

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri**

PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang diberi tugas untuk mengelola Program Asuransi Sosial yang terdiri dari Program Dana Pensiun dan Tabungan Hari Tua (THT). Didirikan pada tanggal 17 April 1963 dengan nama Perusahaan Negara Dana Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri yang disingkat menjadi PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri. Pembentukan Program Tabungan Hari Tua Pegawai Negeri ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah No 9 tahun 1963 tentang Pembelanjaan Pegawai Negeri dan Peraturan Pemerintah Nomor 10 tahun 1963 tentang Tabungan Asuransi dan Pegawai negeri. Pendirian PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri di latar belakang keinginan untuk meningkatkan kesejahteraan pegawai negeri dan keluarganya yang dirintis melalui Konferensi Kesejahteraan Pegawai Negeri pada tanggal 25-26 Juli 1960 di Jakarta. Hasil konferensi tersebut dituangkan dalam Keputusan Menteri Pertama RI Nomor 388/MP/1960 tanggal 25 Agustus 1960 yang antara lain menetapkan perlunya pembentukan jaminan sosial bagi pegawai negeri dan keluarganya pada saat mengakhiri pengabdianya kepada Negara. Adapun proses pembentukan program pensiun pegawai negeri ditetapkan dengan Undang-undang No 11 tahun 1956 tentang pembelanjaan Pensiun dan Undang-undang No 11 tahun 1969 tentang pensiun pegawai dan pensiun 13 janda/duda serta undang-undang No 8 tahun 1974 tentang Pokok-pokok kepegawaian. Hingga sekarang PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri berpusat di Jl. Letjen Suprpto, Cempaka Putih. Tahun 1970 PN PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri mendapat peningkatan status menjadi Perusahaan Umum (PERUM) berdasarkan Surat keputusan

Menteri Keuangan RI Nomor Kep.749/MK/IV/11/1970 sehingga menjadi PERUM PT. Tabungan dan Asuransi

Pegawai Negeri. Selanjutnya tahun 1981 PERUM PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri mendapat peningkatan status menjadi Perseroan Terbatas berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 26 Tahun 1981 dengan nama Perusahaan Perseroan (Persero) PT Dana Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri, disingkat PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri. Sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 1981 tentang Asuransi Sosial PNS maka lingkup usaha PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri terdiri dari Program Tabungan Hari Tua (THT) dan Pensiun. Program THT telah dilaksanakan sejak pendirian PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri. Sedangkan untuk program Pembayaran Pensiun PNS yang semula diselenggarakan oleh Ditjen Anggaran telah dialihkan kepada PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri<sup>14</sup> (PERSERO) secara bertahap sejak tahun 1987. Penyelenggaraan pembayaran Program Pensiun secara nasional dilakukan sejak tahun 1990. Sejak awal berdirinya PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri mengelola Program Tabungan Hari Tua bag 15 Jaminan sosial bagi tenaga kerja merupakan suatu bentuk perlindungan yang diberikan kepada pekerja beserta keluarganya terhadap berbagai risiko yang ada pada tenaga kerja itu sendiri misalnya risiko kehilangan pekerjaan, kecelakaan kerja, sakit, cacat, lanjut usia, meninggal dunia, dan lain-lain. Jaminan sosial bagi tenaga kerja merupakan bagian dari sistem perlindungan sosial yang memberikan perlindungan tidak hanya kepada mereka yang bekerja saja tetapi juga kepada seluruh anggota keluarganya.

Dalam masyarakat tradisional perlindungan sosial terhadap warganya lebih banyak dilakukan secara informal dengan mengandalkan bantuan keluarga lainnya, tetangga dan masyarakat. Misalnya setiap generasi mempunyai tanggung jawab untuk mengurus dan memelihara orang tua di hari tua mereka dan masyarakat diharapkan akan membantu mereka yang lemah. Akan tetapi, adanya tekanan-tekanan seperti arus urbanisasi mengakibatkan melemahnya sistem perlindungan sosial informal tersebut (Lembaga Penelitian SMERU 2003).

