

IMPLEMENTASI SISTEM CRM DALAM PELAYANAN PERUSAHAAN ASURANSI STUDI KASUS PADA PT PRIMA SISTEM INFORMASI

Andreas Saputra¹, Lis Suryadi^{2*}

^{1,2} Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan, Indonesia

Email: ¹2012510372@student.budiluhur.ac.id, ^{2*}lis.suryadi@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak-Dalam era yang semua serba digital yang terus berkembang, perusahaan asuransi menghadapi tantangan untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar. Salah satu strategi yang terbukti efektif adalah implementasi sistem *Customer Relationship Management* (CRM), yang memungkinkan perusahaan untuk mengelola interaksi dengan pelanggan secara lebih efisien dan personal. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi implementasi sistem CRM dalam aplikasi asuransi di PT Prima Sistem Informasi, sebuah perusahaan yang menyediakan solusi sistem informasi kepada pelanggan individu dan bisnis. Metode penelitian yang digunakan melibatkan analisis data sekunder dan wawancara dengan berbagai pemangku kepentingan di perusahaan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi CRM telah membawa dampak yang positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional perusahaan. Integrasi sistem CRM memungkinkan perusahaan memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui komunikasi yang lebih efektif. Selain itu, CRM juga membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kebutuhan pelanggan secara lebih akurat, sehingga dapat memberikan penawaran produk dan layanan yang lebih sesuai. Dalam jangka panjang, implementasi CRM ini tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan tetapi juga memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan di industri asuransi. Kesimpulannya, penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan sistem CRM merupakan langkah strategis yang esensial bagi perusahaan asuransi seperti PT Prima Sistem Informasi dalam era digital saat ini, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan serta mengoptimalkan operasi bisnis.

Kata Kunci: Implementasi CRM, Aplikasi Asuransi, Studi Kasus, Kepuasan Pelanggan, Efisiensi Operasional

IMPLEMENTATION OF CRM SYSTEMS IN CUSTOMER SERVICE: A CASE STUDY OF PT PRIMA INFORMATION SYSTEMS

Abstract-In an increasingly digital era, insurance companies face the challenge of remaining relevant and competitive in the market. One effective strategy is the implementation of *Customer Relationship Management* (CRM) systems, which enable companies to manage customer interactions more efficiently and personally. This study aims to evaluate the implementation of CRM systems in the insurance applications of PT Prima Sistem Informasi, a company that provides information system solutions to individual and business customers. The research methodology employed includes secondary data analysis and interviews with various stakeholders within the company. The findings indicate that the implementation of CRM has had a positive impact on customer satisfaction and operational efficiency. The integration of CRM systems enables the company to strengthen relationships with customers through more effective communication. Additionally, CRM helps the company identify customer needs more accurately, allowing for more tailored product and service offerings. In the long term, this CRM implementation not only enhances customer loyalty but also provides a competitive advantage for the company in the insurance industry. In conclusion, this study affirms that the use of CRM systems is a strategic step essential for insurance companies like PT Prima Sistem Informasi in the current digital era, to increase customer satisfaction and optimize business operations.

Keywords: Implementation of CRM, Insurance Application, Case Study, Customer Satisfaction, Operational Efficiency

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi mengalami kemajuan yang sangat pesat, hampir setiap hari ditemukan perkembangan-perkembangan baru, dan penemuan-penemuan baru dilakukan untuk memperbaiki atau menyempurnakan teknologi-teknologi yang telah ada sebelumnya. Kemajuan teknologi informasi telah memudahkan setiap orang di seluruh dunia untuk memperoleh informasi yang mereka butuhkan. Dengan berkembangnya teknologi informasi, masyarakat telah memasuki era digital, dan segala jenis informasi dan pengetahuan semakin terdigitalisasi. Mengingat kemajuan teknologi yang semakin pesat, dapat kita simpulkan bahwa kita sudah hidup di era digital dan segala informasi dan pengetahuan telah disajikan dalam bentuk digital.

Suatu sistem terdiri dari variabel-variabel atau bagian-bagian yang saling berhubungan, saling bergantung, tersusun, dan berinteraksi satu sama lain [1], [6]. Ketika data relevan diproses, dihasilkan informasi yang

membantu konsumennya [5]. Untuk menyediakan saluran komunikasi dalam suatu organisasi atau kelompok, sistem informasi merupakan kumpulan berbagai komponen teknologi informasi yang berkolaborasi dan menghasilkan informasi.

Teknik untuk menjaga informasi pelanggan dengan cermat melalui pengelolaan titik kontak pelanggan guna mengoptimalkan loyalitas pelanggan dikenal sebagai manajemen hubungan pelanggan, atau CRM. Kualitas produk, kualitas layanan, inovasi produk, dan citra perusahaan semuanya digunakan sebagai indikator untuk mengukur kebahagiaan konsumen. Bisnis dapat memanfaatkan indikator ini untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Fokus perusahaan dalam menyediakan pengalaman pelanggan yang lebih baik mengarah pada peningkatan kebahagiaan pelanggan, yang pada gilirannya memengaruhi loyalitas pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan perusahaan [9].

Tujuan *Customer Relationship Management* secara umum adalah untuk mengembangkan hubungan yang menguntungkan dari segi klien. Meskipun beralih ke layanan mandiri berbasis web dapat memangkas biaya untuk beberapa bisnis, tujuan utama manajemen hubungan pelanggan adalah untuk meningkatkan profitabilitas pelanggan. Dalam lingkungan nirlaba, hal ini juga digunakan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan kepuasan pelanggan [3]. *Manajemen hubungan pelanggan adalah program, aplikasi daring, atau pendekatan bisnis yang dapat membantu perusahaan dalam membangun hubungan positif dengan konsumen mereka. Pendekatan ini dilakukan dengan memahami keinginan dan preferensi setiap klien dan memenuhinya, agar klien merasa senang dengan layanan yang mereka terima dan pada akhirnya membangun loyalitas terhadap bisnis.*

PT Prima Sistem Informasi didirikan pada awal 2017 dengan perusahaan terdaftar pada juli 2018. PT Prima Sistem Informasi menawarkan penyedia solusi manajemen pemrosesan informasi termuka. Kami bertujuan untuk menjadi salah satu penyedia solusi manajemen informasi terkemuka di Indonesia untuk industri jasa asuransi. Kami berkomitmen untuk memenuhi harapan klien kami, dengan terus memberikan solusi berkualitas tinggi, tepat waktu. Saat ini industri asuransi mengalami transformasi yang sangat besar dalam cara mereka berinteraksi dengan pelanggan. Untuk dapat meningkatkan layanan yang berguna untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui penggunaan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) dalam asuransi. PT Prima Sistem Informasi memiliki aplikasi *Bengkel net*, *Claim net*, *Lelang net* dan *Survei net*. PT Prima Sistem Informasi akan membuka peluang baru untuk meningkatkan layanan yang berguna untuk memperkuat hubungan dengan customer melalui penggunaan sistem *customer relationship management* dalam asuransi yang dapat mengevaluasi dampaknya terhadap kinerja PT Prima Sistem Informasi.

Saat ini di PT Prima Sistem Informasi masih menggunakan sistem manual dalam melakukan *order* dan memberikan layanan untuk konfirmasi adanya masalah di sistem yang kami buat, maka dari itu menjadi kekurangan dari PT Prima Sistem Informasi karena banyak yang melaporkan masalah menjadi terhambat karena pesan yang dikirimkan melalui whastapp terkadang tidak terbaca karena lalainya dari sisi karyawan kami. Tujuan utama dari penelitian ini untuk membuat sistem *customer relationship management* yang dapat di terapkan pada PT Prima Sistem Informasi, Untuk mencapai tingkat kepuasan terhadap *customer*. Menyediakan barang dengan mutu lebih baik, dengan biaya yang wajar dan dapat diterima, memiliki kemampuan memberikan informasi yang lengkap, akurat, dan tepat, serta mengungguli pesaing dalam hal layanan pelanggan hanyalah beberapa hal yang perlu dilakukan. Perusahaan asuransi ingin memuaskan klien atas layanan yang dibeli sehingga mereka diharapkan tetap setia kepada PT Prima Sistem Informasi. Hal ini dicapai dengan menawarkan layanan berkualitas tinggi kepada konsumen asuransi.

