



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
(CRM) PT TABUNGAN DAN ASURANSI PEGAWAI NEGERI
(TASPEN PERSERO) KANTOR CABANG DEPOK DALAM
MEMPERTAHANKAN KEPUASAN PESERTA DI MASA
PANDEMI *COVID-19***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.I.Kom)

Mohamad Reza Kurniawan

NPM. 183112351650177

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2022



NASIONAL UNIVERSITY

***STRATEGY CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
(CRM) AT PT SAVINGS AND CIVIL SERVICE INSURANCE
(TASPEN PERSERO) DEPOK BRANCH OFFICE IN
MAINTAINING PARTICIPANT SATISFACTION DURING THE
COVID-19 PANDEMIC***

THESIS

Submitted as one to obtain a Bachelor's degree in Communication Science

(S.I.Kom)

Mohamad Reza Kurniawan

NPM. 183112351650177

**FACULTY OF POLITICAL AND SOCIAL SCIENCE
DEPARTEMENT SCIENCE OF COMMUNICATION
2022**



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mohamad Reza Kurniawan

NPM : 183112351650177

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) PT Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (TASPEN PERSERO) Kantor Cabang Depok Dalam Mempertahankan Kepuasan Peserta Di Masa Pandemi Covid-19.

Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 04 September 2022

Dosen Pembimbing

Dekan

Rosanah, S.S, M. I. Kom



Dr. Erna Nirmawati Chotim, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Mohamad Reza Kurniawan
NPM : 183112351650177
Jurusan : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul Skripsi : STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT (CRM) PT TABUNGAN DAN
ASURANSI PEGAWAI NEGERI (TASPEN PERSERO)
KANTOR CABANG DEPOK DALAM
MEMPERTAHANKAN KEPUASAN PESERTA DI MASA
PANDEMI COVID-19

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 25 Agustus 2022, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 04 September 2022

Ketua Sidang : Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Penguji I : Drs. Hadi Surantio, M.Si.

Penguji II : Rosanah, S.S, M.I.Kom.

Keterangan:

- *) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini :

Nama : Mohamad Reza Kurniawan

NPM : 183112351650177

Judul Skripsi : *Strategi Customer Relationship Management (CRM) PT Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (TASPEN PERSERO) Kantor Cabang Depok Dalam Mempertahankan Kepuasan Peserta Di Era Pandemi Covid-19.*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa penguatan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 04 September 2022

Yang membuat pernyataan ,

Mohamad Reza Kurniawan

ABSTRAK

Nama : Mohamad Reza Kurniawan

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) PT Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (TASPEN PERSERO) Kantor Cabang Depok Dalam Mempertahankan Loyalitas Peserta di Masa Pandemi *Covid-19*

Kata Kunci Strategi, <i>Customer Relationship Management</i> (CRM), Kepuasan, Peserta, Masa Pandemi <i>Covid-19</i>	Pandemi <i>Covid-19</i> yang melanda segala penjuru dunia telah berdampak kepada perekonomian perusahaan yang terjadi di Indonesia. Adanya pandemi <i>Covid-19</i> juga membuat Pemerintah Republik Indonesia mengeluarkan peraturan tentang pembatasan mobilitas masyarakat seperti <i>Social Distancing</i> dan <i>Physical Distancing</i> di luar rumah atau di fasilitas umum untuk menghindari penularan <i>Corona Virus</i>. Dalam menghadapi permasalahan tersebut, pelayanan tatap muka pada PT TASPEN (Persero) cabang Depok ditiadakan dan diganti dengan pelayanan <i>dropbox</i> dan beralih ke pelayanan digitalisasi. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui strategi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) yang dilakukan PT TASPEN (Persero) cabang Depok dalam mempertahankan kepuasan peserta di masa pandemi <i>covid-19</i>. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teori <i>Customer Relationship Management</i> oleh Shiffman dan Kanuk, dan Teori <i>Customer Satisfaction</i> oleh Kotler dan Keller. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian strategi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) yang dilakukan PT TASPEN (Persero) cabang Depok dalam menghadapi pandemi <i>Covid-19</i> yaitu menggunakan pelayanan digitalisasi dan <i>dropbox</i>. Pelayanan digitalisasi yang dilakukan seperti memberikan klim otomatis melalui Taspen <i>One Stop Service</i> (TOSS), Taspen <i>Care</i>, dan Otentikasi. Selain itu PT TASPEN (Persero) cabang Depok melakukan beberapa aspek dalam melakukan kepuasan peserta dengan cara memberikan pelayanan yang cepat dan mudah, menangani komplain dengan baik, dan memberikan pelayanan melebihi dari harapan peserta dengan <i>tagline</i> “Andal Melayani”.
Pembimbing	Rosanah, S. S., M. I. Kom

