

WEBSITE ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH BPR DHANA SEMESTA

Puspa Budiarti¹⁾, Bullion Dragon Andah²⁾

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
E-mail: puspabudiarti17@gmail.com¹⁾, bullion.dragon@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Dunia perbankan di tanah air kini semakin agresif untuk menarik perhatian nasabahnya dengan menjanjikan kemudahan, keamanan dan kenyamanan, terutama dalam BPR yang semakin banyak bertumbuh di Indonesia khususnya di Tangerang. Jalinan hubungan baik dengan pelanggan merupakan kunci penting untuk pertumbuhan BPR itu sendiri dimana pelanggan dalam dunia perbankan dapat disebut juga sebagai nasabah. CRM merupakan strategi yang tepat untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggannya dan dengan teknologi informasi yang sudah banyak dikembangkan sebagai indikator dalam memuaskan dan mempertahankan pelanggan yang setia, maka BPR Ciledug Dhana Semesta berusaha semampu mungkin menyediakan teknologi informasi guna mendukung kegiatan jasanya. BPR Ciledug Dhana Semesta merupakan salah satu BPR yang menyediakan jasa simpanan dan pinjam meminjam dengan beberapa masalah di dalamnya terkait dengan loyalitas pelanggan. Mulai dari kurangnya penghargaan untuk nasabah lama, nasabah kredit yang dapat tertagih lebih dari satu kali, tertundanya penanganan keluhan dan ketidakpercayaan masyarakat karena sulitnya mencari tahu penilaian nasabah lama terkait BPR Ciledug Dhana Semesta. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah sistem E-CRM yang dapat diakses melalui website. Sistem ini dibangun dengan metodologi waterfall dan dapat menjadi perantara komunikasi antara BPR Ciledug Dhana Semesta dan para nasabah dan dapat meningkatkan jumlah, rasa kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Electronic Customer Relationship Management, kepuasan dan loyalitas pelanggan, website.*

1. PENDAHULUAN

Dunia perbankan di tanah air kini semakin agresif untuk menarik perhatian nasabahnya dengan menjanjikan kemudahan, keamanan dan kenyamanan. Jalinan hubungan baik dengan nasabah diawali dengan memahami kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara mempelajari perilaku nasabah tersebut dalam melakukan transaksi perbankan. Keberhasilan dalam memahami nasabah menjadi kunci sukses dalam mendapatkan nasabah baru maupun untuk mempertahankan kesetiaan nasabah. Semua itu dijelaskan dalam *Customer Relationship Management* (CRM) dimana CRM adalah strategi bisnis inti yang bertujuan untuk menciptakan dan memelihara hubungan menguntungkan dengan pelanggan dengan cara merancang dan memberikan nilai proposisi. Nilai tersebut didasarkan pada data yang berhubungan dengan pelanggan berkualitas tinggi dan diaktifkan dengan teknologi informasi yang ada. Dengan memahami nasabah, bank dapat mengetahui karakteristik dan kebutuhan nasabah saat ini maupun di masa mendatang untuk membantu menentukan penyesuaian penawaran pasar, layanan, program, pesan, media dan strategi pemasaran.

Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Ciledug Dhana Semesta merupakan salah satu lembaga keuangan bank yang melayani kredit, simpanan berbentuk deposito berjangka beserta tabungan, memiliki nilai kemitraan yang mana berbunyi: “Berdasarkan azas saling percaya dan menghormati,

selalu bersama-sama mencapai semua sasaran untuk kepentingan bersama”. Untuk mewujudkan nilai tersebut dan mengatasi segala permasalahan yang ada, yaitu: menurunnya jumlah nasabah karena kurangnya penghargaan untuk nasabah lama, nasabah kredit bisa saja tertagih lebih dari satu kali karena belum adanya wadah untuk melaporkan transaksi pembayaran kredit yang menyebabkan nasabah tidak melaporkan transaksi pembayaran kredit mereka, nasabah merasa kecewa karena belum adanya rekam jejak terkait keluhan nasabah membuat pegawai lupa dan keluhan nasabah tidak segera tertangani, serta masyarakat tidak percaya dengan BPR karena belum adanya penilaian dari nasabah yang sudah berpengalaman. Maka, BPR Ciledug Dhana Semesta perlu memanfaatkan Teknologi Informasi secara maksimal dengan menggunakan suatu layanan yang dapat digunakan untuk mengelola hubungan antara BPR dan nasabah. Layanan tersebut menggunakan konsep *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) dimana [1] mengungkapkan bahwa *Electronic Customer Relationship Management* merupakan pemanfaatan teknologi guna melayani dan mewujudkan keinginan pelanggan yang menyebabkan adanya nilai tambah bagi perusahaan. Dan menurut [2] E-CRM adalah strategi bisnis dan pemasaran yang komprehensif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan melalui internet. [1] [2]

