



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Rancangan Sistem Analisis Nasabah untuk**  
**Meningkatkan Penjualan Berulang di PT.Prudential Life**  
**Assurance cabang Rock Agency, Bandung**

Skripsi

Oleh

Ruth Natasha Ardiani

2012320009

Bandung

2018



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Rancangan Sistem Analisis Nasabah untuk**  
**Meningkatkan Penjualan Berulang di PT.Prudential Life**  
**Assurance cabang Rock Agency, Bandung**

Skripsi

Oleh

Ruth Natasha Ardiani

2012320009

Pembimbing

Dr. Agus Gunawan, S.Sos.,B.App.Com.,MBA.,M.Phill.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Ruth Natasha Ardiani  
Nomor Pokok : 2012320009  
Judul : Rancangan Sistem Analisis Nasabah untuk Meningkatkan Penjualan Berulang di PT.Prudential Life Assurance cabang Rock Agency, Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Rabu, 10 Januari 2018  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**



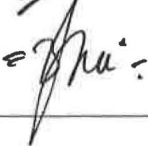
**Ketua sidang merangkap anggota**  
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

**Sekretaris**

Dr. Agus Gunawan, S.Sos.,B.App.Com.,MBA.,M.Phil

**Anggota**

Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

:   
:   
: 

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## Pernyataan



Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Ruth Natasha Ardiani

NPM : 2012320009

Jurusan Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Rancangan Sistem Analisis Nasabah untuk  
Meningkatkan Penjualan Berulang di PT.  
Prudential Life Assurance cabang Rock Agency,  
Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya tau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 4 Januari 2018

METERAI  
TEMPEL  
TTL  
4A226AEF87528692  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
Ruth Natasha Ardiani

## **ABSTRAK**

Nama : Ruth Natasha Ardiani

NPM : 2012320009

Judul : Rancangan Sistem Analisis Nasabah untuk Meningkatkan Penjualan Berulang di PT.Prudential Life Assurance cabang Rock Agency, Bandung

---

Dalam kehidupan modern, Asuransi Jiwa merupakan salah satu hal yang dibutuhkan oleh masyarakat, sebagai sebuah Instrumen Keuangan yang penting dalam kehidupan keluarga. Salah satu perusahaan Asuransi Jiwa yang berkembang dengan pesat di Indonesia, adalah Prudential Indonesia, yang dikelola oleh PT Prudential Life Assurance. Penelitian ini difokuskan pada ROCK Agency Bandung merupakan salah satu kantor cabang PT. Prudential Life Assurance

Ketepatan dalam memahami konsumen dapat membantu agen Prudential Indonesia dalam menawarkan produk asuransi yang sesuai dan dapat menentukan dengan baik bagaimana menyampaikan produk asuransi ke nasabah. Untuk itu, peneliti bermaksud melakukan penelitian mengenai sistem CRM yang dilakukan, dengan menggunakan analisis MIT 90's.

Berdasarkan hasil penelitian, 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. 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. Selain itu, 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 dibandingkam website yang lama

Peneliti menyarankan agar para agen secara aktif memberikan sosialisasi dan ajakkan kepada nasabah untuk melakukan kegiatan pengisian form pengkinian data sehingga data – data akan selalu terupdate. Selain itu, penulis menyarankan kepada pihak leader untuk dapat melakukan pengawasan kepada para agen, sehingga proses pengkinian data berjalan dengan lancar.

Kata Kunci: CRM, Proses Bisnis, Asuransi Jiwa, Prudential

## **ABSTRACT**

Nama : Ruth Natasha Ardiani

NPM : 2012320009

Judul : Design of Customer Analysis System to Increase Repeat Sales in PT.  
Prudential Life Assurance branch of Rock Agency, Bandung

---

*In modern life, Life Insurance is one of the things needed by society, as an important Financial Instrument in family life. One of the fastest growing Life Insurance companies in Indonesia, Prudential Indonesia, is managed by PT Prudential Life Assurance. This research is focused on ROCK Agency Bandung is one of the branch offices of PT. Prudential Life Assurance*

*Appropriateness in understanding consumers can help Prudential Indonesia's agents to offer appropriate insurance products and can determine well how to deliver insurance products to customers. To that end, researchers intend to conduct research on the CRM system is done, using MIT 90's analysis.*

