

**SOCIAL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SEBAGAI STRATEGI BISNIS
PADA BANK
(STUDI KASUS DI BANK BPD DIY)**

Putri Taqwa Prasetyaningrum¹⁾, Irya Wisnubhadra²⁾, dan Suyoto²⁾

¹⁾Sistem Informasi, Universitas MercuBuana Yogyakarta

²⁾Program Studi Magister Teknik Informatika Program Pascasarjana Universitas Atma Jaya
Yogyakarta

E-mail : putri @mercubuana.ac.id

Abstract

Social CRM is designed to engage the customer in a collaborative conversation in order to provide mutually beneficial value. BPD DIY main branch office located in the middle of the city has a growing number of borrowers from 2013 until 2014 a number of 4.3% and there is a reduction in the number of accounts under 1%. Therefore the Bank BPD DIY are required to give priority to the quality of service on the client. In this study, SCRM application made for the users, in this case to improve relationships and quality of service on customer service one customer complaints against Banks in a timely, accurate and effective. The method used is the method of software development methodologies that many developed waterfall. This research resulted in SCRM system to establish relationship with customer through pemanfaatan web 2.0 technologies and introduces different approaches in establishing relationships with customer relations especially in regarding the complaint of the customer through the social web in order to improve the quality of service to customers and retain existing clients as well as making one of the SCRM applications to support the business strategy of the company. Based on the results of development on SCRM on BPD DIY, software has been successfully developed in accordance with predetermined functionality of 94,44%.

Keyword: SCRM, banking, Web 2.0, BPD DIY

Abstrak

Dirancang untuk melibatkan pelanggan dalam kolaboratif percakapan dalam rangka untuk memberikan nilai yang saling menguntungkan. BPD DIY Kantor Cabang utama yang terletak di tengah kota mempunyai pertumbuhan jumlah nasabah dari tahun 2013 s/d 2014 sejumlah 4.3% dan ada pengurangan jumlah rekening dibawah 1%. Oleh sebab itu Bank BPD DIY dituntut untuk mengutamakan kualitas pelayanan pada nasabah. Pada penelitian ini, aplikasi SCRM dibuat bagi para pengguna, dalam hal ini untuk meningkatkan hubungan dan kualitas pelayanan pada nasabah salah satunya layanan keluhan nasabah terhadap pelayanan Bank secara cepat, akurat dan efektif. Metode yang digunakan adalah metode metodologi pengembangan software yang banyak dikembangkan *waterfall*. Penelitian ini menghasilkan sistem SCRM untuk menjalin relasi dengan nasabah melalui pemanfaatan teknologi web 2.0 dan mengenalkan pendekatan yang berbeda dalam menjalin hubungan relasi dengan nasabah khususnya dalam mengenai pengaduan nasabah melalui *social web* guna meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah dan mempertahankan nasabah yang telah ada serta membuat salah satu aplikasi SCRM untuk mendukung strategi bisnis perusahaan. Berdasarkan hasil dari pengembangan pada SCRM pada BPD DIY, software telah berhasil dikembangkan sesuai dengan fungsionalitas yang telah ditentukan sebesar 94,44%.

Kata Kunci : SCRM, Perbankan, Web 2.0, BPD DIY

1. PENDAHULUAN

Peningkatan persaingan dalam industri perbankan berdampak pada kecenderungan tingginya konsumen untuk mudah beralih pada merek lain. Oleh karena itu, bank yang kurang tanggap menghadapi perubahan persaingan dan selera konsumen akan mudah ditinggalkan nasabahnya (Chiu et al., 2005). Pada penelitian yang dilakukan oleh Constatinides dan Fountain (2008) membahas konsep dasar web serta peranannya dalam strategi pemasaran untuk

