

ABSTRAK

Semakin banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bisnis asuransi di Indonesia mengakibatkan tingginya tingkat persaingan bisnis asuransi serta meningkatnya kebebasan pelanggan dalam memilih produk asuransi yang akan digunakan. Hal ini dapat menimbulkan besarnya potensi terjadinya peningkatan *customer churn*. *Churn* merupakan proses yang dapat mengurangi profit perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu meminimalisasi jumlah *churn* dengan meningkatkan loyalitas pelanggan sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan profitabilitas.

PT Asuransi Paradiso sebagai salah satu perusahaan penyedia jasa asuransi kendaraan bermotor di Indonesia menyatakan bahwa pelanggan yang melakukan perpanjangan kontrak setiap tahunnya berkisar 60%, sedangkan sisanya 40% tidak menggunakan produk tersebut lagi (*churn*). Besarnya persentase *customer churn* perusahaan pada setiap tahunnya dapat dilihat sebagai suatu peluang dalam meningkatkan profitabilitas apabila perusahaan dapat merubah status pelanggan *churn* menjadi pelanggan yang loyal. Oleh karena itu, PT Asuransi Paradiso perlu mengetahui pola karakteristik pelanggan agar dapat melakukan tindakan pencegahan *customer churn* dengan melakukan berbagai perbaikan dalam penanganan pelanggan guna meningkatkan profitabilitasnya. Perusahaan juga perlu menjaga dan mengelola hubungan baik dengan pelanggan dengan menerapkan strategi pendekatan yang menerapkan konsep *Customer Relationship Management* (CRM).

Pola karakteristik pelanggan dihasilkan dari proses pengolahan data-data yang tersimpan dalam *database* perusahaan dengan menggunakan teknik *data mining*. Teknik *data mining* yang digunakan yaitu fungsi klasifikasi dengan metode *decision tree*. Penerapan teknik *data mining* menghasilkan pola karakteristik pelanggan yang telah memiliki status potensi yaitu *churn*, loyal atau *in decision*. Pola karakteristik yang terbentuk ini digunakan sebagai *input* dalam pembuatan aplikasi penentu status pelanggan. Aplikasi pada penelitian ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan fungsional dan non fungsional yang didefinisikan pada analisis kebutuhan.

Uji coba aplikasi penentu status pelanggan yang dilakukan dengan menggunakan data tes menghasilkan tingkat akurasi sebesar 78%. Rancangan strategi rekomendasi dibuat berdasarkan status pelanggan yang dihasilkan aplikasi. Penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan melakukan analisis pengaruh terhadap *churn* pelanggan terhadap profitabilitas perusahaan.

Kata kunci : *Churn, Customer Relationship Management, Data Mining*