

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Revolusi industri 4.0 telah mengubah Negara-negara untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang berorientasi pada sistem otomatisasi, dimana dengan hadirnya teknologi digital saat ini telah banyak mengubah pola produksi menjadi lebih efektif dan efisien serta dengan teknologi digital ini pula aspek lainnya dapat terintegrasi secara lebih cepat.

Dampak lain dari revolusi industri 4.0 ini bukan hanya pada industri manufaktur akan tetapi juga merambah hampir pada semua lini kehidupan, salah satunya adalah lini pemasaran yang mana perubahan pada lini pemasaran tersebut dipengaruhi oleh dengan hadirnya teknologi digital ditengah masyarakat sehingga pola kehidupan masyarakat yang ada saat ini telah terintegrasi dengan teknologi digital dan telah menjadi kesatuan dalam kehidupan sehari-harinya.

Berdasarkan karakteristik kehidupan masyarakat digital yang ada saat ini, strategi pemasaran produk juga mengalami perubahan dari yang bersifat tradisional menjadi pemasaran digital. dalam pemasaran digital kegiatan pemasarannya menggunakan saluran digital sebagaimana contoh teknik pemasaran digital yaitu melalui email, website, media sosial, online ads, market place, dan saluran pemasaran

lainnya. Dengan seperangkat fasilitas teknologi digital tersebut kemudahan atas segala informasi dan kecepatan dalam komunikasi telah membentuk karakter masyarakat yang begitu dinamis.

Perkembangan teknologi digital yang sedemikian ini memberikan kemudahan dalam kehidupan dan seakan menjadi sebuah landasan perubahan pola kehidupan masyarakat, dengan teknologi digital dapat menjadi cara pintas dalam interaksi dan transaksi guna memenuhi segala kebutuhan masyarakat. dengan demikian teknologi digital menjadi dasar peradaban baru di era ini.

Seiring dengan semakin meratanya pengguna teknologi digital di dunia, yang dengan momen tersebut muncul sebuah wabah pandemi yang penyebarannya bersifat global dan termasuk juga Indonesia yang tercatat pada bulan maret 2020 telah terjangkit penyebaran wabah tersebut. Sehingga untuk menanggulangi penyebaran wabah agar tidak meluas, pemerintah dalam hal ini menerapkan aturan pembatasan sosial dalam skala besar dalam segala aktivitas masyarakat sehingga hal ini berimbas pula pada rendahnya kegiatan ekonomi sehingga menekan daya beli masyarakat.

Namun disisi lain, sektor yang mengalami dampak positif yaitu sektor kesehatan dimana permintaan seperti produk alat kesehatan, obat-obatan, dan vitamin serta lainnnya mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Akan tetapi hal tersebut tidaklah berlaku pada industri asuransi, meskipun asuransi memiliki produk perlindungan terhadap kesehatan dan jiwa. Terlihat dari catatan pembukuan yang

diperoleh perusahaan asuransi PT. Prudential Indonesia yang mana berdasarkan laporan pendapatan premi yang tercatat pada 2020 mengalami penurunan yang cukup signifikan. Berikut adalah data penerimaan pendapatan premi PT. Prudential Indonesia yang tercatat pada tahun 2019 dan tahun 2020

Tabel.1.1.
Pendapatan Premi PT. Prudential Indonesia
dalam Jutaan Rupiah

Pendapatan Premi	Q1	Q2	Q3	Q4
2019	5.693.002	11.250.728	17.389.606	23.013.469
2020	5.633.462	10.921.094	16.060.942	21.531.893

www.prudential.co.id

Berdasarkan akumulasi dari total pendapatan premi per tahun 2019 tercatat sebesar 57,346,805 (dalam jutaan rupiah) sedangkan akumulasi dari total pendapatan premi per tahun 2020 tercatat sebesar 54,147,391 (dalam jutaan rupiah). Dengan demikian total pendapatan premi per tahun 2020 mengalami penurunan dibanding dengan pendapatan premi per tahun 2019 dengan selisih penurunan pendapatan premi sebesar 5,58% atau sebesar 3,199,414 (dalam jutaan rupiah). Begitupun dalam perbandingan perhitungan pada tahun kuartal tahun 2020 yang secara keseluruhan pada tahun kuartal tersebut dalam jumlah pendapatan preminya mengalami penurunan yang cukup signifikan dibanding dengan pendapatan tahun kuartal 2019 secara keseluruhan. Berikut data penurunan yang terjadi sepanjang tahun 2020:

Tabel.1.2.
Persentasi Penurunan Pendapatan Premi PT. Prudential Indonesia
dalam Jutaan Rupiah

Pendapatan Premi	Q1	Q2	Q3	Q4
2019	5.693.002	11.250.728	17.389.606	23.013.469
2020	5.633.462	10.921.094	16.060.942	21.531.893
Selisih	(59,540)	(329,634)	(1,328,664)	(3,199,414)
dalam persen	-1.05%	-2.93%	-7.64%	-6.44%

Apabila melihat situasi yang terjadi pada periode kuartal I tahun 2020 dimana pada saat itu pemerintah belum menetapkan peraturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang mengakibatkan menurunnya pertumbuhan perekonomian Indonesia secara keseluruhan, maka penurunan tersebut tidak dapat nyatakan karena momentum adanya wabah pandemi Covid-19. Dan penurunan pendapatan premi dalam kuartal I tahun 2020 terbilang lebih rendah dibanding dengan penurunan pada periode tahun kuartal II, III, dan IV tahun 2020, total pendapatan premi yang dibukukan PT. Prudential Indonesia mengalami penurunan yang sangat signifikan.

Namun berbeda halnya dengan sektor kesehatan, dimana menurut halaman website Kementerian Kesehatan menyebutkan peningkatan permintaan terhadap produk kesehatan secara keseluruhan mencapai 10 kali lipat. Sedangkan untuk produk asuransi, berdasarkan data dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) mengalami peningkatan mencapai 12,5% year on year pada kuartal IV tahun 2020.

Melihat hasil pertumbuhan secara keseluruhan atas peningkatan permintaan terhadap produk asuransi yang dicatat oleh Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI)

menunjukkan hasil yang positif atas pengaruh dari situasi pandemi ini, namun melihat pada total pendapatan premi yang dibukukan oleh PT. Prudential Indonesia justru mengalami penurunan yang signifikan. Dengan melihat fenomena ini menunjukkan adanya ketidak merataan pada hasil peningkatan tersebut. Padahal berdasarkan kekuatan bisnis yang dimiliki per tahun 2020 PT. Prudential Indonesia tercatat memiliki total asset 76,3 triliun, Risk Based Capital (RBC) 549%, dengan jumlah produk 27 produk asuransi kesehatan, 6 produk asuransi jiwa, 2 produk asuransi pendidikan, 6 produk asuransi bebas premi, dan 2 produk asuransi perlindungan karyawan. Sedangkan jumlah rumah sakit rekanan berjumlah 613 Rumah Sakit rekanan di Indonesia, 126 Rumah Sakit rekanan di luar negeri, teknologi pendukung meliputi website, aplikasi mobile pulse, system pemasaran tatap muka virtual Prudential Cekatan. Jumlah tenaga pemasar yang ada lebih dari 243,000 tenaga pemasar yang berlisensi.

Berdasarkan kekuatan dan kinerja yang diperlihatkan oleh PT. Prudential Indonesia dan pertumbuhan bisnis yang dialaminya, hal ini menunjukkan sebuah fenomena yang tidak berbanding seajar dengan peringkat yang dimiliki PT. Prudential Indonesia, dimana menurut halaman website PT. Prudential menyatakan bahwa mendapatkan peringkat asuransi terbaik di Indonesia. Dengan demikian menunjukkan ada faktor yang mempengaruhi terhadap turunnya pendapatan premi pada tahun 2020.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis merasa tertarik untuk mengangkat fenomena permasalahan dalam latar belakang penelitian ini, dan masih terdapatnya perbedaan hasil penelitian sebelumnya, maka peneliti mengangkat judul dalam penelitian ini yaitu: *“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Pemasaran Digital terhadap Minat Beli Produk Asuransi PT. Prudential di Jakarta”*, dengan menggunakan metode penelitian *Deskriptif Kuantitatif dan Regresi Linier Berganda* melalui SPSS.

1.1.1 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Pemasaran Digital, secara simultan berpengaruh terhadap Minat Beli produk asuransi PT. Prudential di Jakarta?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli produk asuransi PT. Prudential di Jakarta?
3. Apakah Kualitas Pelayanan, berpengaruh terhadap Minat Beli produk asuransi PT. Prudential di Jakarta?
4. Apakah Pemasaran Digital berpengaruh terhadap Minat Beli produk asuransi PT. Prudential di Jakarta?

1.1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Masih kurangnya media informasi tentang informasi produk dan informasi teknis baik berupa prosedur pembelian, sistem pembayaran dan prosedur klaim produk asuransi Prudential.
2. Masih dibutuhkannya sosialisasi tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, dan layanan pemasaran digital produk asuransi Prudential kepada masyarakat.
3. masih dibutuhkannya intensitas komunikasi tentang pentingnya asuransi bagi masyarakat di berbagai media baik offline maupun online.

1.1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini mencakup sebagai berikut:

1. Strategi pelaksanaan pemasaran produk asuransi dengan orientasi kualitas produk, kualitas pelayanan dan pemasaran digital terhadap minat beli produk asuransi Prudential di Jakarta.
2. Hambatan yang dihadapi oleh PT. Prudential dalam memasarkan produknya melalui kualitas produk, kualitas pelayanan dan pemasaran digital.
3. Upaya yang dilakukan PT. Prudential dalam mengatasi hambatan-hambatan

dalam meningkatkan minat beli produk asuransi

1.1.4 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Pemasaran Digital, secara simultan terhadap Minat Beli Produk Asuransi pada PT. Prudential di Jakarta.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Asuransi pada PT. Prudential di Jakarta.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Produk Asuransi pada PT. Prudential di Jakarta.
- d. Untuk mengetahui pengaruh Pemasaran Digital terhadap Minat Beli Produk Asuransi pada PT. Prudential di Jakarta.

B. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

- a. Bagi Peneliti

Dapat diterima untuk memenuhi syarat kelulusan Program Studi Strata

Satu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Satya Negara Indonesia.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu contoh bentuk pengaplikasian dan pengimplementasian dari hasil studi selama ini dalam kehidupan nyata khususnya di dunia bisnis. Penelitian ini juga dapat menjadi pertimbangan alternatif strategis penulis dalam menyusun dan menerapkan strategi pemasaran yang selanjutnya dapat menjadi pedoman peneliti dalam dunia kerja mendatang. Dan bagi peneliti berikutnya diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut mengenai topik ini.

b. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan literatur untuk melakukan penelitian selanjutnya yang memiliki variabel yang terkait dengan bidang ini.

c. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai indikator-indikator yang dapat mempengaruhi minat beli produk asuransi diantaranya yaitu digital marketing, kualitas produk dan kualitas pelayanan, yang kemudian dapat menjadi pedoman bagi perusahaan agar dapat memecahkan masalah perusahaan terutama dibidang pemasaran dan dapat memberikan masukan dalam hal pemikiran, yang akan berguna untuk pembuatan keputusan di masa sekarang maupun masa mendatang.

1.1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Penyusunan skripsi ini terbagi dalam 5 (lima) bab secara umum, penulisan ini berupaya seefektif dan seefisien mungkin memaparkan teori dan fakta, dan menonjolkan dukungan data dan informasi hasil-hasil penelitian yang akurat dan relevan dalam setiap paparannya. Skripsi ini terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini mengantarkan latar belakang masalah secara umum, yang menjelaskan indikator-indikator yang mempengaruhi minat beli produk asuransi Prudential di Jakarta, perumusan masalah, tujuan, dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menggambarkan konsep-konsep yang membangun teori Minat Beli produk beserta indikator-indikator variabel yang mendukungnya, teori konsep digital marketing, teori konsep dasar kualitas produk, dan teori konsep kualitas pelayanan dengan mereview hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini, dan mendefinisikan operasi variabel dan indikator-indikatornya, serta kerangka konseptual dan hipotesis dalam melakukan analisis penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam Bab ini akan mengantarkan pada sistematika metode penelitian yang digunakan, tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, instrument penelitian, dan Teknik pengumpulan dan pengolahan data, serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan ditampilkan hasil penelitian dengan menggunakan hasil pengujian instrumen penelitian dengan cara menguji secara validitas dan reliabilitas, dan juga hasil uji persyaratan analisis melalui uji Normalitas, uji Multikolinearitas, dan uji Heteroskedastisitas. Yang hasilnya akan dibahas melalui uji Analisa Regresi Linier Sederhana dan Berganda yang semua hasil pengujian tersebut akan dilakukan melalui pembahasan pengujian kebenaran Hipotesis melalui uji t dan uji F (Anova) dari hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dari hasil analisis yang telah teruji berdasarkan data yang diperoleh serta penulis akan menyampaikan pemikiran berupa saran yang berkaitan dengan operasional implikasi penelitian dan tingkat penelitian itu sendiri.