

## Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Bank CIMB Niaga Tbk Makassar

Michael Oktavianus<sup>1</sup>, Erni Marlina<sup>2</sup>, Kasmawaru<sup>3</sup>

STIMIK Dipanegara Makassar

Jalan Perintis Kemerdekaan Km. 9 Makassar, Telp. (0411) 587194 – Fax. (0411 588284)

e-mail : [michaeloktavianusdipa@gmail.com](mailto:michaeloktavianusdipa@gmail.com)<sup>1</sup>, [ernikadang755@gmail.com](mailto:ernikadang755@gmail.com)<sup>2</sup>,

[kasmawaruarafah@gmail.com](mailto:kasmawaruarafah@gmail.com)<sup>3</sup>

### Abstrak

*Dunia perbankan saat ini tidaklah sederhana dunia perbankan sepuluh tahun yang lalu. Menjamurnya banyak bank, diikuti dengan berbagai masalah merger dan akuisisi bank, membuktikan bahwa daya saing antar-bank di Indonesia masih sangat kecil. Hal ini bila diusut, akan menuntun kita pada satu faktor penting, diluar kekuatan modal, yang dibutuhkan untuk menghidupi bank tersebut ialah kepercayaan nasabah terhadap bank. Istilah Customer Relationship Management (CRM) bukan istilah baru di dunia bisnis, tak terkecuali perbankan. Fokus dari CRM adalah pelanggan yang dalam dunia perbankan berarti nasabah. Tujuannya adalah untuk memberikan kepuasan bagi nasabah. Dan akhir dari semuanya adalah dapat merangkul loyalitas nasabah. Sistem yang sedang berjalan sekarang ini masih menggunakan media telepon dan media ATM. Namun seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya volume data dengan jumlah nasabah yang semakin meningkat, mengakibatkan pencarian data/informasi terkadang terhambat akibat permintaan yang terlalu besar. Hasil pengujiannya didasarkan pada functional requirement menunjukkan keberhasilan. Sehingga dapat membantu dalam proses pelayanan dan hubungan baik antara pihak PT. Bank Niaga dan nasabah.*

**Kata kunci:** mak Customer Relationship Management, Perbankan

### Abstract

*The world of banking is not as simple as the world of banking ten years ago. The proliferation of many banks, followed by various problems of bank acquisition mergers, proves that the competitiveness of banks in Indonesia is still very small. If investigated, it will lead us to one important factor, beyond the power of capital, what is needed to support the bank is the customer's trust in the bank. The term customer relationship management (CRM) is not a new term in the business world, banking is no exception. The focus of CRM is customers who mean customers in the banking world for the customer. And the end of all is to be able to embrace customer loyalty. The current system is still using telephone and ATM media. But along with the times and the increasing volume of data with the increasing number of customers, the search for data/ information is sometimes hampered due to requests that are too large. The test results are based on the functional requirements showing success. So that the application that has been made in considered to be true and feasible to use.*

**Keywords:** Customer Relationship Management, Perbankan.

### 1. Pendahuluan

Konsep CRM menekankan pada pendekatan untuk membangun porto folio melalui jalinan bisnis yang terbentuk dengan pelanggan melalui interaksi, memberdayakan hubungan yang terbentuk, pembentukan jaringan, dan meningkatkan komunikasi dalam rangka menumbuhkan loyalitas pelanggan. CRM juga mengedepankan system kolaborasi antara perusahaan dengan pelanggan, dimana system ini tidak dimiliki oleh konsep pemasaran secara umum yang menekankan pada penggunaan media periklanan. CRM mengintegrasikan penjualan, pemasaran, dan strategi pelayanan untuk membangun koordinasi dan kolaborasi berbasis pengetahuan dengan pelanggan untuk kepentingan jangka panjang[1].

PT. Bank CIMB Niaga Tbk Makassar adalah sebuah bank yang berdiri pada tahun 1955. Saat ini PT. Bank CIMB Niaga Tbk Makassar, merupakan bank terbesar kelima di Indonesia dilihat dari sisi aset, dan diakui prestasi dan keunggulannya di bidang pelayanan nasabah dan pengembangan manajemen. Dengan bertambahnya pesaing yang semakin kompetitif pada perbankan PT. Bank CIMB Niaga Tbk Makassar berusaha meningkatkan mutu pelayanan masyarakat. Oleh karena itu perlu adanya usaha lain yang lebih spesifik yang harus dilaksanakan oleh perusahaan agar dapat memenuhi segala kebutuhan dan kegiatan konsumennya dibandingkan dengan apa yang diberikan oleh pesaingnya.

Membina hubungan dengan konsumen atau pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan karena konsumen merupakan aset yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan agar tetap eksis dalam industri. Perubahan keinginan dan kebutuhan konsumen harus secara aktif dapat ditangkap oleh perusahaan sebelum oleh para pesaingnya. Perusahaan yang berorientasi pada konsumen senantiasa selalu terus dan terus mencoba memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumennya agar konsumen tersebut menjadi loyal. PT Bank CIMB Niaga Tbk Makassar sebagai bank swasta diakui prestasinya dan keunggulannya dibidang pelayanan terhadap nasabah, namun proses yang berjalan masih menggunakan cara manual PT Bank CIMB Niaga Tbk Makassar belum memiliki atau menerapkan *Customer Relation Management (CRM)* yang memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam melayani kebutuhan pelanggannya sehingga proses untuk memahami dan pemenuhan kebutuhan yang diinginkan pelanggan masih kurang efektif dan efisien.

Secara garis besarnya alasan mengapa *CRM* dapat membangun loyalitas pelanggan adalah pertama, adanya perubahan paradigma yakni *product-driven company* menuju *consumer-driven company*. Kemudian kedua, pelanggan memiliki kebutuhan yang berbeda-beda sehingga perusahaan harus lebih peka terhadap segala keluhan. Ketiga, pelanggan adalah segalanya karena bila tidak ada konsumen maka tidak ada aktivitas bisnis pelanggan adalah segalanya karena bila tidak ada konsumen maka tidak ada aktivitas bisnis. Keempat, biaya untuk mendapatkan pelanggan jauh lebih besar dari pada biaya untuk mempertahankan pelanggan yang telah ada. Kelima, dalam *CRM* terdapat database yang menjadi senjata utama pelayanan dalam penyediaan informasi. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka penulis memilih judul “Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Bank CIMB Niaga Tbk Makassar”.

## 2. Metode Penelitian

### 2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian lapangandan penelitian pustaka. Di tempat penelitian, penulis melakukan wawancara dan observasi.

### 2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

- a. Penelitian dilakukan dengan proses tanya jawab dengan PT. Bank CIMB Niaga, Tbk Makassar yang berkompeten dan mengetahui permasalahan yang akan dibahas.
- b. Pengamatan langsung, yaitu teknik pengumpulan data dengan langsung melihat kegiatan yang berjalan pada PT. Bank CIMB Niaga, Tbk Makassar.
- c. Penelitian Pustaka, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai referensi-referensi serta literature-literatur dari berbagai sumber yang berhubungan dengan PT. Bank CIMB Niaga, Tbk Makassar.
- d. Pengambilan sampel, yaitu proses pengambilan data-data laporan nasabah secara manual yang ada di PT. Bank CIMB Niaga, Tbk Makassar.

### 2.3 Pengertian Customer Relationship Management

Menurut Kalakota dan Robinson (2001), *CRM* adalah fungsi terintegrasi strategi penjualan, pemasaran dan pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan pendapat dari kepuasan pelanggan[2]. Kerangka komponen *CRM* diklasifikasikan menjadi tiga yaitu: [

- a. Operasional *CRM*  
*CRM* operasional dikenal sebagai front office perusahaan. Aplikasi *CRM* ini berperan dalam interaksi dengan pelanggan. *CRM* operasional mencakup proses otomatisasi yang terintegrasi dari keseluruhan proses bisnis, seperti otomatisasi pemasaran, dan pelayanan. Salah satu penerapan *CRM* yang termasuk dalam kategori operasional *CRM* adalah dalam bentuk aplikasi web. Melalui web, suatu perusahaan dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan
- b. Analitikal *CRM*