Dari keterangan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *Electronic Customer*

Relationship Management adalah strategi bisnis untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dengan memanfaatkan teknologi. Layanan E-CRM ini dikembangkan agar sistem dapat digunakan secara *real-time* oleh beberapa pihak yang berkepentingan untuk memantau setiap kegiatan, keinginan dan kebutuhan nasabah. Dengan seperti itu, para pemegang keputusan dapat melakukan proses pengambilan keputusan dengan lebih cepat, tepat dan akurat. Dengan kondisi pada BPR Ciledug Dhana Semesta, maka penulis mengangkat topik ini sebagai bahan Tugas Akhir yang berjudul “*Website Electronic Customer Relationship Management Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah BPR Ciledug Dhana Semesta*” dengan menggunakan metode pengembangan *waterfall*..

Penelitian yang dilakukan oleh [3] dengan Judul *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Pada Rsu Assalam Gemolong* menunjukkan bahwa aplikasi e-CRM dapat digunakan untuk mengakuisisi pelanggan baru, mempromosikan layanan dan jasa unggulan, meningkatkan pelanggan dan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metodologi pengembangan sistem *waterfall* dan metode pengumpulan data berupa observasi dan studi pustaka.

Penelitian yang dilakukan oleh [4] dengan judul “*Pengembangan E-CRM pada Perbankan Berbasis Web 2.0 (Studi Kasus Bank BPD DIY Cabang Utama Yogyakarta)*” menunjukkan bahwa sistem E-CRM mengenalkan pendekatan yang berbeda dengan nasabah guna meningkatkan kualitas pelayanan, mempertahankan nasabah yang telah ada dan mendukung strategi perusahaan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metodologi pengembangan sistem *waterfall* dan metode pengumpulan data berupa studi kepustakaan, observasi, wawancara dan kuesioner.

Penelitian yang dilakukan oleh [5] dengan judul “*Pemodelan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) pada Rumah Sakit*” menunjukkan bahwa sistem informasi berbasis e-CRM yang dikembangkan berupa model reservasi *online*, *customer service online* dan layanan pelanggan berbasis SMS merupakan cara untuk meningkatkan pelayanan pelanggan yang dapat membantu dalam mengidentifikasi pasien, melakukan retensi pasien dan memberikan layanan kepada pasien secara *just in time*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metodologi pengembangan sistem *Zachman Frameworks* dan metode pengumpulan data berupa observasi dan studi kepustakaan.

2. METODE PENELITIAN

Langkah-langkah penelitian yang dilakukan untuk analisa dan perancangan dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Metode Penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Ulasan Singkat Organisasi

PT. BPR Ciledug Dhana Semesta mulai beroperasi sejak tanggal 21 Agustus 1991. BPR (Bank Perkreditan Rakyat) Ciledug Dhana Semesta bertugas melaksanakan kegiatan perbankan secara konvensional dan hanya dapat melaksanakan penghimpunan dana masyarakat berupa tabungan dan deposito serta memberikan kredit. BPR tidak diizinkan menerima simpanan giro, kegiatan valas dan perasuransian.

3.2. Analisa Proses Bisnis Berjalan

a. Proses Bisnis Pendaftaran Kredit

Proses bisnis berjalan tentang pendaftaran kredit dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Proses Bisnis Pendaftaran Kredit

b. Proses Bisnis Pembayaran Kredit

Proses bisnis berjalan tentang pembayaran kredit dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Proses Bisnis Pembayaran Kredit

c. Proses Bisnis Keluhan

Proses bisnis berjalan tentang penyampaian keluhan dapat dilihat pada gambar 4.

