

LAPORAN TUGAS AKHIR

Customer Relationship Management

Sistem Informasi - Universitas Indonesia



Analisis Praktik CRM pada PT. Bank Central Asia,
Tbk (BCA) - Cinere

Kelompok B16

Aurora Putri Kumala Bakti - 2006597323

David Johan Hasiholan Parhusip - 2006221148

Muhammad Rafi Atha Zhafran - 20006597456

Anggota kami



Aurora Putri Kumala Bakti
2006597323



David Johan Hasiholan Parhusip
2006221148



Muhammad Rafi Atha Zhafran
20006597456

Table of Content

1

Profil PT Bank Central
Asia

2

Metode Penelitian

3

Pembahasan Penelitian

4

Kesimpulan & Saran



Profil PT Bank Cetral Asia

Profil PT Bank Central Asia



1955

Berdiri dengan nama
N.V. Perseroan Dagang
dan Industrie
Semarang Knitting
Factory

1956

Bank BCA mulai
beroperasi di
bidang
perbankan

2000

Penawaran
perdana Bank BCA
di Bursa Efek
Indonesia

Profil PT Bank Central Asia



Bank BCA telah lama menerapkan CRM sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan kepuasan hingga tingkat loyalitas para nasabah. Penerapan CRM yang dilakukan oleh BCA dilakukan di seluruh instansi BCA yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia, salah satunya di BCA KCP Bukit - Cinere Indah.

Penerapan CRM yang dilakukan oleh BCA tidak hanya bertujuan untuk mempertahankan nasabahnya saat ini, namun juga untuk menarik para calon nasabah sehingga mereka dapat mulai bertransaksi dan menjalin kerjasama dengan Bank BCA. Kedepannya Bank BCA akan terus berinovasi dengan memanfaatkan beragam perangkat teknologi digital untuk memperkuat customer experience dan meningkatkan efisiensi operasional di setiap cabangnya.

Media atau Touchpoint yang digunakan!

Website dan Aplikasi mobile Bank BCA

Website dan aplikasi mobile Bank BCA dapat memenuhi kebutuhan dasar nasabah dalam hal perbankan seperti melihat saldo, melakukan transfer baik antar rekening ataupun antar bank, melakukan blokir kartu, dan melakukan pembayaran online.

Aplikasi HaloBCA

Aplikasi HaloBCA merupakan aplikasi berbasis mobile yang dapat diunduh oleh nasabah BCA atau non-nasabah BCA pada perangkat mobile untuk menghubungi Halo BCA secara online melalui Voice over Internet Protocol (VoIP) call, email, chat, dan media sosial.

Media atau Touchpoint yang digunakan!

BCA Kantor Cabang Pembantu (KCP)

BCA KCP merupakan kantor cabang yang berfungsi untuk membantu nasabah dalam melakukan kegiatan bertransaksi maupun kegiatan lainnya yang berhubungan dengan proses bisnis BCA secara keseluruhan dengan fokus terhadap nasabah yang ada pada wilayah KCP tersebut.

Media Sosial

Dalam melakukan promosi dan berinteraksi dengan pelanggan, Bank BCA menggunakan media sosial Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, dan Youtube. Selain itu, sosial media dapat meningkatkan efisiensi perusahaan dengan mengurangi beban biaya komunikasi dan mengurangi biaya riset pasar pada Bank BCA

Media atau Touchpoint yang digunakan!

Call Center dan Email

Bank BCA memiliki fitur bernama HaloBCA yang bertindak sebagai email dan hotline aktif utama untuk menangani informasi seputar BCA dan pengajuan komplain serta saran dari nasabah. Keduanya, baik email maupun hotline, bisa hubungi kapanpun dan dimanapun selama 24 jam. Hotline HaloBCA juga memiliki keunggulan lainnya seperti memiliki akses dengan dua bahasa.



Metode Penelitian

Langkah Penelitian

Dilakukan untuk memperoleh data permasalahan penelitian yang maksimal.

01.

Mencari Sumber Literatur

dilakukan beberapa kajian teoritis terhadap pengertian CRM dan komponen di dalamnya

Hal ini dilakukan agar membentuk dan menguatkan landasan dasar Penulis terhadap praktik CRM pada perusahaan



02.

