjadi di perusahaan Asuransi mendorong pelaku Asuransi untuk berlomba – lomba melakukan inovasi dalam memberikan pelayanan ke nasabah. Perusahaan asuransi yang berhasil melakukan transformasi digital secara cepat dan tepat akan mendapatkan keuntungan yang paling besar, sedangkan perusahaan asuransi yang belum dapat mengikuti akan tertinggal jauh di belakang. Transformasi digital di bidang Asuransi dan kondisi pandemi memaksa perusahaan Asuransi untuk melakukan adopsi teknologi dalam pelayanan polis dan pelayanan klaim. Penurunan pendapatan premi dan meningkatnya jumlah klaim akan menggerus keuntungan perusahaan asuransi sehingga salah satu strategi yang dilakukan perusahaan asuransi dimasa pandemi ini merupakan mendorong penggunaan teknologi layanan klaim *online* untuk meminimalisasi biaya dalam proses manajemen klaim.

Dalam penelitian ini, penulis mengambil subyek tentang minat nasabah terhadap teknologi layanan klaim *online* dalam asuransi kendaraan roda empat dan tingkat adaptasi atau penerimaan nasabah terhadap teknologi layanan klaim yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi. Penulis menggunakan model TAM (*Technology Acceptance Model*) untuk mengembangkan dan melakukan test untuk variabel persepsi kegunaan (*perceived of use*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived of usefulness*) yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan aplikasi layanan klaim online (Davis, 1989). Selain itu penulis juga mengembangkan dan melakukan tes untuk variabel persepsi kepercayaan nasabah terhadap kompetensi perusahaan untuk mengetahui apakah kompetensi perusahaan dapat mempengaruhi sikap dan minat nasabah dalam menggunakan aplikasi layanan klaim.

Keywords : Persepsi kegunaan, Persepsi kemudahan penggunaan, Aplikasi Layanan Klaim Online, Asuransi kendaraan bermotor.