

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dengan perkembangan teknologi saat ini banyak perusahaan yang memanfaatkan internet untuk memasarkan, mempromosikan, dan menjual produknya, tidak terkecuali PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang-Banten yang melakukan promosi pada produknya menggunakan media sosial. Tidak hanya sistem informasi pemasaran saja, namun kualitas produk menjadi salah satu syarat untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Setiap pelanggan memiliki standarnya masing-masing dimana perusahaan dapat mengikuti dan menghasilkan produk sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas produk salah satu penentu kepuasan pelanggan dimana ketika produk tidak sesuai harapan atau ekspektasi pelanggan, maka kepuasan akan menurun dan sebaliknya ketika kualitas produk baik dan meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat juga.¹

Asuransi merupakan sarana finansial dalam tata kehidupan rumah tangga, baik dalam menghadapi resiko yang mendasar seperti resiko kematian atau dalam menghadapi resiko atas harta benda yang dimiliki. Demikian pula dunia usaha dalam menjalankan kegiatannya menghadapi berbagai resiko yang mungkin dapat mengganggu kesinambungan usahanya. Terlebih di era globalisasi sekarang ini, semakin tinggi teknologi semakin besar pula peluang risiko yang akan menimpa

¹ Wala Erpurini dan Noer Rafikah Zulyanti “Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan” Vol. 9, No. 2 Desember 2019, h.230.

seseorang.² Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai asuransi menjadikan kendala tersendiri dalam dunia perasuransian, hal ini terjadi akan keinginan masyarakat dalam menggunakan produk asuransi masih rendah yang disebabkan oleh kurangnya minat konsumen untuk berasuransi. hal ini menjadi suatu tantangan tersendiri bagi perusahaan asuransi untuk lebih memperkenalkan produk asuransi serta pelayanannya kepada masyarakat. Dalam rangka pencapaian perusahaannya asuransi bumi putera mempunyai produk : asuransi syariah harta benda, asuransi syariah siwakoe, asuransi syariah mahasiswakoe, asuransi syariah kecelakaan diri, dan salah satu produk yang banyak diminati yaitu asuransi SAFARINS Hajj & Umrah yaitu program asuransi syariah perjalanan yang ditujukan untuk memberikan perlindungan bagi Jamaah Umrah atau Haji, yang mana produk ini banyak diminati karena bekerja sama dengan agen pendaftaran haji & umrah. Cara tersebut dapat digunakan untuk keberhasilan perkembangan perusahaan asuransi bumiputera. Sebagai usaha yang mencari dan mempertahankan nasabahnya, perusahaan harus memilih dan mengetahui bentuk kebijakan yang paling tepat untuk digunakan mencapai tujuan yang di tetapkan. Untuk menumbuhkan minat masyarakat kepada asuransi perlu dilakukan sosialisasi yang memberikan kesan yang baik yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada masyarakat.

Sistem informasi pemasaran menjadi salah satu faktor yang dapat menjadi sumber keunggulan bersaing. Namun demikian, jika tidak mampu mengelola informasi yang terkait dengan pemasaran akan memberikan dampak yang kurang

² Teguh Afridawanto “Pengaruh Personal Selling Terhadap Pencapaian Target Penjualan Produk Jasa Asuransi (Studi Kasus Pada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru)” Volume 1, No. 2 Oktober 2014.

baik terhadap pemasaran produk. Berbagai permasalahan yang terkait dengan sistem informasi pemasaran antara lain: informasi pemasaran yang tidak akurat, informasi pemasaran yang keliru, penyebaran informasi pemasaran yang cakupannya cukup luas di dalam perusahaan sehingga cukup sulit untuk menemukan data valid, informasi pemasaran yang tidak diteruskan kepada manajemen, informasi yang sangat urgen dan penting sering terlambat sehingga tidak tepat waktu dalam eksekusi, dan akurasi informasi yang sulit dipertanggung jawabkan kebenaran dan keabsahannya. Setiap perusahaan selayaknya memiliki sistem informasi yang berfungsi sebagai penyedia informasi untuk pengambilan keputusan. Salah satu sistem informasi yang diperlukan adalah sistem informasi pemasaran dengan subsistem pemasaran yang merupakan sistem yang berhubungan dengan pengumpulan, pencatatan dan analisis data pelanggan dan calon pelanggan. Berdasarkan sistem informasi pemasaran tersebut para manajer dapat menghimpun informasi secara terpadu dan dapat diandalkan untuk mengantisipasi persoalan pasar, sehingga akhirnya dapat meraih peluang pasarnya. Karena pentingnya suatu pengambilan keputusan pemasaran, maka sistem informasi pemasaran harus memainkan perannya dengan baik diantaranya dalam hal mengamati dan meneliti pelanggan, pesaing, penyalur, penjual dan data mengenai biaya. Dengan informasi tersebut manajemen mampu untuk melakukan analisis pasar, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pasar.³

³ Beatrix Lapalelo, Riane Johnly Pio dan Johny Revo Elia Tampi “Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Administrasi Publik UNSRAT*, Vol. 1, No. 1 (Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado, 2015), h. 31-33.

