

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

Gambaran umum perusahaan pada tugas akhir ini berisikan sejarah perusahaan, visi dan misi serta struktur organisasi. Berikut ini penjelasan dari gambaran umum perusahaan pada PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang.

1. Sejarah Perusahaan

PT. Asuransi Jasaraharja Putera atau JRP-*INSURANCE* merupakan Anak Usaha PT. Jasa Raharja yang didirikan pada 27 November 1993 di Jakarta. Layanan JRP-*INSURANCE* dapat dinikmati di seluruh Indonesia melalui 111 Jaringan Pelayanan yang terdiri dari 25 Kantor Cabang yang berada di daerah tingkat I provinsi, 27 Kantor Pemasaran yang berada di daerah tingkat II Kabupaten atau Kota dan 59 Kantor Unit Layanan yang berada di daerah Kabupaten atau Kota. Dalam waktu yang relatif singkat tumbuh menjadi salah satu perusahaan asuransi terkemuka di Indonesia. Dalam menjaga reputasinya sebagai perusahaan asuransi yang tepercaya tercermin dalam melakukan Tata Kelola Perusahaan Perasuransian yang baik sesuai dengan nilai-nilai *Good Corporate Governance* (GCG) serta melakukan penerapan ISO 370001-2016 Sistem Manajemen Anti Penyuapan (SMAP) dan secara rutin melakukan pemeringkatan dengan meraih rating **idAA-** (*Double A minus Stable Outlook*). PT. Jasa Raharja Putera memiliki tekad untuk menjadi *One Stop Insurance Service Company*.



Gambar 4. 1 Logo PT. Jasa Raharja Putera

Sumber : <https://jrp.co.id/>

Untuk mencerminkan tekad tersebut, JRP-INSURANCE memberikan beragam solusi untuk Asuransi Umum Konvensional (Asuransi Non Jiwa Konvensional), Unit Syariah Asuransi Umum, Penjaminan Konvensional (Suretyship), Reasuransi Konvensional dan *Portal web* dan atau *Platform Digital* dengan tujuan komersial sesuai dengan Nomor Induk Berusaha (NIB) Nomor : 1235000211076 dan Akta Perusahaan. PT. Jasa Raharja Putera sebagai afiliasi Indonesia Financial Group (IFG) menerapkan *Core Value* AKHLAK yaitu Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif dan Kolaboratif sesuai dengan keputusan direksi No. SKEP/111/XI/2020 tanggal 30 November 2020 tentang penetapan AKHLAK sebagai Budaya di PT. Jasa Raharja Putera. Penetapan *Core Value* AKHLAK ditujukan untuk mendapatkan kepercayaan dari para nasabah dan mitra bisnis. Penetapan ini juga sesuai dengan visi yang ada pada PT. Jasa Raharja Putera.

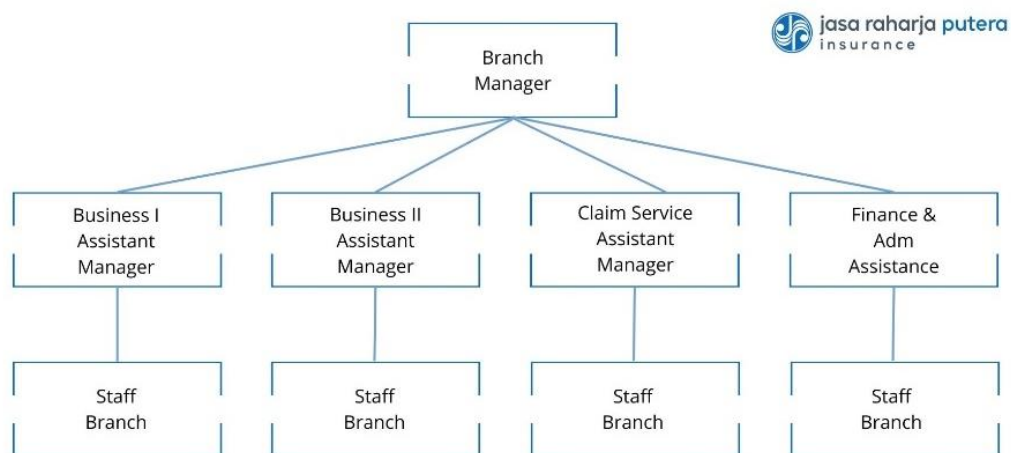
2. Visi dan Misi

Perusahaan ini memiliki visi dan misi yang selaras dengan tekad “*One Stop Insurance Service Company*” dan *Core Value* AKHLAK. Visi pada PT. Jasa Raharja Putera “Menjadi Perusahaan Asuransi Terkemuka di Indonesia” (*To be the Foremost Insurance Company in Indonesia*). Misi pada PT. Jasa Raharja Putera “Menyediakan

Produk Tepat Guna dengan Pelayanan Prima” (*To Provide Appropriate Products With Excellent Service*). Kedua visi dan misi ini berjalan dengan sesuai harapan. Dimana perusahaan ini berhasil menjadi perusahaan yang terkemuka di Indonesia.

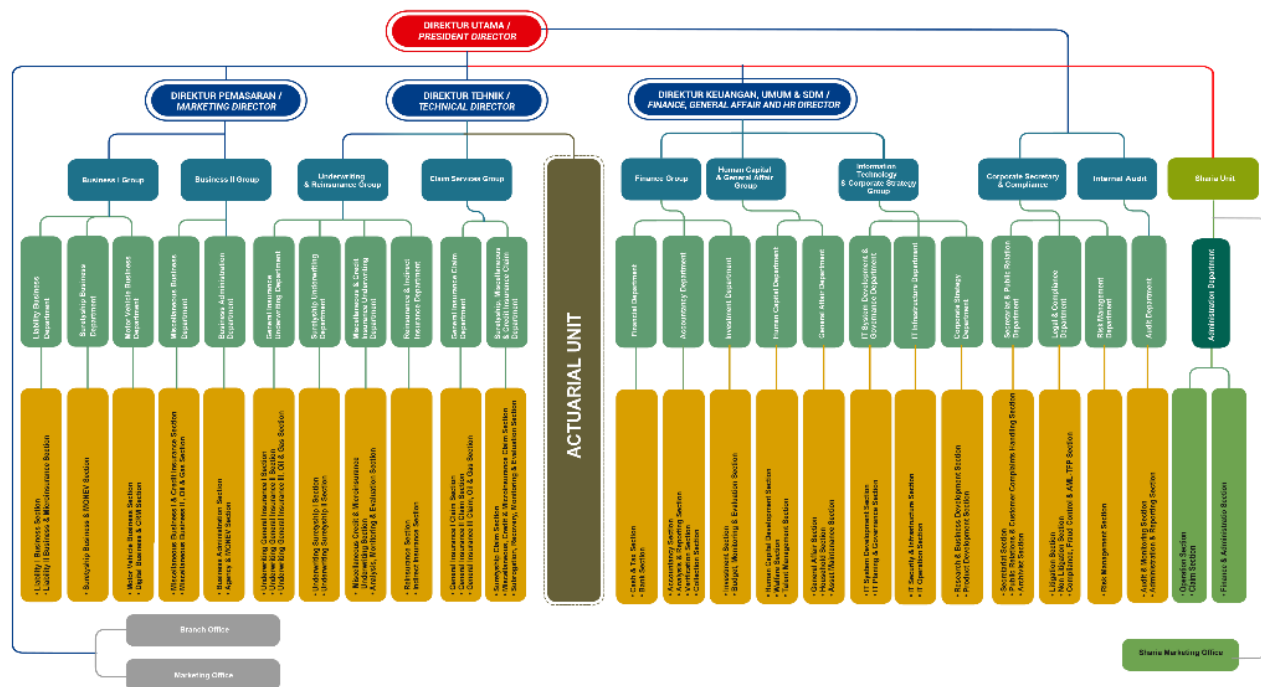
3. Struktur Organisasi

PT. Jasa Raharja Putera cabang Serang memiliki struktur organisasi yang dipimpin oleh *branch manager* yang bertanggung jawab atas keempat divisi. Keempat divisi tersebut, yaitu *business I*, *business II*, *claim service assistant* dan *finance and administration*. Semua divisi memiliki *staff branch* yang membantu dalam kinerja divisi masing-masing. Struktur ini dirancang untuk memastikan kelancaran operasi bisnis pada cabang Serang. Berikut ini struktur organisasi dan tugas pada setiap divisi PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang.



Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang
Sumber : Aplikasi *Ezurance Smart Customer*, 2024

Divisi bisnis I bertugas untuk menyelesaikan segala pembayaran dan urusan mengenai pembayaran klaim yang diajukan nasabah. Divisi bisnis II bertugas untuk menyediakan susunan rencana kerja bagian pemasaran termasuk target premi yang harus dicapai oleh PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang. Divisi klaim dan pelayanan bertugas untuk melakukan pelayanan, penanganan dan penyelesaian klaim. Divisi keuangan dan administrasi bertugas untuk mengamankan sumber daya manusia (SDM) serta menjaga kelancaran pelaksanaan dalam unit lingkungan PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang.



Gambar 4. 3 Struktur Organisasi PT. Jasa Raharja Putera Pusat

Sumber : https://jrp.co.id/?page_id=7009

Gambar 4.3 diatas merupakan sebuah struktur organisasi di PT Jasa Raharja Putera Pusat yang terdiri dari empat direktur utama, yaitu direktur utama, direktur pemasaran, direktur tehnik, dan direktur keuangan, umum dan sumber daya manusia (SDM). Masing-

masing direktur membawahi beberapa divisi, seperti business and operation group, reinsurance group, claim service group, dan group internal control. Di bawah masing-masing divisi terdapat beberapa departemen dan unit. Masing-masing divisi dan departemen memiliki tugas dan tanggung jawab yang jelas untuk mendukung pencapaian tujuan perusahaan.

B. Hasil

Hasil disusun berdasarkan dari data yang dikumpulkan oleh penulis. Hasil tersebut berasal dari data primer dan data sekunder. Penulis menggunakan metode wawancara, observasi dan metode dokumentasi data sekunder. Berikut ini penjelasan dari hasil data yang telah dikumpulkan.

a. Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Pada PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang

Penerapan *customer relationship management* (CRM) dapat diketahui tingkat keberhasilannya dengan melihat faktor utama. Faktor utama tersebut antara lain yaitu, manusia (*people*), proses (*process*) dan teknologi (*technology*). Faktor utama ini ada pada penerapan CRM pada PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang. Berikut ini faktor utama *customer relationship management* (CRM) pada PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang, yaitu:

1) Manusia (*People*)

Sumber daya manusia sangat dibutuhkan bagi suatu perusahaan untuk mendukung penerapan *customer relationship management* (CRM) di perusahaannya. Perusahaan belum bisa dikatakan berhasil menerapkan *customer relationship management* (CRM) jika masih terdapat sumber daya manusia yang kurang dari segi jumlah, kurang kompeten dan tidak terlatih. Kasus tersebut juga terjadi pada PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang. Perusahaan ini memiliki kekurangan sumber daya manusia di divisi bisnis II yang hanya terdapat tiga karyawan saja. Penulis melihat karyawan divisi bisnis II di PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang mengalami kewalahan saat melakukan penginputan data nasabah pada sebuah *website* yang dimiliki perusahaan dengan nama *web care*.

Tidak hanya itu, jika salah satu karyawan divisi bisnis II yang sedang mengalami sakit atau sedang cuti. Perusahaan ini tidak mempunyai *back up*, sehingga tugas dibebankan kepada karyawan lain dan ini yang menyebabkan kurang optimalnya penerapan *customer relationship management* (CRM) pada perusahaan ini. Permasalahan tersebut yang menjadi alasan bahwa PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang masih kekurangan sumber daya manusia pada divisi bisnis II. Karyawan divisi bisnis II di perusahaan ini tidak mendapatkan pelatihan khusus tentang penerapan *customer relationship management* (CRM) yaitu dalam penggunaan aplikasi *Ezurance Smart Customer*.

Sehingga karyawan divisi bisnis II masih belum bisa memanfaatkan secara maksimal dalam penggunaan aplikasi *Ezurance Smart Customer*. Ketiga karyawan ini hanya diberikan sebuah dokumen terkait penggunaan aplikasi *Ezurance Smart Customer*.

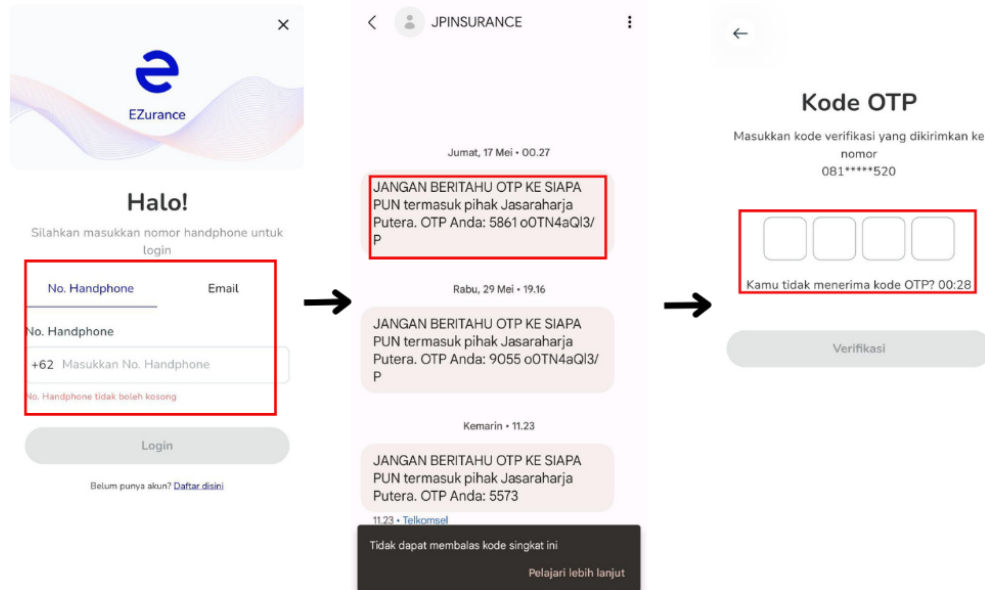
Karyawan di perusahaan ini tidak memiliki agenda khusus untuk melakukan sosialisasi penggunaan aplikasi *Ezurance Smart Customer* kepada nasabah. Hal ini menyebabkan ketidaktahuan nasabah tentang penggunaan aplikasi *Ezurance Smart Customer*. Sehingga hanya beberapa nasabah saja yang mengetahui dan menggunakan aplikasi *Ezurance Smart Customer*.

Tidak hanya menggunakan aplikasi *Ezurance Smart Customer*, perusahaan juga memanfaatkan tren media sosial menggunakan instagram. Dalam menerapkan CRM pada perusahaan hanya ada satu karyawan saja yang mengelola akun instagram milik PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang. Hal tersebut menyebabkan perkembangan informasi pada akun tersebut terbilang lambat dan belum optimal dalam penggunaannya. Sehingga nasabah tidak bisa mendapatkan informasi terbaru terkait produk dan layanan.

2) Proses (*Process*)

Pada setiap aplikasi pasti memiliki proses yang harus dilewati pengguna aplikasi tersebut. Mulai dari proses pendaftaran, proses verifikasi, proses pembelian suatu produk atau layanan, dan lain lain. Hal ini juga berlaku pada aplikasi *Ezurance Smart Customer* yang merupakan sebuah aplikasi besutan PT. Jasa Raharja Putera. Bagi nasabah yang ingin menggunakan aplikasi *Ezurance Smart Customer* harus melewati proses tersebut. Paling pertama yang harus dilakukan adalah mengunduh aplikasi *Ezurance Smart Customer* di playstore dan app store.

