

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang Masalah**

Dalam kurun waktu beberapa dekade terakhir, Indonesia telah menunjukkan bukti yang menjanjikan dalam perkembangan ekonominya, yang secara signifikan didorong oleh dinamika penduduknya yang tidak hanya besar namun juga beragam. Sebagai referensi, Badan Pusat Statistik mencatat jumlah penduduk Indonesia di pertengahan tahun 2023 mencapai hampir 279 juta penduduk (BPS, Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan Jiwa), 2022-2023). Dengan jumlah populasi yang dimiliki, tentu saja Indonesia mengandalkan potensi dari penduduknya sebagai tulang punggung dalam mendukung pertumbuhan ekonomi. Potensi ini tidak hanya berasal dari besarnya populasi yang ada, namun juga dari kondisi demografi usia produktif 20-54 tahun yang mencapai 69% dari total jumlah penduduknya (BPS 2022). Dengan demikian, fokus pada sektor-sektor yang mendukung kelompok usia produktif ini akan menjadi langkah strategis untuk menjamin momentum pertumbuhan ekonomi Indonesia di masa mendatang.

Salah satu sektor yang menunjukkan potensi signifikan dalam memperkuat fondasi ekonomi Indonesia adalah industri asuransi jiwa. Menurut siaran pers dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) pada tanggal 27 Februari 2024, baru terdapat sekitar 21,69 juta jiwa yang menjadi tertanggung dalam program asuransi jiwa individu (Khaerunnisa 2024). Angka ini, meski mengesankan, masih membuka peluang besar bagi industri ini untuk memperluas jangkauannya di

tengah masyarakat Indonesia yang berpopulasi besar. Dalam konteks ini, potensi ekspansi dan penetrasi yang lebih dalam di sektor asuransi jiwa menjadi sesuatu yang sangat penting untuk dieksplorasi lebih lanjut. Industri asuransi bukan hanya akan menjamin perlindungan finansial yang lebih baik bagi masyarakat, tetapi juga dapat membantu dalam menumbuhkan sektor ekonomi yang lebih sehat dan stabil, mengingat peranan asuransi jiwa dalam mengalirkan investasi ke dalam berbagai instrumen finansial yang mendukung pembangunan ekonomi.

Perusahaan XYZ menjadi salah satu dari total 58 perusahaan asuransi jiwa yang terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK 2024). Salah satu dari empat kanal distribusi asuransi yang ada di Perusahaan XYZ adalah kanal *agency* atau keagenan. Kanal ini mengatur pemasaran produk asuransi kepada nasabah lewat tenaga pemasar atau juga dikenal dengan agen asuransi. Berdasarkan data internal yang didapat di akhir tahun 2023, jumlah agen yang terdaftar di Perusahaan XYZ adalah sebanyak hampir 12.000 orang dengan rata-rata agen yang aktif sebesar hampir 2.200 orang per bulan. Jumlah agen dan rata-rata agen aktif bulanan ini meningkat sebesar hampir 300% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Peningkatan ini menunjukkan progres positif dalam pengembangan jaringan dan peningkatan kapasitas perusahaan dalam menjangkau nasabah lebih luas.

Untuk memastikan pertumbuhan yang stabil dan berkelanjutan dalam sebuah perusahaan, sangat penting untuk memberikan fokus yang kuat pada peningkatan penjualan. Salah satu strategi krusial untuk mencapainya adalah melalui penyediaan pelatihan atau training yang komprehensif bagi agen-agen penjualan. Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Hernanto, dkk. (2022, 28177), menunjukkan bahwa pelatihan memiliki dampak signifikan, meski secara

tidak langsung, terhadap kinerja penjualan melalui *Adaptive Selling Behavior*. Ini berarti bahwa, melalui pendekatan pelatihan yang efektif, para tenaga pemasar dapat mengembangkan perilaku penjualan yang adaptif, yang memungkinkan mereka untuk lebih mudah menyesuaikan strategi dan teknik mereka berdasarkan situasi atau kebutuhan spesifik dari pelanggan, sehingga meningkatkan kinerja penjualan. Oleh karena itu, memprioritaskan pelatihan dapat dianggap sebagai investasi penting dalam meningkatkan kinerja penjualan, yang pada gilirannya akan memacu pertumbuhan dan ekspansi perusahaan di jangka panjang.