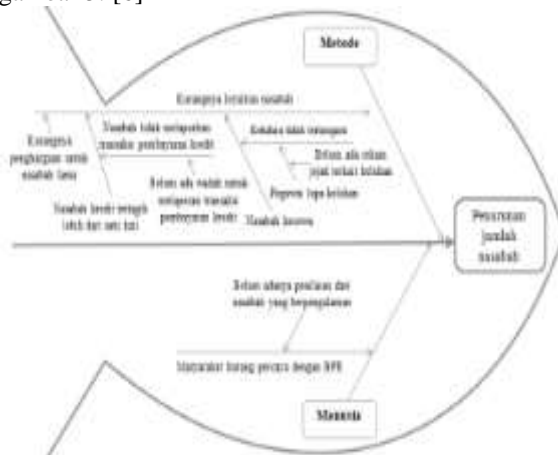


Gambar 4. Proses Bisnis Keluhan

3.3. Analisa Sistem Usulan

a. Fishbone Diagram

Diagram Ishikawa atau yang biasa disebut fishbone diagram atau cause and effect diagram merupakan diagram yang digunakan untuk mengidentifikasi sebab dan akibat dari sebuah permasalahan. Diagram ini menyajikan kausalitas antara beberapa faktor yang berpotensi menyebabkan efek yang besar. Fishbone diagram untuk pembahasan penelitian ini tergambar dalam gambar 5. [6]



Gambar 5. Fishbone Diagram

b. Analisis As Is System dan To Be System dengan Tahapan CRM

Setelah melakukan observasi dan wawancara dengan beberapa pihak terkait, maka didapatkanlah analisis As Is System dan To Be System dengan tahapan CRM yang terlihat seperti tabel acquire, enhance dan retain.

Tabel 1. Acquire

Acquire (Memperoleh)		
#	As Is System	To Be System
Metode	Staff marketing melakukan sistem door to door;	- Adanya fitur pemilihan kesan dan saran membuat kesan dan saran yang baik dapat muncul di halaman utama website dan membangun citra baik dari masyarakat. - Adanya informasi tentang produk pada website.
Teknologi	Komputer, internet dan sistem dekstop.	Menyediakan akses website bagi nasabah.

Tabel 2. Enhance

Enhance (Meningkatkan)		
#	As Is System	To Be System
Metode	- Memberikan bonus kepada nasabah yang lancar membayar kredit dalam 6 bulan berurutan. - Menerima kritik, saran dan keluhan dari nasabah melalui telepon, sms dan kunjungan.	- Adanya informasi nasabah terbaik. - Terdapat fitur entry keluhan serta saran dan entry kesan dan saran pada website BPR agar nasabah bisa langsung menyampaikan keluhan dan penilaian.
Teknologi	Smartphone.	Komputer, laptop, smartphone, internet dan sistem website.

Tabel 3. Retain

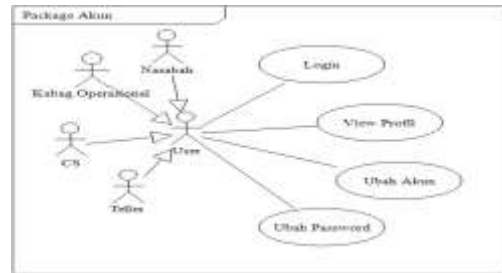
Retain (Mempertahankan)		
#	As Is System	To Be System
Metode	Menjalin hubungan dekat dengan nasabah.	Adanya fitur kirim ucapan atas perayaan hari besar.
Teknologi	Kirim pesan melalui aplikasi tertentu.	Menyediakan website yang memiliki fitur notifikasi.

c. Use Case Diagram

Use case diagram digunakan untuk mengetahui fungsi-fungsi dari sebuah sistem informasi dan hubungan interaksinya dengan para aktor.

1) Use Case Diagram Akun

Use case diagram akun dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Use Case Diagram Akun

Pada package akun ini terdapat fungsi login, view profil, ubah akun dan ubah password.

2) Use Case Diagram Master

Use case diagram master dapat dilihat pada gambar 7.



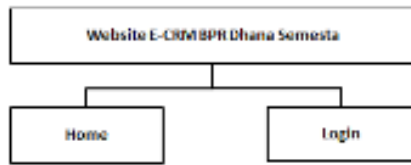
Gambar 7. Use Case Diagram Master

Pada package master ini terdapat fungsi registrasi akun.