LANGKAH-LANGKAH PROSES PENDAFTARAN (*LOGIN*)

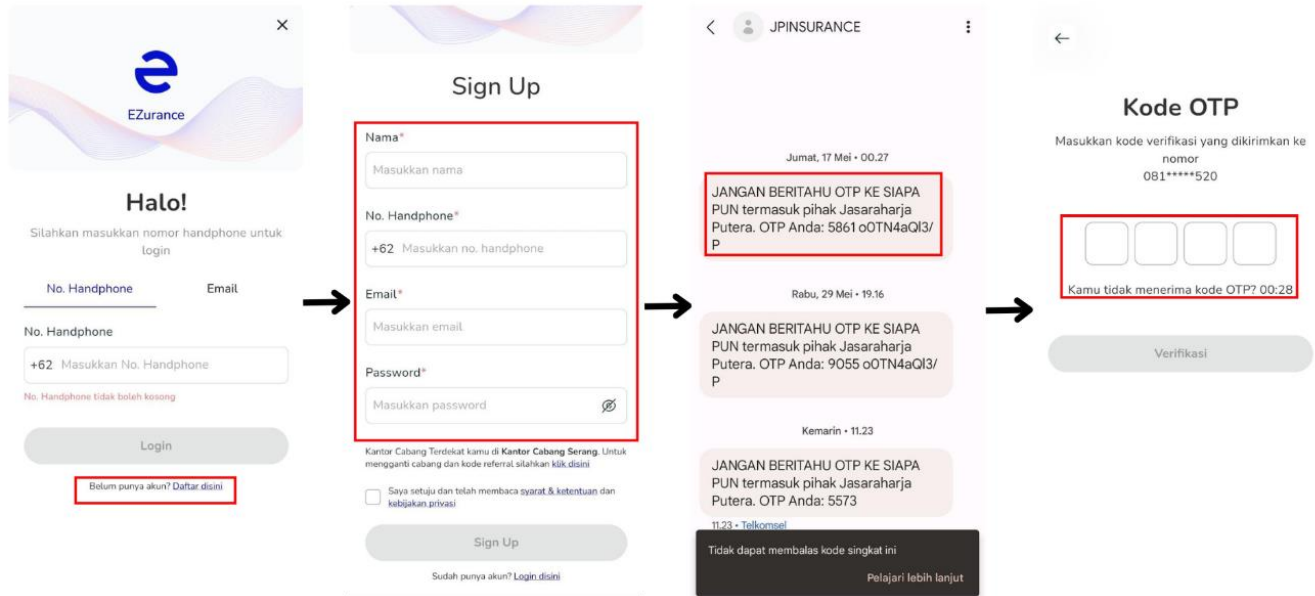


Gambar 4. 4 Langkah-Langkah Proses Pendaftaran Akun (*log In*)

Sumber : Aplikasi *Ezurance Smart Customer*, 2024

Jika sudah mengunduh aplikasi *Ezurance Smart Customer*, langkah selanjutnya adalah membuka aplikasi tersebut untuk melakukan pendaftaran akun. Terdapat dua cara bagi pengguna baru dan pengguna lama. Pada tampilan awal, nasabah yang baru saja menggunakan aplikasi ini akan diarahkan ke tampilan *log in*. Tampilan ini diperuntukan bagi nasabah yang sudah memiliki akun di aplikasi *Ezurance Smart Customer*. Nasabah hanya tinggal memasukkan alamat email dan *password* yang telah didaftarkan.

LANGKAH-LANGKAH PROSES PENDAFTARAN (*SIGN UP*)

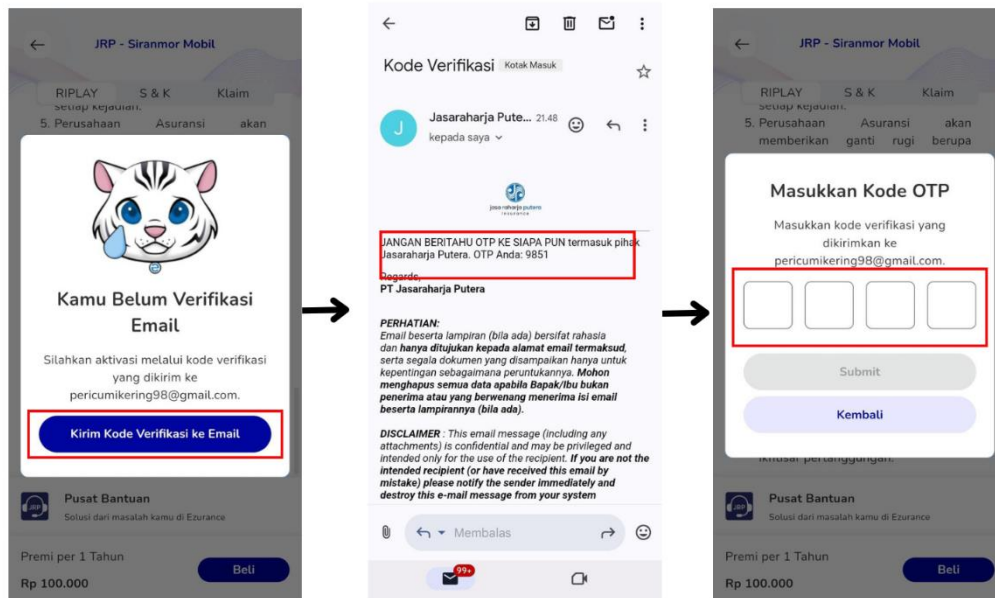


Gambar 4. 5 Langkah-Langkah Proses Pendaftaran Akun (*Sign Up*)

Sumber : Aplikasi *Ezurance Smart Customer*, 2024

Namun bagi nasabah yang merupakan pengguna baru diharuskan untuk memilih opsi daftar. Lalu akan muncul tampilan *sign up* yang merupakan tampilan untuk mengisi data lengkap meliputi nama, nomor handphone, alamat email dan *password*. Nasabah juga harus membaca syarat dan ketentuan yang ada pada pada aplikasi ini. Jika sudah, akan muncul tampilan kode otp dan nasabah diharuskan untuk mengisi kode tersebut. Kode otp akan dikirimkan ke nomor handphone yang telah dicantumkan nasabah. Setelah itu akan dialihkan ke beranda aplikasi yang menandakan bahwa akun sudah terdaftar.