*Based on the result of the research, business process done in Prudential environment by ROCK Agency as Life Insurance marketing office is Sales Cycle process consisting of Prospecting, Approach, Fact finding & Create the need, Presenting solution, Handling objection, Closing the sale, Policy delivery & referral leads, and After sales service. In this research, the researcher intends to propose the implementation of CRM system to increase the number of repeat purchase, cross selling, and follow up by Agent and leader through new website design. In addition, customers and agents assess the new website, has been assessed by agents and customers as a website that has a design that is easier to use, more practical, and more informative than the old website*

*Researchers suggest that agents actively provide socialization and invitations to customers to perform activities form filling, so that data – data can be quickly obtained. In addition, researchers suggest to the leader to be able to conduct supervision to the agents so the process of data collecting for information's update can run smoothly*

**Keywords:** CRM, Business Process, Life Insurance, Prudential

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Rancangan Sistem Analisis Nasabah untuk Meningkatkan Penjualan Berulang di PT. Prudential Life Assurance cabang Rock Agency, Bandung”. Penulisan skripsi ini diperuntukan untuk memenuhi persyaratan dalam menempuh Ujian Akhir Strata – 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Program Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam pembuatan skripsi ini, saya banyak mendapatkan bantuan, dukungan, saran, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya selaku penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang sudah turut membantu dalam penyelesaian dan pembuatan skripsi ini diantaranya:

1. Kepada Dewi Setiawan selaku Ibu, Ardian selaku Ayah, Sylvia Nadya Ardiani selaku adik, saya mengucapkan banyak terima kasih karena selalu memberikan semangat, motivasi dan dukungan yang luar biasa baik moral maupun materi serta segala fasilitas yang sangat membantu dalam menyelesaikan Strata – 1.
2. Kepada Bapak Pius Sugeng selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
3. Kepada Ibu Banowati selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah meluangkan waktu untuk memberikan persetujuan dan tanda tangannya.
4. Kepada Bapak Agus Gunawan selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan penuh kesabaran dan

perhatiannya dalam membimbing serta memberikan petunjuk – petunjuk, nasehat – nasehat yang sangat berharga serta masukan yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Kepada rekan kerja di PT.Prudential cabang Rock Agency ( Ko Henry, Ko Ronald, Ci Lydia, Hans Christian, Niko Andreas ) yang telah memberikan kesempatan untuk menjadikan agensi ini sebagai bahan penelitian, dukungan dan masukan positif serta doa kepada saya.
6. Kepada para sahabat Earlene, Lanna, Ryandi, Michelle, Devina, Florence, dan Claudia yang telah meluangkan waktu untuk menemani saya selama mengerjakan skripsi dan menjadi sahabat yang selalu memberikan semangat dan dukungan serta doa kepada saya hingga penelitian ini selesai dengan baik.
7. Kepada sepupu saya Davin Yulion, yang masih setia menemani saya. Terima kasih atas bantuannya yang telah menemani proses pencetakan skripsi, memotivasi, perhatian, dukungan, dan doa sampai menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Ko Yuda Yermia yang selalu siap membantu memberikan ide dan masukan dari awal penulisan hingga akhir penulisan skripsi ini.
9. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, terutama Jurusan Administrasi Bisnis.
10. Kepada teman – teman David Adi Gunawan dan seluruh teman seperjuangan khususnya teman – teman seangkatan (2012) yang telah berjuang bersama dalam saling membantu untuk mendapat Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.



Saya menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, segala kritik dan saran akan diterima dengan senang hati, guna menjadi bahan masukan dan pertimbangan dimasa mendatang. Akhir kata saya selaku penulis mengucapkan banyak terima kasih dan berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Bandung, 3 Januari 2018

Penulis,

Ruth Natasha Ardiani

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR BAGAN .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1: PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Rumusan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian .....	14
1.5. Kegunaan Penelitian .....	14
BAB 2: KERANGKA TEORI.....	16
2.1. Proses Bisnis .....	16
2.2. Sistem Informasi Manajemen/Bisnis .....	17
2.3. Jasa.....	23
2.4. Perilaku Konsumen.....	26
2.5. Customer Relationship.....	32
2.6. Customer Relationship Management (CRM).....	36