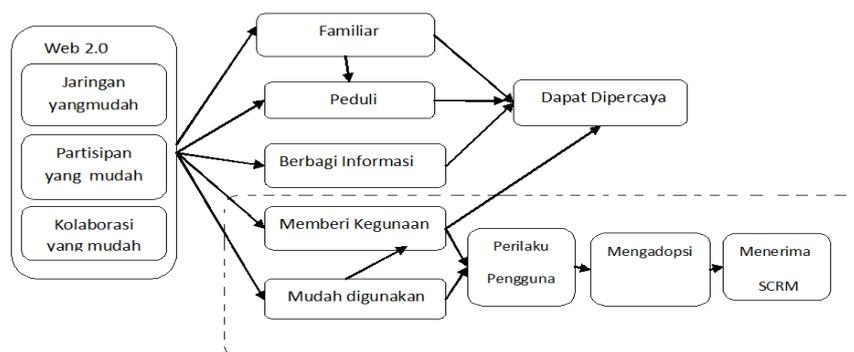
kegiatan bisnis (Constantinides & Fountain, 2008). Selain itu pengaruh web dalam menjaga kepercayaan pelanggan khususnya jasa keuangan seperti yang dikemukakan oleh Stone (2009) juga menjadi bukti pentingnya peran web dalam mendukung kegiatan bisnis. Dalam salah satu rekomendasi penelitian yang dilakukan oleh Stone (2009) juga menyarankan perusahaan jasa keuangan untuk fokus menjaga dan mendengarkan keinginan pelanggan melalui kombinasi pendekatan klasik *Customer Relationship Management* (CRM) dan web (Stone, 2009). Penelitian yang dilakukan oleh Ahuja dan Mendury (2010) lebih jauh membahas penggunaan salah satu teknologi web yaitu blog sebagai implementasi Electronic CRM (E-CRM) perusahaan untuk membangun relasi dengan pelanggan melalui manajemen konten yang lebih baik (Ahuja & Medury, 2010).

Bank BPD DIY Cabang Utama yang terletak di pusat kota hiburan dan jasa pendidikan mempunyai nasabah yang menggunakan internet sebesar 93%. Bank BPD DIY Kantor Cabang utama mempunyai jumlah nasabah 64.863 dan mempunyai jumlah karyawan 107 pegawai berencana meningkatkan layanan dengan memanfaatkan internet sebagai media untuk lebih mempererat hubungan dengan nasabah. Bagi organisasi bisnis seperti perbankan, menjaga hubungan baik dengan nasabah bukan merupakan pilihan, tetapi telah menjadi kewajiban yang harus dilaksanakan jika ingin meningkatkan keunggulan kompetitif serta meraih keuntungan yang dihrpkan sesuai dengan visi dan misi BPD DIY. (BPDDIY, 2014). Hal ini yang menjadi salah satu latar belakang dalam melakukan penelitian ini. Menurut Jackson (2005) strategi untuk mendapatkan, meningkatkan dan mempertahankan pelanggan memerlukan konsep CRM yang baik. Dengan melihat pertumbuhan internet dan social media, munculah peluang baru CRM berbasis web 2.0 dan social CRM. Social CRM dirancang untuk melibatkan pelanggan dalam kolaboratif percakapan dalam rangka untuk memberikan nilai yang saling menguntungkan dalam bisnis (Greenberg, 2009). Dengan menggabungkan fitur jaringan sosial, bermaksud untuk menganalisa perilaku Social CRM penerima dan pengguna oleh bisnis, serta pelanggan (Askool & Nakata, 2010). Hal ini menjadi salah satu latar belakang penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalahnya adalah bagaimana menentukan model CRM dan web 2.0 yang tepat untuk di terapkan di BPD DIY dan bagaimana melakukan analisis dan perancangan suatu sistem E-CRM dengan memanfaatkan web dan model CRM untuk mendukung rencana strategi bisnis pada Bank BPD DIY. Pada penelitian ini, akan dibahas mengenai teknologi web dalam kaitannya dengan pengembangan SCRM sebagai implementasi lanjut dari CRM pada perbankan di Indonesia, secara khusus pada Bank BPD DIY. Fokus penelitian yang menjadi perhatian utama adalah bagaimana konsep web 2.0 itu diterapkan dan dikombinasikan dengan konsep CRM untuk mengembanga SCRM yang efektif serta mampu memberikan dampak positif dalam mendukung implementasi strategi pemasaran.