Industrialisasi yang diikuti dengan urbanisasi telah menyebabkan kotakota besar dipadati dengan sejumlah besar tenaga kerja yang hidupnya tergantung dari penerimaan upah. Kemajuan teknologi kedokteran telah berhasil meningkatkan usia harapan hidup tetapi di lain sisi hal ini dapat mengakibatkan akan bertambah banyaknya golongan penduduk lanjut usia dan tidak produktif lagi yang hidupnya tergantung dari orang lain dan semakin banyaknya jumlah pensiunan lanjut usia (manula) yang memerlukan biaya untuk kesehatannya.

PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang asuransi sosial dengan kegiatan utamanya yang bergerak dalam penyimpanan tabungan pegawai negeri yang menjadi peserta dan memberikan manfaat atas tabungan tersebut dalam bentuk asuransi bagi peserta. Perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya menghadapi tingkat risiko yang dapat dikatakan cukup tinggi. Hal ini disebabkan karena ruang kegiatan usaha perusahaan yang bergerak di bidang asuransi. Dalam dunia asuransi, risiko utama yang dihadapi oleh perusahaan asuransi ialah risiko klaim dari peserta. Risiko tersebut dikatakan cukup tinggi karena perusahaan yang bergerak dalam bidang asuransi menghadapi kondisi ketidakpastian yang dapat menyebabkan terjadinya klaim itu sendiri. . Pengelolaan dana tabungan yang terkumpul dari peserta ke dalam aktivitas dunia investasi merupakan bentuk dari kinerja yang berorientasi laba. Pengelolaan dana yang efektif pada PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (Persero) akan berdampak positif bagi kinerja perusahaan dimana keuntungan dari pengelolaan dana dapat menghasilkan pemberian manfaat yang maksimal bagi peserta. Akan tetapi kegiatan pengelolaan dana perlu dipertimbangkan secara baik PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (Persero) bergerak dalam bidang asuransi sosial. Dalam hal ini keberadaan perusahaan yang didasarkan atas adanya peserta yang mempunyai peranan vital. Adanya klaim-klaim yang diajukan peserta serta beban-beban yang ditanggung dapat dijadikan salah satu dasar pemikiran mengenai kebijakan pengelolaan dana yang ada pada PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (Persero).

### 1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi dari PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri Bandung sebagai berikut :

#### a) Visi

- 1) Terpercaya PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri menjadi pilihan peserta dan stakholder lainnya dengan kinerja yang bersih dan sehat.
- 2) Bersih PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri beroperasi dengan menerapkan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*)
- 3) Sehat Adanya peningkatan kinerja yang berkesinambungan pada bidang keuangan maupun non keuangan.

#### b) Misi

- 1) Manfaat dan pelayanan yang semakin baik Untuk memenuhi harapan peserta yang semakin tinggi, PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri berupaya meningkatkan nilai manfaat dan pelayanan secara optimal.
- 2) Profesional PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri bekerja dengan terampil dan mampu memberikan solusi dengan 5 Tepat (tepat orang, tepat waktu, tepat jumlah, tepat tempat dan tepat administrasi) didukung dengan SDM yang memiliki integritas dan kompetensi yang tinggi.
- 3) Akuntabel PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri dalam melaksanakan pekerjaan berdasarkan sistem dan prosedur kerja yang dapat dipertanggungjawabkan.
- 4) Integritas PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri senantiasa konsisten dalam memegang amanah, jujur dan melaksanakan janji sesuai visi dan misi perusahaan.
- 5) Etika PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri melayani peserta dan keluarganya dengan ramah, rendah hati, santun, sabar dan manusiawi.

### 1.1.2 Logo dan Makna Logo Perusahaan

Adapun logo perusahaan ditampilkan sebagai berikut :



**Gambar 1.1**

#### **Logo PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri**

Sumber: taspen, 2020

Makna Logo PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri

Bunga dengan 5 (lima) Helai Daun yaitu melambangkan pegawai negeri peserta PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri: suami, istri, dan 3 (tiga) orang anak.