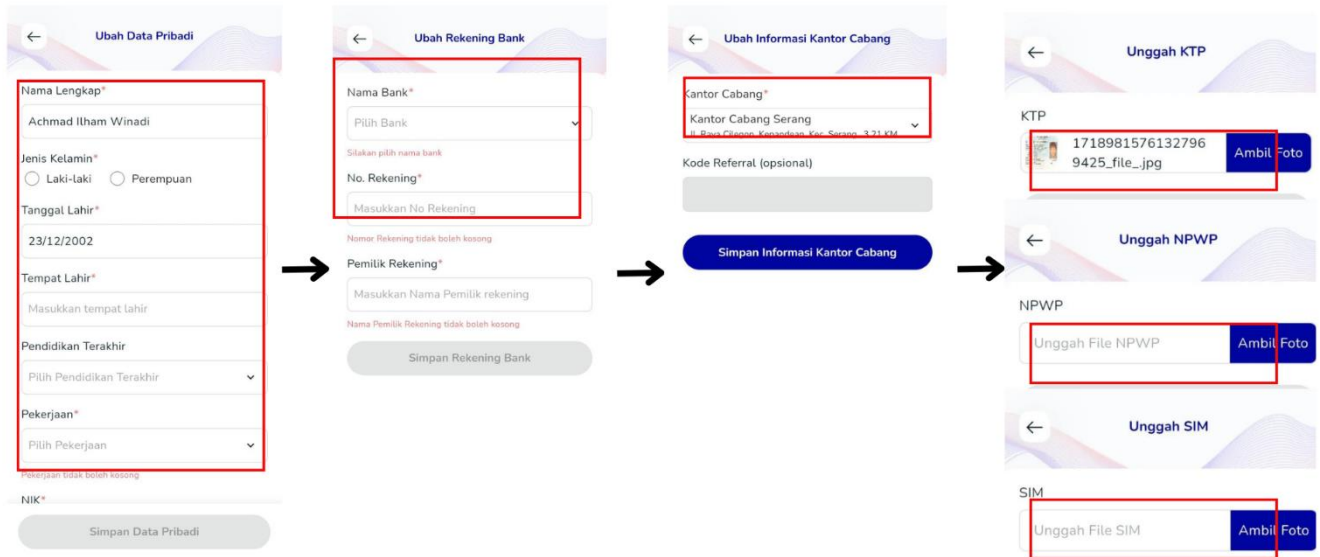
LANGKAH-LANGKAH PROSES VERIFIKASI AKUN



Gambar 4. 6 Langkah-Langkah Proses Verifikasi Akun
Sumber : Aplikasi *Ezurance Smart Customer*, 2024

Selanjutnya nasabah diwajibkan untuk melakukan verifikasi akun untuk dapat mengakses semua fitur yang ada di aplikasi *Ezurance Smart Customer*. Nasabah akan mendapatkan sebuah pop up untuk verifikasi akun untuk memverifikasi email yang sebelumnya sudah didaftarkan. Jika sudah, nasabah harus membuka kotak email yang dimana terdapat sebuah kode otp dari pihak PT. Jasa Raharja Putera. Lalu akan muncul sebuah pop up kode otp. Setelah memasukan kode otp, akun akan terverifikasi dengan sendirinya.

LANGKAH-LANGKAH PROSES PELENGKAPAN DATA

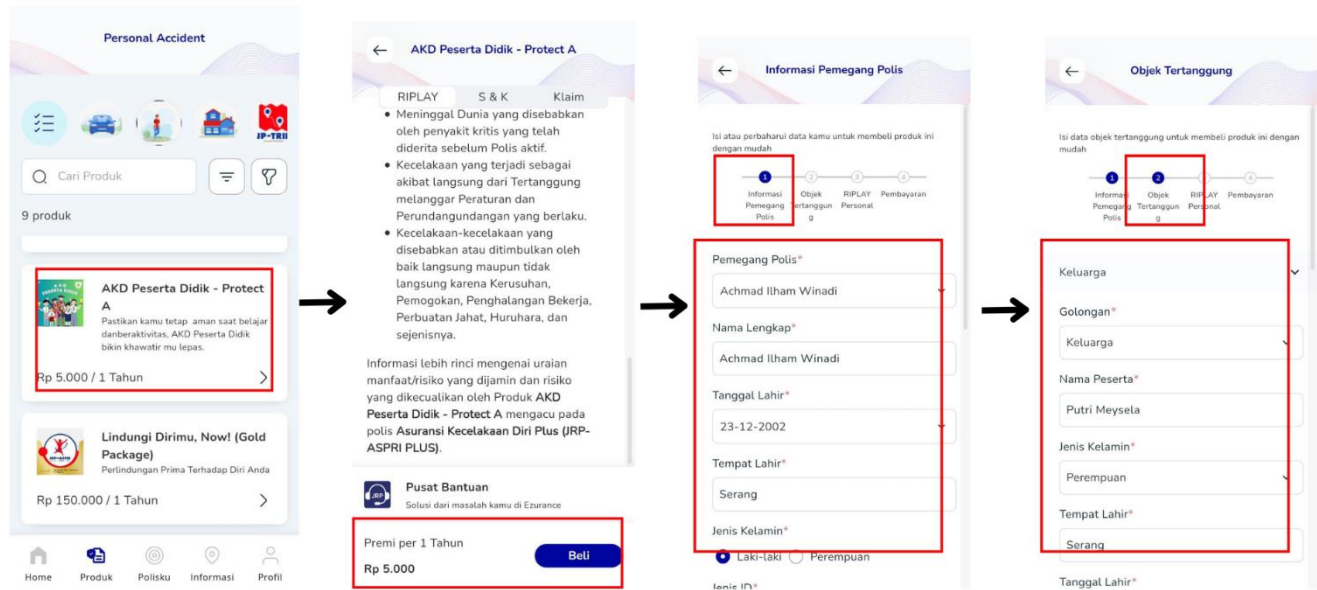


Gambar 4. 7 Langkah-Langkah Proses Pelengkapan Data

Sumber : Aplikasi *Ezurance Smart Customer*, 2024

Setelah melalui verifikasi akun, nasabah masuk ke dalam pelengkapan data. Nasabah diwajibkan untuk melengkapi data diri meliputi nama, alamat, tanggal lahir, pendidikan dan informasi lainnya. Setelah melengkapi data, nasabah harus memasukan nomor rekening bank aktif yang diperuntukan untuk menerima manfaat polis. Nomor rekening bank harus valid dan benar untuk menghindari terjadinya kendala dalam penerimaan manfaat polis dan nasabah juga diharuskan menginput foto KTP, SIM dan NPWP sebagai pelengkap data diri.

LANGKAH-LANGKAH PROSES PEMBELIAN PRODUK (1)



Gambar 4. 8 Langkah-Langkah Proses Pembelian Produk (1)

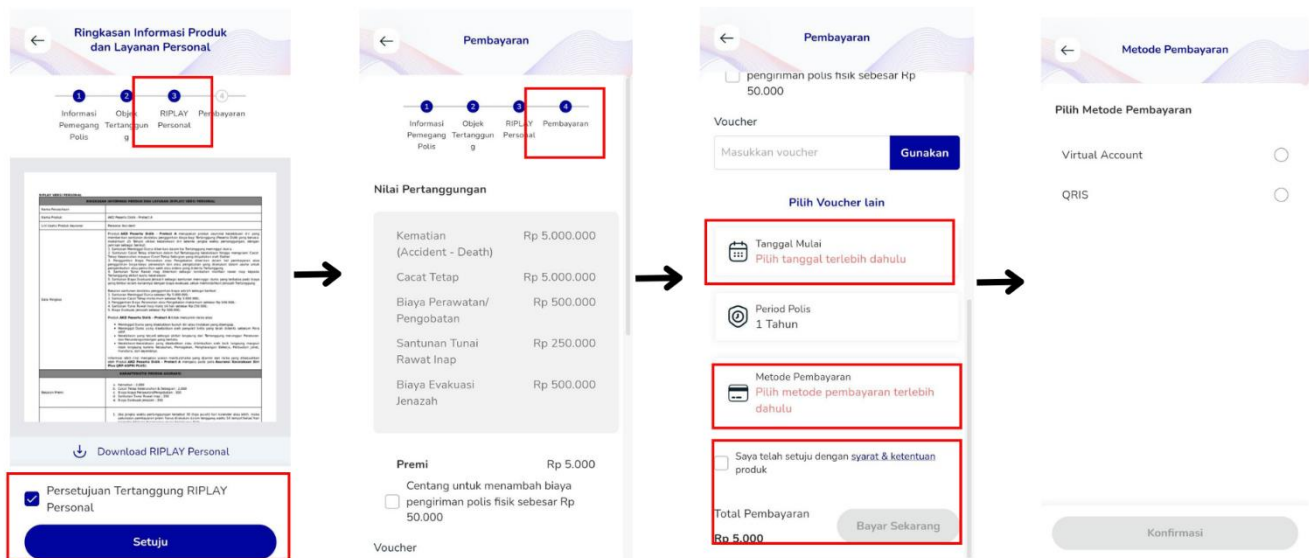
Sumber : Aplikasi *Ezurance Smart Customer*, 2024

Setelah menyelesaikan proses pendaftaran, verifikasi, dan pelengkapan data, nasabah sudah bisa melakukan pembelian produk menggunakan fitur produk. Fitur produk akan membantu nasabah untuk memilih produk dan layanan asuransi yang sudah dikategorikan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Jika sudah memilih, nasabah akan diarahkan ke tampilan yang berisikan empat tahapan. Tahapan pertama adalah informasi pemegang polis. Nasabah akan menemukan informasi detail mengenai produk, syarat dan ketentuan, dan tata cara klaim.