Menyediakan pelatihan yang memadai bagi hampir 12.000 tenaga pemasar memang menjadi tantangan tersendiri. Mengingat jumlah yang sangat besar ini, kebutuhan untuk sebuah sistem yang bisa mengelola dan mendistribusikan pelatihan secara efisien menjadi amat penting. Di sinilah pentingnya penggunaan *Learning Management System (LMS)* yang dapat menjadi kunci dalam mengatasi tantangan ini. LMS adalah platform digital yang mendukung proses belajar-mengajar dengan memungkinkan distribusi materi ajar, fasilitasi diskusi, dan manajemen tugas, yang dapat diakses kapan saja, di mana saja, dan melalui berbagai perangkat (Fitriani 2020, 2). Dengan LMS, perusahaan dapat menyusun modul pelatihan yang terstruktur dan terstandarisasi, yang bisa diakses oleh tenaga pemasar dimanapun dan kapanpun. Sistem ini tidak hanya memudahkan pelaksanaan pelatihan secara massal, namun juga memastikan bahwa setiap individu mendapat akses ke materi pelatihan yang konsisten dan berkualitas tinggi. Lebih lanjut, LMS juga bisa dilengkapi dengan fitur pelaporan dan analisis, memungkinkan perusahaan untuk memantau kemajuan pelatihan dan membuat penyesuaian yang diperlukan berdasarkan umpan balik dan hasil yang diperoleh.

Dengan demikian, penggunaan LMS menjadi sangat vital dalam menjembatani gap antara kebutuhan pelatihan dan penyediaan pelatihan yang efektif dan memadai.

Salah satu indikator untuk melihat bagaimana penggunaan LMS di perusahaan XYZ adalah dengan melihat *Retention Rate* dari para penggunanya. *Retention Rate* menunjukkan berapa persen jumlah pengguna yang masih mengakses LMS dari bulan ke bulan. Data *Retention Rate by Monthly Cohort* di perusahaan XYZ dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1.1 *Retention by Monthly Cohort***  
(Sumber: Pengolahan Data Internal Perusahaan XYZ)

Retention (%)	Bulan Ke										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Jan	100.0	54.0	58.2	42.7	30.3	33.1	29.9	22.8	27.3	20.5	19.9
Feb	100.0	60.8	38.8	26.5	24.5	24.9	20.8	23.4	13.7	14.7	
Mar	100.0	49.2	30.6	22.8	19.3	14.8	22.6	11.9	10.6		
Apr	100.0	44.4	29.7	19.1	14.6	11.5	8.9	8.1			
Mei	100.0	40.5	31.1	19.4	17.5	12.4	10.1				
Jun	100.0	42.6	22.4	16.5	8.6	8.3					
Jul	100.0	41.7	22.9	13.8	12.6						
Agu	100.0	45.7	31.6	19.7							
Sep	100.0	46.2	30.2								
Okt	100.0	43.8									
Nov	100.0										

Tabel 1.1 di atas menunjukkan tingkat retensi pengguna yang dilihat dari bulan ke bulan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa terdapat penurunan signifikan pada retensi pengguna dalam jangka waktu yang pendek. Dimulai dengan 100,0% pengguna aktif pada awal setiap bulan, retensi mengalami penurunan drastis dalam tiga bulan pertama. Sebagai contoh seperti yang terlihat pada *cohort* Januari yang merosot dari 100% menjadi 42.7% pada bulan ke-4, dan berlanjut menurun hingga hanya 19.9% pada bulan ke-11. Begitu juga untuk bulan-bulan lainnya. Hal ini menandakan adanya masalah dalam tingkat adopsi LMS.