3.5. Design User Interface

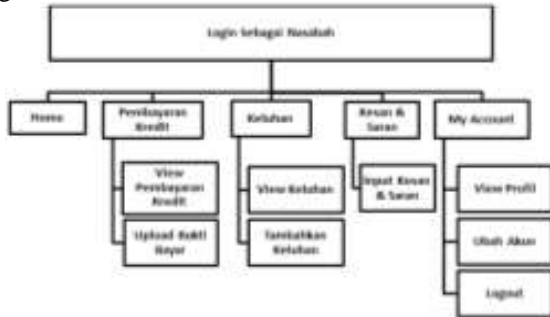
a. Struktur Tampilan

Struktur tampilan menggambarkan menu yang tersedia untuk user berdasarkan hak akses-nya masing-masing. Struktur menu untuk sistem website umum dapat dilihat pada gambar 14.



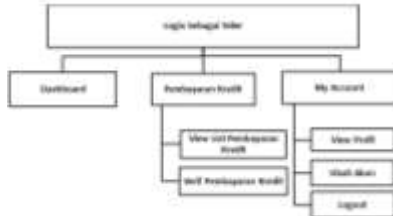
Gambar 14. Struktur Menu Umum

Struktur menu untuk nasabah dapat dilihat pada gambar 15.



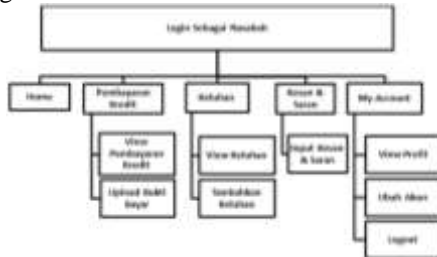
Gambar 15. Struktur Menu Nasabah

Struktur menu untuk dapat dilihat pada gambar 16.



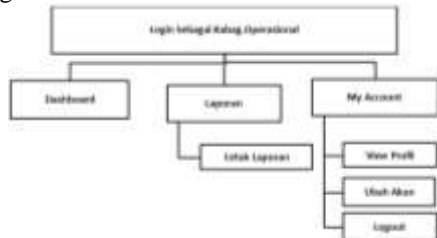
Gambar 16. Struktur Menu Teller

Struktur menu untuk customer service dapat dilihat pada gambar 17.



Gambar 17. Struktur Menu Customer Service (CS)

Struktur menu untuk kabag. operasional dapat dilihat pada gambar 18.



Gambar 18. Struktur Menu Kabag. Operasional

b. Rancangan Layar

1) Rancangan Layar Menu Utama

Rancangan layar menu utama dapat dilihat pada gambar 19.



Gambar 19. Rancangan Layar Menu Utama

2) Rancangan Layar Upload Bukti Bayar

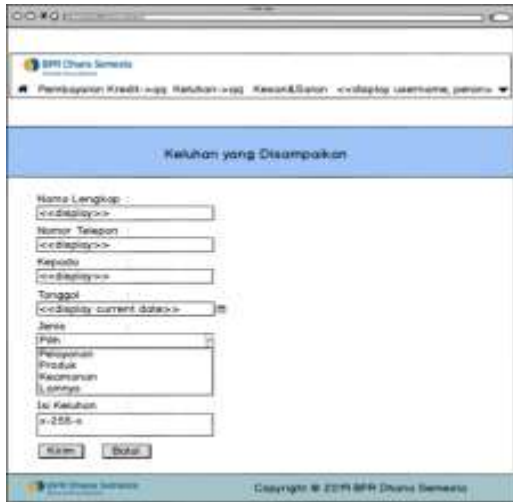
Rancangan layar menu upload bukti bayar dapat dilihat pada gambar 20.



Gambar 20. Rancangan Layar Upload Bukti Bayar

3) Rancangan Layar Entry Keluhan

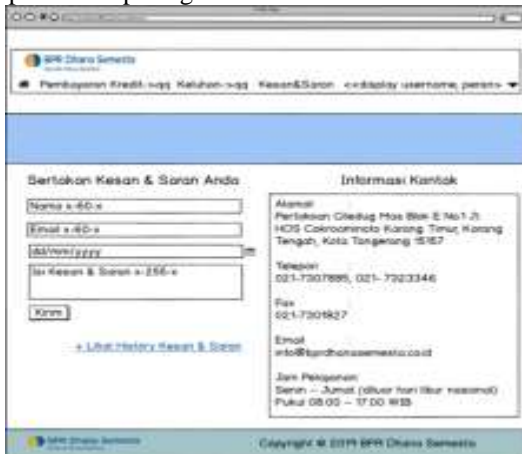
Rancangan layar menu entry keluhan dapat dilihat pada gambar 21.



