

ABSTRAK

RIZKY MAULIA, Analisis Data Penjualan Obat BPJS Menggunakan Metode Diferensial dan Strategi D-CRM. (dibimbing oleh Titin Wahyuni, S.pd., M.T dan Fahrir Irhamna Rahman S.Kom.,M.T).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis data penjualan obat BPJS menggunakan metode diferensial yang terintegrasi dengan strategi Digital Customer Relationship Management (D-CRM) guna mendukung pengelolaan stok obat yang lebih efisien. Data transaksi pasien Program Rujuk Balik (PRB) di Apotek Kimia Farma Cendrawasih periode Januari 2022–Juli 2024 digunakan sebagai objek penelitian. Metode diferensial menghitung $\Delta 1$ dan $\Delta 2$ untuk mendeteksi perubahan tren penjualan obat, sedangkan strategi D-CRM berbasis RFM (Recency, Frequency, Monetary) digunakan untuk melakukan segmentasi pasien dan mengidentifikasi pola konsumsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode ini mampu memberikan gambaran menyeluruh terkait tren permintaan obat dan perilaku pasien. Model prediksi sederhana berbasis $Qty + \Delta 1 + \Delta 2$ menghasilkan akurasi tinggi dengan MAE 1,35, MSE 92,32, dan MAPE 3,35%, yang menandakan kesalahan prediksi relatif kecil dan layak dijadikan acuan perencanaan stok. Integrasi analisis diferensial dan D-CRM terbukti efektif untuk mendukung pengadaan obat yang tepat sasaran serta meningkatkan kualitas pelayanan farmasi bagi pasien BPJS.

Kata Kunci: Analisis diferensial, D-CRM, RFM, prediksi penjualan obat, BPJS.

ABSTRAK

RIZKY MAULIA, *Analysis of BPJS Drug Sales Data Using Differential Method and D-CRM Strategy. (Supervised by Titin Wahyuni, S.Pd., M.T and Fahrim Irhamna Rahman, S.Kom., M.T).*

This study aims to analyze BPJS drug sales data using a differential method integrated with a Digital Customer Relationship Management (D-CRM) strategy to support more efficient drug inventory management. Transaction data from the Program Rujuk Balik (PRB) patients at Kimia Farma Cendrawasih Pharmacy for the period of January 2022–July 2024 were used as the research object. The differential method calculates $\Delta 1$ and $\Delta 2$ to detect changes in drug sales trends, while the RFM-based (Recency, Frequency, Monetary) D-CRM strategy is applied to segment patients and identify consumption patterns. The results indicate that this approach provides a comprehensive overview of drug demand trends and patient behavior. The simple prediction model based on $Qty + \Delta 1 + \Delta 2$ achieves high accuracy, with MAE of 1.35, MSE of 92.32, and MAPE of 3.35%, indicating a relatively low prediction error and suitability for inventory planning. The integration of differential analysis and D-CRM has proven effective in supporting targeted drug procurement and improving pharmaceutical service quality for BPJS patients.

Keywords: *Differential analysis, D-CRM, RFM, drug sales prediction, BPJS.*