Setelah itu nasabah diharuskan untuk mengisi data pribadi pemegang polis termasuk nama lengkap, alamat, nomor telepon, dan alamat email. Tahapan kedua adalah objek

tertanggung. Di tahapan ini, nasabah diwajibkan kembali untuk mengisi data pribadi pihak yang di tanggung dengan benar dan valid. Tahapan ketiga adalah riplay personal yang berisikan sebuah ringkasan informasi produk dan layanan secara personal.

LANGKAH-LANGKAH PROSES PEMBELIAN PRODUK (2)



Gambar 4. 9 Langkah-Langkah Proses Pembelian Produk (2)

Sumber : Aplikasi *Ezurance Smart Customer*, 2024

Nasabah dapat membaca sebuah informasi dari riplay yang telah di sediakan. Riplay dapat di unduh jika nasabah ingin membacanya dengan seksama. Tahapan keempat adalah pembayaran. Nasabah akan diberikan informasi lagi terkait nilai pertanggungan yang didapatkan. Biaya pengiriman tambahan akan dikenakan jika nasabah menginginkan bentuk polis fisik.

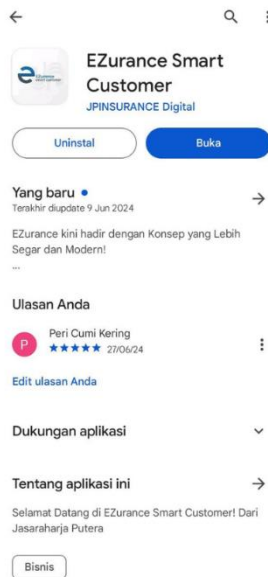
Setelah itu, nasabah bisa memilih tanggal untuk tanggal mulai asuransi. Lalu nasabah bisa langsung memilih metode pembayaran dan akan diarahkan ke tampilan dua opsi pembayaran. Polis yang sudah dibeli dapat dilihat di fitur polisku. Proses terakhir adalah proses klaim. Pada proses ini, nasabah harus memiliki polis terlebih dahulu. Cara mengajukan klaim dengan menggunakan fitur klaimku yang ada di aplikasi *Ezurance Smart Customer*.

Nasabah akan diarahkan ke tampilan pilih polis untuk memilih polis yang ingin diajukan klaimnya. Nanti nasabah akan diarahkan lagi ke tampilan yang berisikan informasi klaim dan informasi pencairan dana. Nasabah harus mencantumkan sebuah informasi tentang kejadian dan dokumen pendukung klaim. Setelah itu nasabah memilih rekening bank yang digunakan untuk menerima manfaat. Nasabah harus menunggu hingga pengajuan klaim diterima.

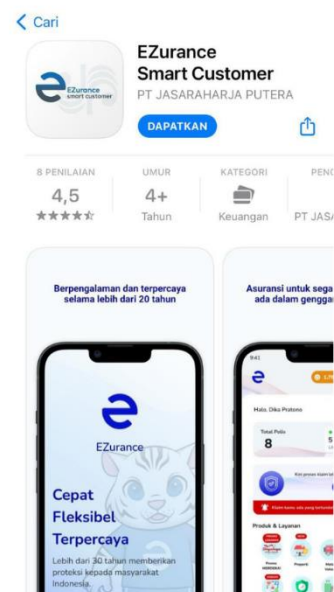
3) Teknologi (*Technology*)

Teknologi pada zaman ini menjadi hal yang paling penting jika perusahaan ingin menerapkan *customer relationship management* (CRM). PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang memahami hal ini dengan baik dan memanfaatkan teknologi sebagai media penerapan *customer relationship management* (CRM). Salah satunya dengan menciptakan aplikasi *Ezurance Smart Customer* dan memanfaatkan tren media sosial menggunakan instagram. Aplikasi *Ezurance Smart Customer* merupakan sebuah aplikasi asuransi digital yang dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi seluruh nasabah dalam membeli produk dan layanan asuransi PT. Jasa Raharja Putera. Aplikasi *Ezurance Smart Customer* dapat diunduh melalui playstore untuk android dan appstore untuk ios.

TAMPILAN EZURANCE SMART CUSTOMER DI PLAYSTORE



TAMPILAN EZURANCE SMART CUSTOMER DI IOS

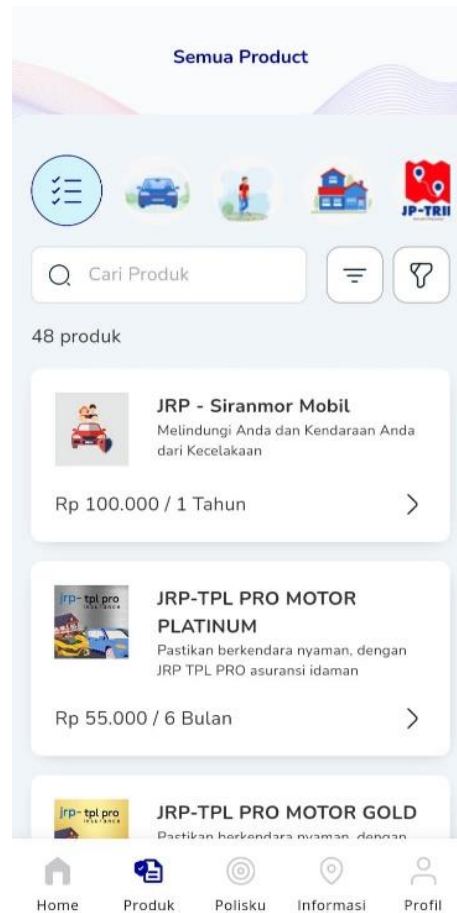


Gambar 4. 10 *Tampilan Aplikasi Ezurance Smart Customer di Playstore dan Appstore*
Sumber : Playstore dan Appstore 2024

PT. Jasa Raharja Putera menghadirkan aplikasi *Ezurance Smart Customer* sebagai sebuah solusi digital inovatif bagi nasabah. Aplikasi *Ezurance Smart Customer* diluncurkan pada tanggal 19 November 2020 dan di perbarui pada tanggal 9 Juni 2023. Aplikasi ini akan terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan nasabah PT. Jasa Raharja Putera. Pada aplikasi *Ezurance Smart Customer* terdapat fitur-fitur yang dapat membantu kemudahan nasabah.

Fitur pertama pada aplikasi ini adalah fitur informasi. Fitur ini masih pada tahap pengembangan. Fitur informasi ini menyediakan sebuah informasi kepada pengguna terkait informasi kantor cabang terdekat dan bengkel terdekat. Nasabah dapat lebih mudah

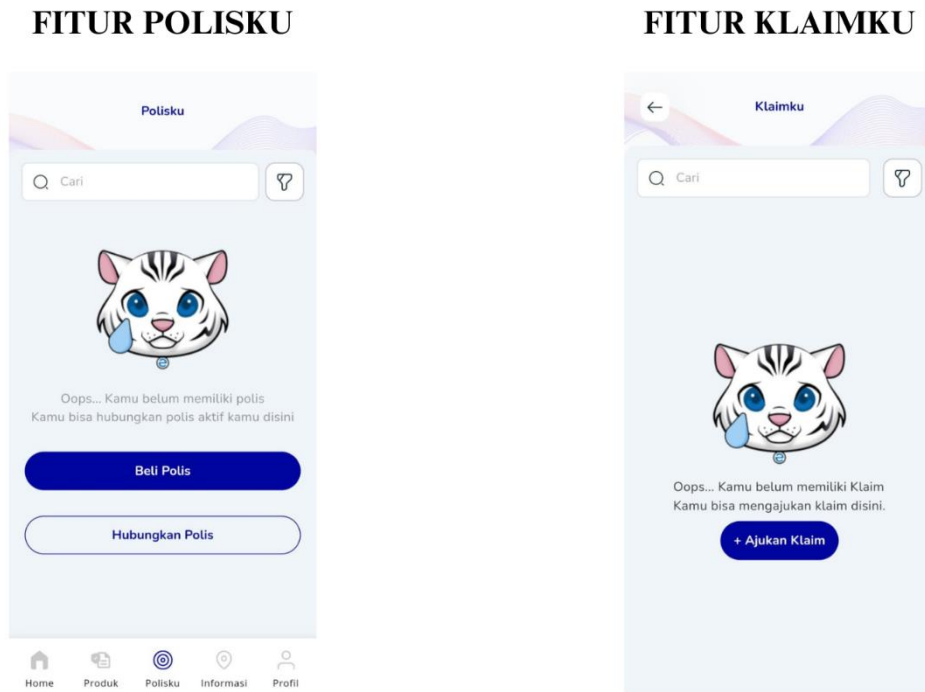
menemukan kantor cabang dari PT. Jasa Raharja Putera dan menemukan bengkel yang sudah bermitra dengan PT. Jasa Raharja Putera.



Gambar 4. 11 Tampilan Fitur Produk
Sumber : Aplikasi *Ezurance Smart Customer*, 2024

Fitur kedua yang ada pada aplikasi ini adalah fitur produk. Fitur ini akan membantu para pengguna untuk mendapatkan sebuah produk atau layanan asuransi yang sudah di kategorikan. Kategori produk tersebut antara lain adalah *travel insurance*, *personal accident*, *property* dan *third party*. Nasabah dapat membeli sebuah produk dan layanan

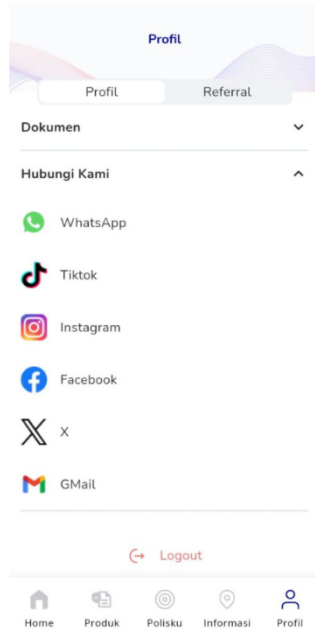
pada fitur ini. Fitur produk akan memberikan sebuah informasi produk, syarat dan ketentuan dan tata cara klaim kepada nasabah.



Gambar 4. 12 Tampilan Fitur Polisku dan Fitur Klaimku
Sumber : Aplikasi *Ezurance Smart Customer*, 2024

Fitur ketiga pada aplikasi ini adalah fitur polisku. Fitur ini membantu pengguna melihat status polis lengkap dengan informasi tanggal awal dan tanggal berakhir. Selain itu fitur ini dapat membedakan status polis yang sudah dibeli, polis yang masih dalam proses pembayaran dan polis yang masih di tahap pengisian data. Fitur keempat pada aplikasi ini adalah fitur klaimku yang dapat membantu pengguna untuk mengajukan klaim tanpa harus mengunjungi kantor terdekat.

FITUR HUBUNGI



FITUR PUSAT BANTUAN



Gambar 4. 13 Tampilan Fitur Hubungi dan Fitur Pusat Bantuan

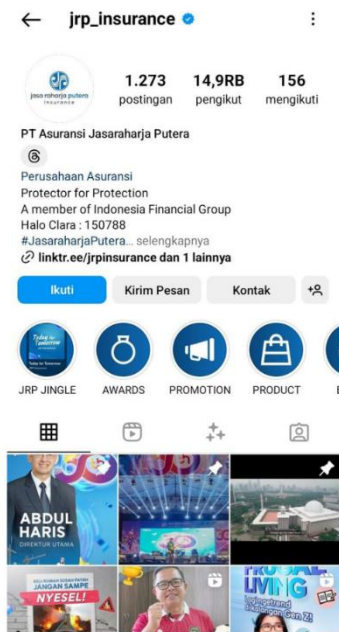
Sumber : Aplikasi *Ezurance Smart Customer*, 2024

Aplikasi *Ezurance Smart Customer* tidak hanya menawarkan fitur produk dan klaim. Ada juga fitur kelima aplikasi *Ezurance Smart Customer* yaitu fitur hubungi. Fitur ini memungkinkan nasabah untuk terhubung langsung dengan PT. Jasa Raharja Putera. Nasabah dapat menanyakan terkait produk dan layanan dan menyampaikan keluhan atau saran terkait layanan aplikasi *Ezurance Smart Customer*. Terdapat fitur yang memiliki fungsi yang sama dengan fitur hubungi.

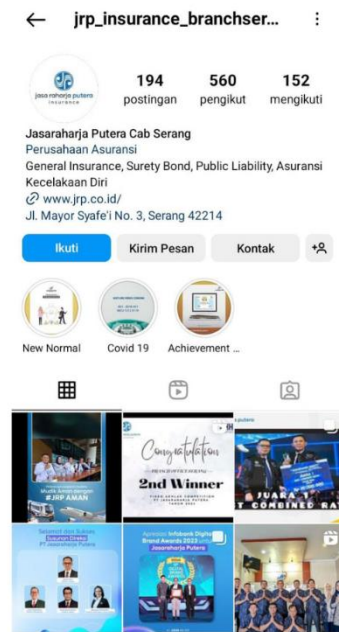
Fitur tersebut adalah fitur keenam yaitu fitur pusat bantuan. Fitur ini dibuat untuk menjadi solusi permasalahan pada saat nasabah melakukan pembelian produk dan

layanan. Nasabah yang menggunakan fitur pusat bantuan akan dihubungkan langsung dengan *call center* halo clara. Nasabah akan dilayani oleh petugas PT. Jasa Raharja Putera.

INSTAGRAM JRP PUSAT



INSTAGRAM JRP SERANG



Gambar 4. 14 Tampilan Instagram JRP Pusat dan Instagram JRP Cabang Serang
Sumber : Aplikasi *Ezurance Smart Customer*, 2024

Selain menggunakan aplikasi *Ezurance Smart Customer*, PT. Jasa Raharja juga memanfaatkan media sosial menggunakan instagram. Terdapat akun instagram dengan nama *jrj_insurance_branchserang* yang dikelola langsung oleh PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang. Akun ini menyediakan sebuah informasi mengenai produk dan layanan asuransi yang ditawarkan di wilayah Kota Serang. Terdapat juga sebuah akun instagram dengan nama *jrj_insurance* yang dikelola oleh PT. Jasa Raharja Pusat. Akun ini menyediakan sebuah informasi yang lebih lengkap berisikan *link website* yang dapat

diakses oleh nasabah, informasi kontak, informasi terkait promo asuransi, terkait produk dan layanan asuransi serta informasi yang berkaitan dengan asuransi.

Terdapat tiga tahapan pada penerapan *customer relationship management* (CRM). Tahapan CRM tersebut antara lain yaitu, memperoleh pelanggan baru (*acquire*), meningkatkan nilai dari pelanggan (*enhance*) dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada (*retain*). Berikut ini tahapan *customer relationship management* (CRM) pada PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang, yaitu:

1) Memperoleh pelanggan baru (*Acquire*)

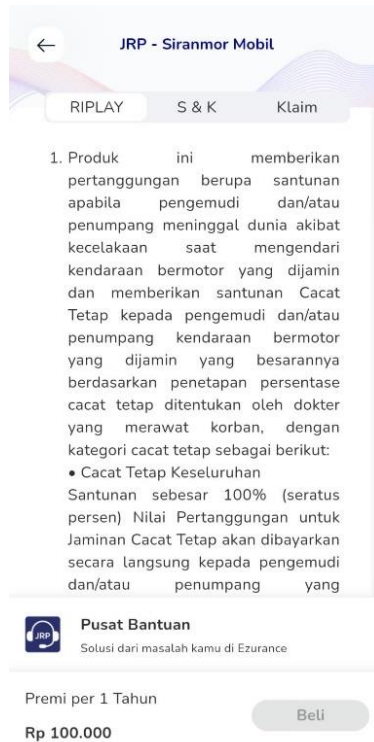
Menjadi sponsor suatu acara merupakan salah satu cara yang dilakukan PT. Jasa Raharja Putera yang bertujuan untuk memperkenalkan PT. Jasa Raharja Putera kepada masyarakat luas dan juga memperoleh pelanggan baru. Perusahaan akan membuka booth informasi yang akan menampilkan produk dan layanan, memberikan brosur dan memperlihatkan visualisasi tentang perusahaan. Karyawan yang ada di booth tersebut akan memberikan sesi sosialisasi dan edukasi terkait kepada pengunjung dan juga memberikan sebuah penawaran khusus selama acara berlangsung. Untuk menarik pengunjung, perusahaan menyediakan berbagai permainan interaktif di booth tersebut dengan hadiah yang menarik. Selain menjadi sponsor, perusahaan juga bekerjasama dengan agen asuransi.

Hal itu juga dilakukan di PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang yang dimana karyawan divisi bisnis II bekerjasama dengan agen asuransi perusahaan. Agen asuransi PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang akan melakukan kunjungan ke beberapa perusahaan yang ada di sekitar wilayah Serang dan Cilegon. Para agen ini akan

menawarkan sebuah produk dan layanan asuransi sesuai dengan kebutuhan dan preferensi perusahaan yang dikunjungi. Produk dan layanan yang ditawarkan yaitu JRP suretyship, asuransi kecelakaan diri, dan asuransi kebakaran (properti).

Setelah itu agen akan meminta kontak kepada perwakilan perusahaan untuk menjalin komunikasi lebih lanjut. Jika agen telah berhasil menawarkan produk dan layanan, agen akan kembali ke PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang untuk meneruskan pendataan nasabah kepada karyawan divisi bisnis II. Data-data yang diberikan akan di input ke *web care JRP* dan di cetak menjadi dokumen polis. Tidak sampai disitu, agen akan kembali ke perusahaan yang telah berhasil ditawarkan untuk memberikan dokumen polis dan meminta umpan balik. Umpan balik ini digunakan PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang untuk memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan agen ke perusahaan tujuan.

Selain itu, perusahaan juga memberikan kemudahan pengaksesan informasi kepada para nasabah. PT. Jasa Raharja Putera paham bahwa kemudahan pengaksesan informasi menjadi penentu bagi nasabah untuk menentukan pilihan. Perusahaan menggunakan aplikasi *Ezurance Smart Customer* yang dirancang untuk membantu nasabah memilih produk dan layanan asuransi. Terdapat sebuah fitur polisku yang sudah dikategorikan produk dan layanan asuransinya.



Gambar 4. 15 Tampilan Informasi Produk dan Layanan Asuransi
Sumber : Aplikasi *Ezurance Smart Customer*, 2024

Nasabah akan diberikan sebuah informasi produk, syarat ketentuan dan tata cara klaim. Tidak hanya itu, nasabah juga mendapatkan sebuah riplay yang berisikan informasi manfaat dan informasi besaran premi. Riplay dapat di unduh oleh pengguna jika pengguna tersebut ingin membaca riplay dengan seksama. Selain menggunakan aplikasi *Ezurance Smart Customer*, PT. Jasa Raharja Putera juga memanfaatkan media sosial untuk menjangkau calon pelanggan dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan para nasabah. PT. Jasa Raharja Putera Pusat memiliki akun instagram dengan nama akun *jrp_insurance*.

POSTINGAN INSTAGRAM JRP PUSAT



POSTINGAN INSTAGRAM JRP SERANG



Gambar 4. 16 Tampilan Postingan Informasi Pada Instagram JRP Pusat dan Instagram JRP Cabang Serang

Sumber : Aplikasi Ezurance Smart Customer, 2024

Akun instagram ini memiliki informasi yang lebih lengkap berupa informasi kontak, informasi terkait promo asuransi, terkait produk dan layanan asuransi serta informasi yang berkaitan dengan asuransi. PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang memiliki akun instagram tersendiri dengan nama akun jrp_insurance_branchserang. Akun ini menyediakan sebuah informasi berupa informasi dan produk asuransi untuk wilayah Kota Serang dan Kota Cilegon.

2) Meningkatkan nilai dari pelanggan (*Enhance*)

PT. Jasa Raharja Putera menggunakan *up selling* dan *cross selling* sebagai langkah untuk meningkatkan nilai dari nasabah. Hanya saja perusahaan tidak bisa menggunakan

aplikasi *Ezurance Smart Customer* dikarenakan aplikasi ini tidak mempunyai fitur yang dapat mendukung kegiatan *up selling* dan *cross selling*. Karyawan divisi bisnis II bekerjasama dengan agen asuransi untuk bisa menjalankan kegiatan *up selling* dan *cross selling*. Karyawan akan mengumpulkan data informasi nasabah dari *web care JRP* yang akan digunakan untuk keperluan agen melakukan kegiatan *up selling* dan *cross selling*. Agen akan menawarkan *upgrade* nilai pertanggungan yang tinggi kepada nasabah yang sudah memilih sebuah polis dengan nilai pertanggungan yang rendah.

Agen PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang juga menawarkan sebuah perpanjangan polis kepada nasabah yang memiliki periode selama satu tahun. Tidak hanya itu, agen asuransi di perusahaan ini sering menawarkan sebuah produk dan layanan yang sedah di promosikan perusahaan karena agen tahu bahwa nasabah akan memilih produk dan layanan tersebut yang dikarenakan lebih murah dibanding yang lain. Perusahaan ini juga sering melakukan penawaran kepada nasabah dengan menawarkan produk dan layanan yang serupa. Penawaran tersebut dilakukan di saat masa berlaku polis milik nasabah mendekati habis.

Tidak hanya menjalankan kegiatan *up selling* dan *cross selling*, PT. Jasa Raharja Putera memberikan sebuah diskon kepada nasabah yang telah menggunakan aplikasi *Ezurance Smart Customer*. Pemberian diskon biasa dilakukan di hari dan bulan tertentu. Selain itu, perusahaan juga melakukan kunjungan ke perusahaan yang telah menjadi mitra perusahaan. Tidak hanya itu, PT. Jasa Raharja Putera juga membuat suatu acara yang di khususkan untuk menjalin serta meningkatkan nilai dari perusahaan mitra.

3) Mempertahankan pelanggan yang sudah ada (*Retain*)

Cara yang digunakan PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang mempertahankan pelanggan dengan melakukan *cross check*. Perusahaan menggunakan *web care JRP* untuk mengetahui nasabah mana yang masa berlaku polisnya akan selesai. Setelah itu, pihak karyawan divisi bisnis II akan mengumpulkan informasi tersebut menjadi satu dalam bentuk format excel dan akan membagikannya ke masing-masing agen. Para agen asuransi akan menghubungi masing-masing nasabahnya melalui kontak yang sebelumnya pernah di minta untuk berkomunikasi lebih lanjut. Tujuannya untuk mengingatkan nasabah tentang masa berlaku polis yang akan segera habis.

Tidak hanya itu, agen asuransi perusahaan ini akan mengunjungi para nasabahnya untuk menawarkan perpanjangan polis dan menawarkan produk dan layanan asuransi yang lebih sesuai. Saat menawarkan perpanjangan polis, agen akan memberikan penawaran kepada nasabah untuk menyakinkan nasabah memperpanjang masa berlaku polis. Nasabah yang setuju untuk memperpanjang masa berlaku akan di cetak kembali dokumen polisnya oleh karyawan divisi bisnis II. Tidak hanya itu, PT. Jasa Raharja Putera memberikan sebuah wadah bagi nasabah untuk mengajukan sebuah keluhan atau saran.

