

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini perusahaan banyak membutuhkan informasi yang berguna dalam mengembangkan kinerja perusahaan. Informasi yang dibutuhkan untuk memajukan perusahaan berupa informasi penjualan, pemasaran, produksi, keuangan, sumber daya manusia, akuntansi baik untuk karyawan ataupun konsumen dalam mengetahui tentang perusahaan. Untuk mengetahui semua informasi yang ada di perusahaan diperlukan sistem untuk menjalankan prosedur-prosedur yang telah diterapkan untuk tujuan tertentu. Dalam memajukan perusahaan ke tingkat dunia diperlukanlah sistem informasi yang berguna untuk mengembangkan perusahaan. Di Indonesia banyak didirikan perusahaan negeri maupun swasta dikarenakan Indonesia mempunyai potensi pasar yang sangat luas. Hal tersebut memerlukan sistem informasi bagi perusahaan untuk menjual, memasarkan produk atau jasa agar tidak kalah saing dengan perusahaan lain.



Bagi perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa merupakan ujung tombak untuk menjual produk atau jasa. PT Prudential life Assurance juga sangat memerlukan informasi pemasaran dalam menjual jasa asuransi yang ditawarkan bagi konsumen. PT. Prudential Life Assurance termasuk salah satu perusahaan asuransi yang melayani nasabah Indonesia terhadap kebutuhan asuransi di Indonesia yang didukung oleh tenaga pemasar yang berlisensi di Indonesia. Menurut Undang – Undang Republik Indonesia No 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian Pasal 1 ayat 15: Perusahaan Asuransi adalah perusahaan asuransi umum dan perusahaan asuransi jiwa. PT Prudential Life Assurance mempunyai sistem Informasi untuk memasarkan produknya berupa asuransi jiwa unit link dan asuransi tradisional dari PT Prudential Life Assurance untuk nasabahnya.

Dalam penerapan sistem informasi, PT Prudential tidak mempunyai sistem informasi pemasaran yang jelas antar agen ketika salah satu agen melakukan promosi dengan cara *door to door* (pintu ke pintu), jika konsumen atau nasabah yang ditawarkan oleh agen telah mendaftar di asuransi Prudential sedangkan agen tersebut tidak mengetahui tempat atau lokasi nasabah yang telah mempunyai asuransi di Prudential maka cara yang dilakukan oleh agen akan tidak efektif untuk mendapatkan nasabah baru, penyebab ketidakjelasan informasi pemasaran tersebut berasal dari kantor cabang karena agen tidak beritahukan dimana tempat atau lokasi nasabah yang telah mendaftar di PT Prudential. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk membahas dalam bentuk laporan dengan judul : **“PENERAPAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN PADA PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE PRU DIAMOND , PADANG”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pendahuluan diatas, maka masalah perusahaan ini adalah:

1. Bagaimana penerapan Sistem Informasi Pemasaran pada PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond, Padang?
2. Apakah gangguan-gangguan yang dihadapi oleh agen dalam memasarkan produk, jika sistem informasi pemasaran yang dirasa kurang pada PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond, Padang?
3. Bagaimana cara mengelola atau mengatasi gangguan - gangguan yang terjadi pada PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond, Padang?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini, adalah:

1. Mengetahui penerapan Sistem Informasi Pemasaran pada PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond, Padang.



2. Mengetahui gangguan-gangguan yang dihadapi oleh agen dalam memasarkan produk dengan menggunakan sistem informasi pemasaran di PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond, Padang.
3. Mengetahui cara mengelola atau mengatasi gangguan - gangguan yang terjadi pada PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond, Padang.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan diatas, maka penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Akademis
  1. Untuk mengetahui bagaimana Penerapan Sistem Informasi Pemasaran Pada PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond, Padang. Sekaligus Menambah ilmu dan wawasan, berfikir serta memantapkan ilmu yang telah diperoleh.
  2. Untuk mendapatkan pengalaman – pengalaman teknis bagi penulis agar kemampuan dibidang pemasaran dapat ditingkatkan lagi.
- b. Bagi praktisi
  1. Sebagai bahan referensi untuk penelitian dalam layanan pelanggan.
  2. Mengetahui tentang layanan pelanggan.
- c. Bagi penelitian selanjutnya

Untuk menelaah lebih lanjut mengenai Penerapan Sistem Informasi Pemasaran pada perusahaan.



#### 1.5 Tempat dan Waktu Magang

Untuk memenuhi mata kuliah yang harus diikuti oleh penulis, maka penulis melaksanakan kegiatan magang di PT Prudential Life Assurance Pru Diamond Padang selama 40 hari dari tanggal 21 Desember 2015 s/d 10 Februari 2016, dengan

Judul Tugas Akhir yang diajukan oleh penulis yaitu Penerapan Sistem Informasi Pemasaran Pada PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond, Padang.

## 1.6 Sistematika Laporan

Adapun sistematika penulisan laporan magang ini adalah:

### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Menjelaskan latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tempat dan waktu magang, dan sistematika laporan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Berisikan landasan teori yang menjelaskan teori – teori pendukung yang digunakan dalam penjelasan dan pembahasan tugas akhir.

### **BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, sejarah berdirinya PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond, Padang.

### **BAB IV : PEMBAHASAN**

Menguraikan tentang Penerapan Sistem Informasi Pemasaran Pada PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond, Padang

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisikan tentang kesimpulan dan saran berdasarkan hasil – hasil pembahasan dari pelaksanaan magang yang dilakukan oleh penulis.