Memahami Artikel Sebelumnya

dilakukan beberapa kajian dan analisis terhadap artikel terkait BCA khususnya praktik CRM sebelumnya

Hal ini dilakukan dengan mencari sumber pada internet. Harapannya dengan melakukan analisis terhadap artikel sebelumnya, Penulis dapat menemukan beberapa research gap dan calon permasalahan CRM pada BCA untuk kemudian dapat divalidasi kembali kepada pihak BCA

Langkah Penelitian

Dilakukan untuk memperoleh data permasalahan penelitian yang maksimal.

03.

Menentukan Calon Permasalahan

dilakukan penentuan list calon permasalahan yang Penulis temukan berdasarkan langkah sebelumnya terkait CRM BCA

Langkah ini dilakukan untuk membuat sebuah gambaran yang nantinya akan divalidasi pada langkah selanjutnya

04.

Memvalidasi Calon Permasalahan yang diangkat

dilakukan validasi terhadap calon permasalahan yang telah ditentukan pada langkah sebelumnya. Validasi tersebut dilakukan hingga calon permasalahan menjadi permasalahan akhir yang akan diangkat pada penelitian

Validasi ini dilakukan bersama dengan pihak BCA KCP - Bukit Cinere Indah sebagai langkah penutup dalam rangka Penulis menentukan data permasalahan yang akan diangkat pada penelitian

Metodologi Penelitian

Kualitatif

Studi Literatur

1

- Membaca kajian-kajian teori terkait pengertian dan komponen CRM
- Membaca artikel sebelumnya terkait CRM pada BCA untuk menganalisis *research gap*

Wawancara

2

- Melakukan validasi pemahaman yang telah kita dapatkan pada studi literatur sekaligus mengumpulkan data permasalahan terhadap praktik CRM pada BCA khususnya BCA KCP - Bukit Cinere Indah

[illegible]

Dokumentasi Wawancara



Tantangan Penelitian

01

Mendapatkan ketersediaan waktu dan informasi perusahaan dari narasumber

02

Terdapat istilah-istilah yang tidak dipahami oleh narasumber terkait *customer relationship management*



Pembahasan Penelitian

CRM Strategies

Customer Acquisition

- Menawarkan secara langsung kepada calon nasabah pada lokasi tertentu
- Mendatangi calon nasabah
- Ikut serta pada event yang berpotensi mendapatkan nasabah baru
- Mendigitalisasi pendaftaran
- Mendatangi institusi-institusi pendidikan, seperti kampus dan SMA

Customer Retention

- Melakukan *customer engagement* baik menggunakan kanal telepon, *whatsapp*, atau dengan mengajak berbincang nasabah
- Menyelenggarakan kegiatan untuk menjalin kedekatan dengan nasabah, seperti nonton bersama dengan nasabah dan gathering dengan nasabah
- Melayani nasabah dengan maksimal
- Mendekatkan diri dengan nasabah
- Mencoba untuk akrab dengan selalu menyebutkan nama nasabah
- Menenangkan nasabah apabila nasabah memiliki persoalan atau komplain
- Membantu menyelesaikan masalah nasabah.

CRM Strategies

Customer Development

- Memiliki tim khusus yang terdiri dari tim marketing untuk menggali lebih dalam lagi kebutuhan nasabah dan masalah yang dimiliki oleh nasabah
- Melakukan pendekatan informal dengan cara mengajak berbicara berbagai topik dengan nasabah
- Mengolah data-data transaksi yang ada menjadi suatu insight baru untuk menghasilkan deskripsi kebutuhan yang dimiliki nasabah
- Menyediakan berbagai suggestion terkait produk-produk yang akan ditawarkan pada nasabah

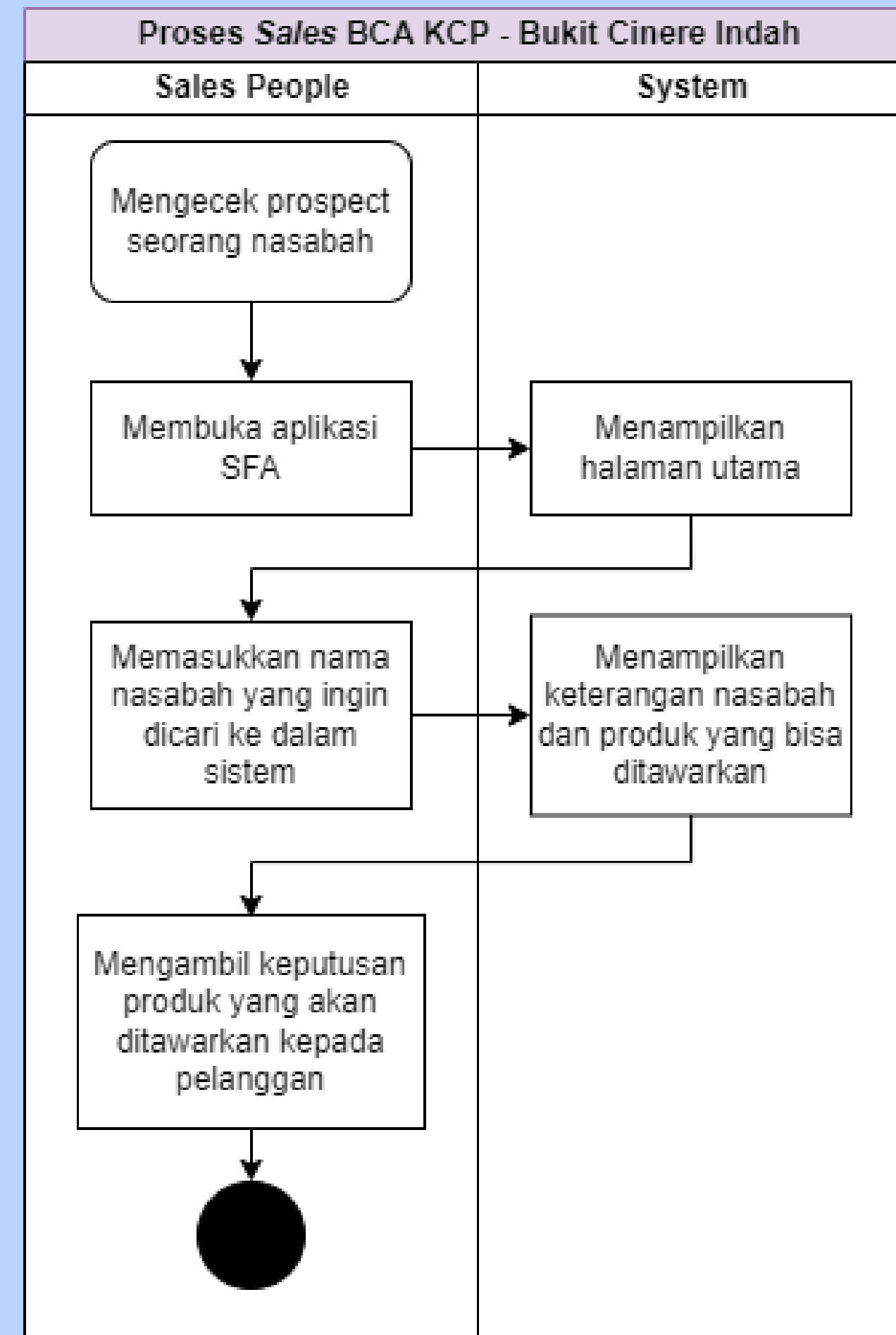
Customer Experience

- Memberikan pelatihan kepada seluruh pegawai BCA KCP - Bukit Cinere Indah
- Merespon segala bentuk komplain ataupun masalah dari nasabah dengan cepat.
- Membantu menenangkan secara emosional ketika nasabah yang datang sedang dalam keadaan kecewa ataupun kesal karena masalah yang dihadapinya

CRM Operasional

Sales

Upaya otomatisasi (teknologi) untuk proses penjualan pada perusahaan. BCA memiliki aplikasi yang bisa menentukan potensi seorang nasabah. Aplikasi ini jika dikaitkan dengan SFA atau *Sales Force Automation* akan cocok dengan kategori *contact management* atau *lead management*. Aplikasi ini hanya membutuhkan nama nasabah yang ingin dicari di dalam sistem, yang tentu sebelumnya sudah terdaftar, untuk memberikan rincian terkait potensi produk yang bisa ditawarkan kepada nasabah tersebut

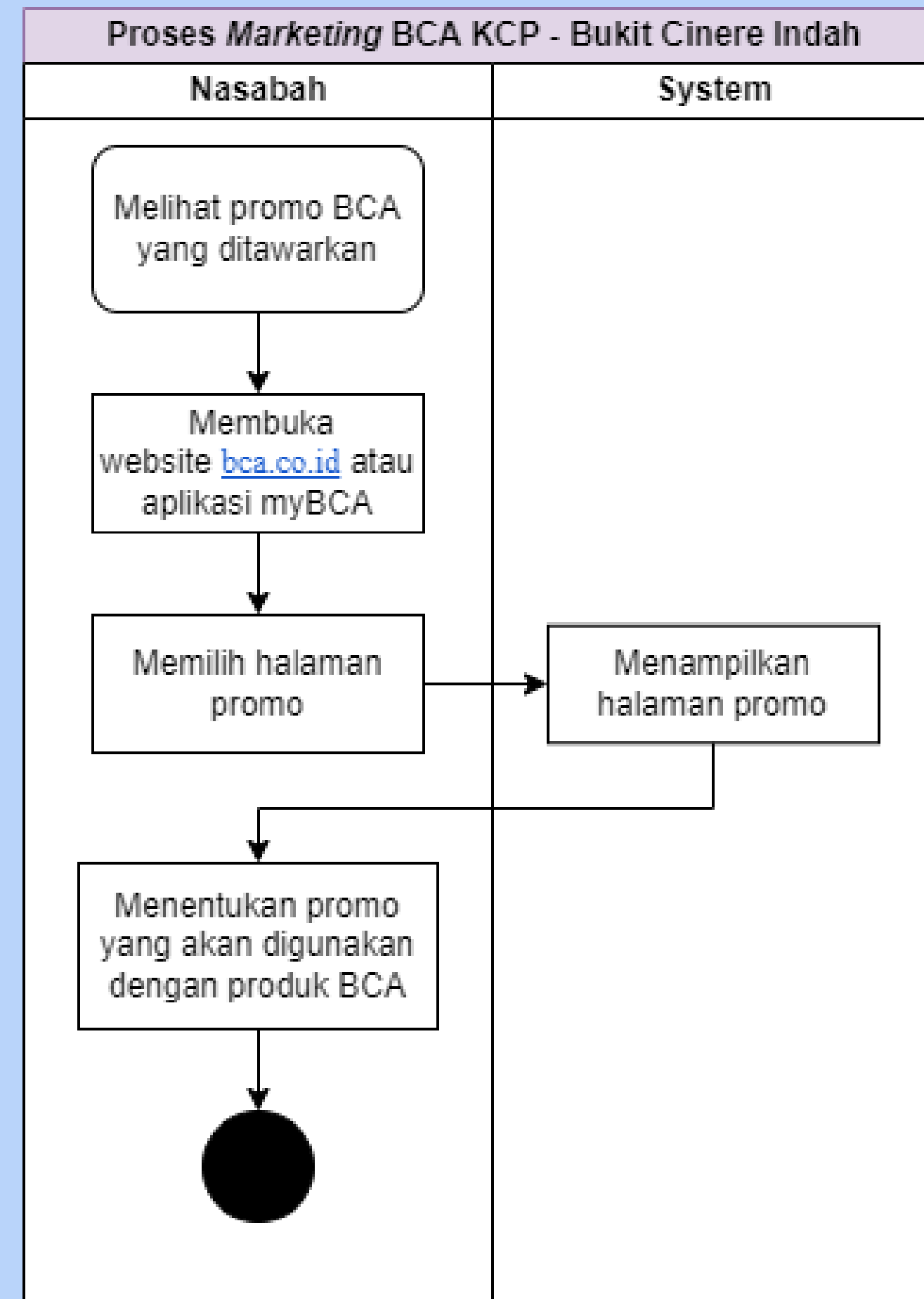


CRM

Operasional

Marketing

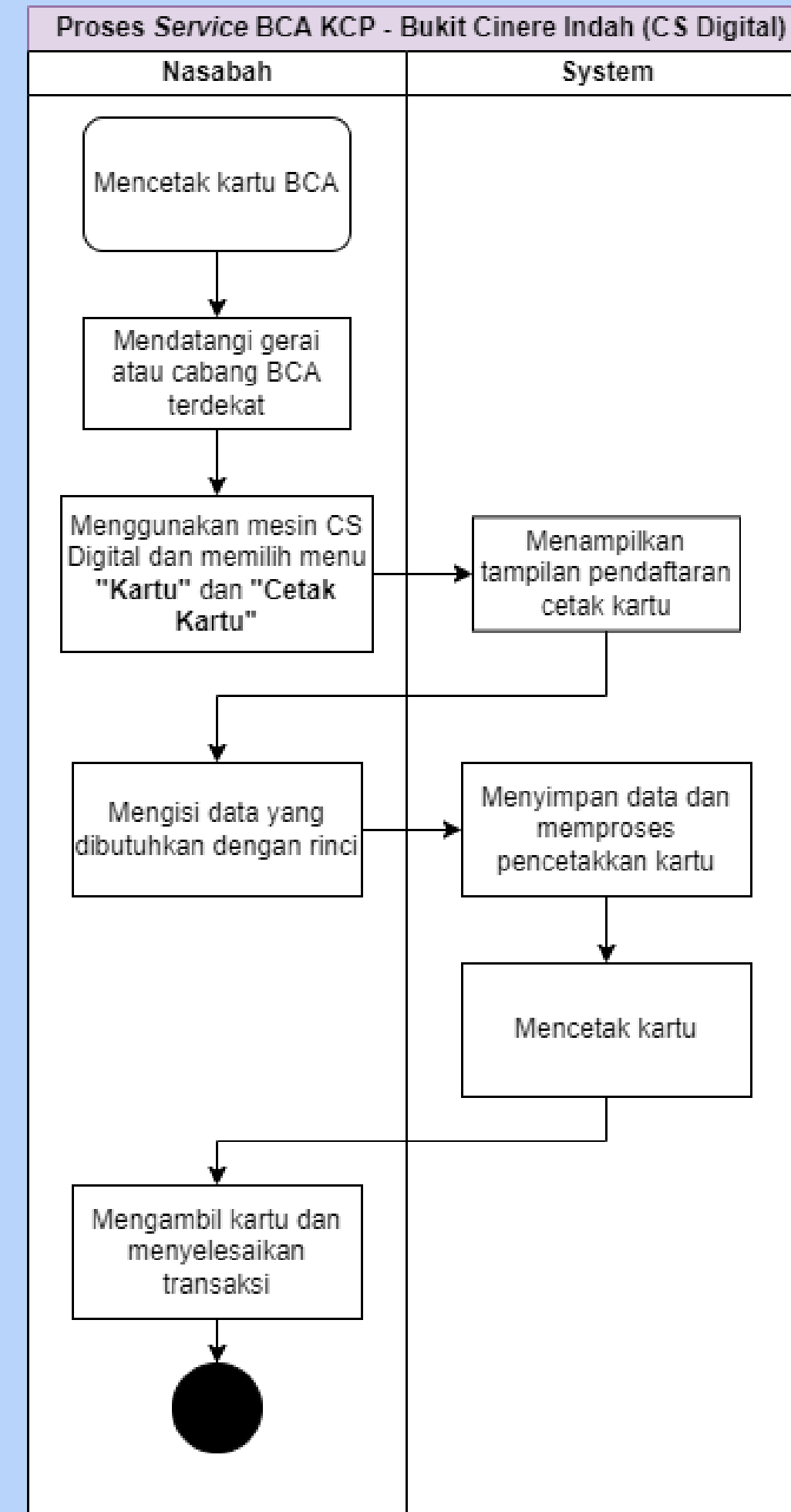
Upaya otomatisasi (teknologi) untuk proses pemasaran pada produk-produk yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggan. BCA KCP - Bukit Cinere Indah mengimplementasikan salah satu *marketing automation* yaitu *online marketing*. BCA KCP - Bukit Cinere Indah atau secara besar BCA menggunakan *website* utamanya yaitu bca.co.id atau aplikasi myBCA untuk mempublikasikan promosi dan produk yang ditawarkan.



CRM Operasional

Service

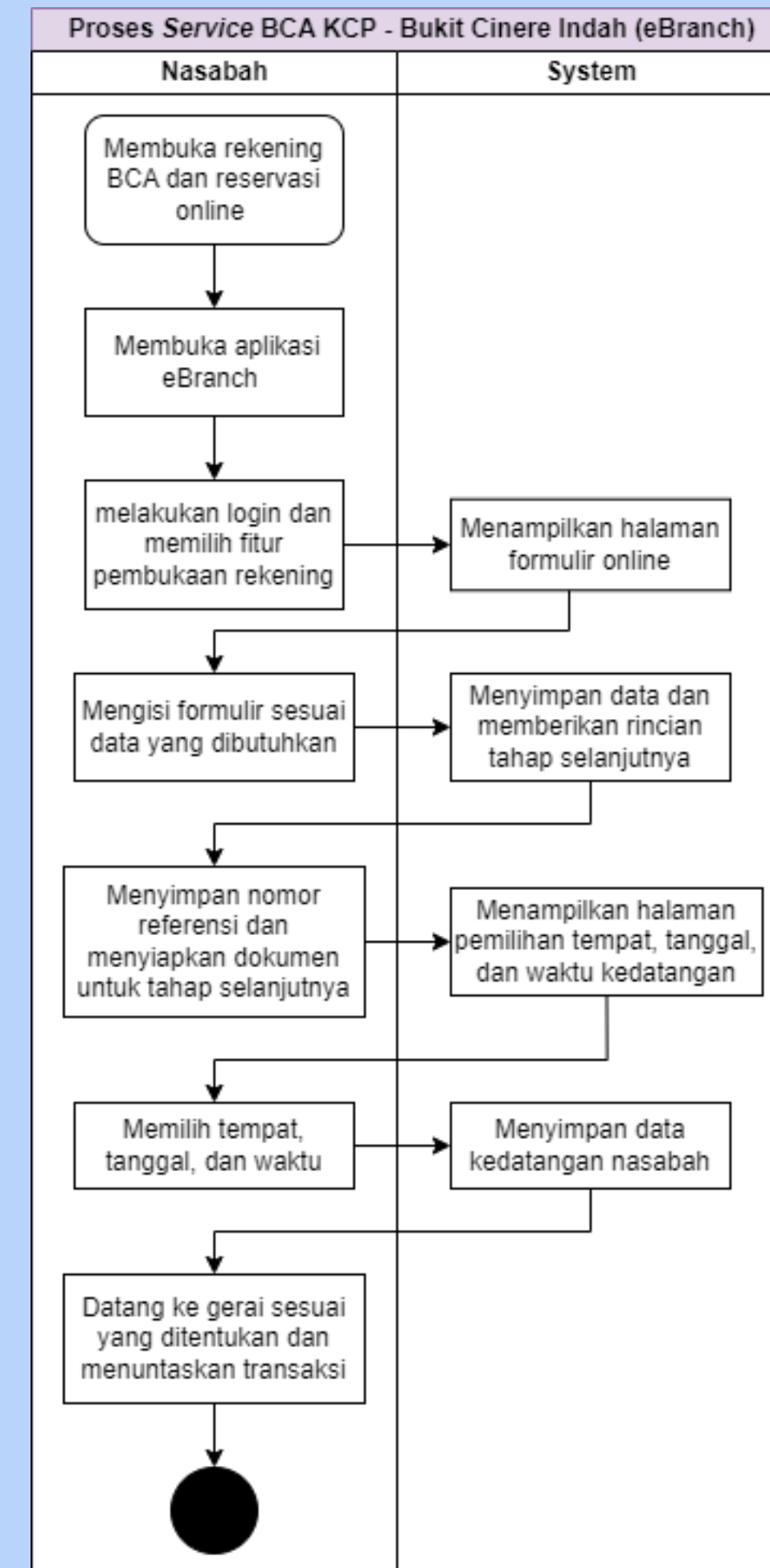
Upaya otomatisasi (teknologi) untuk proses *service* atau jasa yang dihadirkan perusahaan untuk pelanggan. BCA KCP - Bukit Cinere Indah memiliki mesin CS Digital dan aplikasi eBranch sebagai bentuk otomatisasi dalam perusahaannya. CS Digital merupakan mesin yang secara otomatis bisa mengganti kartu nasabah. eBrach merupakan aplikasi untuk nasabah reservasi bangku atau antrian kunjungan. Kedua aplikasi jika dikaitkan dengan fungsionalitas pada service automation cocok dengan kategori Agent Management (CS Digital) dan Apps (eBranch).



CRM Operasional

Service

Upaya otomatisasi (teknologi) untuk proses *service* atau jasa yang dihadirkan perusahaan untuk pelanggan. BCA KCP - Bukit Cinere Indah memiliki mesin CS Digital dan aplikasi eBranch sebagai bentuk otomatisasi dalam perusahaannya. CS Digital merupakan mesin yang secara otomatis bisa mengganti kartu nasabah. eBrach merupakan aplikasi untuk nasabah reservasi bangku atau antrian kunjungan. Kedua aplikasi jika dikaitkan dengan fungsionalitas pada service automation cocok dengan kategori Agent Management (CS Digital) dan Apps (eBranch).



CRM Analitikal dan Teknologi yang Digunakan

BCA KCP - Bukit Cinere sudah menerapkan CRM analitikal dengan mengimplementasikan aplikasi yang dapat disediakan oleh kantor BCA Pusat untuk dapat digunakan oleh setiap kantor cabang BCA. Aplikasi ini dapat menyediakan informasi seputar nasabah BCA seperti data nasabah, data rekening, data transaksi, data pinjaman, dan sebagainya. Aplikasi tersebut biasanya akan digunakan kantor cabang untuk membantu memperoleh nasabah baru atau menawarkan produk baru ke nasabah. Pada aplikasi tersebut, BCA KCP - Bukit Cinere dapat mengidentifikasi apakah nasabah yang datang ke kantor cabang berpotensi untuk mengambil jenis tabungan atau pinjaman tertentu. Aplikasi tersebut sangat membantu BCA KCP - Bukit Cinere dalam memperoleh nasabah karena bisa memberikan akses pendekatan dan penawaran produk yang sesuai dengan data yang tersedia pada aplikasi tersebut

Customer Lifecycle

1

Menjangkau calon
nasabah

2

Memperoleh nasabah
baru

3

Menjaga hubungan
dengan nasabah

4

Memperoleh kesetiaan
nasabah

Analisis Terhadap CRM yang Telah Berjalan

Kelebihan CRM Saat Ini

- Sudah menerapkan teknologi untuk membantu proses CRM dari CRM Operasional hingga CRM Analitikal.
- Melakukan pendekatan dengan nasabahnya melalui berbagai cara seperti menyediakan customer engagement baik menggunakan kanal telepon, whatsapp, atau dengan cara mengajak berbicara nasabah
- Menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk menjalin kedekatan dengan nasabah

Kekurangan CRM Saat Ini

- Belum menerapkan otomatisasi menggunakan teknologi sepenuhnya
- Proses marketing pada CRM Operasional tidak belum menerapkan seluruh fungsionalitas Marketing Automation



Kesimpulan & Saran

Kesimpulan & Saran



Kesimpulan

BCA KCP - Bukit Cinere Indah secara umum sudah memiliki pelaksanaan kegiatan CRM yang baik. Proses akuisisi, mempertahankan, pengembangan, dan pengalaman dari setiap nasabah telah dijalankan dengan baik. Proses CRM operasional meliputi sales, marketing, dan service yang dimiliki oleh BCA KCP - Bukit Cinere Indah juga sudah mampu menggunakan teknologi dengan cukup baik walaupun belum sepenuhnya mengimplementasikan teknologi otomatisasi. CRM analitikal yang dimiliki BCA KCP - Bukit Cinere Indah juga sudah mampu menggunakan aplikasi yang telah dikembangkan BCA untuk mengolah data nasabah dan membantu identifikasi potensi penawaran yang sesuai. Hanya saja BCA KCP - Bukit Cinere Indah penerapan otomatisasi CRM yang belum sepenuhnya dilakukan khususnya pada CRM operasional untuk kategori marketing.

Kesimpulan & Saran



Saran

Berdasarkan permasalahan yang telah Penulis identifikasi, disarankan untuk BCA KCP - Bukit Cinere Indah lebih banyak mengimplementasikan fungsionalitas MA pada proses CRM yang dimilikinya. BCA KCP - Bukit Cinere Indah dapat mengimplementasikan fungsionalitas MA lainnya seperti campaign management, event-based marketing, dan Search Engine Optimization (SEO). Implementasi fungsionalitas MA yang lebih lengkap dapat memungkinkan BCA KCP - Bukit Cinere Indah untuk melakukan marketing mengenai produk dan promo yang tersedia dengan lebih mudah melalui berbagai platform digital. BCA KCP - Bukit Cinere Indah juga dapat menjangkau lebih banyak nasabah dan calon nasabah dari berbagai kalangan. Selain itu, BCA KCP - Bukit Cinere Indah akan lebih mudah untuk dapat membangun hubungan dengan nasabahnya melalui penerapan fungsionalitas MA seperti campaign management dan event-based marketing.

Demikian Fase 3 dari kelompok kami,
mohon maaf jika ada salah kata.

✦ **Thank you!**