Sistem informasi pemasaran sebagai rangkaian kegiatan yang dilakukan manusia cara mengumpulkan, menyortir, menganalisis, mengevaluasi, dan mendistribusikan informasi secara tepat kepada pembuat keputusan pemasaran, sehingga informasi yang diterima pembuat keputusan tersebut mendukung dengan apa yang diperlukan dan pada akhirnya pencapaian tujuan penjualan yang ditargetkan perusahaan dapat tercapai.⁴

Kualitas layanan menurut pendapat Parasuraman, merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Kita dapat menggunakan lima indikator atau dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu : Tangibilitas, Reliabilitas, Responsiveness, Empati dan Assurance pelayanan. Kualitas pelayanan yang merupakan ciri dan sifat pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan atau yang tersirat dari dalam diri pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah asuransi. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah, untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan, dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan.

⁴ Roni Choerudin, "Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran Terhadap Tujuan Penjualan Produk Teh Pada PT. Perkebunan Nusantara VIII (PERSERO) Bandung", *Skripsi*, (Bandung: Universitas Pasundan Bandung 2006), h. 3.

Kepuasan menjadikan suatu perusahaan hidup dan terus berkembang, karena konsumen yang puas akan jasa perusahaan secara otomatis akan menyebarkan berita baik kepada konsumen lainnya. Berbanding terbalik jika konsumen yang tidak puas, hal tersebut menjadikan perusahaan mendapat citra buruk dan rekomendasi negatif yang disebarkan, oleh konsumen yang telah membeli produk, sebagai akibat ketidakpuasan.⁵

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan pelayanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas pelayanan dan produk, menjadi hal utama bagi perusahaan asuransi.⁶

Sistem informasi pemasaran yang baik menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, dan kualitas pelayanan yang baik akan membuat nasabah merasa terpuaskan. Berdasarkan alasan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul

“Pengaruh Sistem informasi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Asuransi (PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang-Banten)”.

B. Identifikasi Masalah

Dari pemaparan diatas, peneliti mengidentifikasi beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan peserta membeli produk Asuransi pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang-Banten. Berikut adalah beberapa identifikasi masalah dari latar belakang diatas :

⁵ Muhammad Azrai, dkk., “Pengaruh Produk, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan”, *jurnal UINSU*, Vol. 2, No. 1. 2019.

⁶ Adiwarman A.Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan Edisi kelima*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2014), h.97.

Upaya meningkatkan kualitas pelayanan informasi suatu perusahaan atau instansi, biasanya tidak luput dari berbagai kendala permasalahan yang sering dihadapi. Selain keterbatasan sumber daya manusia, sistem informasi yang dapat menunjang dalam hal pengelolaan data informasi pun terkadang banyak sekali kekurangannya. Hal ini pula yang dialami PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang-Banten, sistem informasi yang baik serta kualitas pelayanan yang baik akan membuat calon peserta tertarik dalam membeli produk dan Konsumen yang puas akan berpotensi memberikan keuntungan pada perusahaan. Konsumen yang puas akan berpotensi menjadi konsumen yang loyal terhadap perusahaan. Seperti yang dikutip dalam buku (Kotler 2007), bahwa kepuasan pelanggan merupakan tujuan dan sarana pemasaran. Kepuasan adalah perasaan seseorang yang berkaitan dengan produk dan jasa yang pernah dirasakan.⁷

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah perlu dilakukan agar pembahasan dalam penelitian ini tidak terlalu luas dan lebih fokus. Penulis membatasi pembahasan pada satu perusahaan yaitu pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang-Banten dan variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu : Pengaruh Sistem informasi Pemasaran (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Peserta (Y).

⁷ Wala Erpurini dan Noer Rafikah Zulyanti "Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan" Vol. 9, No. 2 Desember 2019, h.231.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis merumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah sistem informasi pemasaran secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan peserta asuransi pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang-Banten ?
2. Apakah kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan peserta asuransi pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang-Banten?
3. Apakah sistem informasi pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan peserta asuransi pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang-Banten?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh sistem informasi pemasaran secara parsial terhadap kepuasan peserta asuransi.
2. Mengetahui pengaruh kualitas Pelayanan secara parsial terhadap kepuasan peserta asuransi.
3. Mengetahui pengaruh sistem informasi pemasaran dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan peserta asuransi.