Gambar 21. Rancangan Layar Entry Keluhan

4) Rancangan Layar Entry Kesan & Saran

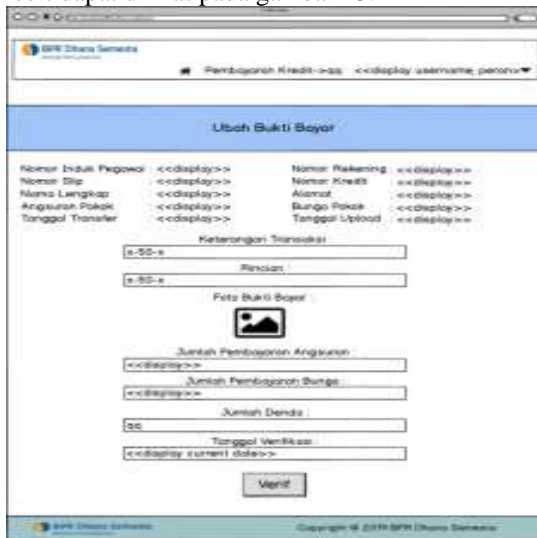
Rancangan layar menu *entry* kesan & saran dapat dilihat pada gambar 22.



Gambar 22. Rancangan Layar Entry Kesan & Saran

5) Rancangan Layar Verifikasi Pembayaran Kredit

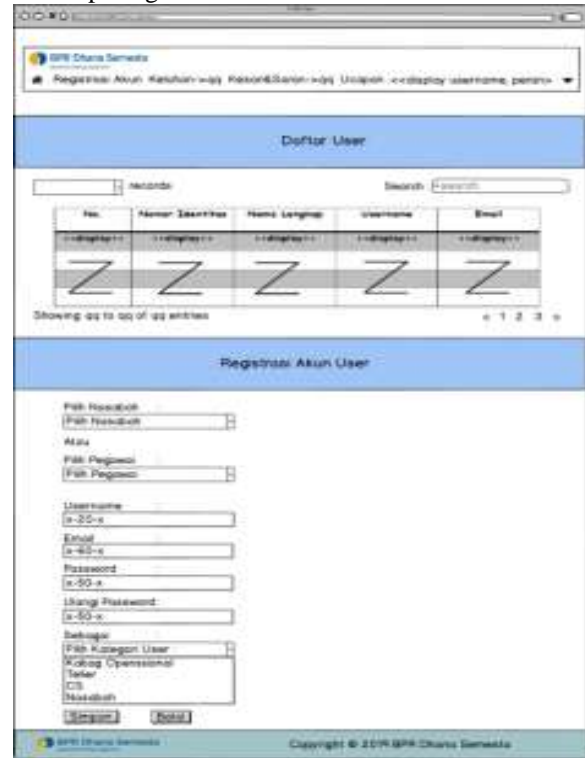
Rancangan layar menu verifikasi pembayaran kredit dapat dilihat pada gambar 23.



Gambar 23. Rancangan Layar Verifikasi Pembayaran Kredit

6) Rancangan Layar Registrasi User

Rancangan layar menu registrasi *user* dapat dilihat pada gambar 24.



Gambar 24. Rancangan Layar Registrasi User

7) Rancangan Layar Jawab Keluhan

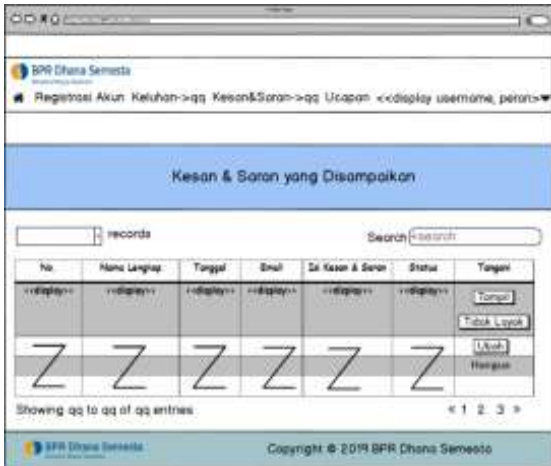
Rancangan layar menu jawab keluhan dapat dilihat pada gambar 25.



Gambar 25. Rancangan Layar Jawab Keluhan

8) Rancangan Layar Approve Kesan & Saran

Rancangan layar menu *approve* kesan & saran dapat dilihat pada gambar 26.



Gambar 26. Rancangan Layar Approve Kesan & Saran

9) Rancangan Layar Entry Ucapan

Rancangan layar menu entry ucapan dapat dilihat pada gambar 27.



Gambar 27. Rancangan Layar Entry Ucapan

10) Rancangan Layar Laporan

Rancangan layar menu laporan dapat dilihat pada gambar 28.



Gambar 28. Rancangan Layar Laporan

c. Korelasi Masalah dan Solusi

Tabel 4. Korelasi Masalah dan Solusi

No.	Masalah	Solusi
1.	Kurangnya penghargaan untuk nasabah lama.	- Laporan nasabah terbaik dilihat dari kelancaran membayar kredit dalam 6 bulan terakhir. - Kiriman ucapan hari besar kepada nasabah via sms.
2.	Belum ada wadah untuk melaporkan transaksi pembayaran kredit.	- Fitur <i>upload</i> bukti bayar. - Fitur <i>Teller</i> verifikasi pembayara kredit dari BPR.
3.	Belum ada rekam jejak terkait keluhan nasabah.	- Fitur nasabah memberikan keluhan. Nasabah dapat memberikan keluhan terhadap 4 kategori (Produk, Pelayanan, Keamanan dan Umum). - Fitur menanggapi keluhan nasabah untuk CS (Customer Service). - Laporan keluhan per bulan untuk Kabag Operasional.
4.	Belum adanya penilaian dari nasabah yang berpengalaman.	- Fitur nasabah memberikan kesan dan saran. - Fitur CS (Customer Service) <i>approve</i> kesan dan saran baik.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa untuk mempertahankan dan/ atau meningkatkan nasabah, maka penulis dapat membuat kesimpulan sebagai berikut:

- Dengan adanya rancangan Laporan Nasabah Kredit Terbaik, maka manajemen BPR Ciledug Dhana Semesta dapat mengambil keputusan untuk memberikan bonus serta ucapan menggunakan fitur Ucapan.
- Dengan adanya fitur *Upload* Bukti Bayar pada web membuat nasabah memiliki alternatif dalam pelaporan pembayaran angsuran selain mendatangi BPR Ciledug Dhana Semesta.
- Nasabah dapat menyampaikan keluhan melalui fitur *entry* keluhan dan *Customer Service* (CS) dapat menanggapi lewat fitur *entry* jawaban, maka nasabah dapat memiliki alternatif lain untuk menyampaikan keluhan dan mendapatkan jawaban dengan lebih cepat.
- Dengan adanya fitur menampilkan kesan & saran yang positif, maka BPR Ciledug Dhana Semesta dapat membangun citra perusahaan di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Fjermestad, J., & Robertson, N.C. *Electronic Customer Relationship Management*, New York: Routledge, 2015.
- Mousavi, S.B., Abu, B.A.H., Bambad, S. *Managing Towards Customer Satisfaction And Quality Relationship*, Singapore: Partridge, 2019.
- Sutariyani., Kunto, H., Sara, Adelya, N. *Electronic Customer Relationship Management (E-Crm) Pada RSU Assalam Gemolong*, *IJNS(Indonesian Journal of Network & Security)*, Vol. 6(2), pp. 43-48, 2017.
- Prasetyaningrum, P.T., Irya, W., Suyoto. *Pengembangan E-CRM pada Perbankan Berbasis Web 2.0 (Studi Kasus Bank BPD DIY Cabang Utama Yogyakarta)*. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi*, pp. 277-284, 2015.

- [5] Rosalina, V., & Nurhadiyan, T. Pemodelan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Pada Rumah Sakit, *PROSISKO*, Vol. 5(2), pp. 87-91. 2017.
- [6] Saeger, A.d. *Ishikawa Diagram*, Belgia: Lemaitre, 2015.