

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap Aktivitas dan kegiatan bisnis yang dilakukan oleh Prudential Indonesia, yaitu *ROCK Agency*, maka peneliti dapat membuat kesimpulan sebagai berikut:

- a. Proses bisnis yang dilakukan di dalam lingkungan Prudential oleh *ROCK Agency* sebagai kantor pemasaran Asuransi Jiwa adalah proses *Sales Cycle*, yang terdiri dari kegiatan *Prospecting, Approach, Fact finding & Create the need, Presenting solution, Handling objection, Closing the sale, Policy delivery & referral leads, dan After sales service*. Saat ini, sebagian besar proses dilakukan secara manual dan tradisional, dengan pendekatan pribadi yang dilakukan oleh para agen dan *leader*, dimana system yang ada masih berupa system informasi saja. Aktivitas yang dijalankan memiliki kecenderungan untuk belum melibatkan system yang terintegrasi, dimana aktivitas bisnis yang dilakukan. Kebanyakan kegiatan pemasaran masih dilakukan secara *Word of Mouth*, dan aktivitas Agen lebih banyak didasarkan pada kegiatan pemasaran secara *Word of Mouth*, yang tidak didukung adanya sistem yang menjadi dasar pelaksanaan aktivitas kerja.
2. Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk memberikan usulan mengenai penerapan system CRM untuk meningkatkan jumlah pembelian ulan, cross

selling, dan follow up yang dilakukan oleh Agen dan *leader* melalui desain website yang baru. Prudential menerapkan system CRM dalam bentuk PRUaccess adalah sebuah portal website khusus bagi Pemegang Polis, yang dapat memberikan informasi data Polis kapanpun diperlukan. Selain layanan Informasi Polis di atas, Pemegang Polis juga dapat mengakses surat yang dikirimkan oleh PT Prudential Life Assurance melalui fasilitas *My Letter and Statement*. Sistem ini merupakan system dengan bentuk HTML tradisional, yang memiliki tampilan yang rumit, dan memiliki prosedur pengisian yang relatif lebih sulit jika dibandingkan dengan website lain. Hal ini terjadi karena website masih menggunakan sistem dan desain yang lama. Untuk aplikasi, tampilan relative lebih mudah dinavigasi dan digunakan. Untuk itu, peneliti mengusulkan adanya website baru dengan desain yang lebih informative, dan dapat mengumpulkan sekaligus menampilkan data-data yang dibutuhkan bagi kegiatan kerja, yaitu menjaga hubungan dengan pelanggan, melakukan follow up, dan melakukan proses refferals.

3. Dalam penilaian para konsumen mengenai system website baru sebagai bagian dari penerapan CRM, maka nasabah dan agen menilai website yang baru, telah dinilai oleh agen dan nasabah sebagai website yang memiliki desain yang lebih mudah digunakan, lebih praktis, dan lebih informatif dibandingkan website yang lama. Bagi para agen, website dianggap dapat membantu dan mempermudah pekerjaan untuk mengumpulkan data, melakukan Follow up, dan melakukan proses refferals sebagai aktivitas utama dari siklus penjualan yang harus dilakukan. Bukan hanya membantu nasabah

dan agen, sistem dan struktur yang ada didasarkan pada pencapaian prestasi yang dilakukan oleh para agen, dengan 5 tahapan menunjukkan adanya kecenderungan untuk menjadikan prestasi kerja sebagai patokan.

6.2. Saran

Peneliti dapat membuat saran sebagai berikut:

- a. Aktivitas bisnis yang dilakukan di Prudential Indonesia masih memiliki kegiatan kerja yang berkaitan langsung dengan konsumen. Hal tersebut membutuhkan adanya sistem CRM yang dapat membantu mereka untuk dapat melakukan tiga aktivitas kerja utama, yaitu menjaga hubungan dengan pelanggan, melakukan follow up, dan melakukan proses refferals
- b. Dalam menjalankan kegiatan bisnis ini, sistem dan struktur yang ada didasarkan pada pencapaian prestasi yang dilakukan oleh para agen, dengan 5 tahapan (jenjang karier yang dimulai dari agen, pre unit manager, unit manager, senior unit manager sampai dengan agency manager) menunjukkan adanya kecenderungan untuk menjadikan prestasi kerja sebagai patokan. Karena itu, hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu masukan bagi perusahaan untuk dapat diterapkan seabgai bagian dari system CRM
- c. Agen Asuransi, mereka membutuhkan data-data dan informasi, yaitu adanya hubungan dengan pelanggan yang dapat dipelihara, dan adanya kemampuan dari perusahaan untuk dapat mendukung proses penjualan yang berulang kepada para nasabah yang telah menjadi nasabah. Dengan

demikian, perlu dibuat adanya system CRM yang lebih terintegrasi, seperti sistem agent dashboard yang lebih terintegrasi.