BAB 3: METODE PENELITIAN .....	53
3.1. Pendekatan Penelitian .....	53
3.2. Jenis Penelitian.....	54
3.3. Metode Penelitian .....	55
3.4. Tahap penelitian.....	53
3.5. Operasionalisasi Variabel .....	56
3.6. Narasumber .....	57
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.8. Analisis Data.....	60
BAB 4: OBJEK PENELITIAN.....	62
4.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	62
4.2 Logo Prudential.....	65
4.3 Misi dan Kredo Prudential .....	66
4.4 Prinsip-Prinsip Dasar PT. Prudential Life Assurance .....	68
4.5 Identitas Perusahaan yang Diteliti.....	69
4.6 Produk-Produk di PT. Prudential Life Assurance Indonesia .....	69
4.6.1 Perlindungan Terkait Investasi .....	71
4.6.2 Produk Perlindungan tambahan .....	75
4.6.3 Manfaat Tambahan .....	76
4.7 Jenjang Karir di Prudential .....	86
BAB 5 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....	88
5. 1. MIT 90's Framework.....	88
5. 1. 1. Eksternal sosial-ekonomi .....	90
5. 1. 2. Strategi.....	92

5. 1. 3. Individuals and Roles.....	95
5. 1. 4. Struktur Organisasi .....	103
5. 1. 5. Manajemen Proses .....	106
5. 1. 6. Teknologi .....	109
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	145
5.1. Kesimpulan .....	145
5.2. Saran .....	147
DAFTAR PUSTAKA .....	155

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.2. CRM Operasional .....	39
Tabel 5.1. kerangka kerja MIT 90's Framework penelitian .....	86

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Model Perilaku Konsumen .....	30
--	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar3.1 MIT 90's .....	59
Gambar 4.1. anak perusahaan dan group Prudential .....	63
Gambar 4.2 Logo Prudential (Anak Panah) .....	65
Gambar 4.3 Logo Prudential (Ular) .....	65
Gambar 4.4 Logo Prudential (Cermin) .....	66
Gambar 4.5. jenjang karir Prudential .....	85
Gambar 5.1. perkembangan industri asuransi jiwa .....	91
Gambar 5.2 Struktur Organisasi Prudential .....	104
Gambar 5.3. Sales Cycle .....	107
Gambar 5.3. website 1 .....	110
Gambar 5.4. website 2 .....	111
Gambar 5.5. website 3 .....	112
Gambar 5.6. website 4 .....	112
Gambar 5.7. website 5 .....	114
Gambar 5.8. Aplikasi Pruforce .....	115
Gambar 5.9. Aplikasi Pruforce .....	116
Gambar 5.10. SQS .....	118
Gambar 5.11. SQS .....	119
Gambar 5.12 penerapan website CRM .....	128
Gambar 5.13 form input .....	130
Gambar 5.14 form nasabah .....	130
Gambar 5.15 form pengkinian data nasabah 1 .....	131
Gambar 5.16 form pengkinian data nasabah 2.....	132

Gambar 5.17 tampilan agen .....	133
Gambar 5.18 tampilan agen 2 .....	134
Gambar 5.19 tampilan leader .....	136



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	158
Lampiran 2 .....	159

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1.Latar Belakang Masalah**

Dalam kehidupan modern, Asuransi Jiwa merupakan salah satu hal yang dibutuhkan oleh masyarakat, sebagai sebuah Instrumen Keuangan yang penting dalam kehidupan keluarga. Asuransi jiwa adalah program perlindungan dalam bentuk pengalihan resiko ekonomis atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan. Menurut Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (2016), Asuransi Jiwa didefinisikan sebagai “suatu kontrak perlindungan yang disajikan dalam bentuk tertulis yang disebut polis. Polis berisi kontrak antara perusahaan asuransi jiwa dan pemegang polis dimana perusahaan Asuransi Jiwa mempunyai kewajiban untuk memberikan sejumlah uang yang telah ditentukan kepada yang ditunjuk (biasanya ahli waris) jika terjadi kematian, atau tetap hidupnya tertanggung pada akhir masa kontrak. (Sesuai masa pertanggungangan).” Dengan demikian, Asuransi jiwa adalah asuransi yang bertujuan menanggung orang terhadap kerugian finansial tak terduga yang disebabkan karena adanya resiko Finansial yang terjadi, dan berguna untuk meminimalisirkan kerugian yang akan dialami oleh pemiliknya pada saat terjadi hal yang tidak diduga sebelumnya, seperti Biaya perawatan medis, kecelakaan, atau kecacatan.