F. Manfaat/Signifikansi Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan berkontribusi memperkaya arsip pengetahuan PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang-Banten terhadap sistem informasi dan pemasaran, karena sistem informasi dan pemasaran merupakan sumber daya yang saling berkaitan dalam aktifitas operasional perusahaan, sehingga diperlukan keefektifan dan keefisienan sistem informasi pemasaran dan kualitas pelayanan untuk terciptanya kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang-Banten.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menjadi proses pembelajaran serta pengimplementasian ilmu dan teori-teori yang dipelajari selama perkuliahan sehingga menambah pengetahuan, pemahaman, dan pengalaman penulis khususnya terhadap ruang lingkup sistem informasi pemasaran dan kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan peserta asuransi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi serta memperkaya ilmu pengetahuan kepada para peneliti di masa akan datang dalam Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta asuransi.

G. Kerangka Pemikiran

Hubungan antar variabel-variabel yang diteliti dapat digambarkan dengan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Variable bebas:

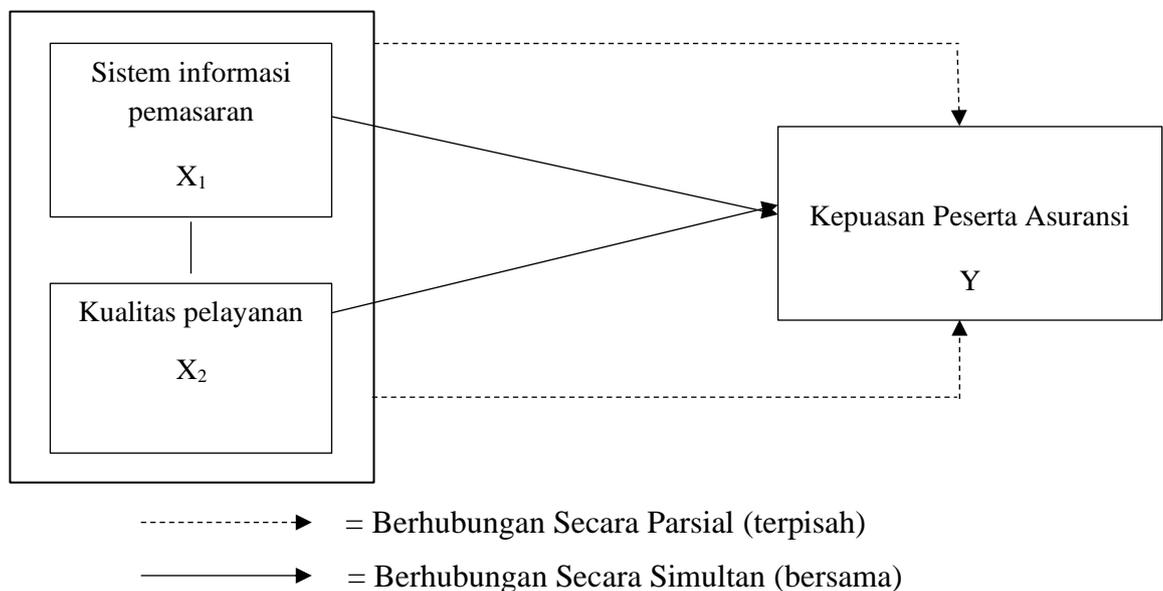
X_1 sistem informasi pemasaran

X_2 Kualitas pelayanan

Variable terikat:

Y kepuasan peserta asuransi

Gambar 1.1 Keterkaitan Hubungan Antara Variabel X_1 , X_2 dengan Y



H. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Mafaat Penelitian, Penelitian Terdahulu Yang Relevan, Kerangka Pemikiran, Hipotesis, Metodologi Penelitian, Sistematika Pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Bab ini membahas mengenai pengertian sistem informasi, kualitas pelayanan, karakteristik pemasaran dan kepuasan peserta asuransi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan secara spesifik mengenai waktu, tempat penelitian, jenis metode tektik pengumpulan data dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV PEMBAHSAN PENELITIAN DAN ANALISIS

Bab ini memaparkan hasil penelitian yaitu gambaran tentang Pengaruh Sistem informasi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Asuransi.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir ini berisi tentang penutup, kesimpulan dari hasil analisa dan pembahasan yang telah dilakukan penulis serta dilengkapi dengan saran yang senantiasa bermanfaat baik bagi perusahaan yang di teliti maupun bagi pembaca.