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menganalisis tingkat adopsi LMS yang ada di Perusahaan XYZ, lewat penggabungan dua pendekatan

teoretis, yaitu *Technology Readiness Index* (TRI) dan *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM adalah salah satu model adopsi teknologi yang masih digunakan hingga kini yang dikemukakan oleh Davis (1989, 320). Menurutnya, sebuah teknologi akan diadopsi oleh penggunanya berdasarkan dua faktor, yaitu *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. Sedangkan TRI yang dikembangkan oleh Parasuraman dan Colby (2014, 2) merupakan indeks yang mengukur kesiapan seseorang dalam menerima teknologi baru. TRI mencakup empat komponen utama, yaitu: optimisme, inovasi, ketidaknyamanan, dan ketidakamanan. Dalam konteks penelitian ini, TRI dapat berfungsi sebagai model untuk menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi seseorang dalam keputusan mereka untuk mengadopsi LMS. Dengan menggabungkan TAM dan TRI, penelitian ini berupaya untuk menciptakan sebuah kerangka atau model analitik yang komprehensif, yang mampu menangkap variabel-variabel yang terlibat dalam proses adopsi LMS.

Implementasi yang sukses dari sistem LMS memiliki dampak langsung terhadap efektivitas dan efisiensi strategi pelatihan, yang pada gilirannya bisa meningkatkan kinerja penjualan tenaga pemasar dan memperkuat posisi perusahaan dalam industri asuransi jiwa yang kompetitif. Oleh karenanya, penelitian ini tidak hanya mencari cara untuk menyediakan pandangan yang lebih mendalam mengenai perilaku adopsi LMS, tetapi juga untuk menawarkan rekomendasi dalam merancang dan menerapkan intervensi yang bisa mengatasi hambatan potensial terhadap adopsi LMS. Dengan fokus pada hal-hal tersebut, perusahaan bisa membangun strategi yang tidak hanya mempromosikan adopsi LMS yang lebih luas, tetapi juga memfasilitasi penciptaan budaya belajar yang lebih kuat dan

produktif. Pada akhirnya, ini akan mendorong perusahaan menuju tujuan utamanya, yaitu menciptakan jaringan tenaga pemasar yang terampil, sehingga siap untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di pasar asuransi jiwa yang terus berkembang.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dalam upaya mencoba memahami dan merumuskan kebijakan strategis terkait adopsi LMS di Perusahaan XYZ, teridentifikasi sejumlah masalah penting yang perlu diangkat dan ditangani. Beberapa masalah yang teridentifikasi antara lain:

- 1) Terdapat potensi resistensi atau kurangnya kesadaran akan pentingnya manfaat dari mengadopsi LMS dalam proses pelatihan mereka;
- 2) Rendahnya motivasi personal di antara tenaga pemasar untuk menggunakan LMS secara aktif dan konsisten;
- 3) Kurangnya kemampuan atau pemahaman tentang bagaimana cara menggunakan LMS yang sudah tersedia;
- 4) Perlunya identifikasi terkait kualitas materi pelatihan yang disediakan melalui LMS agar memenuhi standar kualitas dan relevansi untuk mendukung peningkatan kinerja penjualan;
- 5) Infrastruktur teknologi yang belum memadai di beberapa area yang bisa menjadi hambatan dalam implementasi pembelajaran yang efektif menggunakan LMS;
- 6) Adanya variasi kemampuan individu dalam menggunakan teknologi yang mungkin bisa menjadi penghambat dalam adopsi LMS;

- 7) Ketersediaan perangkat atau gawai yang memadai dari masing-masing tenaga pemasar untuk dapat mengakses pelatihan yang tersedia di dalam LMS;
- 8) Permasalahan teknis yang dapat memengaruhi persepsi dari tenaga pemasar dalam adopsi LMS;
- 9) Kurangnya dukungan dan komitmen dari manajemen dalam proses adopsi LMS;
- 10) Tantangan dalam mengukur dampak dari adopsi LMS terhadap kinerja penjualan dan mengevaluasi efektivitasnya dalam mencapai tujuannya;
- 11) Perlunya penyesuaian dengan kebijakan dan peraturan yang mungkin ada yang terkait dengan penggunaan sistem teknologi dalam pelatihan dan pengembangan tenaga pemasar;
- 12) Kendala dalam mengintegrasikan sistem internal dengan sistem eksternal.