Asuransi Jiwa akan menutup pertanggungangan untuk membayarkan sejumlah santunan karena meninggal atau tetapnya hidup seseorang dalam jangka waktu

pertanggung. Jika tertanggung meninggal, maka santunan atau uang pertanggung akan dibayarkan kepada ahli waris yang ditunjuk sebagai penerima santunan dalam asuransi jiwa. (Muthohari, 2012;11). Dengan demikian, para klien asuransi jiwa justru akan menerima manfaat finansial, pada saat terjadi sesuatu hal yang mengancam diri dan keselamatannya. Dengan membeli Polis Asuransi Jiwa, maka seseorang akan merasa aman dan tentram terhadap diri sendiri, yang sangat efektif karena memberikan jaminan secara lahir dan batin. Premi-premi asuransi akan memberikan penggantian kepada tertanggung karena keugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung atau untuk memberi pembayaran atas meninggal dan hidupnya seseorang yang dipertanggungkan (Muthohari, 2012;8). Dengan demikian, baik diri individu maupun keluarganya akan menerima manfaat yang positif dari asuransi jiwa.

Bagi sebuah keluarga, peran asuransi jiwa dibutuhkan, untuk menutupi segala biaya-biaya pengobatan yang harus dikeluarkan ketika hal itu terjadi. Bahkan ketika pemilik asuransi yang juga berperan sebagai pencari nafkah mendapatkan penyakit berat yang menyebabkan dirinya tidak mampu lagi bekerja menghidupi keluarga. Selain itu, Asuransi jiwa memungkinkan keluarga membayar berbagai biaya serta hutang yang mungkin masih tersisa pada saat seseorang meninggal dunia.

Potensi pasar perasuransian Indonesia sangat besar dan termasuk pasar perasuransian yang paling prospektif di Asia Tenggara. Dengan jumlah populasi yang terbesar (sekitar 250 jiwa pada tahun 2014), Indonesia menjadi pasar paling

menarik dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya. Akan tetapi hal tersebut tidak didukung dengan penetrasi industri asuransi yang tinggi. Berdasarkan catatan Fitch Ratings dari Swiss Re, penetrasi asuransi di Indonesia hanya sekitar 2.1% pada tahun 2013, jauh lebih sedikit dari 4%-6% yang dicatat negara-negara ASEAN lainnya seperti Singapura atau Malaysia. Penetrasi Industri Asuransi Jiwa di Indonesia masih lebih rendah dibandingkan dengan Negara-negara lain. Saat ini angka penetrasi asuransi masih rendah di angka 2,1 persen, yang terbilang sangat rendah. Hal ini membuat penetrasi Asuransi di Indonesia masih menempati posisi 73 ranking dunia dengan penetrasi kecil 2,1 persen, tapi total premi asuransi jiwa berada di ranking 34 dunia (Rahim, dalam Purba, 2015).

Meski sudah masuk ke Indonesia sejak zaman kolonial Belanda, produk asuransi di Indonesia belum populer di mayoritas masyarakat. Memiliki atau membeli asuransi bagi kebanyakan masyarakat Indonesia kadang dinilai sebagai hal tabu dan dianggap sebagai pemborosan. Hal tabu dalam hal ini karena yang dibicarakan adalah sesuatu yang sangat tidak diinginkan, yaitu kematian. Ketidakpastian kapan sakit dan mati bukan merupakan hal yang mendorong masyarakat untuk mengeluarkan uang sejak dini. Hal ini menyebabkan, pada awal kemunculannya, Industri Asuransi Jiwa tidak memiliki perkembangan yang Baik. Namun, seiring dengan perkembangan kesadaran masyarakat akan pentingnya Asuransi, maka Bisnis Asuransi jiwa menjadi Bisnis yang berkembang pesat.

Meningkatnya kesadaran masyarakat berasuransi tercermin dari pertumbuhan bisnis asuransi di Indonesia. Berdasarkan data yang dihimpun oleh AAJI pada tahun 2017, dari perusahaan-perusahaan asuransi, menurut Hendrisman

Rahim Ketua Umum AAJI, hingga kwartal pertama tahun ini total pendapatan industri asuransi jiwa mengalami pertumbuhan 16,4% menjadi senilai Rp 56,96 triliun (sebelumnya Rp 48,94 triliun) dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Total pendapatan premi memberikan kontribusi terbanyak terhadap total pendapatan asuransi jiwa, yakni sebesar 75,8%. Sementara, Total pendapatan premi meningkat 25,5% menjadi Rp 43,17 triliun dibandingkan periode yang sama tahun 2016 sebesar Rp 34,40 triliun. Hendrisman menambahkan, pertumbuhan pendapatan premi didorong oleh meningkatnya pendapatan premi dari saluran distribusi bancassurance yang meningkat sebesar 47,5% dan berkontribusi sebesar 40,0% (Darandono, dalam Swa.co.id, 2017).

