

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan revolusi industri 4.0 yang mengubah segala hal menjadi serba digital yang juga memberikan dampak percepatan digitalisasi teknologi komunikasi terutama pada penyebaran dan pencarian sebuah informasi. Salah satunya adalah website yang pertama kali diciptakan oleh Tim Berners-Lee yang merupakan seorang ilmuwan komputer dan fisikawan asal Britania Raya pada tahun 1989. Menurut Gushelmi (2022) website adalah kumpulan informasi atau kumpulan page yang biasa diakses lewat jalur internet. Setiap orang di berbagai tempat dan segala waktu bisa menggunakannya selama terhubung secara online di jaringan internet.

Transformasi digital memengaruhi cara perusahaan menyajikan profil mereka. Sebuah artikel menyebutkan bahwa perusahaan digital adalah perusahaan - perusahaan yang mendigitalisasi sebagian atau keseluruhan proses bisnisnya, sekaligus menghadirkan solusi digital terbaik kepada pelanggannya dengan berbagai macam inovasi. Dahulu Company profile umumnya disusun dalam bentuk cetak atau dokumen elektronik yang kemudian didistribusikan kepada pihak-pihak terkait. Company profile ini biasanya berisi informasi tentang profil perusahaan, sejarah perusahaan, orang-orang yang terlibat, nilai, dan usaha yang dijalankan. Seiring dengan perkembangan teknologi, terutama digitalisasi, Company profile kini lebih sering disajikan dalam bentuk website. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk lebih efisien dalam membagikan informasi kepada audiens, terutama karena mayoritas orang mencari informasi secara online.

Digitalisasi juga memungkinkan Company profile untuk lebih interaktif, dengan penambahan elemen-elemen seperti video, animasi, dan tautan yang memperkaya pengalaman pengguna. Selain itu, adanya testimoni pada Company profile website dapat memperkuat citra perusahaan dan membangun hubungan dekat dengan konsumen atau klien. Dengan demikian, digitalisasi telah mengubah cara Company profile disusun dan disajikan, memungkinkan perusahaan untuk lebih efisien dalam berbagi informasi, lebih interaktif, dan lebih terhubung dengan audiensnya.

Di era digital saat ini, website berperan penting sebagai alat komunikasi dan pemasaran. Situs web dapat menjadi alat penting bagi perusahaan

asuransi untuk mengkomunikasikan informasi produk, asuransi, dan layanan kepada pelanggan potensial dan untuk mempromosikan produk mereka secara lebih efektif

Salah satu perusahaan asuransi kerugian di Indonesia adalah PT Asuransi Sinar Mas. PT Asuransi Sinar Mas didirikan pada tahun 1985 di Jakarta dengan nama Asuransi Kerugian Sinar Mas Dipta. Pada tahun 1991, perusahaan mengganti namanya menjadi PT Asuransi Sinar Mas. Sejak awal didirikan hingga saat ini, PT Asuransi Sinar Mas telah mengembangkan sayapnya ke seluruh pelosok negeri dengan 183 jaringan kantor cabang/pemasaran/marketing poin. Bisnisnya tersebar dari Sabang hingga Merauke.

Menurut website PT Asuransi Sinar Mas yang memiliki visi dan misi untuk menjadi perusahaan asuransi profesional dan terpercaya dengan memberikan nilai yang berarti kepada nasabah, perusahaan reasuransi, agen, rekanan, pemegang saham dan karyawan dengan memperhatikan aspek kemanusiaan, ekonomi, sosial dan lingkungan. Serta mengenal dan memenuhi kebutuhan nasabah, memberikan hasil underwriting yang menguntungkan, mengembangkan bakat, meningkatkan produktivitas dan efisiensi karyawan, inovasi produk dan pengembangan teknologi informasi yang berkesinambungan dan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan melalui penerapan prinsip – prinsip keuangan berkelanjutan. Melalui media website hal tersebut dapat diwujudkan.

PT Asuransi Sinar Mas juga aktif dalam kegiatan literasi dan inklusi keuangan. Kegiatan ini dilakukan secara jarak jauh via platform daring, ZOOM, dan dengan penerapan protokol kesehatan. Target audiens dari program dan kegiatan ini adalah siswa dan pengajar tingkat TK-SD-SMP-SMA-Perguruan Tinggi dan petani. Sebagai perusahaan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, PT Asuransi Sinar Mas diharapkan menjadi salah satu sumber daya terpenting untuk memberikan informasi yang akurat dan menarik serta periklanan yang efektif kepada pelanggan. Hal ini penting bagi PT Asuransi Sinar Mas karena perkembangan teknologi dan persaingan yang semakin ketat di industri asuransi.

Informasi, promosi, dan komunikasi saling terkait dalam konteks pemasaran. Promosi merupakan sebuah proses komunikasi pemasaran yang melibatkan informasi, persuasi, dan pengaruh. Hal ini mencakup rangkaian aktivitas untuk mengkomunikasikan produk, merek, atau layanan kepada calon nasabah.

Dalam promosi, komunikasi yang efektif diperlukan dalam menyampaikan informasi tentang produk ataupun jasa kepada calon konsumen. Agar dapat tercapainya tujuan dari promosi itu sendiri, maka terlebih dahulu informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik untuk mempengaruhi calon nasabah.

PT Asuransi Sinar Mas selalu mengevaluasi keefektifan website-nya untuk mencapai tujuan pemasaran dan komunikasi dengan pelanggan. Menganalisis kinerja situs web ini dapat membantu memahami kelebihan dan kekurangan platform. Hal ini dibuktikan dengan adanya perubahan dan peningkatan pada website PT Asuransi Sinar Mas, dimana pada awal website PT Asuransi Sinar Mas di buat pertama kali pada tahun 1999 tidak banyak informasi yang di tampilkan pada website tersebut.

Seiring berkembangnya jaman dan pengetahuan tentang *Website*, pengembangan dan perubahan tampilan pada *Website* PT Asuransi Sinar Mas dilakukan secara bertahap hingga saat ini.



Gambar 1 Tampilan Home Website PT Asuransi Sinar Mas Tahun 2019

Berdasarkan testimoni dari salah satu nasabah yang memilih media website PT Asuransi Sinar Mas untuk mendapatkan informasi seputar produk, ditemukan berbagai permasalahan pada website ditahun 2019 dimulai dari segi tampilan yang kurang rapi dalam menyediakan informasi sehingga membingungkan calon nasabah, fungsi - fungsi navigasi antarmenu yang kurang terstruktur sehingga nasabah kesulitan untuk mengakses informasi tertentu dan informasi tentang produk yang kurang dijelaskan secara rinci.

Nasabah tersebut juga menambahkan bahwa website pada tahun 2023 mengalami perubahan dan peningkatan seperti mengubah seluruh tampilan yang lebih sederhana dan navigasi antarmenu juga menjadi lebih user friendly sehingga memudahkan nasabah untuk mengakses informasi tertentu. Informasi tentang produk - produk PT Asuransi Sinar Mas juga dijabarkan secara garis besar dan nasabah juga dapat melihat ilustrasi harga produk yang sebelumnya tidak dicantumkan pada Website di tahun 2019. Berdasarkan informasi dari Informan tambahan bahwa pada website tahun 2023 rata - rata jumlah pengunjung berkisar 2.000 - 2.500 orang perharinya.



Gambar 2 Tampilan Home Website PT Asuransi Sinar Mas Tahun 2023

Menurut Mardiasmo (2017) efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya pencapaian tujuan suatu organisasi mencapai tujuannya. Apabila suatu organisasi mencapai tujuan, maka organisasi tersebut telah berjalan dengan efektif. Beberapa faktor yang menentukan efektivitas sebuah *Website* antara lain :

1. Keakuratan dan validitas informasi yang disajikan pada *Website*.
2. Kualitas desain dan tampilan *Website* yang menarik dan mudah digunakan.
3. Ketersediaan konten yang relevan dan bermanfaat bagi pengunjung *Website*.
4. Kecepatan akses dan responsivitas *Website*.

5. Kemudahan navigasi dan pencarian informasi pada *Website*.
6. Ketersediaan fitur interaktif yang memungkinkan pengunjung berpartisipasi aktif pada *Website*.
7. Ketersediaan dukungan teknis dan layanan pelanggan yang responsif.

Berdasarkan pemaparan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian atas *Website* PT Asuransi Sinar Mas pada link : <https://www.sinarmas.co.id> dalam upaya mengkomunikasikan informasi dan promosi yang lebih efektif terhadap calon nasabah.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana Efektivitas *Website* PT Asuransi Sinar Mas dalam memberikan informasi dan promosi kepada nasabah?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Efektivitas *Website* PT Asuransi Sinar Mas dalam memberikan informasi dan promosi kepada nasabah

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi akademisi dengan menambah koleksi penelitian ilmiah dan dapat menjadi referensi untuk pengembangan penelitian dimasa mendatang

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti
Dengan adanya penelitian penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat wawasan dan memahami pelaksanaan dari penelitian tersebut.
2. Bagi PT Asuransi Sinar Mas
Dengan adanya penelitian ini, peneliti mengharapkan penelitian ini dapat berguna bagi PT Asuransi Sinar Mas dalam mengembangkan *Website*-nya.
3. Bagi Masyarakat Pembaca
Dengan adanya penelitian ini, peneliti mengharapkan bagi para pengguna/pembaca mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan bisa memberikan manfaat serta menambah wawasan.