

ANALISA IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA INDUSTRI PERBANKAN DENGAN METODE *IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS*
(Studi Kasus PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Semarang dan PT. Bank Negara Indonesia Cabang UNDIP Semarang)

Nama : Al Dilla Nur Pratiwi
NIM : L2H 005 654

ABSTRAK

Sebagai salah satu konsekuensi sasaran bisnis dari perusahaan perbankan, BPD Jateng dan BNI dituntut untuk selalu meningkatkan kepuasan nasabah antara lain dengan terus memperbaiki bentuk pelayanan. Sehubungan dengan hal tersebut, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi dan menganalisa tingkat kepentingan (harapan nasabah) dan tingkat performansi (kinerja pelayanan perusahaan) pada Teller dan CSO di kedua perusahaan dimana prosentase bobot dan standar *score*-nya paling berpengaruh dibanding aspek lainnya, dengan menggunakan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) untuk meningkatkan nilai perusahaan di mata para pelanggannya dan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) untuk menunjukkan hubungan antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan nasabah. Hasil yang didapat dari pembagian antara rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja menunjukkan masih terdapat kesenjangan. Hal ini disebabkan karena harapan nasabah yang diinginkan nasabah belum dapat dipenuhi oleh kinerja atribut, sehingga terjadi ketidakpuasan nasabah terhadap atribut-atribut yang ada. Sebagai akibat dari adanya ketidakpuasan atas kinerja atribut jasa pelayanan yang dirasakan nasabah, maka kepuasan menjadi berkurang.

Kata kunci: Kepuasan, CRM, *Servqual*, IPA, Teller, CSO

ABSTRACT

The consequence of being business target of banking, BPD Jateng and BNI is always need to extent the consumer satisfaction that's mean to keep good quality service. Due to that case, this research to indentify and analysis the extent of importance (consumer's hope) and the extent of performance (company's service performance) of Teller and CSO with the percentage and standart score is the most influential than others, using Customer Relationship Management (CRM) strategic and Service Quality (Servqual) concept to detect the variables which have influence to consumers satisfaction, and use Importance-Performance Analysis (IPA) method to exhibit the relation between importance and consumers satisfaction. The result from divided between an importance average and performance is exhibit the gap. Because there are consumers hope that can not fulled by performance attribute, so the unsatisfaction will be happen. The consequence of unsatisfaction of performance costumer service is the satisfaction will be decrease.

Keyword: Satisfaction, CRM, *Servqual*, IPA, Teller, CSO