DAFTAR PUSTAKA

- 2017, Industri Asuransi Jiwa Terus Tumbuh Positif by Darandono
<https://swa.co.id/swa/trends/2017-industri-asuransi-jiwa-terus-tumbuh-positif>
- Agen Asuransi Indonesia Mayoritas Dari Prudential, by Lila Intana,
<https://swa.co.id/swa/trends/management/agen-asuransi-indonesia-mayoritas-dari-prudential>
- Akbar, Husaini Usman, Purnomo Setiadi, Metodologi Penelitian Sosial, ...
Konseptual Operasional, Cet IV, Jakarta: Bumi Aksara
- Anthony, N. Robert dan Vijay Govindarajan. 2011. Management Control System, Sistem. Pengendalian Manajemen. Salemba Empat. Jakarta.
- Bitner, Mary Jo, Zeithaml, Valarie A, (2003). Services Marketing. Edisi 3. Boston MCGraw-Hill.
- Buchari Alma, 2002, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi, Alfabeta, Bandung
- Darandono, 2017, Industri Asuransi Jiwa Terus Tumbuh Positif, June 17, 2017, <https://swa.co.id/swa/trends/2017-industri-asuransi-jiwa-terus-tumbuh-positif>
- Edhy Sutanta. 2003. Sistem Informasi Manajemen. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Edhy Sutanta. 2003. Sistem Informasi Manajemen. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Freddy Rangkuti, (2002) The Power of Brands, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Klik Proteksi, Ketika Membuat Asuransi Semudah Beli Salad, By Eko Adiwalyo <http://marketeers.com/klik-proteksi-ketika-membuat-asuransi-semudah-beli-salad/>

- Kotler dan Armstrong, (2005). Manajemen Pemasaran. Edisi 11. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Laudon, Kenneth C., & Jane, P. Laudon.(2010). Manajemen Information System :Managing the Digital Firm. New Jersey: Prentice- Hall
- Mathias Weske, 2010.Business Process Management: Concepts, Languages, Architectures, Springer
- Muthohari, Nisrina, 2012, Panduan Praktis Membeli & Menjual Asuransi, Penerbit Buku Pintar, Yogyakarta.
- Nasution, S. 2004. Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif. Bandung: Tarsito Agung.
- O'Brien, James A. (2005). Pengantar Sistem Informasi : Persepektif Bisnis dan Manajerial. (12th edition). Salemba edition. Salemba Empat
- Purba, Gervin Nathaniel .AAJI: Penetrasi Asuransi Masih Rendah dipublikasikan Senin, 14 Dec 2015 20:23 WIB, <http://ekonomi.metrotvnews.com/mikro/Wb7MawnK-aaji-penetrasi-asuransi-masih-rendah>
- Raco, J. R. Metode Kualitatif (Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya), PT. Gramedia Widiasarana Indonesia
- Schiffman and Lazar Kanuk, 2000, Costumer behaviour, Internasional Edition, Prentice Hall
- Sekaran, U. (2003). Research Methods for Business: A Skill Bulding Approach(4 ed.). John Wiley & Sons.
- Silalahi,Ulber. 2012. Metode Penelitian Sosial. Bandung: Reflika Aditama.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2014.Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Ghalia Indonesia. Bogor.

- Sunyoto, Danang. 2013."Teori, kuesioner, dan Analisis Data Sumber Daya Manusia (praktik penelitian)". Yogyakarta : CAPS (canter for academic publishing service).
- Susanto, Heru.2008.Menjual Asuransi itu Gampang!.Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer
- Umar, Husein, Metode Riset Komunikasi Organisasi, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002.
- Widodo,Sugeng.2011.Mindset Sukses Agen Asuransi: Cara Cerdas Sukses, Kaya, dan Terpuji.Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama