

ABSTRACT

High levels of customer satisfaction is not necessarily continue in loyalty. This reserch aimed to evaluate and develop customer relationship management strategy within satisfaction and loyalty approach that focuses on long term relationships where the company delivers benefit and value based on customers's perspective.

The method used was qualitatitive research with a descriptive type. Source of primary data is AXA Mandiri customer as a key information, sales person that act as company's liaison, also supported by secondary data.

Research has showed that build customer loyalty should be understood as behavioral issue where the customer interaction experience from the product introduction until product services, very influential on customer loyalty.

Key words : customer satisfaction, customer loyalty, customer behavior, customer interaction



ABSTRAK

Tingkat kepuasan nasabah yang tinggi belum tentu berlanjut pada loyalitas nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan mengembangkan strategi *customer relationship management*, dengan pendekatan kepuasan dan loyalitas nasabah yang memfokuskan pada hubungan jangka panjang dimana perusahaan memberikan *benefit* dan *value* yang didasarkan pada perspektif nasabah.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan tipe deskriptif, yaitu data primer berupa wawancara mendalam dengan nara sumber nasabah AXA Mandiri sebagai nara sumber kunci, tenaga pemasar yaitu financial advisor sebagai ujung tomvak perusahaan, juga didukung oleh data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nasabah harus dipahami sebagai isu *behavioral* dimana pengalaman interaksi nasabah dengan AXA Mandiri, dimulai dari proses pengenalan produk hingga proses pelayanan, sangat mempengaruhi loyalitas nasabah AXA Mandiri.

Kata kunci : kepuasan nasabah, loyalitas nasabah, *customer behavior*, *customer interaction*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PENGESAHAN

Judul : Evaluasi dan Pengembangan Strategi Customer
Relationship Management Berbasis Kepuasan dan
Loyalitas Nasabah pada PT AXA Mandiri

Bentuk Karya Akhir : Perencanaan Strategi

Nama : Nuke Maya Safira

NIM : 55109110114

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 08 Maret 2011

Mengesahkan :

Direktur Pascasarjana **Ketua Program Studi**
Magister Manajemen

MERCU BUANA

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS.

Pembimbing :

Ir. Har Adi Basri, M.Ec, Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : Evaluasi dan Pengembangan Strategi Customer Relationship Management Berbasis Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada PT AXA Mandiri

Bentuk Karya Akhir : Perencanaan Strategi

Nama : Nuke Maya Safira

NIM : 55109110114

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 08 Maret 2011

Merupakan hasil studi kepustakaan, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dewan Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya

Jakarta, 08Maret 2011

Nuke Maya Safira

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas rahmat dan karunia Allah SWT, sehingga dengan izin-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan karya akhir ini, penulis mengambil judul "Pengembangan *Strategi Customer Relationship Management* PT AXA Mandiri Financial Services". Penyusunan karya akhir ini merupakan pertanggung-jawaban akademis yang wajib ditempuh dalam penyelesaian akhir kuliah untuk Program Pasca Sarjana, Program Magister Manajemen di Universitas Mercubuana.

Selama proses penyusunan karya akhir ini, penulis mendapat banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak guna membantu lancarnya penelitian ini, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. Har Adi Basri, M.Ec, Ph.D sebagai dosen pembimbing yang dengan dedikasi tinggi telah memberikan masukan dan kritikan, yang membantu terselesaikannya karya akhir ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS., sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan karya akhir.
3. Bapak Dr. Baruna Hadibrata, SE, MM, sebagai dosen penguji yang telah memberikan masukan dan kritikan untuk kesempurnaan karya akhir ini.
4. Ibu Rina Astini, SE, ME., sebagai dosen penguji yang telah memberikan masukan dan kritikan untuk kesempurnaan karya akhir ini.

5. Kiswanto- suamiku, Syauqi dan Shabrina – kedua belahan hatiku, yang selalu mendorong dan memberikan semangat agar karya akhir ini segera terselesaikan.
6. Bapak Albertus Wiroyo, yang telah memberika ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di PT AXA Mandiri Financial Services.
7. Bapak Kartono, yang telah memberika ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di PT AXA Mandiri Financial Services.
8. Untuk seluruh dosen dan karyawan Program Pasca Sarjana, Program Magister Manajemen Universitas Mercubuana, karena tanpa mereka semua penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk rekan-rekan angkatan MM 14, penulis senang telah mengenal kalian dan semangat saling mendukung untuk kita semua bisa menyelesaikan karya akhir tepat waktu
10. Dan kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu penulis mengucapkan terima kasih ynang sebesar-besarya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih terdapat kekurangannya. Oleh karena itu penulis mengharap kritik dari pembaca. Akhirnya penulis berharap semoga karya akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, Maret 2011

Penulis,

Nuke Maya Safira

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Maksud dan Tujuan Karya Akhir	7
1.6 Manfaat dan Kegunaan Karya Akhir	8
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Profil Perusahaan	9
2.2 Lingkup Bidang Usaha	14

2.3	Visi, Misi, <i>Goal</i> dan Target	22
2.4	Struktur Organisasi	23
2.5	Sumber Daya	25
2.6	Tantangan Bisnis	25
2.7	Proses Bisnis	26
2.8	Kompetitor	27

BAB III KONSEP STRATEGI

3.1	Pengertian Strategi	28
3.2	Strategi Pemasaran	30
3.3	Strategi Pemasaran Jasa.	38
3.4	Perilaku Konsumen.	42
3.5	Strategi Customer Relationship Management (CRM)	45
3.6	Loyalitas Pelanggan	52

BAB IV PENDEKATAN PERENCANAAN STRATEGI

4.1	Tahap Pengumpulan Informasi	59
4.2	Pendekatan Perencanaan Strategi	65
4.3	Tahap Perumusan & Pengendalian Strategi	74

BAB V ANALISA DATA

5.1	Identifikasi & Analisis Stakeholder.	78
5.2	Analisis Eksternal	92

5.3 Analisis Internal	112
5.4 Analisis Persaingan	116

BAB VI PERENCANAAN STRATEGI CRM

6.1 Rancangan Strategi CRM	118
6.2 Program CRM	124
6.3 Pelaksanaan & Pengendalian Strategi CRM	127

BAB VII KESIMPULAN dan REKOMENDASI

7.1 Kesimpulan	132
7.2 Rekomendasi	133

DAFTAR PUSTAKA	136
-----------------------------	------------

LAMPIRAN	138
-----------------------	------------

RIWAYAT HIDUP	186
----------------------------	------------



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Angka Kepuasan Nasabah	4
Tabel 3.1 Proses Analisis Strategi	29
Tabel 4.1 Ringkasan Pengumpulan Informasi	63
Tabel 4.2 EPIIC Value	72
Tabel 5.1 Top 10 Employer of Choice	81
Tabel 5.2 Skala Prioritas – Distribution Management.	83
Tabel 5.3 Quality of Service	88
Tabel 5.4 Skala Prioritas – Selling	89
Tabel 5.5 Skala Prioritas – Claim	90
Tabel 5.6 Skala Prioritas – Servicing	90
Tabel 5.7 TBI kategori Banking & Finance	117
Tabel 6.1 Area Perbaikan Persistensi	125



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Angka Persistensi 13 bulan Periode Jan2009 – Mar2010 . . .	3
Gambar 1.2 Angka Persistensi 13 bulan Periode Jan2009 – Mar2010 . . .	3
Gambar 2.1 Struktur Organisasi AXA Mandiri	24
Gambar 3.1 Model Sederhana Proses Pemasaran	31
Gambar 3.2 Model Pemasaran Yang Diperluas	33
Gambar 3.3 Empat Langkah Utama Perancangan Strategi Pemasaran . . .	35
Gambar 4.1 Pendekatan <i>Single Loop</i>	75
Gambar 4.1 Pendekatan <i>Double Loop</i>	76
Gambar 5.1 Overall Satisfaction with AXA Mandiri	82
Gambar 5.2 Tingkat Kepuasan Nasabah di area Selling	85
Gambar 5.3 Tingkat Kepuasan Nasabah di area Claim.	86
Gambar 5.4 Tingkat Kepuasan Nasabah di area Servicing	87
Gambar 5.5 <i>Persistency Drivers</i>	93
Gambar 5.6 Tren Polis <i>Lapses</i>	94
Gambar 5.7 Tren Polis <i>Lapses</i> berdasarkan bulan <i>lapses</i>	95
Gambar 5.8 Harga unit dan Kecenderungan <i>Withdrawal</i>	96
Gambar 5.9 <i>Surrender + Withdrawal</i>	97
Gambar 6.1 CRM : <i>Simpler Process & Better Service</i>	119

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Survei Kepuasan Distributor	141
Lampiran 2 – Survei Kepuasan Nasabah	162

