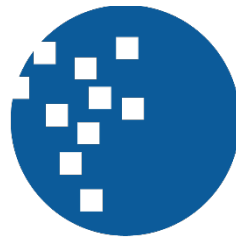


**Sistem Identifikasi Pelanggan Otomatis dengan Kolaborasi Web
Sourcing untuk Meningkatkan Relevansi antara Pelanggan dan
Produk Asuransi, Studi Kasus: PT.XYZ**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PROYEK TRANSFORMASI DIGITAL

CHANDRA YUDA ANDIKA

00000072551

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN TEKNOLOGI

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

**Sistem Identifikasi Pelanggan Otomatis dengan Kolaborasi Web
Sourcing untuk Meningkatkan Relevansi antara Pelanggan dan
Produk Asuransi, Studi Kasus: PT.XYZ**



PROYEK TRANSFORMASI DIGITAL

Laporan Proyek Transformasi Digital

Diajukan sebagai Tugas Akhir dalam rangka

Memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M) pada

Program Studi Magister Manajemen Teknologi

CHANDRA YUDA ANDIKA

00000072551

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN TEKNOLOGI

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Chandra Yuda Andika

Nomor Induk Mahasiswa : 00000072551

Program studi : Magister Management Teknologi

Thesis dengan judul:

“Sistem Identifikasi Pelanggan Otomatis dengan Kolaborasi Web Sourcing untuk Meningkatkan Relevansi antara Pelanggan dan Produk Asuransi, Studi Kasus: PT.XYZ”

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan Tesis maupun dalam penulisan laporan Tesis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 24 Maret 2025



(Chandra Yuda Andika)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Thesis dengan judul

**Sistem Identifikasi Pelanggan Otomatis dengan Kolaborasi Web Sourcing
untuk Meningkatkan Relevansi antara Pelanggan dan Produk Asuransi,
Studi Kasus: PT.XYZ**

Oleh

Nama : Chandra Yuda Andika

NIM : 00000072551

Program Studi : Magister Manajemen Teknologi

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Tesis Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 24 Maret 2025

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A

0314047401



Dr. Yosef Budi Susanto, M.M.

0301056103

Ketua Program Studi Magister
Manajemen Teknologi



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Dr. Prio Utomo, S.T., MPC

321057504

iii

*Sistem Identifikasi Pelanggan Otomatis (e-KYC) dengan Kolaborasi Cloud Sourcing untuk
Meningkatkan Relevansi antara Pelanggan dan Produk Asuransi, Studi Kasus: PT.XYZ, Chandra
Yuda Andika, Universitas Multimedia Nusantara*

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis dengan judul

**Sistem Identifikasi Pelanggan Otomatis dengan Kolaborasi Web Sourcing
untuk Meningkatkan Relevansi antara Pelanggan dan Produk Asuransi,
Studi Kasus: PT.XYZ**

Oleh

Nama : Chandra Yuda Andika
NIM : 00000072551
Program Studi : Magister Manajemen Teknologi
Fakultas : Bisnis

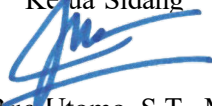
Telah diujikan pada hari Jumat, 11 April 2025

Pukul 09:00 s/d 11:00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Prio Utomo, S.T., MPC

321057504

Pembimbing



Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos.,

M.B.A

0314047401

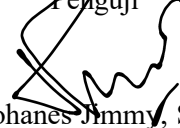
Ketua Program Studi Magister
Manajemen Teknologi



Dr. Prio Utomo, S.T., MPC

321057504

Penguji



Dr. So Yohanes Jimmy, S.T., M.M.

0317067305

Pembimbing Pendamping



Dr. Yosef Budi Susanto, M.M.

0301056103

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Chandra Yuda Andika

NIM : 00000072551

Program Studi : Magister Manajemen Teknologi

Jenjang : S2

Judul Karya Ilmiah : Sistem Identifikasi Pelanggan Otomatis dengan Kolaborasi Web Sourcing untuk Meningkatkan Relevansi antara Pelanggan dan Produk Asuransi, Studi Kasus: PT.XYZ

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☒ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☒ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 24 Maret 2025.

(Chandra Yuda Andika)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan DTP ini dengan judul: “Sistem Pengenalan Calon Pelanggan Terotomasi guna Meningkatkan Relevansi Produk, Studi Kasus : PT.XYZ” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S2 Jurusan Magister Manajemen Teknologi Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc , selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos, M.B.A selaku Wakil Rektor Bidang Penelitian, Inovasi, dan Keberlanjutan Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Prio Utomo, S.T., MPC, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Teknologi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos, M.B.A, sebagai Pembimbing pertama yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Dr. Yosef Budi Susanto, M.M., sebagai Pembimbing kedua yang telah banyak membantu dan memberikan bimbingan atas terselesainya tesis ini.
6. Orang Tua, Istri, Adik dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

7. Rekan-rekan studi Magister Manajemen Teknologi Batch 6 lainnya khususnya kelompok 3, yang telah menjadi sahabat dan teman yang telah memberikan waktu dan support terhadap penyelesaian penulisan tesis ini. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 24 Maret 2025 ,



(Chandra Yuda Andika)



Sistem Identifikasi Pelanggan Otomatis dengan Kolaborasi Web Sourcing untuk Meningkatkan Relevansi antara Pelanggan dan Produk Asuransi, Studi Kasus: PT.XYZ

(Chandra Yuda Andika)

ABSTRAK

Penetrasi industri asuransi masih sangat rendah, berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2021 industri asuransi hanya berkontribusi sebesar 3,06% dari Produk Domestik Bruto, hal ini menciptakan peluang besar dalam industri tersebut, sebagai upaya untuk meningkatkan penetrasi maka penggunaan teknologi tidak dapat dihindarkan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan rekomendasi produk yang relevan melalui proyek transformasi digital, kolaborasi antara proses Know Your Customer (KYC) dan analisa data sosial media menghasilkan segmentasi pelanggan berdasarkan relevansi produk terhadap status sosial demografi sebagai rekomendasi pemasaran yang tertarget untuk perusahaan.

Penelitian menggunakan metode kualitatif dalam meninjau kesesuaian tingkat kematangan digital perusahaan, kesenjangan ditentukan melalui kondisi saat ini dan kondisi yang akan datang, dan analisa kesenjangan dijadikan sebagai pertimbangan dalam mengembangkan sistem identifikasi pelanggan otomatis.

Sebagai hasil dari penelitian, sistem identifikasi pelanggan otomatis mampu menurunkan waktu yang diperlukan dalam proses profilisasi calon pelanggan hingga 80% dalam sehari, meningkatkan kapasitas hasil profilisasi calon pelanggan 700%

Kata kunci: *Sistem Identifikasi Pelanggan, Media Sosial, Transformasi Digital*

Sistem Identifikasi Pelanggan Otomatis dengan Kolaborasi Web Sourcing untuk Meningkatkan Relevansi antara Pelanggan dan Produk Asuransi, Studi Kasus: PT.XYZ

(Chandra Yuda Andika)

ABSTRACT (English)

The insurance industry's penetration remains exceedingly low. According to data from the Financial Services Authority in 2021, the insurance sector contributed merely 3.06% to the Gross Domestic Product. This generates significant opportunities inside this industry. To enhance penetration, the utilisation of technology is essential.

The aim of this research is to deliver relevant product suggestions via a digital transformation initiative. The integration of the Know Your Customer (KYC) process and social media data analysis facilitates contribution segmentation according to product relevance to socio-demographic status, providing targeted marketing recommendations for the company.

The study employs qualitative methodologies to assess the alignment of the company's digital maturity level, identifying gaps based on present and future conditions, with gap analysis utilised in the formulation of an automated customer identification system.

The research shown that the automated customer identification system reduced the time needed for customer profiling by up to 80% in one day, enhancing the capacity for projected consumer profiling findings by 700%.

Keywords: *Customer Identification System, Social Media, Digital Transformation*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Karakteristik Industri Pialang Asuransi	6
1.2.1. Konteks Transformasi Digital Secara Umum	9
1.3. Peluang dan Manfaat Transformasi Digital	10
1.4. Ancaman dan Tantangan Transformasi Digital	12
BAB II LATAR BELAKANG PERUSAHAAN.....	15
2.1. Profil Perusahaan	15
2.2. Analisa Internal Perusahaan.....	17
2.3. Identifikasi Masalah	18
2.4. Pernyataan Masalah	19
BAB III RENCANA PELAKSANAAN DAN RANCANGAN PROYEK TRANSFORMASI DIGITAL.....	21
3.1. Kerangka Kerja Transformasi Digital.....	21
3.2. Pengembangan dan Implementasi Digital Maturity Model	22
3.2.1. Metode Pengumpulan Data.....	37
3.2.2. Metode Pengukuran Level Digital Maturity Model.....	38
3.3. Manfaat Penggunaan Teknologi	39
3.3.1. Perancangan Alat e-KYC.....	39
3.4. Pemilihan Teknologi	39

3.5.	Dampak Perubahan Bisnis	41
3.5.1.	Dampak Perubahan Bisnis User (Pelanggan / Nasabah).....	41
3.5.2.	Dampak Perubahan Bisnis Tim Marketing & Sales	41
3.5.3.	Adanya Alur Bisnis Baru Profilisasi	41
3.6.	Pelaksanaan Proyek Transformasi Digital	42
3.7.	Rancangan Pembentukan Studi Kasus Transformasi Digital.....	43
3.8.	Metode Uji Hipotesis	44
BAB IV	ANALISIS KELAYAKAN PROYEK	45
4.1.	Karakteristik Responden	45
4.2.	Analisis Statistik.....	46
4.3.	Pembahasan analisa gap dan pembentukan roadmap.....	49
4.4.	Pembahasan Solusi.....	52
4.5.	Uji Hipotesis.....	57
4.5.1.	Perhitungan waktu proses Optical Capture Recognition	57
4.5.2.	Perhitungan waktu proses koreksi.....	58
4.5.3.	Perhitungan waktu proses crawling data portal berita	59
4.5.4.	Perhitungan waktu proses Semantik	59
4.5.5.	Perhitungan waktu proses Generate Data	61
4.5.6.	Perhitungan waktu total.....	61
4.6.	Analisa Kelayakan Proyek	62
4.6.1.	Manfaat Bisnis dan Teknis.....	62
4.6.2.	Lingkup Proyek.....	65
4.6.3.	Biaya Proyek	65
4.6.4.	Mitigasi Resiko	71
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1.	Kesimpulan	73
5.2.	Dampak Kepada Manajemen	74
5.3.	Rekomendasi	75
5.3.1.	Saran secara teknis.....	75
5.3.2.	Saran untuk penelitian berikutnya.....	75
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN		80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Analisa SWOT PT. XYZ	18
Tabel 2.2 Operasional Proses Profilisasi.....	19
Tabel 3.1 Digital Maturity Model	22
Tabel 3.2 Dimensi Tingkat Kematangan Digital	32
Tabel 3.3 Pengukuran Level Saat Ini dan Masa Depan	38
Tabel 3.4 Tabel Waktu Perancangan Aplikasi	42
Tabel 4.1 Analisa Gap Dimensi Pelanggan.....	50
Tabel 4.2 Analisa Gap Dimensi Teknologi.....	51
Tabel 4.3 Analisa Gap Dimensi Operation	51
Tabel 4.4 Analisa Gap Dimensi Data.....	52
Tabel 4.5 Pengujian Pemrosesan Gambar.....	57
Tabel 4.6 Pengujian Pemrosesan Koreksi.....	58
Tabel 4.7 Pengujian Pemrosesan Pengambilan Data Crawling	59
Tabel 4.8 Pengujian Pemrosesan Semantik	60
Tabel 4.9 Pengujian Pemrosesan Generate Data.....	61
Tabel 4.10 Estimasi Biaya Proyek	66
Tabel 4.11 Elemen Efisiensi Proyek Transformasi Digital.....	69
Tabel 4.12 Elemen Efisiensi Proyek Transformasi Digital.....	69
Tabel 4.13 Analisa & Estimasi Keuangan (Penulis, 2022).....	70
Tabel 4.14 Manajemen Mitigasi Resiko	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses Pemasaran	1
Gambar 1.2 Urutan media sosial paling banyak digunakan di Indonesia	5
Gambar 1.3 Peringkat tingkat kepercayaan warga negara terhadap media sosial ..	6
Gambar 1.4 Grafik Pendatapan Pialang Asuransi.....	9
Gambar 2.1 Grafik pertumbuhan pendapatan PT. XYZ tahun 2021	16
Gambar 2.2 Grafik rasio perbandingan pendapatan tahun 2021 PT.XYZ.....	17
Gambar 3.1 Kerangka Transformasi Digital.....	22
Gambar 3.2 Tingkat Kematangan Digital	37
Gambar 3.3 Alur Baru Bagi Konsumen.....	41
Gambar 3.4 Alur Bisnis Baru Tim Marketing & Sales.....	41
Gambar 3.5 Alur Bisnis Baru e-KYC	42
Gambar 4.1 Nilai Rerata Dimensi Pelanggan	47
Gambar 4.2 Nilai Rerata Dimensi Teknologi	47
Gambar 4.3 Nilai Rerata Dimensi Operasi	48
Gambar 4.4 Nilai Rerata Dimensi Kultur	48
Gambar 4.5 Nilai Rerata Dimensi Data	49
Gambar 4.6 Analisa Gap	50
Gambar 4.7 Dashboard Home Sistem Identifikasi Pelanggan	53
Gambar 4.8 Menu Customer Data Sistem Identifikasi Pelanggan.....	54
Gambar 4.9 Menu Cloud Source Identifikasi Pelanggan.....	55
Gambar 4.10 Menu Product Criteria Sistem Identifikasi Pelanggan	56
Gambar 4.11 Menu Recommendation Sistem Identifikasi Pelanggan.....	56
Gambar 4.12 Sampel Pemrosesan Gambar	57
Gambar 4.13 Pengujian Proses Pengambilan Data Crawling	59
Gambar 4.14 Pengujian Pemrosesan Semantik.....	60
Gambar 4.15 Penerapan DTP Meningkatkan Tingkat Kematangan Digital PT. XYZ.....	62
Gambar 4.16 Project Cost vs. Profit Estimation	67

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Kuisisioner Penelitian Tingkat Kematangan Digital Saat Ini	80
LAMPIRAN B Kuisisioner Penelitian Harapan Tingkat Kematangan Digital	93
LAMPIRAN C Form Bimbingan.....	97
LAMPIRAN D Laporan Cek Plagiarisme	99