Salah satu perusahaan Asuransi Jiwa yang berkembang dengan pesat di Indonesia, adalah Prudential Indonesia, yang dikelola oleh PT Prudential Life Assurance. Pada tahun 2017, Prudential Indonesia mencatat kinerja bisnis yang positif selama semester pertama tahun 2017. Prudential juga berhasil mempertahankan posisinya sebagai salah satu pemain besar dalam industri asuransi jiwa di Indonesia. Total pendapatan premi untuk enam bulan pertama tahun ini mencapai Rp 13,9 triliun, tertinggi di industri. Sementara itu, dana kelolaan tumbuh sebesar 18,3% pada periode yang sama menjadi Rp 66,5 triliun, memperkuat posisi Prudential Indonesia sebagai penyedia utama produk asuransi jiwa yang dikaitkan investasi. Prudential Indonesia juga membayar total klaim dan manfaat sebesar Rp 6,4 triliun, naik 23,6% dari tahun lalu, sebagai wujud nyata komitmen perusahaan untuk memberikan perlindungan finansial bagi individu dan keluarga di seluruh Indonesia. Kinerja Prudential Indonesia sampai tengah tahun 2017 dan pada tahun-

tahun sebelumnya tidak lepas dari dedikasi jaringan tenaga pemasar dalam membantu masyarakat Indonesia merencanakan dan mengamankan masa depan keuangan mereka. Prudential Indonesia menumbuhkan jaringan tenaga pemasarnya menjadi lebih dari 271.000 pada akhir Juni, naik 14,2 persen dari tahun lalu (Triwijanarko dalam Marketeers.com, 2017). Hal ini menggambarkan, sampai saat ini Prudential Indonesia tetap menjadi salah satu perusahaan terbaik dalam industri asuransi jiwa di Indonesia.

Bahkan, Ketua Bidang Aktuaria dan Riset Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), Azwir Arifin mengatakan, Prudential sejak lima tahun lalu hingga sampai saat ini masih mendominasi pendapatan premi asuransi jiwa yakni sekitar 15%-20% dari total premi nasional. Selain Prudential, perusahaan asuransi terbesar di Indonesia lainnya yang menempati lima besar pangsa pasar asuransi jiwa lainnya adalah PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG, PT Allianz Life Indonesia, AIA Financial, dan PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia. Perusahaan-perusahaan ini memegang pangsa pasar sebesar 8%-9% dari keseluruhan industri (dalam intisari-online.com, 2016). Sampai 31 Maret 2017, Prudential Indonesia memiliki kantor pusat di Jakarta dan kantor pemasaran di Medan, Surabaya, Bandung, Denpasar, Batam dan Semarang. Prudential Indonesia melayani lebih dari 2,4 juta nasabah melalui lebih dari 240.000 tenaga pemasar di 380 Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) di seluruh Nusantara termasuk Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, Yogyakarta, Batam dan Bali (dalam Prudential.co.id, 2016) .

Di Indonesia, PT. Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) merupakan perusahaan asuransi jiwa terkemuka di Indonesia dan merupakan bagian

dari Prudential PLC, Inggris. Sejak perluncuran produk asuransi yang terkait investasi (*Unit link*) pertamanya di tahun 1999, Prudential Indonesia telah menjadi pemimpin pasar dan mendapat pengukuhan sebagai Perusahaan Asuransi terbaik di Indonesia selama sebelas tahun berturut-turut (Majalah Investor edisi Juli 2002 s/d 2013). Sebagai pemimpin pasar, Prudential Indonesia selalu berusaha untuk menyediakan berbagai produk dan layanan yang dirancang untuk memenuhi dan melengkapi kebutuhan nasabahnya, dalam setiap tahap kehidupan, mulai dari usia kerja, pernikahan, kelahiran anak, pendidikan anak, hingga masa pensiun.

Perkembangan yang dialami oleh Prudential Indonesia, tidak lepas dari pertumbuhan tenaga pemasar, yang dikenal sebagai agen asuransi. Sampai data terakhir AAJI pada tahun 2013, jumlah agen berlisensi/bersertifikat mencapai 340 ribu orang, yang mana 180 ribu agen itu berasal dari Prudential Life (dalam swa.co.id, 2015). Jumlah agen berlisensi ini, menggambarkan adanya komitmen besar dari Prudential Indonesia terhadap pengembangan sumber daya manusia, karena lisensi yang diterbitkan oleh AAJI kini merupakan syarat untuk dapat memasarkan produk asuransi, yang menggambarkan para agen asuransi sudah memiliki pengetahuan yang mencukupi untuk dapat memasarkan produk, terutama produk *Unit Link* (produk yang menggabungkan proteksi dan reksadana sebagai media berinvestasi).