ABSTRACT

Name : Mohamad Reza Kurniawan
Study Program : Communication Studies
Title : STRATEGY CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) AT PT SAVINGS AND CIVIL SERVICE INSURANCE (TASPEN PERSERO) DEPOK BRANCH OFFICE IN MAINTAINING PARTICIPANT SATISFACTION DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Keywords Strategy, Customer Relations Management, Satisfaction, Participants, Covid-19 Pandemic Period	Pandemic Covid that has hit all corners of the world has had an impact on the company's economy in Indonesia. The existence of the Covid-also made the Government of the Republic of Indonesia issue regulations regarding restrictions on community mobility such as Social Distancing and Physical Distancing outside the home or in public facilities to avoid transmission of the Corona Virus. In dealing with these problems, face-to-face services at PT TASPEN (Persero) Depok branch were abolished and replaced with dropbox and switched to digitalization services. This study aims to determine the Customer Relationship Management carried out by PT TASPEN (Persero) Depok branch in maintaining participant satisfaction during the COVID-. In this study, the researcher used the Customer Relationship Management (CRM) by Shiffman and Kanuk, and the Customer Satisfaction by Kotler and Keller. In this study, the researcher used a descriptive qualitative approach with data collection through interviews, observations, documentation and literature studies. The results of the Customer Relationship Management (CRM) strategy research conducted by PT TASPEN (Persero) Depok branch in dealing with the Covid-, namely using digitalization and dropbox. Digitization services are carried out such as providing automatic claims through Taspen One Stop Service (TOSS), Taspen Care, and Authentication. In addition, PT TASPEN (Persero) Depok branch performs several aspects in fulfilling participant satisfaction by providing fast and easy service, handling complaints properly, and providing services exceeding participants' expectations with the tagline "Andal Serving".
Mentor	Rosanah, SS., M. I. Kom

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillahirrabil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah dan Karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) PT Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (TASPEN PERSERO) Kantor Cabang Depok Dalam Mempertahankan Kepuasan Peserta Di Masa Pandemi Covid-19” dan selesai tepat waktu. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) Universitas Nasional.

Penulis menyadari keterbatasan kemampuan dan pengetahuan serta adanya kendala yang terjadi dalam proses penyusunan, sehingga penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A, Selaku Rektor Universitas Nasional
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos, M.Si. Selaku Dekan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Drs. Adi Prakosa, M.Si, selaku kepala program studi Ilmu Komunikasi dan Nursatyo, S.Sos., M.Si beserta jajarannya.
4. Rosanah, SS, M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu untuk membimbing penulis, menyediakan tenaga

dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini dan memberikan arahan serta motivasi kepada peneliti..

5. R. Daniel Wisnu Wardhana, S.IP, M.Ftv selaku dosen pembimbing akademik.
6. Seluruh Dosen FISIP Terutama Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu kepada saya selama proses perkuliahan berlangsung.
7. Orangtua yaitu Bapak dan Mamah yang selalu memberikan support dan doa serta dukungan yang berbentuk moril dan material kepada peneliti.
8. Mas Bima selaku *Account Officer* yang bersedia menjadi *key informan* di dalam penelitian ini yang sudah memberikan banyak informasi mengenai data yang diperlukan oleh peneliti.
9. Mas Abdul selaku Humas Taspen Depok yang bersedia menjadi *informan 1* pada penelitian ini.
10. Bapak Adi Setiadi selaku *Branch Manager* TASPEN Depok yang telah memberikan banyak pengalaman dan juga ilmu mengenai TASPEN kepada peneliti.
11. Seluruh karyawan dari TASPEN Depok yang telah memberikan support kepada peneliti dan membantu peneliti dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan.
12. Sahabat dan teman-teman dekat seperti Wahyu, Dhafa, Erdin, Sekar, Farel, Dimas, Garda, Nadifa, Etsa, Yeni, Sultan, Nurfadilah, Topik, Avis, Kiki, Nawang dan lain-lain yang sudah membantu memberikan

semangat, canda dan tawa serta membantu peneliti untuk dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.

13. Oktavia Destriani yang telah menemani peneliti baik dalam pembuatan skripsi ini dan menjadi “teman” cerita, berkeluh kesah serta memberikan moral dan semangat bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan belum sepenuhnya sempurna. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini sehingga akhirnya proposal ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan bagi para pembaca.



Jakarta, 10 Agustus 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Reza", is placed over the bottom right corner of the Universitas Nasional logo.

Mohamad Reza Kurniawan

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Manfaat Penelitian.....	13
1.4 Sistematikan Penulisan.....	14
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1 Review Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Kajian Pustaka.....	23
2.2.1 Definisi Strategi.....	23
2.2.2 Definisi Komunikasi.....	26
2.2.3 Hubungan Masyarakat (Humas).....	28
2.2.4 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	33
2.2.5 <i>Customer Satisfaction/ Kepuasan Peserta</i>	41
2.2.6 Pelanggan/Peserta.....	47
2.2.7 Pandemi Covid-19.....	50
2.3 Kerangka Pemikiran.....	52
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	53

3.1 Pendekatan Penelitian.....	53
3.2 Penentuan Informan.....	55
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	63
3.5 Teknik Uji Keabsahan Data.....	65
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	69
4.1 Gambaran Umum.....	69
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	69
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	74
4.1.3 Struktur Organisasi.....	75
4.1.4 Logo Perusahaan.....	77
4.2 Peran & Fungsi Account Officer dan Humas Dalam Membina Hubungan dengan Peserta.....	77
4.3 <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	85
4.4 <i>Customer Satisfaction/ Kepuasan Peserta Taspen Depok</i>	97
4.6 Pelayanan TASPEN Depok di Era Covid-19.....	101
4.7 Tanggapan Peserta TASPEN Depok Terkait Pelayanan Kantor Cabang TASPEN Depok.....	106
4.8 Hasil Observasi.....	111
4.9 Pembahasan Strategi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) PT TASPEN (Persero) Kantor Depok Dalam Mempertahankan Kepuasan Peserta.....	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	123
DAFTAR PUSTAKA.....	127
LAMPIRAN.....	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 TASPEN Meraih Penghargaan Outstanding Achievement of Public Service Innovation 2021.....	10
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	75
Gambar 4. 2 Logo Perusahaan.....	77
Gambar 4. 3 Pertemuan dengan Wakil Walikota Depok Bapak Pradi Supriatna sebagai Stakeholder PT TASPEN (Persero) Cabang Depok.....	79
Gambar 4. 4 Accout Officer PT TASPEN (Persero) memberikan hak jaminan kematian kepada Camat Limo yang istrinya telah meninggal dunia.....	80
Gambar 4. 5 Taspen One Stop Service (TOOS).....	87
Gambar 4. 6 Whaatsap Grup TASPEN Depok dengan instansi terkait.....	88
Gambar 4. 7 Hasil Survey Kepuasan Peserta di tahun 2020.....	90
Gambar 4. 8 Taspen Care.....	92
Gambar 4. 9 Ruang Tunggu Layanan PT TASPEN (Persero) Kantor Cabang Depok.....	94
Gambar 4. 10 Pembayaran Manfaat Tabungan Hari Tua kepada Wali Kota Depok K.H Muhammad Idris.....	100
Gambar 4. 11 Pembayaran Manfaat Tabungan Hari Tua dengan Sekretaris Daerah Kota Depok	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	52
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	68