### **1.3 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah yang diterapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian bertujuan untuk menganalisis tingkat adopsi LMS yang digunakan di Perusahaan XYZ;
- 2) Pendekatan teoretis yang digunakan untuk menganalisis tingkat adopsi LMS adalah *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Technology Readiness Index (TRI)*. TAM memiliki dua variabel yaitu *Perceived of Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. Sedangkan TRI memiliki empat variabel yaitu *Optimism, Innovativeness, Discomfort, dan Insecurity*;

- 3) Jenis penelitian adalah *Mixed Method* berupa *Sequential Explanatory Design* atau dikenal dengan penelitian kuantitatif yang dilanjutkan dengan penelitian kualitatif. Tahap kuantitatif akan dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modelling – Partial Least Square* (SEM-PLS), sedangkan tahap kualitatif akan dilakukan dengan wawancara untuk menggali lebih dalam temuan dari tahap kuantitatif;
- 4) Pengambilan dan pengolahan data akan dilakukan selama Januari – Mei 2024;
- 5) Yang akan menjadi subjek penelitian adalah agen asuransi yang masih aktif yang pernah menggunakan LMS di perusahaan XYZ; dan
- 6) Penelitian ini tidak akan membahas implementasi teknis LMS secara rinci atau analisis finansial dari investasi LMS. Fokus utama adalah pada tingkat adopsi LMS, bukan pada detail teknis atau aspek keuangan seperti biaya dan *Return on Investment* (ROI).

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh *Optimism*, *Innovativeness*, *Discomfort*, dan *Insecurity* terhadap *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* LMS di kalangan agen perusahaan asuransi XYZ?
- 2) Bagaimana persepsi kegunaan dan kemudahan agen perusahaan asuransi XYZ terhadap LMS memengaruhi sikap dan niat mereka untuk menggunakannya?

- 3) Bagaimana pengalaman agen perusahaan asuransi XYZ dalam menggunakan LMS berkaitan dengan temuan penelitian?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menganalisis apakah variabel *Optimism* berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Usefulness*;
- 2) Menganalisis apakah variabel *Optimism* berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Ease of Use*;
- 3) Menganalisis apakah variabel *Innovativeness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Usefulness*;
- 4) Menganalisis apakah variabel *Innovativeness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Ease of Use*;
- 5) Menganalisis apakah variabel *Discomfort* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Perceived Usefulness*;
- 6) Menganalisis apakah variabel *Discomfort* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Perceived Ease of Use*;
- 7) Menganalisis apakah variabel *Insecurity* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Perceived Usefulness*;
- 8) Menganalisis apakah variabel *Insecurity* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Perceived Ease of Use*;
- 9) Menganalisis apakah variabel *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Usefulness*;

- 10) Menganalisis apakah variabel *Perceived Usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Attitude Toward Using*;
- 11) Menganalisis apakah variabel *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif signifikan terhadap *Attitude Toward Using*;
- 12) Menganalisis apakah variabel *Perceived Usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Behavior Intention to Use*;
- 13) Menganalisis apakah variabel *Attitude Toward Using* berpengaruh positif signifikan terhadap *Behavior Intention to Use*.

## **1.6 Manfaat Hasil Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoretis**

Manfaat teoretis dari penelitian ini antara lain:

- 1) Mendapatkan pemahaman tentang penggunaan *Learning Management System* (LMS) dalam industri asuransi jiwa, khususnya dalam konteks pengembangan agen asuransi;
- 2) Menyediakan kerangka teoretis untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsi LMS dalam perusahaan asuransi, yang dapat digunakan sebagai acuan oleh peneliti lain;
- 3) Memberikan pandangan baru tentang tantangan dan solusi dalam mengimplementasikan teknologi pendidikan di sektor asuransi;
- 4) Kontribusi terhadap teori pemasaran dan manajemen sumber daya manusia, khususnya dalam penerapan teknologi untuk peningkatan kinerja penjualan.

## **1.6.2 Manfaat Praktis**

### **1.6.2.1 Bagi Departemen Training**

Manfaat praktis dari penelitian ini bagi departemen training antara lain:

- 1) Memperkuat proses pelatihan dengan LMS, meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses pembelajaran;
- 2) Memastikan distribusi materi pelatihan yang konsisten dan berkualitas tinggi;
- 3) Memfasilitasi pemantauan dan penyesuaian materi pelatihan berdasarkan umpan balik;
- 4) Mendorong pengembangan budaya belajar yang kuat dan produktif.

### **1.6.2.2 Bagi Perusahaan XYZ**

Manfaat praktis dari penelitian ini bagi Perusahaan XYZ antara lain:

- 1) Meningkatkan keterampilan dan kompetensi agen melalui pelatihan yang efektif;
- 2) Memperkuat posisi perusahaan di industri asuransi jiwa yang kompetitif;
- 3) Mendukung pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan kinerja penjualan;
- 4) Mengintegrasikan teknologi dalam strategi pelatihan untuk pertumbuhan berkelanjutan.

### **1.6.2.3 Bagi Peneliti**

Manfaat praktis dari penelitian ini bagi Peneliti antara lain:

- 1) Memberikan wawasan baru tentang adopsi teknologi pendidikan di industri asuransi;
- 2) Meningkatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan LMS;
- 3) Berkontribusi pada literatur akademis mengenai teknologi pendidikan dan manajemen pelatihan;
- 4) Membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang yang sama.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Tesis ini disusun dalam lima bab utama yang masing-masing memiliki fokus dan tujuan yang terstruktur untuk menjawab permasalahan penelitian mengenai adopsi *Learning Management System* (LMS) di perusahaan asuransi XYZ.

Bab I, Pendahuluan, memaparkan latar belakang yang menggambarkan pentingnya penelitian ini dalam konteks pengembangan diri agen di industri asuransi melalui penerapan teknologi. Bab ini meliputi identifikasi masalah yang dirumuskan berdasarkan fenomena yang ada, batasan-batasan yang diterapkan untuk fokus penelitian, rumusan masalah yang menjadi pertanyaan penelitian, tujuan yang ingin dicapai, serta manfaat dari hasil penelitian baik dalam konteks teoretis maupun praktis.

Bab II, Landasan Teori, menyediakan dasar teoretis yang mendukung analisis dan pembahasan dalam penelitian ini. Bab ini menguraikan teori utama yang digunakan, yaitu *Technology Readiness Index* (TRI) dan *Technology Acceptance Model* (TAM), serta kajian literatur terkait yang relevan untuk mendukung hipotesis penelitian.

Bab III, Metodologi Penelitian, menjelaskan tentang pendekatan penelitian *Mixed Method Sequential Explanatory* yang digunakan, yang melibatkan penggunaan analisis SEM-PLS untuk tahap kuantitatif dan wawancara untuk tahap kualitatif. Bab ini juga melibatkan penjelasan tentang pengumpulan data, sampel penelitian, dan teknik analisis data yang dilakukan.

Bab IV, Hasil Penelitian dan Pembahasan, mempresentasikan hasil analisis data, menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan, dan membahas temuan dalam konteks teori yang telah diuraikan sebelumnya. Bab ini bertujuan untuk menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan, mengaitkannya dengan landasan teori, serta menilai implikasinya terhadap praktik di lapangan.

Bab V, Kesimpulan, Implikasi, dan Saran, merangkum hasil penelitian, mendiskusikan implikasi dari penelitian baik untuk teori maupun praktik, dan memberikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya berdasarkan batasan dan temuan penelitian. Bab ini bertujuan untuk menyajikan konklusi yang dapat diambil dari penelitian dan bagaimana hasilnya dapat dimanfaatkan oleh perusahaan atau pihak lain yang berkepentingan.