Teknologi web 2.0 disebut media sosial sebagai alat digital penting yang digunakan oleh perusahaan sebagian dengan CRM untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan-organisasi. Ini memberikan peluang yang sangat baik dan tantangan untuk bisnis. Sebuah sistem SCRM dirancang untuk bisnis untuk kolaboratif dalam mengelola hubungan bisnis dan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang kolaboratif (Greenberg, 2009)

Model penelitian pada Gambar 1 membahas masalah-masalah dihadapkan dalam upaya untuk mengadopsi dan mengimplementasikan SCRM. Perlu dicatat bahwa, beberapa faktor yang termasuk dalam Model telah dipelajari dalam hal jejaring sosial dan hubungan sosial, dan terbukti meningkatkan kekuatan hubungan, tetapi tidak ada penelitian yang diuji ini kombinasi faktor dalam adopsi CRM (Askool & Nakata, 2010).



Gambar 1. Model Konseptual untuk Social CRM (Sumber: Askool, 2010)

2. METODE

2.1. Metode Pengumpulan data

Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan beberapa metode antara lain:

1. Studi Keperpustakaan

Studi keperpustakaan dilakukan dengan mencari sumber-sumber pustakayang mendukung penelitian dan memberikan informasi yang memadai dalam menyelesaikan penelitian ini. Studi kepustakaan yang digunakan antara lain: buku, jurnal, artikel dan paper.

2. Observasi

Obervasi dilakukan dengan pengamatan lansung terhadap objek yang akan diteliti terkait permasalahan yang akan dibahas, yaitu denganmengunjungi Bank BPD DIY Yogyakarta untuk melihat dan mengamati kegiatan yang terjadi antara perusahaan tersebut.

3. Wawancara

Melakukan Tanya jawab secara lisan dengan pihak-pihak terkait obyek penelitian untuk mendapatkan informasi dan memperoleh data-data yang rinci yang nantinya digunakan untuk membangun sistem yang akan dibangun.

4. Kuesioner

Merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain bersedia memberikan respons (responden) sesuai dengan permintaan pengguna.

Tujuan ialah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dan responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

2.2. Metode Pengembangan Perangkat Lunak

1. Analisis Strategi Bisnis

Analisis strategi bisnis ini dilakukan untuk melakukan verifikasi kebutuhanCRM.

2. Pemilihan Permodelan CRM

Pemilihan permodelan CRM dilakukan sesuai dengan hasil kuesioner untuk menentukan fitur yang dibutuhkan pada E-CRM yang mengacu pada model CRM berbasis web2.0 yang selaras dengan strategi bisnis di BPD DIY.

3. Analisis kebutuhan perangkat lunak

Analisis kebutuhan perangkat lunak dilakukan untuk menggali kebutuhan perangkat lunak yang akan dibangun.

4. Perancangan perangkat lunak

Perancangan perangkat lunak dilakukan untuk merancang perangkat lunak yang akan dibangun sehingga dapat diperoleh gambaran detail system.

5. Implementasi perangkat lunak (*coding*)

Implementasi perangkat lunak dilakukan dengan membuat aplikasi sistem informasi untuk membantu memberikan informasi promo, produk, serta informasi terkait.

6. Pengujian perangkat lunak

Pengujian perangkat lunak dilakukan secara langsung *black box testing*.Pengujian ini dilakukan oleh developer dan telah diuji sample testing dari staff yang ada BPD DIY yang menggunakan E-CRM pada Bank BPD DIY cabang Yogyakarta.

Adapun hasil kuesioner yang sudah dilakukan pada 35 reponden Bank BPD DIY dapat dilihat pada Gambar 2

3. PEMBAHASAN

Pada pembahasan ini akan membahas tentang analisis kebutuhan sistem yang dilakukan, arsitektur perangkat lunak, impelementasi sistem dan pengujian terhadap aplikasi yang telah dikembangkan.

3.1. Analisis Kebutuhan Sistem

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, peneliti menemukan requirement pengembangan aplikasi ini seperti yang dinyatakan pada Gambar3.