Secara umum, pekerjaan sebagai seorang agen asuransi adalah kegiatan kerja untuk memasarkan produk-produk asuransi yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Karena itu, inti dari kegiatan kerja yang dilakukan oleh seorang agen asuransi adalah menghasilkan pemegang polis baru bagi perusahaan. Namun, dalam praktik

sehari-hari, selain menghasilkan produksi baru, agen asuransi di sebagian perusahaan juga harus memelihara (konservasi) dan memberikan pelayanan kepada para pemegang polis (Widodo, 2011;9). Bukan hanya itu, agen asuransi merupakan cara utama untuk berinteraksi antara perusahaan asuransi dan para calon pelanggannya. Dalam membeli produk asuransi, pembeli selalu bertemu dengan Agen-nya (Manurung, 2008;100). Karen itu, peranan agen dalam memasarkan asuransi jiwa merupakan hal yang sangat penting.

Penelitian ini difokuskan pada ROCK *Agency* Bandung merupakan salah satu kantor cabang PT. Prudential Life Assurance yang didirikan pada Januari 2014 oleh Henry Wang (*Agency Manager*). Perusahaan ini berlokasi di Jalan Cipaganti No.140, Bandung.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

ROCK *Agency* Bandung merupakan salah satu kantor cabang PT. Prudential Life Assurance yang didirikan pada Januari 2014 oleh Henry Wang (*Agency Manager*). Perusahaan ini berlokasi di Jalan Cipaganti No.140, Bandung. Sebagai salah satu kantor cabang dari PT. Prudential Indonesia, ROCK *Agency* senantiasa berusaha untuk terus meningkatkan pasar yang lebih besar lagi, sehingga dapat membantu masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat Bandung untuk lebih peduli terhadap perencanaan keuangan keluarga untuk masa depan.

Prudential Indonesia menawarkan produk-produk asuransi jiwa dan investasi yang lengkap guna memenuhi kebutuhan para nasabah. Terdapat empat produk utama dari Prudential Indonesia, yaitu produk unit link, produk kesehatan,



produk asuransi tradisional, dan produk tambahan (*riders*). Produk andalan dari Prudential Indonesia adalah produk asuransi yang menawarkan adanya investasi atau biasa disebut unit link. Produk asuransi unit link adalah asuransi yang menggabungkan fungsi proteksi dan investasi. Dalam perencanaan keuangan, investasi dan proteksi adalah dua hal yang wajib dimiliki. Investasi diperlukan untuk mencapai tujuan keuangan, misalnya dana pendidikan atau dana pensiun. Tujuan keuangan akan sulit dicapai jika hanya mengandalkan tabungan di Bank yang bunganya rendah, di mana tidak akan bisa mengejar besarnya kenaikan inflasi. Proteksi adalah hal yang paling penting dalam perencanaan keuangan, di mana fungsinya adalah untuk melindungi pencari nafkah dari resiko sakit, meninggal, atau cacat tetap. Jika pencari nafkah sakit atau meninggal, jelas investasi juga akan terhenti.

Adanya investasi ini yang membedakan unit link dengan asuransi tradisional (asuransi jiwa term-life) yang hanya memberikan perlindungan proteksi. Unit link Prudential juga memberikan penawaran berupa pilihan investasi dengan potensi return yang bervariasi. Hal ini juga yang menjadikan produk unit link Prudential menarik, karena menawarkan return yang lebih besar di atas tabungan atau deposito.

Produk unit link Prudential Indonesia antara lain *PRUlink assurance account (PAA)*, *PRUlink investor account (PIA)*, *PRUlink fixed pay (PFP)*, *PRU syariah*, dan *PRU my child (PMC)*. Berikut adalah penjelasan mengenai produk-produk unit link yang ditawarkan oleh PT. Prudential Indonesia melalui ROCK Agency:

1. *PRUlink assurance account (PAA)*

Produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi yang memberikan perlindungan asuransi jiwa sekaligus keuntungan berinvestasi, dan juga telah dirancang untuk memberikan fleksibilitas yang dapat memenuhi kebutuhan dalam setiap tahapan kehidupan.