- 1) Lingkaran Putih yang makin mengembang pada bunga, melambangkan perkembangan yang maju pesat dari arah tujuan PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri

Lingkaran Hitam yaitu melambangkan persatuan Wawasan Masyarakat.

Warna Biru yaitu melambangkan ketentraman, damai, dan tenang.

## 1.2 Latar Belakang Masalah

Pada era modern seperti saat ini perkembangan perusahaan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia terus berkembang, terutama di provinsi besar seperti Jawa Barat. Sebagai provinsi besar yang terus berkembang, pertumbuhan perekonomian serta perubahan teknologi dan arus informasi yang semakin cepat yang diakibatkan oleh perkembangan zaman yang semakin modern, hal ini menjadi salah satu faktor yang mendorong terciptanya persaingan didunia bisnis dan ekonomi (Fajrin, Fingky., & Wibowo, S. 2018).

Seiring dengan perkembangan teknologi serta penggunaan media internet telah mengubah cara manusia dalam berkomunikasi karena Internet memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi yang dibutuhkan, oleh karena itu komunikasi sangatlah penting guna menyampaikan informasi kepada konsumen untuk kesan keunggulan yang dimiliki perusahaan dan menciptakan kesan kontribusi yang diberikan perusahaan terhadap konsumen semakin dekat (Fajrin, Fingky., & Wibowo, S. 2018).

Berdasarkan hasil riset *Wearesosial Hootsuite* yang dirilis Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya. Sementara pengguna media sosial mobile (*gadget*) mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi. Besarnya populasi, pesatnya pertumbuhan pengguna internet dan telepon merupakan potensi bagi ekonomi digital nasional. Alhasil, muncul *e-commerce*, transportasi online, toko online dan bisnis lainnya berbasis internet di tanah air. Ini akan menjadi kekuatan ekonomi digital di kawasan Asia Tenggara.

. *EMarketer* pada 2017 memperkirakan *netter* Indonesia akan mencapai angka 112 juta orang, mengalahkan jepang di peringkat ke 5 yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lambat. Secara keseluruhan, jumlah pengguna internet di seluruh dunia diproyeksikan bakal mencapai 3 miliar orang pada 2015. Dan pada tahun 2021 diperkirakan sebanyak 4,8 miliar manusia di bumi akan mengakses internet setidaknya sekali tiap bulan.

Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018						
millions						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
<b>Worldwide***</b>	<b>2,692.9</b>	<b>2,892.7</b>	<b>3,072.6</b>	<b>3,246.3</b>	<b>3,419.9</b>	<b>3,600.2</b>

Note: individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; \*excludes Hong Kong; \*\*forecast from Aug 2014; \*\*\*includes countries not listed  
Source: eMarketer, Nov 2014

181948 www.eMarketer.com

**GAMBAR 1.2**  
**Pengguna Internet Di Dunia**

Sumber : *kominfo.go.id*, 2018



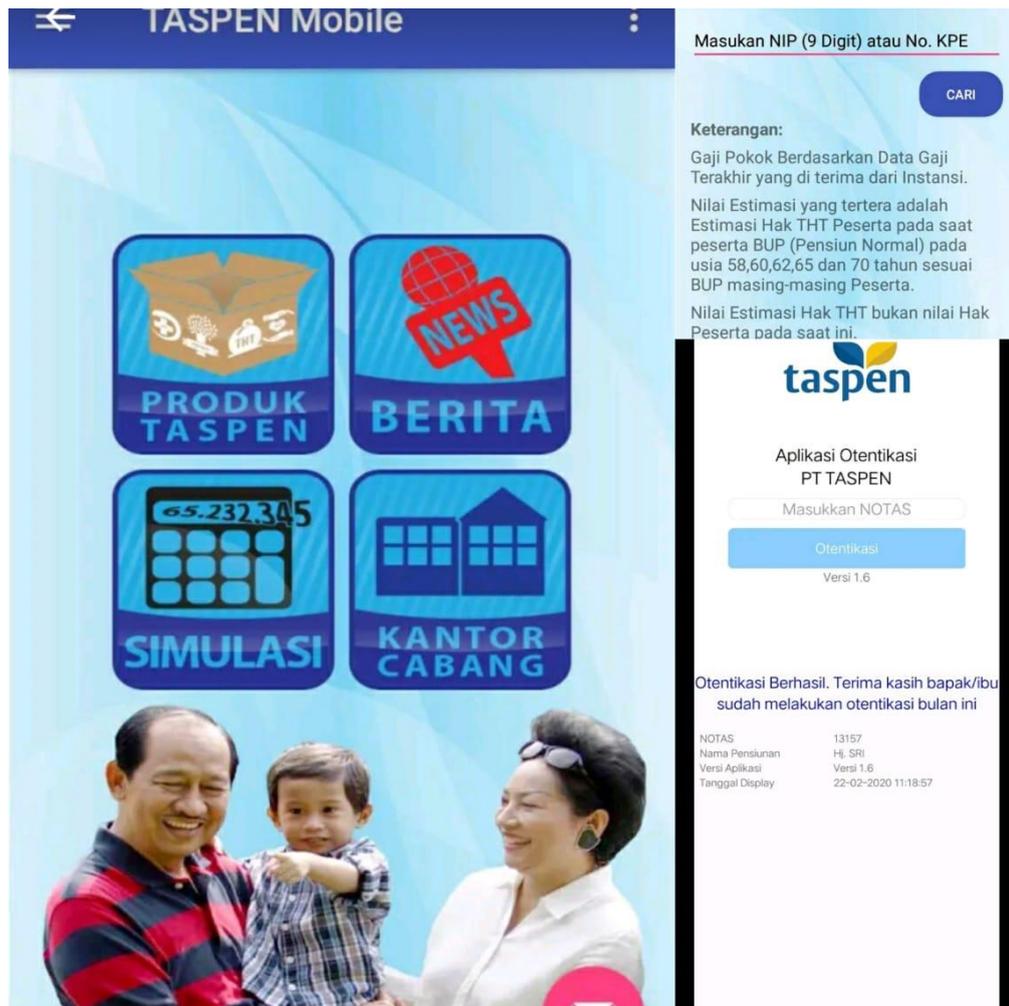
**GAMBAR 1.3**  
**Pengguna Internet Di Indonesia**

Sumber: badan pusat statistik

Menurut Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2018 mencapai 264.16 juta pada tahun yang sama pengguna internet seluruh masyarakat Indonesia mencapai 171.17 juta pengguna. Angka tersebut didapatkan dari seluruh masyarakat Indonesia yang ada di berbagai provinsi.

Ditengah persaingan industry yang ketat sebuah perusahaan diharuskan menciptakan suatu inovasi tersendiri supaya lebih unggul daripada pesaingnya. Hal tersebut dilakukan agar suatu perusahaan dapat mempertahankan pelanggan mereka agar memiliki sifat loyalitas yang tinggi (Wahyutyasto, G., & Wibowo, S. 2017).

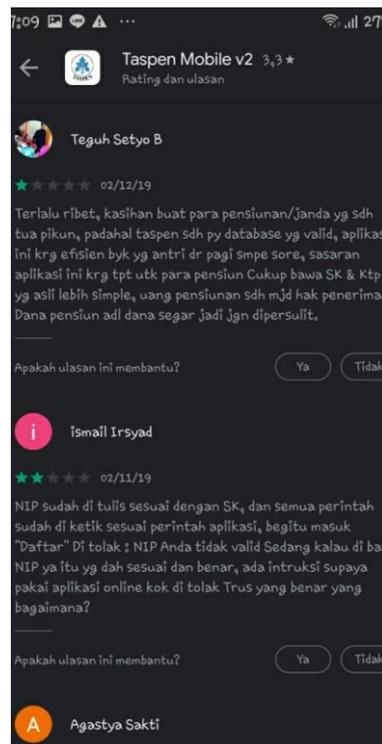
PT Taspen merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang diberi tugas untuk mengelola Jaminan sosial. PT. Taspen penyedia Jasa Asuransi dan Tabungan memiliki empat Produk diantaranya Tabungan Hari Tua (THT), Dana Pensiun, Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), serta Jaminan Kematian (JKM). Layanan jasa yang di berikan oleh Taspen merupakan layanan Prima, Konsumen atau Peserta dapat melakukan transaksi layanan secara langsung dengan datang ke Taspen yang ada di daerah masing-masing. Taspen juga melakukan service point melalui Mobtas (Mobil taspen) yang akan berkeliling kedaerah Kabupaten Bandung untuk melakukan transaksi layanan secara langsung di daerah tersebut, hal ini dilakukan untuk mempermudah para pensiunan yang lokasi rumahnya jauh dari Kantor Taspen. Perusahaan jasa dituntut untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat agar bisnisnya dapat bertahan dan memenangi persaingan yang ada, sehingga tujuan dari perusahaan akan tercapai. Berikut Aplikasi yang di buat oleh PT. Taspen untuk konsumen khususnya Asn dalam mempermudah layanan Program Dana Pensiun, Tabungan Hari Tua (THT), Jaminan Keselamatan Kerja (JKK), dan Jaminan Kematian (JKM). Aplikasi Mobile



Sumber: aplikasi taspen mobile 2020

PT. Taspen kini mempunyai Aplikasi yang dapat mempermudah konsumen khususnya Aparatur Sipil Negara dalam melakukan transaksi layanan secara Online, tidak harus datang ke kantor Taspen tapi bisa melalui Aplikasi yang bernama Taspen Mobile. Era ini semua kalangan sudah dapat mengakses internet dengan mudah bagi para pensiunan hanya perlu mengunduh Aplikasi Taspen Mobile kemudian melakukan registrasi melalui aplikasi yang telah diunduh. Melalui Tapsen Mobile konsumen dapat melakukan pengecekan informasi saldo, layanan klaim online, layanan Program Dana Pensiun, Tabungan Hari Tua (THT), Jaminan Keselamatan Kerja (JKK), dan Jaminan Kematian (JKM).

Menurut jurnal (Welli braham K, 2015) membuktikan bahwa variabel aplikasi berpengaruh signifikan terhadap *Brand Awareness* secara parsial sebesar 3.434. Berdasarkan data dan fenomena penelitian yang telah diuraikan diatas, maka penting dilakukan penelitian mengenai pentingnya aplikasi mobile bagi *brand awareness* pegawai negeri agar lebih banyak lagi konsumen yang menggunakan aplikasi mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri Sipil.



**GAMBAR 1.4**

### **Contoh komentar dari pengguna akun Taspen Mobile Asn/konsumen**

Sumber: pengguna aplikasi taspen mobile

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, telah terjalin kegiatan interaksi dari PT. Taspen Bandung dengan Konsumen Asn, penyebaran informasi dan promosi berlangsung cepat, namun belum maksimal dan belum dapat dipastikan bahwa kegiatan Taspen Mobile tersebut dapat mempengaruhi *Brand Awareness*, maka diangkatlah penelitian dengan judul: **"Pengaruh Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri pada Produk Asuransi dan**

**Tabungan terhadap *Brand awareness* ( studi kasus PT. Taspen Bandung tahun 2020)”.**

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka perumusan masalah yang diangkat oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Efektivitas Layanan Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri Produk Asuransi dan Tabungan?
2. Bagaimanakah *Brand Awareness* PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri menurut Pegawai Negeri Sipil?
3. Seberapa besar pengaruh layanan Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri terhadap *Brand Awareness*?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Efektivitas layanan Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri yang diberikan oleh Taspen Bandung
2. Untuk mengetahui *Brand Awareness* yang dirasakan oleh pengguna Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri
3. Untuk mengetahui pengaruh layanan Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri terhadap *Brand Awareness*