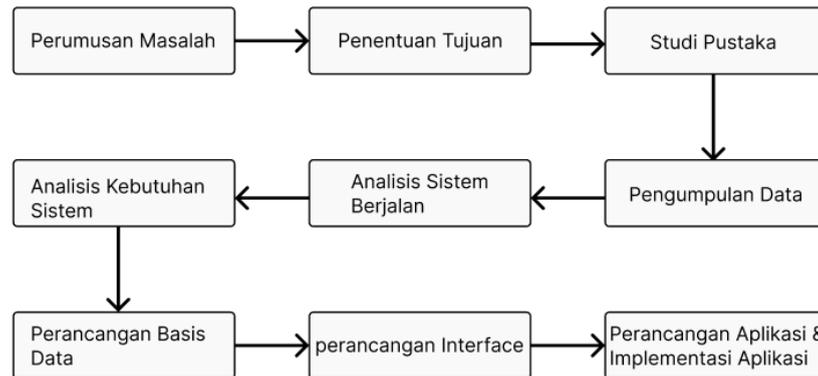
Beberapa kajian literatur yang dijadikan referensi dalam penelitian sebelumnya yaitu : pada penelitian [7] berbicara tentang penggunaan e-CRM untuk meningkatkan tingkat dukungan yang diberikan kepada orang tua siswa. Selanjutnya penelitian [8] meningkatkan loyalitas orang tua dengan mengevaluasi dan berkomunikasi dengan mereka menggunakan *platform* daring yang mencakup alat untuk rekomendasi, kritik, dan pemberitahuan pembayaran uang sekolah, Laporan Kritik Saran dan Pendaftaran. Kemudian peneliti yang dilakukan oleh [10] membahas bagaimana cara membangun e-CRM dalam meningkatkan loyalitas customer. Penelitian selanjutnya [4] yang berjudul Manajemen hubungan pelanggan elektronik, atau E-CRM, sedang diterapkan dalam upaya meningkatkan layanan pelanggan dan loyalitas bagi klien Catering Handayani. Kendala yang dihadapi pihak catering saat ini adalah tidak dapat melihat nama-nama pelanggan tetap. Selain itu, keluhan dan masukan pelanggan saat ini hanya dapat disampaikan secara lisan, sehingga penyampaian kurang efektif dan efisien. Berikut ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Handayani dan Asril (2023). Sistem Informasi Penerapan *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pelanggan di *Family Box* Pekanbaru yang dimuat dalam jurnal ber-ISSN 2775-801X ini menguraikan tentang bagaimana *Family Box*, sebuah tempat hiburan karaoke, mengembangkan sistem E-CRM berbasis web untuk memudahkan kinerja pengelola data pelanggan dan sebagai interface antara sistem dengan pengunjung. Hal ini akan meningkatkan

efektifitas dan efisiensi petugas dalam melayani pelanggan *Family Box* Pekanbaru dan meningkatkan jumlah pelanggan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian memberikan penjelasan metodis untuk menyelesaikan masalah. Tahapan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan gambar pada Gambar 1 adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Langkah-langkahnya dapat dipahami sebagai berikut berdasarkan Gambar 1 yang disebutkan sebelumnya:

a. Perumusan Masalah

Sebelum merumuskan masalah ini, penulis menelaah lebih dalam mengenai permasalahan yang dihadapi PT Prima Sistem Informasi. berusaha untuk memberikan solusi atas permasalahan yang muncul. Pada tahap ini, penulis menguraikan permasalahan yang muncul dengan menggunakan diagram tulang ikan.

b. Penentu Tujuan

Penentu tujuan ini, dapat di rumuskan tujuan yang ingin dicapai berdasarkan dari rumusan masalah yang ditemukan. Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) untuk meningkatkan layanan pelanggan di PT Prima Sistem Informasi menjadi tujuan penelitian ini.

c. Studi Pustaka

Tahapan studi pustaka adalah proses pencarian sumber-sumber literatur yang berkaitan dengan topik penelitian. Dengan tinjauan literatur, peneliti dapat mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan, mengembangkan referensi konseptual, dan mendapatkan wawasan baru yang menjadi pedoman baru yang menjadi pedoman untuk penelitian selanjutnya.

d. Pengumpulan Data

Pengumpulan Data, Metode pengumpulan data ini dikumpulkan dengan cara berikut:

- 1) Wawancara langsung: Penulis melakukan wawancara langsung dengan partisipan PT Prima Sistem Informasi.
- 2) Metode dokumentasi dan pengumpulan data dilakukan dengan cara melihat dokumen-dokumen yang berhubungan dengan operasional PT Prima Sistem Informasi.

e. Analisi Sistem Berjalan

Analisis sistem berjalan, Pada tahap ini tujuannya untuk mengetahui sistem yang sudah ada pada PT Prima Sistem Informasi. Analisis sistem berjalan di gambarkan pada *activity diagram*.

f. Analisis Kebutuhan Sistem

Analisis kebutuhan sistem, setelah analisis sistem berjalan telah dilakukan, persyaratan untuk sistem dapat diidentifikasi. Karna itu dilakukan analisis kebutuhan sistem menggunakan *Usecase Diagram* untuk menentukan kebutuhan sistem.

g. Perancang Basis Data

Perancangan basis data Diagram kelas dan kebutuhan data akan digunakan untuk melakukan perancangan basis data. Kemudian, diperlukan basis data yaitu MySQL yang disimpan dalam perangkat lunak basis data.

h. Perancangan Antarmuka

Ini mengacu pada bagaimana antarmuka akan muncul dalam perangkat lunak yang sedang dikembangkan.

Figma adalah alat yang digunakan dalam penelitian ini untuk membuat desain antarmuka. Gambar yang dibuat oleh desain ini akan terlihat dalam perangkat lunak.

i. Perancangan dan Implementasi Aplikasi

Perancangan dan Implementasi Aplikasi, Perencanaan program dilakukan pada fase ini untuk mempraktikkan proses sebelumnya. Peneliti menggunakan PHP, HTML, dan *Javascript* sebagai bahasa pemrograman dengan menggunakan framework Laravel. Aplikasi diimplementasikan di PT Prima Sistem Informasi setelah selesai.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Masalah *Fishbone Diagram*

Berikut analisis permasalahan yang ada di PT Prima Sistem Informasi dengan menggunakan *fishbone diagram* pada gambar 2 berikut:



Gambar 2. *Fishbone Diagram*

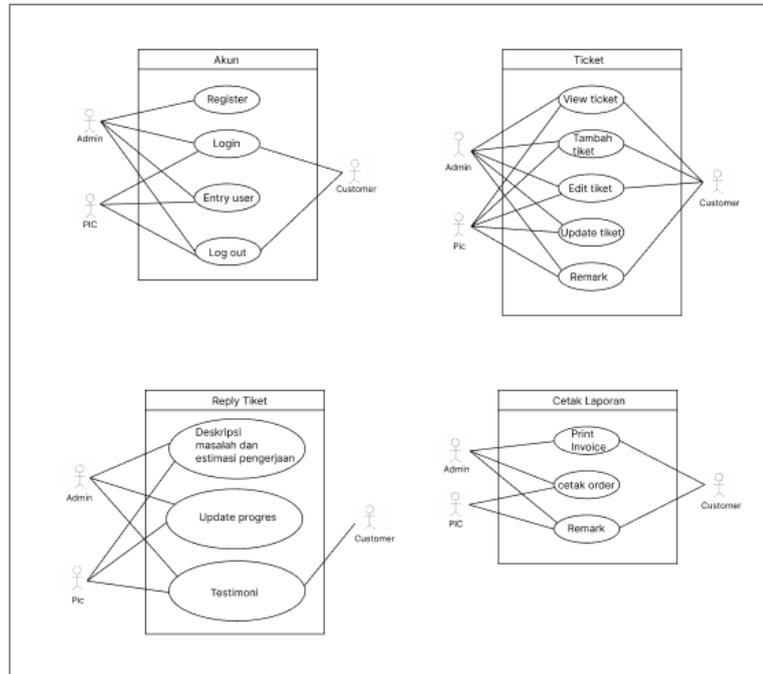
Berikut penjelasan dari kerangka fishbone diagram pada gambar 2:

- a. Faktor Orang
 - 1) Karyawan terkadang masih lalai terhadap komplainan.
- b. Faktor Proses
 - 1) Belum ada layanan secara sistem.
 - 2) Komplain masih dilakukan dengan telpon.
- c. Faktor Strategi
 - 1) Layanan pelaporan belum maksimal.
 - 2) Belum ada wadah untuk pelaporan.

3.2 Perancangan Sistem Usulan

a. *Use Case Diagram*

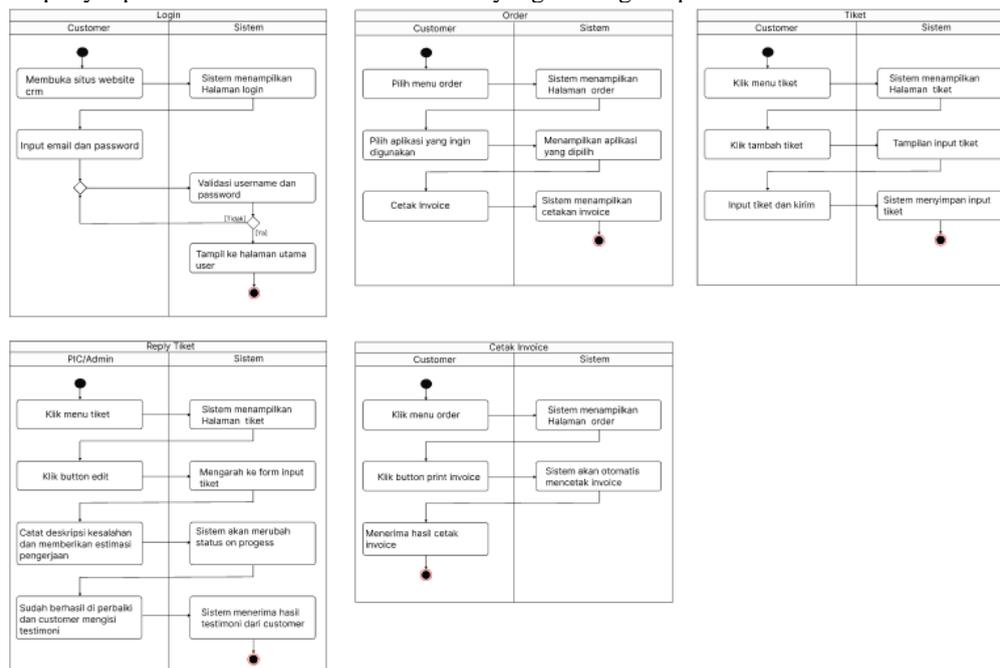
Use case diagram ini mengacu pada identifikasi kebutuhan yang terdiri dari admin yang mendaftarkan *customer* dan PIC, PIC yang memonitoring jalannya semua pelaporan dan *customer* sebagai *user*. Pada gambar 3 Dibawah ini adalah *use case diagram* memiliki aktor terdiri dari *admin*, PIC dan *customer*.



Gambar 3. Use Case Diagram

b. Activity Diagram

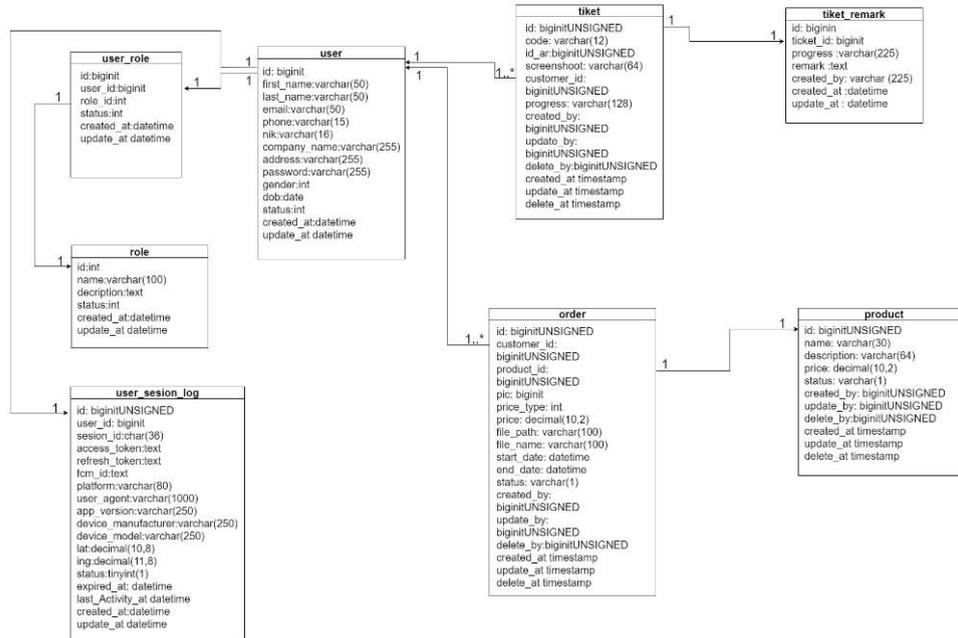
Diagram aktivitas adalah representasi visual dari banyak aliran aktivitas. Urutan diagram aktivitas, tiket diagram aktivitas, login diagram aktivitas, activity diagram cetak invoice. Activity diagram memiliki 4 (empat) aktor yaitu admin, PIC, customer dan sistem. Pada activity diagram login menggunakan email dan password yang sudah didaftarkan oleh admin, activity diagram order customer melakukan order, activity diagram tiket customer dapat membuat tiket untuk melaporkan jika ada masalah yang terjadi, activity reply tiket PIC dan admin memberikan informasi deskripsi masalah beserta estimasi pengerjaan, activity diagram cetak invoice customer dapat mencetak invoice sebagai tanda bukti order. Setiap aktor mempunyai peran berbeda dalam sistem CRM yang dituangkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Activity Diagram

c. *Class Diagram Tanpa Method*

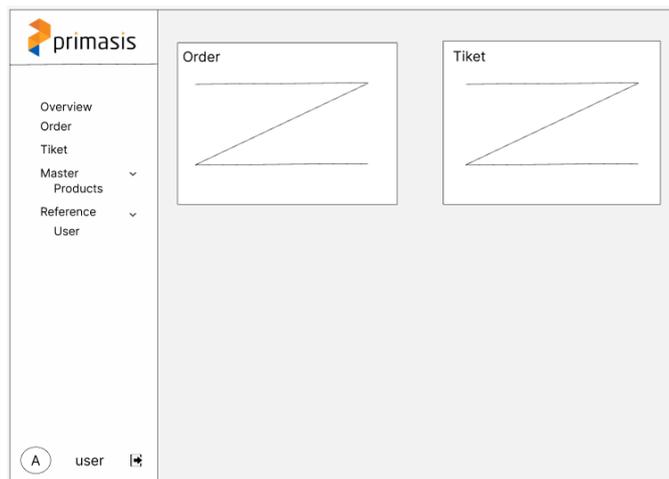
Berikut adalah *class diagram* tanpa *method*:



Gambar 5. *Class Diagram Tanpa Method*

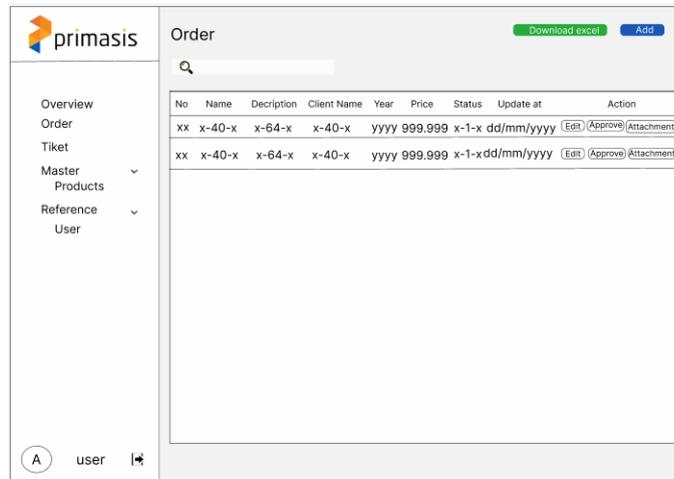
d. *Rancangan Layar*

Dalam lingkup penelitian ini terdapat 16 (emam belas) rancangan layar, diantaranya beberapa desain tampilan yang ditujukan. Pada Gambar 6 terdapat rancangan dashboard untuk memberikan beberapa menu dan grafik.



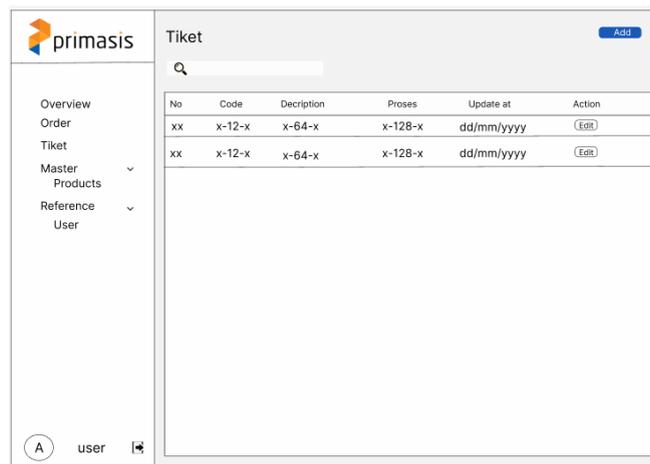
Gambar 6. *Rancangan layar Dashboard*

Pada gambar 7 tampilan *order* terdapat fitur seperti cari, *download excel*, *add*, *edit*, *approve*, *attachment*. Berikut rancangan layar *order* dari sisi admin



Gambar 7. Rancangan Layar *Order*

Pada gambar 8 tampilan tiket *customer* dapat membuat tiket untuk melakukan pelaporan bahwa ada sistem yang berjalan kurang maksimal. Berikut rancangan tampilan layar pelaporan.



Gambar 8. Rancangan Layar *Tiket*

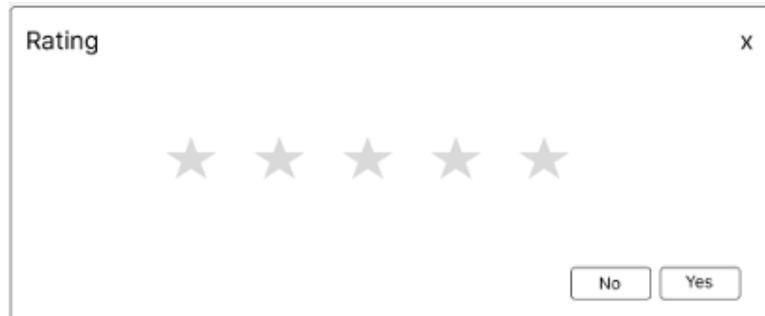
Pada gambar 9 tampilan print invoice merupakan tampilan ketika customer sudah order aplikasi, sebagai tanda bukti maka customer harus print invoice. Berikut rancangan tampilan layar print invoice.



Gambar 9. Rancangan Layar *Invoice*

Pada gambar 10 tampilan layar rating digunakan untuk menilai bagaimana pelayanan saat merespon ketika

sistem sedang ada masalah.



Gambar 10. Rancangan Layar Rating

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan untuk meningkatkan pelayanan di PT Prima Sistem Informasi. Dapat disimpulkan bahwa implementasi sistem CRM memerikan layanan kepada *customer*. Sistem ini mempermudah perusahaan asuransi. Selain itu, sistem CRM juga memberikan fasilitas bagi *customer* untuk memberikan kritik dan saran terhadap pelayanan, dengan data kritik dan saran yang terkelola dengan baik melalui fitur yang disediakan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Secara khusus, penulis mengungkapkan rasa terimakasih kepada PT Prima Sistem Informasi atas kerjasama serta dukungan yang diberikan dalam menyediakan data dan informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aasinjery. (2020). Pengantar Teknologi Sistem Informasi. Indonesia: Aasinjery.
- [2] Jonny Seah, M. R. (2020). Perancangan sistem informasi persediaan suku cadang. *JURNAL COMASIE - VOL.03 NO. 02 (2020)*.
- [3] Lumbangaol, M. H. (2020, 7 23). *RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PENJUALAN DAN PENYEWAAN PROPERTI BERBASIS WEB DI KOTA BATAM*. From RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PENJUALAN DAN PENYEWAAN PROPERTI BERBASIS WEB DI KOTA BATAM: <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/comasiejournal/article/view/2026>
- [4] Sembiring, A. F. (2021). Perancangan Sistem Pemesanan Pada Toko Sablon Medan Berbasis Web Dengan Menerapkan CRM (Customer Relationship Management). From 1(1), 27–33.
- [5] Hawariy Amiinul Ummah, I. S. (2019). Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta. *Jurnal REKAVASI ISSN : 7(2)*.
- [6] S. Aripin, H. I. (n.d.). enerapan E-CRM untuk Meningkatkan Pelayanan Orang Tua Siswa Pada SMA Islamic Centre Kota Tangerang. *KRESNA J. Ris. dan Pengabd. Masy., vol. 3, no. 1, pp. 39–48, 2023, doi: 10.36080/kresna.v3i1.74*.
- [7] Safitri, R. I. (2019). Implementasi Electronic Relationship Management (E-Crm) Guna Meningkatkan Loyalitas Wali Murid Pada Yayasan Pendidikan Daya Dutika : Sekolah Cenderawasih. *Cenderawasih, vol. 2, no. 5, pp. 360–366*.
- [8] Zaeniah, S. E. (2020). ancang Bangun Electronic Costumer Relationship Management (E-CRM) Sebagai Sistem Informasi Dalam Peningkatan Layanan Perpustakaan Digital SMAN 1 Sakra. *Explore, vol. 10, no. 1, p. 70, 2020, doi: 10.35200/explore.v10i1.365*.
- [9] Hin, D. M. (2019). “PENERAPAN ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP (E-CRM) DALAM UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DAN PELAYANAN TERHADAP PELANGGAN CATERING HANDAYA. From <https://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/view/1051>
- [10] E.Asril, S. a. (2023). sistem informasi penerapan E-CRM untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggan di family box pekanbaru. *j-com (journal of computer),vol.3,no.1,pp.36-41,Mar.2023,doi:10.33330/jcom.v3i1.2171*.