KUESIONER UNTUK PENGGUNA JASA BANK

No	Item	SS	S	K S	TS	Total Skor	Rata-rata per Item
1	Apakah nasabah memerlukan sistem Informasi secara online?	20	15			125	3.75
2	Apakah nasabah memerlukan sistem Informasi online yang mudah digunakan?	23	12			128	3.65
3	Apakah nasabah membutuhkan layanan keluhan/pengaduan nasabah secara online yang dapat diakses dengan cepat dimana saja?	17	16	2		120	3.42
4	Apakah nasabah membutuhkan suatu sistem informasi secara online yang dapat dengan mudah memberi jawaban atas keluhan anda dengan cepat tepat?	18	17			123	3.51
5	Apakah nasabah memerlukan Sistem informasi untuk melihat produk-produk bank yang bisa diakses secara cepat dimana saja?	14	21			119	3.40
6	Apakah nasabah memerlukan sistem informasi yang dapat menawarkan(<i>cross selling</i>) produk bank secara online?	20	15			125	3.57
7	Apakah sebagai nasabah membutuhkan suatu sistem informasi yang dapat berkolaborasi dengan pihak lain(sesama nasabah)?	1	14	20		86	2.45
8	Apakah sebagai nasabah membutuhkan suatu sistem informasi yang dapat saling bertukar informasi dengan nasabah lain?		9	26		79	2.25
9	Apakah nasabah memerlukan sistem Informasi yang dapat berpartisipasi dalam kelompok diskusi dengan mudah secara online?		12	23		82	2.34
10	Apakah sebagai nasabah memerlukan suatu penawaran khusus secara personal secara online?	11	20	4		112	3.20

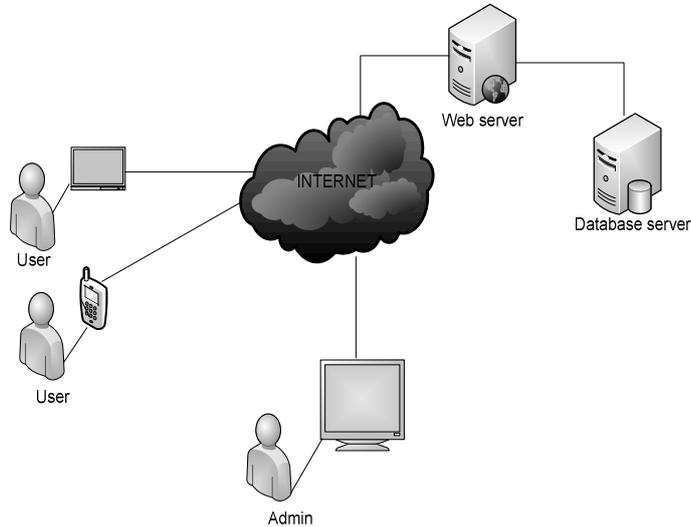
Gambar 2. Hasil Kuesioner



Gambar3. Use Case Diagram E-CRM BPD DIY

3.2. Arsitektur Perangkat Lunak

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan langkah-langkah pada metode pengembangan perangkat lunak yaitu pada fase desain, maka dapat diperoleh gambaran mengenai arsitektur perangkat lunak SCRM BPD DIY yang akan dibuat, seperti yang dinyatakan pada Gambar4



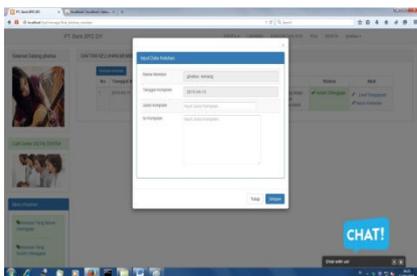
Gambar4. ArsitekturPerangkatLunak E-CRM BPD DIY

3.3. Implementasi Sistem

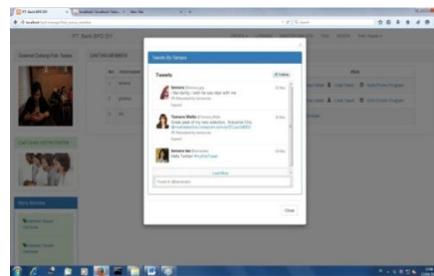
Untuk mengimplementasikan perancangan sistem yang dinyatakan pada Gambar 6 membutuhkan bahasa pemrograman PHP. Pengkodean dilakukan dengan pendekatan pemrograman berorientasi objek, menggunakan *frameworkCodeIgniter*. Selain itu juga menggunakan software pendukung lainnya, seperti database *MySQL Server 5.0*