Manfaat PAA yang diberikan yaitu:

- a. Jaminan manfaat kematian (*guaranteed death benefit*)
- b. Manfaat cacat total dan tetap (*total and permanent disability*)
- c. Dapat menambahkan nilai uang pertanggungan (*sum assured*) setiap saat
- d. Dapat melakukan penambahan premi (*Top-up*) setiap saat
- e. Dapat menentukan sendiri besarnya komposisi dan nilai proteksi dan nilai investasi
- f. Dapat melakukan pengalihan dana (*fund switching*)
- g. Pilihan manfaat asuransi tambahan (*riders*) yang beragam

2. *PRUlink investor account (PIA)*

Produk unit link dengan pembayaran premi sekaligus yang menawarkan berbagai pilihan dana investasi. Produk ini memberikan keleluasaan bagi Anda untuk memilih investasi yang memungkinkan optimalisasi tingkat pengembalian investasinya, sesuai dengan kebutuhan dan profil resiko nasabah.

3. *PRUlink fixed pay (PFP)*

Produk unit link yang dirancang untuk memberikan fleksibilitas yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan di setiap kehidupan nasabah, dengan manfaat

kematian yang dijamin (sesuai dengan ketentuan yang berlaku), dan pilihan periode pembayaran premi yang pasti.

4. *PRU syariah*

Produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi berbasis syariah. *PRU syariah* dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan rancangan keuangan masa depan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam.

5. *PRU my child (PMC)*

*PRU my child (PMC)* adalah asuransi jiwa unit link yang memberikan manfaat kepada Ibu dan calon bayi selama masa penting kehamilan dan perlindungan kepada anak sejak dilahirkan sampai dewasa.

Banyaknya perusahaan asuransi yang juga menawarkan produk yang bersifat unit link, tidak membuat Prudential Indonesia menjadi kalah bersaing. Hal ini terbukti dari Prudential Indonesia yang selalu menjadi yang terbaik selama sebelas tahun berturut-turut (Majalah Investor edisi Juli 2002 s/d 2013). *ROCK Agency* sendiri sudah menjadi *Agency* terbaik di Kota Bandung dan terbaik ke-dua se-Jawa Barat pada tahun 2014. Akan tetapi, dengan menjadi yang terbaik selama sebelas tahun tersebut, Prudential Indonesia ataupun *Rock Agency* nyatanya belum memberikan pengaruh yang menyeluruh untuk masyarakat Indonesia mengenai pentingnya memiliki asuransi. Bahkan pada tahun 2013, berdasarkan situs resmi Prudential Indonesia polis asuransi Prudential Indonesia hanya dimiliki oleh 3% dari 250 juta penduduk Indonesia.

Hasil dari penelitian awal, wawancara, dan pengalaman peneliti sebagai agen, disimpulkan bahwa masalah yang dihadapi oleh *ROCK Agency* dalam

meningkatkan pembelian berulang adalah karena kurangnya pemahaman nasabah terhadap kesesuaian produk asuransi yang ditawarkan. Klasifikasi nasabah yang belum tepat, membuat agen sedikit kesulitan dalam menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah karena agen saat ini belum dapat mengidentifikasi kebutuhan nasabah secara tepat. Terutama untuk agen baru yang memang masih kurang pengalaman dalam mengenali kebutuhan nasabah. Bahkan agen yang sudah berpengalaman sekalipun terkadang masih kesulitan untuk mengenali hal tersebut, yang membedakan adalah agen lama yang sudah berpengalaman memiliki kemampuan untuk terus memberikan handling objection sampai terus terjadi proses closing sales. Apabila agen baru bisa mendapatkan gambaran mengenai profil nasabah yang cocok dengan produk yang dijual maka diharapkan agen baru yang kurang pengalaman pun bisa menawarkan produk yang cocok sehingga terjadi proses closing sales.

Klasifikasi nasabah yang tepat akan sangat membantu agen untuk masuk ke pasar potensial yang sebenarnya. Jika melihat persentase hanya 3% penduduk Indonesia yang punya polis asuransi Prudential, maka dapat diketahui bahwa 97% merupakan pangsa pasar untuk asuransi Prudential, tetapi tidak semua merupakan pasar potensial untuk produk asuransi Prudential.

