



**STRATEGI DAN IMPLEMENTASI PROGRAM CUSTOMER RETENTION
MARKETING UNTUK MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KLIEN
DI PT. TALISMAN INSURANCE BROKERS TAHUN 2020**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Permasaran

Disusun oleh:

UNIVERSITAS
Wiswan
MERCU BUANA
44317110098

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Skripsi : **STRATEGI DAN IMPLEMENTASI PROGRAM CUSTOMER
RETENTION MARKETING UNTUK MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS KLIEN DI PT. TALISMAN INSURANCE
BROKERS TAHUN 2020**

Nama : Wiswan
NIM : 44317110098
Jurusan : Digital Adverting & Marketing Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 18 Juni 2021

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Judul : **STRATEGI DAN IMPLEMENTASI PROGRAM CUSTOMER
RETENTION MARKETING UNTUK MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS KLIEN DI PT. TALISMAN INSURANCE
BROKERS TAHUN 2020**

Nama : Wiswan

NIM : 44317110098

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 03 Juli 2021

Ketua Sidang

Eka Perwitasari Fauzi, M. Ed

()

Penguji Ahli

Dewi Sad Tanti, M.Si

()

Pembimbing

Riki Arswendi, M. Ikom

()



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **STRATEGI DAN IMPLEMENTASI PROGRAM CUSTOMER
RETENTION MARKETING UNTUK MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS KLIEN DI PT. TALISMAN INSURANCE
BROKERS TAHUN 2020**

Nama : Wiswan
NIM : 44317110098
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 03 Juli 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Riki Arsvendi, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi Advertising &
Marketing Communication

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr Elly Yuliawati M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wiswan

NIM : 44317110098

Konsentrasi : Digital Advertising & Marketing Communication

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang telah saya dengan judul: **Strategi dan Implementasi Program Customer Retention Marketing untuk Mempertahankan Loyalitas Klien PT. Talisman Insurance Brokers Tahun 2020** merupakan hasil karya sendiri yang benar atas keasliannya dan merupakan hasil dari studi Pustaka yang didampingi oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusan dari pihak Universitas Mercu Buana. Tugas Akhir ini bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari karya yang sudah ada, baik dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Demikianlah pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar.

Jakarta, 18 Juni 2021

Wiswan

Pembimbing I

(Riki Arswendi, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas Asung Kerta Waranugraha Ida Sang Hyang Widhi/ Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala karunianya yang tiada ternilai sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Strategi dan Implementasi Program Customer Retention Marketing untuk meningkatkan Loyalitas Klien di PT. Talisman Insurance Brokers tahun 2020.”

Dalam laporan tugas ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communication, Universitas Mercu Buana.

Dalam menyusun laporan tugas akhir ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, namun berkat dukungan, dorongan dan semangat dari berbagai pihak, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom selaku pembimbing dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah memberikan bimbingan, memberikan dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
2. Bapak. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
3. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, M.Ed selaku Ketua Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communications Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.

4. Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom, Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si selaku dosen mata kuliah Riset dan Tugas Akhir, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communications Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Seluruh teman-teman seangkatan yang selalu mengisi hari-hari menjadi sangat menyenangkan. Terutama rekan-rekan seperjuangan Canra, Emy, Icha yang bersama-sama selalu memberi semangat dan motivasi untuk menyelesaikan perkuliahan sampai dengan akhir perkuliahan.
7. Segenap staf pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah banyak membantu penulis selama ini.
8. Orangtua saya, Ibu dan Bapak serta saudara kandung saya, Kakak, Abang dan Adik saya serta Saudara Ipar saya atas semua kesabaran, dukungan semangat dan lantunan doa serta kasih sayang yang senantiasa tercurah, sehingga penyusunan tugas akhir dapat diselesaikan.
9. Pimpinan PT. Talisman Insurance Brokers, terutama kepada Bapak Anil Panjwani, Ibu Missi Mikoyo, Ibu Silvia Maya, Bapak Tobok Hutabarat, Bapak Andika Adisaputra, Ibu Yosvita Lucia dan rekan-rekan segenap perusahaan yang selalu membantu dan mendukung sehingga terselesainya penyusunan tugas akhir.
10. Seluruh pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama penyusunan tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang

membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang ilmu komunikasi.

Akhir kata rasa hormat dan terimakasih bagi semua pihak atas segala dukungan dan doanya, Semoga Ida Sang Hyang Widhi/ Tuhan Yang Maha Esa, membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Tat Astu Swaha.

Jakarta, 11 Juni 2021

Wiswan





Strategi dan Implementasi Program Customer Retention Marketing Untuk Mempertahankan Loyalitas Klien di PT. Talisman Insurance Brokers tahun 2020.

Bibliografi: 5 Bab 260 Halaman + 6 Lampiran + 38 Buku + 15 Internet

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pialang asuransi PT. Talisman Insurance Brokers untuk meneliti strategi dan implementasi *Customer Retention Marketing (CRM)* yang kegiatan untuk menumbuhkan loyalitas kepada *Brand* dan memberikan umpan balik dengan meningkatnya profitabilitas pendapatan. Diterapkannya strategi CRM dikarenakan banyaknya kompetisi sehingga perlunya ketahanan klien. CRM dapat mengakomodir kebutuhan klien sehingga tercapainya kepuasan dan pada akhirnya menimbulkan loyalitas dan tetap bertahannya klien menggunakan *Brand* yang sama.

Penelitian ini menggunakan kajian teoritis dari penelitian-penelitian terdahulu terhadap kajian CRM dan dilengkapi dengan teori-teori dari komunikasi pemasaran termasuk komunikasi pemasaran bisnis, *Customer Retention Marketing (CRM)*, Strategi CRM, Model Pelanggan IDIC, loyalitas klien dan pemasaran B2B.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis, dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus dengan studi kasus tunggal *holistic*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian hasil penelitian disajikan dalam bentuk tulisan deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan: (1) Penerapan komunikasi pemasaran di PT. Talisman Insurance Brokers yang berupa Identifikasi dan analisis kebutuhan klien, design produk, distribusi produk dan jasa kepada klien, penetapan harga, promosi penjualan serta inovasi/modifikasi berkelanjutan. (2) Kegiatan CRM, Strategi dan Implementasi Program berupa *cross-selling*, *up-selling*, *behavior prediction*, dan *customer retention* yang dilakukan di perusahaan, dan juga menyingkap terjadinya loyalitas kepada *Brand* (perusahaan) dan klien B2B. (3) Strategi CRM, yakni strategi *negative*, juga dibarengi dengan upaya *winback*. Penerapan strategi positif dimulai memenuhi dan melampaui harapan klien, memberikan *added-value* kepada klien dengan memberikan skema loyalitas dan promosi penjualan berupa *No claim discount*, *ex-gratia*, promosi penjualan berupa *discount* premi dan *package policy*, *fast track claim service*. Penerapan Model Pelanggan seperti IDI dan prosesnya yang ditujukan untuk meningkatkan dan mempertahankan loyalitas *Brand* kepada klien-klienya.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, *Personal Selling*, *Customer Retention Marketing*, Loyalitas, Klien, Pialang Asuransi.



Strategy and Implementation Programme of Customer Retention Marketing to Maintain Client Loyalty at PT. Talisman Insurance Brokers 2020.

Bibliography: 5 Chapters 260 Pages + 6 Appendices + 38 Books + 15 Internet

ABSTRACT

This research was conducted at the insurance brokerage company PT. Talisman Insurance Brokers to research strategy and implementation of Customer Retention Marketing (CRM) which is an activity to grow loyalty to the Brand and provide feedback with increased profitability of income. The implementation of the CRM strategy is due to the large amount of competition so that client resilience is needed. CRM can accommodate client needs so that satisfaction is achieved and in the end creates loyalty and keeps clients using the same brand.

This study uses theoretical studies from previous studies on CRM studies and is equipped with theories from marketing communications including business marketing communications, Customer Retention Marketing (CRM), CRM strategies, IDIC Customer Models, client loyalty and B2B marketing.

The paradigm used in this research is the constructivist paradigm, with a qualitative approach. The research method used is a case study method with a single holistic case study. Data collection techniques using the method of observation, interviews, and documentation. Then the research results are presented in the form of descriptive writing.

The results showed: (1) The application of marketing communications at PT. Talisman Insurance Brokers in the form of identification and analysis of client needs, product design, distribution of products and services to clients, pricing, sales promotion and continuous innovation/modification. (2) CRM activities, Strategy and Program implementation in the form of cross-selling, up-selling, behavior prediction, and customer retention also reveal the occurrence of loyalty to Brands (companies) and B2B clients. (3) CRM strategy, which is a negative strategy, is also accompanied by winback efforts. The implementation of a positive strategy begins with meeting and exceeding client expectations, providing added-value to clients by providing loyalty schemes and sales promotions in the form of no claim discounts, ex-gratia, sales promotions in the form of premium discounts and package policies, fast track claim service. Implementation of Customer Models such as IDI and its processes aimed at increasing and maintaining Brand loyalty to its clients.

Keywords: Marketing Communication, Personal Selling, Customer Retention Marketing, Loyalty, Clients, Insurance Brokers.

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.4.1 Manfaat Akademis.....	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Kajian Teoritis.....	46
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	46
2.2.2 Business Marketing Communication: Managing the Personal Selling Function	48
2.2.3 Customer Retention Marketing (CRM).....	50
2.2.4 Mempertahankan Loyalitas Klien.....	67
2.2.5 Business to Business Marketing (B2B)	70
2.2.6 Bagan Kerangka Pemikiran	73
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	74
3.1 Paradigma Penelitian.....	74
3.2 Metode Penelitian.....	77
3.3 Subyek Penelitian	82
3.4 Pengumpulan Data	83
3.4.1 Data Primer	84
3.4.2 Data Sekunder.....	85
3.5 Teknik Analisis Data.....	87

3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	88
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	91
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	91
4.1.1 Sejarah Perusahaan	91
4.1.2 Profil Perusahaan	94
4.1.3 Logo Perusahaan.....	95
4.1.4 Visi dan Misi Perusahaan	95
4.1.5 Struktur Organisasi PT. Talisman Insurance Brokers	95
4.1.6 Berbagai Layanan PT. Talisman Insurance Brokers	96
4.2 Hasil Penelitian	98
4.2.1 Deskripsi Penemuan	98
4.2.2 Hasil Analisis	145
4.3 Pembahasan.....	165
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	208
5.1 Kesimpulan.....	208
5.2 Saran.....	212
5.2.1 Saran Akademis	212
5.2.2 Saran Praktis	214
DAFTAR PUSTAKA	216
LAMPIRAN.....	220



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Perusahaan	95
Gambar 2. Tampilan Daftar Klien di Website Perusahaan	174



DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Teori	15
Bagan 2. Kerangka Berpikir.....	73
Bagan 3. Struktur Organisasi Talisman Insurance Brokers	96
Bagan 4. Bagan Pelaksanaan IDIC di Talisman Insurance Brokers	205



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2 Urutan Pelaksanaan IDIC.....	204



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. SURAT PERMOHONAN RISET	220
LAMPIRAN 2. SURAT IJIN MELAKUKAN PENELITIAN/RISET	221
LAMPIRAN 3. SURAT UCAPAN TERIMA KASIH.....	222
LAMPIRAN 4. CURRICULUM VITAE	223
LAMPIRAN 5. DOKUMENTASI OBSERVASI/WAWANCARA AWAL.....	224
LAMPIRAN 6. HASIL WAWANCARA.....	229
LAMPIRAN 7. COMPANY PROFILE.....	242