3.4. Pengujian Sistem

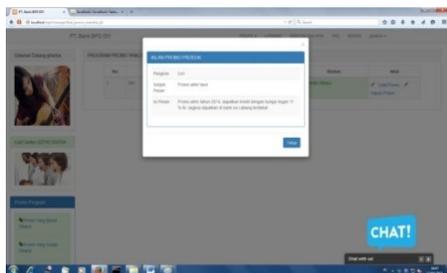
Teknik pengujian yang digunakan adalah teknik pengujian *black box testing*. Pengujian ini dilakukan oleh developer dan telah diuji *sample testing* dari staff yang ada BPD DIY. Dalam hal ini diambil salah satu butir uji, yaitu keluhan nasabah yang ditunjukkan pada Gambar 5 adalah halaman Keluhan nasabah, Gambar 6 adalah menampilkan Promosi untuk Nasabah, Gambar 7 merupakan halaman twitter nasabah dan Pada halaman 8 merupakan halaman fitur display sosial media.



Gambar5. Halaman Keluhan Nasabah



Gambar6. Halaman Promo untuk Nasabah



Gambar7. Halaman twitter Nasabah

Gambar8. Halaman fitur *display social media*.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan identifikasi masalah, tujuan penelitian dan hasil penelitian serta pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan adalah telah berhasil dikembangkan sesuai dengan fungsionalitas sistem pengembangan SCRM pada perbankan berbasis web 2.0 dengan studi kasus di Bank BPD DIY Cabang Utama Yogyakarta. Sarannya adalah pengembangan aplikasi prototype system dengan aplikasi mobile seperti *Apple IOS* atau *Google Android*

DAFTAR PUSTAKA

- Aghaei, S., Nematbakhsh, M. & Farsani, H.K., 2012. Evolution of the World Wide Web : From Web 1.0 to web 4.0. *International Journal of Web and Semantic Technology*, 3(1), pp.1-10.
- Ahuja, V. & Medury, Y., 2010. Corporate blogs as e-CRM tools : Building consumer engagement through content management. *Journal of Database Marketing and Customer Strategy Management*, 17(2), pp.91-105.
- Almeida, F., 2012. Web 2.0 Technologies and Social Networking Security Fears in Enterprises. *International Journal of Advanced*, 3(2), pp.152-56.
- Askool, S.S. & Nakata, K., 2010. Scoping Study to Identify Factors Influencing the Acceptance of Social CRM. *Proceedings of the 2010 IEEE ICMIT*, 10(5), pp.1055-60.
- Berson, A., Smith, S. & Thearling, K., 2000. Building Data Mining Applications for CRM. *McGraw-Hill, New York*.
- BPDDIY, 2014. *Laporan Rencana Strategis*. Yogyakarta.
- Buttle, F., 2009. *Customer Relationship Management (2nd ed)*. Burlington : Elsevier Ltd.
- Chiu, H.C., Hsieh, Y.C., Li, Y.C. & Lee, M., 2005. Relationship Marketing and Customer Switching Behavior. *Journal of Business Research*, Vol.58, pp.1681– 1689.
- Constantinides, E. & Fountain, S.J., 2008. Conceptual Foundations and Marketing Issues. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 9(3), pp.231-44.
- Dileep Kumar, M.S., 2013. Customer Relationship Management in Industrial Bank.. *Information Management and Business Review*, 5(3), pp.113-18.
- Frow, P.E. & Payne, A.F., 2009. Customer Relationship Management: a strategic prespective. *Journal of Bussiness Market Management*, 3(1), pp.7-27.
- Greenberg, P., 2009. *CRM at the Speed of Light. Social CRM Strategies, Tools, and Techniques for Engaging Your Customers*. USA :McGraw-Hill Osborne Media.

Jackson, T.W., 2007. Personalisation and CRM. *Journal of Database Marketing and Customer Strategy Management*, 15(1), pp.24-36.

Kalakota, R. & Robinson, M., 2001. *E-business : Roadmap For Success*. Addison_Wesley Longman, Inc, Canada.

Milovic, B., 2012. Social Media and eCRM as a prerequisite for hotel success. *Management Information Systems*, 7(3), pp.26-31.

Stone, M., 2009. Staying customer-focused and trusted : web 2.0 and Customer2.0 in Financial Services. *Journal of Database Marketing and Customer Strategy Management*, 16(2), pp.101-31