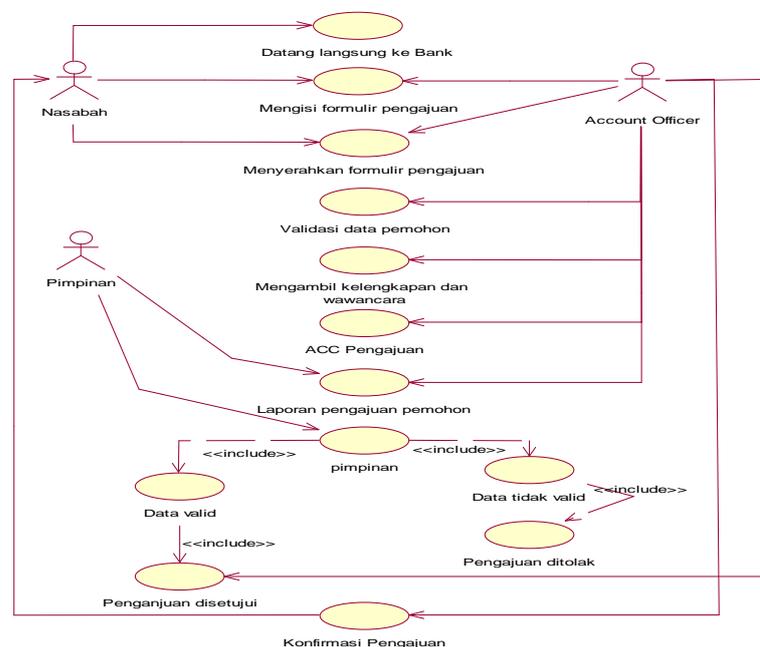
CRM analitik dikenal sebagai back office perusahaan. Aplikasi CRM ini berperan dalam memahami kebutuhan pelanggan. CRM analitik berperan dalam melaksanakan analisis pelanggan dan pasar, seperti analisis trend pasar dan analisis perilaku pelanggan. Data yang digunakan pada CRM analitik adalah data yang berasal dari CRM operasional.

c. Collaborative CRM

Aplikasi kolaborasi yang meliputi *e-mail*, *personalized publishing*, *e-communities*, dan sejenisnya yang dirancang untuk interaksi antara pelanggan dan organisasi. Tujuan utamanya adalah menyemangati dan menyebarkan loyalitas pelanggan ke pelanggan lain yang masih belum berada di level kesetiaan pelanggan. Collaborative CRM juga mencakup pemahaman atau kesadaran bahwa pelanggan yang setia dapat menjadi magnet bagi pelanggan lain.

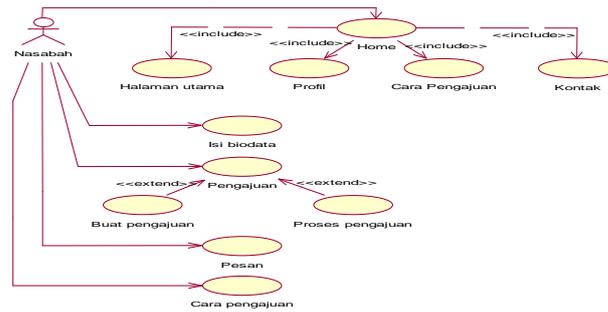
3. Hasil dan Pembahasan

Sebuah Use Case mempresentasikan sebuah interaksi antara actor dengan sistem, Use Case Diagram menggambarkan fungsionalitas yang diharapkan dari sebuah system[3]. Yang di tentukan adalah “apa” yang di perbuat sistem dan bukan “bagaimana”.



Gambar 1. Use Case Diagram Berjalan

Pada use case Diagram yang berjalan ini nasabah langsung datang ke bank melakukan komunikasi dengan Account officer kemudian Account officer memberikan formulir pengajuan kredit untuk diisi, setelah itu nasabah mengembalikan formulir yang telah diisi ke Account Officer untuk divalidasi serta mengambil kelengkapan berkas pendukung dan melakukan wawancara terhadap nasabah, setelah itu account officer memeriksa kelayakan berkas dan membuat laporan pengajuan permohonan setelah itu pimpinan melihat laporan pengajuan pemohon serta menolak atau menyetujui permohonan dari nasabah. Setelah itu Account officer akan menkonfirmasi ke nasabah apakah permohonan disetujui atau di tolak.

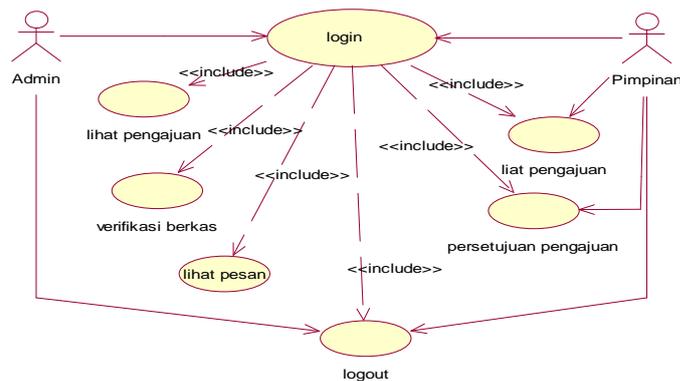


Gambar 2. Use Case Diagram Admin

Berdasarkan gambar 3.2 Use Case Diagram pada calon nasabah yang diusulkan terdapat:

1. 1 (satu) system yang mencakup kegiatan sistem pengajuan kredit.
2. 1 (satu) actor yang melakukan di dalam sistem.
3. 11 (sebelas) use case yang dilakukan oleh actor.

Pada use case sistem yang diusulkan untuk calon nasabah pertama-tama nasabah mengakses halaman web masuk ke home mengakses halaman utama, melihat profil perusahaan melihat cara pengajuan kredit dan melihat kontak person. Setelah itu nasabah mengisi biodata kemudian mengusulkan pengajuan kredit dan selanjutnya diproses.

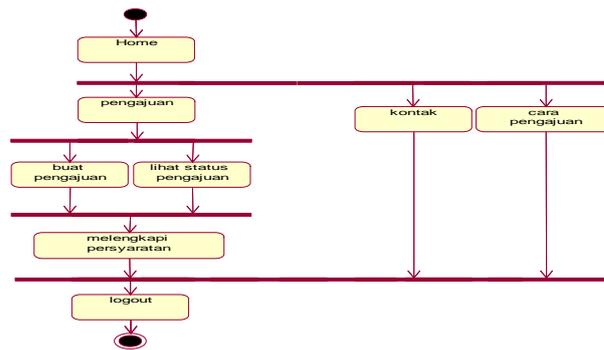


Gambar 3. Use Case Diagram Pimpinan

Berdasarkan Gambar 3.3 Use Case Diagram pada Admin dan Pimpinan yang diusulkan terdapat:

1. 1 (satu) system yang berada pada sistem pengajuan kredit.
2. 2 (dua) actor yang melakukan kegiatan pada sistem.
3. 6 (enam) use case yang dilakukan oleh actor.
4. 1 (satu) include yang meliputi login.

Pada gambar use case diagram yang diusulkan untuk admin dan pimpinan yaitu admin melakukan login terlebih dahulu kemudian melihat pengajuan pemohon menverifikasi berkas serta melihat pesan-pesan yang lain dan melakukan logout untuk keluar dari aplikasi. Untuk Pimpinan yang dilakukan pada sistem yaitu melakukan login melihat pengajuan serta menyetujui pengajuan kredit dari nasabah.

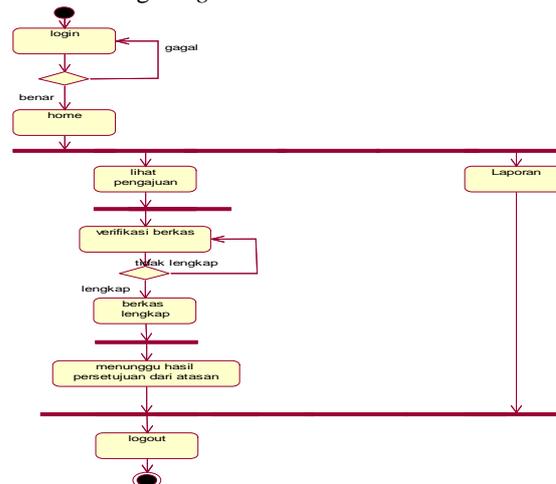


Gambar 4. Activity Diagram Pada Calon Nasabah

Berdasarkan Gambar 3.4 Activity Diagram pada Calon Nasabah yang diusulkan terdapat:

1. 1 (satu) *initial node*, sebagai awal objek.
2. 1 (satu) *decision node*.
3. 5 (lima) *action* dari sistem yang mencerminkan eksekusi dari suatu aksi.
4. 2 (dua) *fork node* dari sistem yang mencerminkan penggabungan *action*.
5. 1 (satu) *final node*, sebagai objek yang diakhiri.

Satu *initial node*, sebagai awal objek yaitu sebelum *home*, kemudian satu *decision node* yaitu *home* dan lima *action* dari sistem yang mencerminkan eksekusi dari suatu aksi yaitu menu *pengajuan*, *buat pengajuan*, *lihat status pengajuan*, *melengkapi persyaratan*. Selanjutnya dua *node* dari sistem yang mencerminkan penggabungan *action* yaitu *kontak* dan *cara pengajuan*. Setelah itu satu *final node*, sebagai objek yang diakhiri sebagai *logout*.

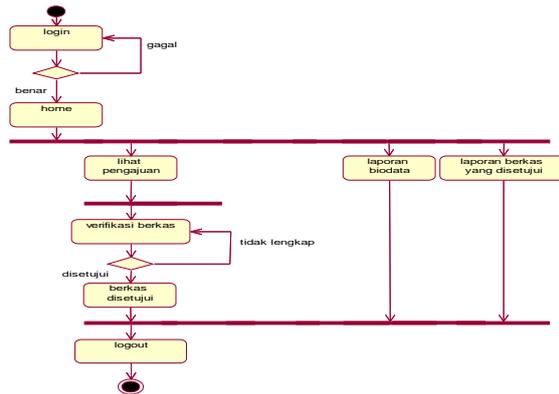


Gambar 5. Activity Diagram admin

Berdasarkan Gambar 3.4 Activity Diagram pada Admin yang diusulkan terdapat:

1. 1 (satu) *initial node*, sebagai awal objek.
2. 5 (lima) *action* dari sistem yang mencerminkan eksekusi dari suatu aksi.
3. 2 (dua) *fork node* dari sistem yang mencerminkan penggabungan *action*.
4. 1 (satu) *final node*, sebagai objek yang diakhiri.

Satu *initial node* sebagai awal objek yaitu *login* kemudian lima *action* dari sistem yang mencerminkan eksekusi dari suatu aksi yaitu *home*, *lihat pengajuan*, *verifikasi berkas*, *berkas lengkap*, *menunggu hasil persetujuan dari atasan*. Dua *fork node* dari sistem yang mencerminkan penggabungan *action* yaitu *lihat pengajuan* dan *laporan*, satu *final node*, sebagai objek yang diakhiri dengan *logout*.

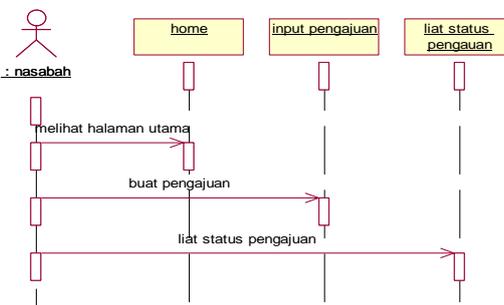


Gambar 6. Activity Diagram Pada Pimpinan

Berdasarkan gambar 3.5 Activity Diagram pada Pimpinan yang diusulkan terdapat:

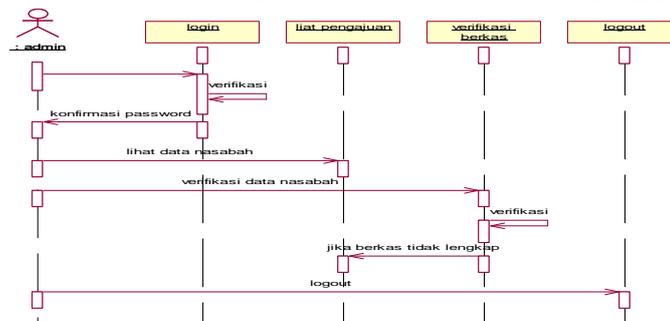
1. 1 (satu) *initial node*, sebagai awal objek.
2. 1 (satu) *decision node*.
3. 4 (empat) *action* dari sistem yang mencerminkan eksekusi dari suatu aksi.
4. 1 (satu) *fork node* dari sistem yang mencerminkan penggabungan *action*.
5. 1 (satu) *final node*, sebagai objek yang diakhiri

Satu *initial node*, sebagai awal objek yaitu *login*, satu *decision node* sebagai *home* empat *action* dari sistem yang mencerminkan eksekusi dari suatu aksi yang terdiri dari lihat pengajuan, laporan biodata, laporan berkas yang disetujui verifikasi berkas dan satu *fork node* dari sistem yang mencerminkan penggabungan *action* yaitu berkas disetujui serta satu *final node*, sebagai objek yang diakhiri *logout*.



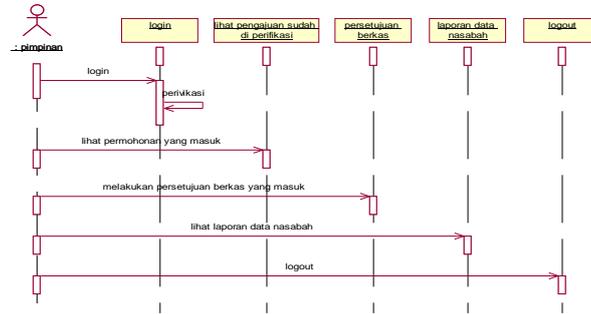
Gambar 7. Sequence Diagram Nasabah

Pada *Sequence Diagram* Nasabah diatas terlihat bahwa nasabah untuk melihat halaman utama nasabah masuk ke menu *home* kemudian untuk membuat pengajuan nasabah masuk ke menu input pengajuan dan untuk melihat status nasabah dapat masuk ke menu lihat status pengajuan.



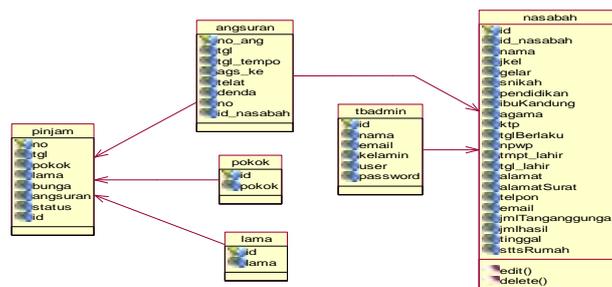
Gambar 8. Sequence Diagram Admin

Pada *Sequence Diagram* Admin pertama admin melakukan login kemudian proses verifikasi untuk konfirmasi *password* setelah itu untuk melihat data nasabah admin masuk ke menu liat pengajuan dan menveifikasi berkas lewat menu verifikasi berkas.



Gambar 9. *Sequence Diagram* Pimpinan

Pada *Sequence Diagram* pimpinan pertama pimpinan melakukan *login*, untuk melihat permohonan masuk pimpinan dapat masuk ke menu lihat pengajuan serta untuk melakukan persetujuan berkas yang masuk pimpinan dapat masuk ke menu persetujuan berkas dan untuk melihat laporan data nasabah pimpinan dapat masuk ke menu laporan data nasabah.



Gambar 10. *Class Diagram* Sistem Yang diusulkan

*Class diagram* yang diusulkan terdiri dari tabel *pinjam*, tabel *angsuran*, tabel *pokok*, tabel *lama*, tabel *admin* dan tabel *nasabah*, dimana tabel *pinjam* terkoneksi dengan tiga tabel yaitu tabel *angsuran*, tabel *pokok*, tabel *lama*, untuk tabel *angsuran* terkoneksi ke dua tabel yaitu tabel *pinjam* serta tabel *nasabah* dan tabel *nasabah* terkoneksi antara dua tabel yaitu tabel *angsuran* dan tabel *admin*.

3.1 Input Data Nasabah



Gambar 11. Input Data Nasabah

Pada form ini data nasabah berupa nomor identitas, nama nasabah, alamat, telepon, jenis kelamin akan dimasukkan oleh user. Setelah semua data terisi selanjutnya ditekan tombol *save* untuk menyimpan data nasabah yang telah diinputkan.

3.2 Input Data Pinjaman

Form ini berisi data pinjaman yang akan dipilih oleh user beserta jangka waktu pelunasan cicilannya. User akan menginputkan berapa jumlah yang akan dipinjamnya kemudian dapat memilih



3.5 Laporan Pinjaman



Gambar 15. Laporan Pinjaman

Form ini berisi pinjaman nasabah yang telah diinputkan melalui form peminjaman nasabah. Dan untuk melihat detail pinjaman yang dipilih oleh nasabah maka admin dapat melakukan *double click* pada nama atau id dari peminjam. Adapun detail peminjamannya termasuk jumlah pinjaman dan tenor cicilannya dapat dilihat pada tampilan form ini.

3.6 Tampilan Laporan Dengan Menggunakan *Google Chrome*



Gambar 16. Tampilan Laporan Dengan *Google Chrome*

Form ini menampilkan form tampilan ketika aplikasi ini diakses melalui *google chrome*.. Pada form ini terdapat juga tab untuk memilih sebuah proses atau tindakan. Setelah data nasabah diinputkan maka form yang akan tampil melalui *google chrome*.

3.7 Tampilan Laporan Dengan Menggunakan *Mozilla Firefox*



Gambar 17. Tampilan Laporan Dengan *Mozilla Firefox*

Gambar 3.16 menampilkan form tampilan ketika aplikasi ini diakses melalui *Mozilla firefox*. Pada form ini terdapat juga tab untuk memilih sebuah proses atau tindakan. Setelah data nasabah diinputkan maka form yang akan tampil melalui *Mozilla firefox* seperti yang terlihat pada gambar 3.16 tersebut.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pengujian yang didasarkan pada *functional requirement* menunjukkan keberhasilan. Sehingga aplikasi yang telah dibuat ini dianggap dapat dikatakan benar dan layak untuk digunakan.

#### Daftar Pustaka

##### Journal:

- [1] Gautama. Relationship Marketing Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam CRM Untuk Menenangkan Persaingan Bisnis. *Jurnal Universitas Islam Indoensia*. 2015; 1907-848X. Vol. 2, Hal 31-40.
- [2] Ovi D. Penerapan Customer Relatinship Management Berbasis Web. *Jurnal Sistem Informasi*. 2013; 2085-1588. Vol 4, No. 2, Hal. 516-529.
- [3] Wijayanti. Pengembangan CRM Berbasis Web Pada Griya Muslim Flora. *Jurnal Sistem Informasi*. 2016; 2085-1588. Vol 1, No.1, Hal. 89-102..

##### Proceeding:

- [1] Eko K, Dewi A. *Mobile Banking: A Customer Relationship Management Channel*. Seminar Nasional Informatika. Malang-Jawa Timur. 2015; vol. 1 no. 2: 110-121.
- [2] Mira Susanti. *Pemanfaatan E-Commerce Untuk Mendukung UMKM Dalam Pemasaran*. Seminar Nasional Sistem Informasi Dan Teknologi. Padang. 2017; vol. 1 no.2: 201-208.
- [3] Nugraha, Witanti. *Pembangunan Sistem Customer Relationship Management Pada PT. Central Georgette Nusantara*. Seminar Nasional Teknologi Dan Informatika. Kudus-Jawa Tengan. 2017; vol. 3 no.2: 431-438.
- [4] Tisa Yulia, Masnawati. *Sistem Informasi CRM Dengan Penambahan Fitur Peramalan Tingkat Customer Complain Menggunakan Metode Single Exponential*. Seminar Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi. Balikpapan. 2017; vol. 2 No. 2: 96-105.
- [5] Vidilia Rosalina. *Rancang Bangun CRM Pada Perusahaan Petrokimia Menggunakan Object Oriented Analysis And Design (OOAD)*. Seminar Nasional Dan Pengabdian Pada Masyarakat. Bandung. 2014; vol. 4 No.1: 277-282.

##### Buku:

- [1] Barnes, James G. *Secret of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: Andi, 2010.
- [2] Kristanto, Andri. *Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Gava Media, 2011.
- [3] Whitten Jeffery L. *Management Information System*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014.