Nasabah yang mempunyai keluhan terkait penggunaan aplikasi *Ezurance Smart Customer* bisa langsung memberikan keluhannya melalui fitur pusat bantuan. Fitur ini terhubung dengan *call center* milik PT. Jasa Raharja Putera. Selain itu, ada juga fitur hubungi yang hampir mirip penggunaannya dengan fitur pusat bantuan. Nasabah juga bisa memberikan sarannya melalui akun instagram milik PT. Jasa Raharja Putera melalui fitur *direct message* yang ada di instagram.

b. Hambatan Pada Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) di PT.

Jasa Raharja Putera Cabang Serang

Menerapkan *customer relationship management* (CRM) dapat memberikan suatu keuntungan bagi perusahaan. Hanya saja dalam menerapkan *customer relationship management* (CRM) terdapat hambatan-hambatan yang bisa saja terjadi. Hambatan tersebut juga terjadi pada PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang. Berikut ini hambatan-hambatan yang terjadi pada PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang, yaitu:

1) Hambatan Internal

Jumlah karyawan pada divisi bisnis II PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang terhitung sedikit. Hanya terdapat tiga karyawan saja pada divisi bisnis II yang terdiri dari asisten manajer divisi bisnis II, staff karyawan tetap dan staff karyawan kontrak. Hal ini menjadi kendala menjalankan tugas dan tanggungjawab divisi secara optimal termasuk dalam mengoptimalkan penggunaan aplikasi Ezurance dan pemanfaatan tren media sosial menggunakan instagram. Karyawan di perusahaan ini tidak mendapatkan pelatihan dari perusahaan pusat untuk mempelajari dan mengetahui tentang penerapan *customer relationship management* (CRM).

Para karyawan hanya diberikan sebuah dokumen tentang penggunaan aplikasi *Ezurance Smart Customer*. Perusahaan ini memanfaatkan tren media sosial menggunakan instagram. Tugas untuk mengelola aplikasi tersebut dibebankan ke satu karyawan saja sehingga perusahaan susah untuk mendapatkan ide terbaru untuk postingan Instagram

perusahaan. Hal tersebut membuat perkembangan informasi pada akun instagram menjadi lambat.

2) Hambatan Eksternal

Terdapat nasabah PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang yang belum siap dengan kehadiran aplikasi *Ezurance Smart Customer*. Nasabah-nasabah ini merasa aplikasi *Ezurance Smart Customer* terbilang rumit dalam penggunaannya. Nasabah juga mengeluhkan terkait koneksi internet untuk mengakses aplikasi *Ezurance Smart Customer*, yang tidak selalu tersedia bagi semua nasabah. Banyak nasabah yang lebih suka mengunjungi kantor PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang untuk membeli produk dan layanan asuransi serta sering mengajukan klaim secara langsung dan menemui pihak karyawan divisi klaim dan pelayanan. Terdapat nasabah juga yang tidak mengetahui dengan kehadirannya aplikasi ini.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil yang telah dipaparkan sebelumnya, penerapan CRM di PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang dengan meluncurkan aplikasi *Ezurance Smart Customer* dan pemanfaatan tren berupa media sosial, hal tersebut dirasa sudah baik khususnya dalam pengelolaan data nasabah dan dalam rangka memelihara dan mempertahankan nasabah yang sudah ada. Namun dalam mengoperasionalkan aplikasi *Ezurance Smart Customer* dan pemanfaatan tren media sosial maasih dirasa kurang optimal. Menurut Lukas dikutip Komalasari dan Nurmasari (2020), terdapat tiga faktor utama pada *customer relationship management* (CRM) yaitu, manusia (*people*), proses (*process*) dan teknologi (*technology*)

dan ketiga faktor tersebut yang menjadi kunci utama dari penerapan CRM di perusahaan. Dalam penelitian Fani et al (2022), disimpulkan bahwa divisi *marketing communication* memiliki peran yang sangat penting bagi PT. Indosat, terutama di masa pandemi. Divisi *marketing communication* sendiri memiliki beberapa tugas dan strategi seperti publikasi, promosi, serta acara-acara yang cakupannya berada di Kabupaten atau Kota Mojokerto.

Faktor yang masih dirasa kurang optimal ada pada faktor manusia, dimana jumlah karyawan divisi bisnis II PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang hanya ada tiga karyawan saja. Hal tersebut menyebabkan tugas dan tanggungjawab pada divisi tidak dapat berjalan dengan optimal. Tidak hanya itu, karyawan divisi bisnis II tidak mendapatkan pelatihan dari pusat untuk mengetahui dan mempelajari penerapan *customer relationship management* (CRM). Kurangnya pelatihan menyebabkan dua karyawan divisi bisnis II masih kebingungan dengan bentuk penerapan *customer relationship management* (CRM) yang digunakan PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang.

Permasalahan lainnya juga ada pada tugas untuk mengelola akun instagram milik cabang Serang yang hanya dibebankan kepada satu orang saja. Sehingga perkembangan informasi pada akun tersebut mengalami keterlambatan dan hal itu disebabkan kurangnya referensi dan ide baru untuk isi konten postingan. Sementara dalam bagian proses dan teknologi, nasabah tidak mengalami kebingungan dalam proses pendaftaran, verifikasi dll karena fitur pada aplikasi tersebut sangat mudah di pahami. Selain itu menurut Kalakota dan Robinson dikutip Monalisa dan Syahputra (2019), *customer relationship management* (CRM) terdapat tiga tahapan yaitu, memperoleh pelanggan baru (*acquire*), meningkatkan nilai dari pelanggan (*enhance*), dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada (*retain*).

Pada penelitian Amalia et al (2018), disimpulkan fitur CRM yang dibuat pada CallTenant sudah sesuai dengan tahapan *customer relationship management* (CRM) memperoleh pelanggan baru (*acquire*), meningkatkan nilai dari pelanggan (*enhance*), dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada (*retain*).

Bagian yang belum optimal di perusahaan ini adalah meningkatkan nilai dari pelanggan (*enhance*). Tidak ada fitur pada aplikasi Ezurance Smart Customer yang dapat mendukung kegiatan *up selling* dan *cross selling*. Sehingga PT. Jasa Raharja Putera cabang Serang tidak bisa meningkatkan nilai dari pelanggan. Perusahaan harus bekerjasama dengan agen asuransi untuk kegiatan *up selling* dan *cross selling* secara langsung untuk meningkatkan nilai di mata pelanggan.

Menurut Salma dan Murtani (2023), terdapat dua hambatan pada penerapan *customer relationship management* (CRM) yaitu hambatan internal dan hambatan eksternal. Hambatan internal yang terjadi pada PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang adalah jumlah karyawan pada divisi bisnis II terhitung sedikit yang hanya terdapat tiga karyawan saja. Perusahaan ini tidak memberikan pelatihan kepada karyawan dan hanya diberikan dokumen tentang penggunaan aplikasi *Ezurance Smart Customer*. Tugas untuk mengelola aplikasi tersebut dibebankan ke satu karyawan saja.

Hal itu membuat perkembangan informasi pada akun instagram milik cabang Serang cenderung lambat. Untuk hambatan eksternal terjadi pada nasabah PT. Jasa Raharja Putera Cabang Serang yang belum siap dengan kehadiran aplikasi *Ezurance Smart Customer*. Para nasabah ini merasa aplikasi tersebut sangat rumit dan memerlukan koneksi internet untuk mengakses aplikasi *Ezurance Smart Customer*. Nasabah lebih suka

mengunjungi kantor untuk membeli produk dan layanan dan mengajukan klaim secara langsung.