I. BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penggunaan teknologi web bukan menjadi hal baru dalam mendukung berbagai aktivitas pada ruang lingkup bisnis. Pada penelitian yang dilakukan oleh Constantinides dan Fountain (2008) membahas konsep dasar web serta peranannya dalam strategipemasaran untuk kegiatan bisnis. 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.Menurut Berson et al(2000) berpendapat mengidentifikasi CRM dapat mempertimbangkan model-model CRM. Model-model tersebut yaitu *operational CRM*, *analytical CRM* dan *collaborative CRM* (Berson, Smiith, & Thearling, 2000).

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 managemen konten yang lebih baik. Teknologi web yang berorientasi pada pengguna serta mendukung kolaborasi antar pengguna web merupakan teknologi

yang tepat untuk diterapkan pada perbankan guna pengembangan aplikasi E-CRM(Aghaei, Nematbakhsh, & H, 2012). Social CRM sebagai strategi bisnis yang dirancang untuk melibatkan pelanggan dalam kolaboratif percakapan dalam rangka untuk memberikan nilai yang saling menguntungkan dalam lingkungan bisnis terpercaya dan transparan(P.Grenberg, 2009).

Bank BPD DIY merupakan perusahaan perbankan milik daerah yang mempunyai 6 Kantor Cabang yaitu Cabang Utama, Cabang Wonosari, Cabang Wates, Cabang Bantul, Cabang Sleman, dan Cabang Senopati. BPD DIY Kantor Cabang Utama yang terletak di daerah perkotaan merupakan Cabang mempunyai area pemasaran di wilayah kota Yogyakarta. BPD DIY Kantor Cabang utama mempunyai jumlah nasabah 64.863 dan mempunyai jumlah karyawan 107 pegawai. Bank BPD DIY berusaha untuk mewujudkan terpenuhinya kebutuhan masyarakat khususnya di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta akan jasa perbankan maupun jasa keuangan lainnya serta strategi bisnis guna mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Pertumbuhan jumlah nasabah pada Bank BPD DIY cabang utama dari tahun 2013 sampai dengan 2014 sejumlah 4.3%. dan ada pengurangan jumlah rekening dibawah 1%. Dari hasil pengamatan dan wawancara Bank BPD DIY ditemukan bahwa SI/TI yang diterapkan saat ini belum sepenuhnya mendukung strategi dalam mewujudkan visi menjadi *Regional Champion* yakni menjadi bank terkemuka di daerah melalui produk dan layanan kompetitif dengan jaringan luas yang dikelola secara profesional dalam rangka mendukung pertumbuhan ekonomi regional. Oleh sebab itu Bank BPD DIY dituntut untuk mengutamakan kualitas pelayanan pada nasabah.

Sektor perbankan sebagai salah satu sektor dalam bidang jasa keuangan yang mengandalkan nasabah sebagai aset organisasi dalam meraih keuntungan tentu tidak dapat dipisahkan dari keberadaan CRM (Aghaei, Nematbakhsh, & H, 2012). Fungsi CRM sebagai sarana perekat hubungan antara perusahaan dan pelanggan sangat membantu perbankan dalam menjaga, memelihara, maupun menguatkan relasinya dengan nasabah potensial (Ahuja & Medury, 2010). Keberadaan nasabah perbankan khususnya nasabah Bank BPD DIY yang tersebar di sejumlah daerah mendorong penerapan CRM dilakukan melalui cara yang lebih modern dan efisien dengan memanfaatkan teknologi yang telah ada. Internet merupakan salah satu teknologi yang pertumbuhannya sangat pesat terutama untuk social media. Dalam hal ini terlihat bahwa Indonesia merupakan negara dengan pengakses facebook terbanyak kedua di dunia. Sebanyak 39.204.200 akun facebook yang dibuat oleh penduduk Indonesia dan 23,5 juta penduduk Indonesia menyatakan pernah mengakses internet selama tiga bulan terakhir. Berarti 1 dari 10 penduduk Indonesia adalah pengguna internet untuk social media seperti facebook, twitter dan lain-lain (BPS, 2010). Kota Yogyakarta merupakan wilayah di Indonesia yang terbuka (*welcome*) dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi (TIK). Dalam pandangan umum masyarakat Indonesia sudah mengenal Yogyakarta sebagai kota pelajar atau kota pendidikan, di mana banyak lembaga pendidikan khususnya universitas ataupun perguruan tinggi baik negeri maupun swasta menggunakan internet untuk social media guna menggali informasi yang menunjang aktivitasnya (Wahyuningsih, 2013). Pertumbuhan pengguna internet sangat pesat di Yogyakarta. Bank BPD DIY Cabang

Utama yang terletak di pusat kota hiburan dan jasa pendidikan mempunyai nasabah yang menggunakan internet sebesar 93%. Maka Bank BPD DIY berencana meningkatkan layanan dengan memanfaatkan internet sebagai media untuk lebih mempererat hubungan dengan nasabah. 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 social CRM. Sosial CRM dirancang untuk melibatkan pelanggan dalam kolaboratif percakapan dalam rangka untuk memberikan nilai yang saling menguntungkan dalam lingkungan bisnis terpercaya dan transparan (P.Grenberg, 2009). Dengan menggabungkan fitur jaringan sosial, bermaksud untuk menganalisa perilaku Social CRM penerima dan pengguna oleh bisnis, serta pelanggan (Askool, 2010). Hal ini menjadi salah satu latar belakang penelitian ini.

Pada penelitian ini, akan dibahas mengenai teknologi web 2.0 dalam kaitannya dengan pengembangan E-CRM 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 mengembangkan E-CRM yang efektif serta mampu memberikan dampak positif dalam mendukung implementasi strategi pemasaran bisnis pada perbankan.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana melakukan analisis dan perancangan suatu sistem E-CRM dengan memanfaatkan web dan model CRM untuk mendukung rencana strategi bisnis pada Bank BPD DIY.
2. Bagaimana membuat prototype perangkat lunak untuk pengembangan E-CRM pada Bank BPD DIY .

C. Batasan Masalah

Batasan masalah yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. Proses pengembangan E-CRM dalam penelitian tesis ini akan dibatasi hanya sampai pada level analisis dan perancangan prototipe.
2. Pengembangan E-CRM dalam penelitian ini dibatasi pada perbankan Indonesia dengan secara spesifik mengambil studi kasus pada Bank BPD DIY Cabang Utama.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi beberapa hal sebagai berikut:

1. Melakukan analisis dan pengembangan suatu sistem E-CRM dengan menerapkan serta menggabungkan konsep teknologi web dan model CRM untuk mendukung strategi bisnis pada Bank BPD DIY.

2. Melakukan pembuatan prototype perangkat lunak untuk pengembangan E-CRM pada Bank BPD DIY.

E. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ni diharapkan akan dapat dimanfaatkan untuk:

1. Membantu perbankan secara umum dan Bank BPDDIY secara khusus dalam membangun sistem E-CRM untuk menjalin relasi dengan nasabah melalui pemanfaatan teknologi web
2. Mengenalkan pendekatan yang berbeda dalam menjalin hubungan relasi dengan nasabah khususnya dalam mengenai pengaduan nasabah melalui *social web*.