Klasifikasi nasabah itu sendiri bisa ditentukan dari banyak hal, seperti yang pertama nasabah harus mudah ditemui, seringkali antara agen dan nasabah memiliki masalah untuk mengatur janji temu dikarenakan sibuknya nasabah oleh karena itu kita harus bisa memprioritaskan kapan nasabah bisa meluangkan waktu untuk bertemu dengan kata lain kita harus menyesuaikan jadwal kita dengan jadwal

nasabah. Kedua, nasabah harus memiliki kebutuhan, dimana memang agen akan menawarkan produk asuransi sesuai dengan kebutuhan nasabah, ketika nasabah itu baru memiliki anak akan lebih baik agen menawarkan produk asuransi pendidikan anaknya di masa yang akan datang. Selanjutnya nasabah harus mampu memutuskan, agen sering dihadapkan pada situasi akhir dimana keputusan nasabah untuk membeli atau tidak bergantung pada seseorang. Keempat, nasabah harus mempunyai daya beli, dimana nasabah memang mampu membayar asuransi sesuai dengan produk yang dia ambil dan dengan jangka waktu yang telah ditentukan. Selain itu klasifikasi nasabah juga bisa dibedakan ke dalam 4 jenis, yaitu tipe A dimana nasabah membeli asuransi dan mereferensikan serta namanya bersedia untuk disebutkan. Tipe B dimana nasabah membeli asuransi dan mereferensikan serta namanya bersedia disebutkan namun tidak berbagi pengalaman. Tipe C dimana nasabah hanya membeli asuransi dan mereferensikan namun tidak ingin namanya disebutkan. Dan yang terakhir tipe D dimana nasabah hanya membeli asuransi saja.

<p><b>TIPE A</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nasabah membeli asuransi</li> <li>• Mereferensikan</li> <li>• Nama disebutkan, dan mau berbagi pengalaman</li> </ul>	<p><b>TIPE B</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membeli asuransi</li> <li>• Mereferensikan</li> <li>• Nama disebutkan, namun tidak mau berbagi pengalaman</li> </ul>
<p><b>TIPE C</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nasabah membeli asuransi</li> <li>• Mereferensikan</li> <li>• Nama tidak mau disebutkan, tidak mau berbagi pengalaman</li> </ul>	<p><b>TIPE D</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nasabah membeli asuransi</li> <li>• Tidak mau mereferensikan</li> <li>• Nama tidak mau disebutkan, tidak mau berbagi pengalaman</li> </ul>

Gambar 1.1. pembagian nasabah berdasarkan tipe referensi

Ketepatan dalam memahami konsumen dapat membantu agen Prudential Indonesia dalam menawarkan produk asuransi yang sesuai dan dapat menentukan dengan baik bagaimana menyampaikan produk asuransi ke nasabah.

### 1.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana merancang sistem crm yang dapat meningkatkan pembelian kembali oleh nasabah Prudential cabang ROCK Agency Bandung.

Dan berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana proses bisnis Prudential saat ini?

2. Bagaimana rancangan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) untuk meningkatkan jumlah pembelian berulang ?
3. Bagaimana tanggapan Prudential cabang ROCK Agency Bandung terhadap usulan perancangan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) ?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian berdasarkan identifikasi masalah, penulis mengidentifikasi beberapa tujuan dari penelitian, yaitu:

1. Mengetahui proses bisnis yang dilakukan oleh Prudential pada saat ini
2. Memberikan usulan perancangan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) untuk meningkatkan jumlah pembelian berulang
3. Mengetahui tanggapan Prudential cabang Rock Agency terhadap usulan perancangan sistem *Customer Relationship Management* (CRM)

#### **1.5. Kegunaan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan diharapkan mempunyai hasil dan berguna untuk:

1. Bagi Perusahaan  
Melalui hasil penelitian ini, perusahaan mendapat informasi mengenai rancangan sistem integrasi aktivitas yang dapat membantu agen bekerja menjadi lebih efektif dan efisien dalam menawarkan produk asuransi yang sesuai hingga terjadinya proses pembelian berulang
2. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai kondisi bisnis asuransi yang terjadi pada saat ini dan juga menambah pengetahuan peneliti dalam memahami nasabah secara individu

3. Bagi pihak lain

Dapat menambah pengetahuan dan referensi sebagai pembandingan akan penelitian yang akan dilakukan pada masa yang akan datang khususnya dalam kajian tentang sistem informasi. Penelitian ini dapat membantu pembaca dalam memahami cara untuk mendapatkan produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhannya.