

ANALISA E-CRM PADA PT TIKI JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) DENGAN KERANGKA KERJA DYNAMIC CRM

I Gusti Lanang Agung Raditya Putra ^{1*}, Sephy Lavianto ²,

¹ Program Studi Sistem Informasi, STMIK Primakara

² Program Studi Sistem Informasi Akuntansi, STMIK Primakara

E-mail: raditya@primakara.ac.id

Abstrak: PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau sering disebut JNE merupakan perusahaan penyedia jasa kurir atau pengiriman barang. Perkembangan dunia usaha, gaya hidup masyarakat, serta perkembangan teknologi informasi seperti maraknya e-commerce membuat permintaan penanganan kiriman semakin berkembang. Seiring dengan hal tersebut pihak JNE tak berhenti berkembang hanya sampai disitu. JNE membuat inovasi CRM yang diharapkan dapat meningkatkan pelayanan dan kenyamanan kepada pelanggan. Pada penelitian ini penulis akan menganalisis CRM dari JNE berdasarkan kerangka kerja Dynamic CRM. Membahas fitur-fitur serta kekurangan dari bentuk CRM tersebut.

Kata Kunci: *JNE, Mobile Apps, CRM, e-CRM.*

Abstract: *PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir or often called JNE is a courier service provider or goods delivery company. Developments in the business world, people's lifestyles, as well as developments in information technology such as the rise of e-commerce have made the demand for shipment handling grow. Along with this, JNE does not stop developing until there. JNE makes CRM innovations that are expected to improve service and convenience to customers. In this study the authors will analyze CRM from JNE based on the Dynamic CRM framework. Discuss the features and drawbacks of this form of CRM.*

Keywords : *JNE, Mobile Apps, CRM, e-CRM.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang kian pesat membawa banyak perubahan di dunia ini. Baik itu sosial, ekonomi dan budaya manusia. Perkembangan teknologi juga berpengaruh pada perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia. Gaya hidup yang semakin instan membuat masyarakat Indonesia selalu tergiur akan perkembangan teknologi yang ada.

Perubahan yang paling mencolok adalah dari proses jual beli konvensional yang mulai beralih ke online. Digitalisasi proses jual beli dan bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun membuat kegiatan ini dianggap lebih instan dan efisien ketimbang jual beli secara konvensional.

Seiring hal tersebut juga membawa efek kepada jasa pengiriman barang atau jasa kurir. Meningkatnya jual beli online berdampak pada meningkatnya permintaan pengiriman barang. Hal ini tentu dimanfaatkan oleh perusahaan penyedia jasa kurir seperti PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).

JNE merupakan perusahaan penyedia jasa kurir atau pengiriman barang yang

beroperasi di Indonesia. Meningkatnya permintaan pengiriman membuat JNE harus berinovasi untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Sehingga JNE memutuskan untuk menciptakan sebuah inovasi berupa CRM yang dapat menyajikan informasi demi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis membuat sebuah penelitian yang berjudul "Analisa E-CRM Pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Dengan Kerangka Kerja *Dynamic CRM*".

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep CRM (Customer Relationship Management)

Customer Relationship Management (CRM) adalah strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para pelanggan.[1] CRM juga bisa dikatakan sebagai sebuah proses dalam mengelola semua aspek interaksi yang dimiliki oleh perusahaan dengan pelanggannya, termasuk penjualan dan pelayanan.

2.2. Fase CRM

CRM memiliki tiga fase, yaitu:[4]

1. Menjaring pelanggan baru (Acquire). Pelanggan baru didapatkan dengan memberikan kemudahan pengaksesan informasi, inovasi baru, dan pelayanan yang menarik.
2. Meningkatkan kemampuan untuk menghasilkan keuntungan dari pelanggan yang telah ada (Enhance). Perusahaan berusaha menjalin hubungan dengan pelanggan melalui pemberian pelayanan yang baik terhadap pelanggannya (customer service).
3. Mempertahankan pelanggan yang menguntungkan untuk kelangsungan hidup (Retain). Tahap ini merupakan usaha mendapatkan loyalitas pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Dapat juga mengirimkan ucapan selamat atau tanda mata tertentu pada pelanggan setia.

2.3. Komponen CRM

Komponen CRM terdiri dari lima komponen yang akan menguntungkan bagi pelanggan dan perusahaan. Kelima komponen tersebut yakni:[6]

1. Strategi. Perusahaan harus cerdas dalam memahami kebutuhan pelanggan. hal ini tak hanya meliputi kultur customer centric, tetapi juga menambahkan ke faktor branding, periklanan, dan proses penjualan. Customer centric juga harus dibarengi dengan taktik yang mendukung.
2. Proses bisnis. Salah satu target dari CRM adalah menggenjot pengalaman pelanggan. Perusahaan harus menyempurnakan proses bisnis yang selain mendukung penjualan dan menghangatkan hubungan dengan pelanggan, juga memudahkan pelanggan untuk berbisnis dengan mereka.

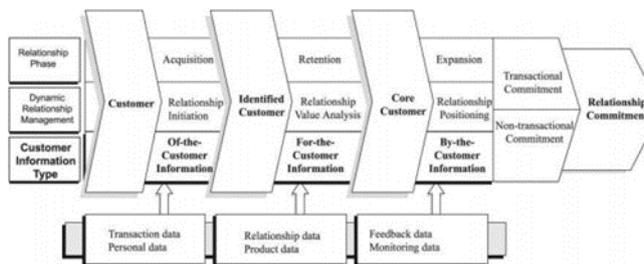
3. Informasi. Informasi menyeluruh tentang pelanggan, penjualan, keuangan, produk, dan perilaku pembelian, akan mampu menggali hasil yang lebih mengesankan.
4. Organisasi. CRM kerap menjadikan staf perusahaan yang berhubungan dengan pelanggan, sekaligus menjadi tenaga penjualan, call center, atau bahkan pemberi sara teknis. Semua itu tentu akan merevolusi cara kerja mereka. Misalnya, bagian layanan pelanggan di call ceter , selain harus menjawab permasalahan produk, juga harus mampu menawarkan produk dan layanan baru saat pelanggan menelpon.
5. Teknologi. Software akan menjadi senjata andalan bagi keempat komponen di atas. Setelah mendefinisikan tujuan CRM, mendokumentasikan kebutuhan, dan memasang target, barulah perusahaan berbicara dengan vendor CRM.

2.4. E-CRM (*Electronic Customer Relationship Management*)

Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) adalah penggunaan teknologi komunikasi digital untuk memaksimalkan penjualan terhadap pelanggan yang sudah ada dan mendukung secara berkelanjutan penggunaan layanan online. Electronic Customer Relationship Management pada prinsipnya muncul dari CRM, tetapi penekanannya lebih pada personalisasi. E- CRM menawarkan kemudahan untuk bertransaksi melalui media elektronik. Pelanggan bisa memesan barang yang diinginkannya tanpa perlu datang langsung di tempat penjualan, hal ini dapat berdampak pada hubungan antara perusahaan dan pelanggan bisa menjadi baik, karena kepuasan terhadap layanan yang diberikan para pelanggan.[3]

2.5. Kerangka Kerja Dynamic CRM

Untuk menetapkan fitur CRM secara tepat diperlukan framework sebagai acuan, yaitu framework of dynamic CRM yang menjelaskan serangkaian tahapan pada pembangunan atau penerapan CRM. Substansi terpentingnya adalah informasi yang didapat dari pelanggan sehingga diperoleh outputnya yang merupakan Relationship Commitment. (Park, 2003). Informasi yang menjadi fokus perhatian dalam hal ini adalah sebagai berikut. (1) Informasi mengenai pelanggan. (2) Informasi untuk pelanggan. (3) Informasi oleh pelanggan. Framework of dynamic CRM dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Framework of Dynamic CRM

3. METODE

3.1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Studi Pustaka
Studi pustaka dilakukan bertujuan menyusun dasar teori yang akan digunakan dalam melakukan penelitian. Sumber yang digunakan dalam studi pustaka ini adalah buku, jurnal, karya ilmiah, dan laman.
- b. Wawancara
Tahap wawancara dilakukan pada manajer dan pemilik agen untuk mendapatkan informasi tentang konsumen-konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa pengiriman dan juga mengambil beberapa sampel konsumen untuk menandai kriteria apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

- c. Kuisisioner
Kuisisioner merupakan suatu arsip yang dipersiapkan untuk meminta kepada para pembaca menjawab pertanyaan yang diajukan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Perusahaan

Didirikan tahun 1990, PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) melayani masyarakat dalam urusan jasa kepabeanan terutama import atas kiriman peka waktu melalui gudang Rush Handling. Kecepatan dan kehandalan layanan yang konsisten dan bertanggung jawab membuat kredibilitas JNE semakin tinggi di mata pelanggan maupun mitra kerja.

Seiring dengan peningkatan investasi asing, pertumbuhan ekonomi dalam negeri, dan perkembangan teknologi informasi, serta beragam inovasi produk yang dikembangkan, kinerja JNE semakin tumbuh juga berkembang di kalangan dunia usaha maupun masyarakat Indonesia. Perkembangan dunia usaha dan gaya hidup masyarakat membuat permintaan penanganan kiriman import peka semakin berkembang. Tak hanya mencakup paket kecil dan dokumen, tetapi merambah pada penanganan transportasi, logistik, serta distribusi.

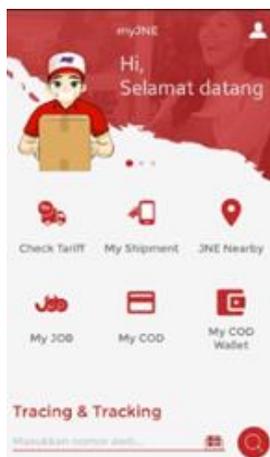
Peluang yang terus tumbuh ini mendorong JNE untuk terus memperluas jaringannya ke seluruh kota besar di Indonesia. Saat ini titik-titik layanan JNE telah mencapai di atas 6,000 lokasi dan masih terus bertambah, dengan jumlah karyawan lebih dari 40,000 orang. Lebih dari 150 lokasi JNE telah terhubung dengan sistem komunikasi on-line, dikawal oleh sistem dan akses situs informasi yang efektif serta efisien bagi konsumen dalam upaya mengetahui status terkini pengiriman paket atau dokumen.

JNE mengedepankan sumber daya manusia sekaligus teknologi sebagai bagian dari pengembangan. Dari mesin X-Ray, GPS, hingga alat komunikasi satelit. Kehandalan dan komitmen JNE ini terbukti dengan diraihnya berbagai bentuk penghargaan serta sertifikasi ISO 9001:2008 atas sistem manajemen mutu.

4.2. E-CRM Pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)

Perkembangan teknologi informasi yang pesat baik itu offline maupun online mempengaruhi kebutuhan masyarakat akan pelayanan yang efektif dan efisien. Hal ini juga ikut mempengaruhi jasa kurir, yaitu salah satunya perusahaan JNE. Meningkatnya transaksi online baik melalui e-commerce, marketplace, dan sejenisnya, juga ikut mempengaruhi kebutuhan masyarakat akan jasa kurir atau jasa pengiriman barang. Tentunya hal ini membuat perusahaan jasa kurir seperti JNE harus berinovasi dalam meningkatkan pelayanan kepada konsumen dengan pemanfaatan teknologi informasi seperti e-CRM.

My JNE merupakan sebuah aplikasi berbasis mobile yang dapat memudahkan pengguna terhubung dengan JNE. Aplikasi ini memiliki fitur-fitur yang umumnya dilakukan pengguna saat bertransaksi menggunakan JNE. Jadi singkatnya, aplikasi My JNE merupakan inovasi e-CRM yang dapat meningkatkan pelayanan pihak JNE kepada konsumen menjadi lebih mudah, efektif dan efisien. Sebelumnya JNE telah memanfaatkan sistem berbasis website sebagai peningkatan pelayanan konsumen, namun hal tersebut masih dirasa belum cukup memenuhi kebutuhan konsumen.



Gambar 2. Tampilan Aplikasi My JNE

Aplikasi My JNE ini memiliki fungsi-fungsi sebagai berikut :

1. Mengecek tarif pengiriman JNE seluruh Indonesia
2. Mengecek status pengiriman JNE
3. Mengecek lokasi JNE terdekat
4. Melakukan transaksi jual beli antara penjual dan pembeli individual
5. Melakukan booking online sebelum pengiriman

4.3. Fitur Pada Aplikasi My JNE

Adapun fitur-fitur pada aplikasi My JNE adalah sebagai berikut :

1) Tracing & Tracking

Fitur ini berfungsi untuk melakukan pengecekan status pengiriman dan kondisi terupdate dari pengiriman barang. Pada fitur ini pengguna hanya perlu mengisi nomor resi pengiriman pada form yang tersedia. Informasi yang ditampilkan yaitu status pengiriman, lokasi transit pengiriman terkini, serta waktu transit.

2) Cek Tarif

Fasilitas layanan pengecekan tarif atau ongkos kirim ini dapat digunakan baik pengguna yang telah terdaftar (registrasi) maupun sebagai pengguna tanpa login (Guest User). Pengguna dapat memasukkan kota asal di kolom From, dan kota tujuan di kolom tujuan/destinasi (To), dan aplikasi akan menginformasikan tarif pengiriman sesuai dengan kota yang diinginkan.

3) My Shipment

Dengan fitur ini pelanggan JNE akan dimudahkan dalam melihat riwayat pengiriman, fasilitas ini hanya diperuntukkan bagi pengguna yang terdaftar (Registered User). Pada Menu ini akan menampilkan seluruh transaksi yang telah dilakukan oleh pengguna.

4) JNE Nearby

Fasilitas layanan untuk mencari lokasi gerai/titik layanan JNE terdekat dengan pengguna ini dapat diakses baik pengguna yang terdaftar (Registered User) maupun pengguna tanpa login (sebagai Guest

User). Pengguna hanya perlu memastikan telah mengaktifkan fitur GPS pada smartphone pengguna untuk menggunakan fasilitas layanan ini.

5) My JOB

Fitur My JOB (JNE Online Booking) adalah fitur untuk melakukan booking pengiriman barang pada outlet JNE terdekat secara online. Pengguna tinggal melakukan booking sesuai petunjuk kemudian akan mendapatkan tiket JOB. Tiket ini hanya perlu ditunjukkan dan di scan pada outlet JNE pengirim tanpa melakukan transaksi manual kembali.

6) My COD

My COD (Cash On Digital) adalah fitur dalam aplikasi My JNE yang memberikan layanan pembayaran belanja online dengan sistem escrow. My COD Berperan sebagai pihak mediator transaksi yang netral untuk meminimalisir resiko kerugian yang dapat dialami oleh penjual atau pembeli. Dengan menggunakan fitur ini, data penjual dan pembeli langsung terekam di sistem My JNE dan terhubung dengan nomor telepon keduanya. My COD juga menginformasikan jumlah transaksi termasuk ongkos kirim yang harus dibayar menggunakan virtual account JNE atau e-wallet JNE.

7) My COD Wallet

Fitur ini adalah virtual account versi JNE. Fasilitas yang tersedia di My COD Wallet ini antara lain melakukan pelimpahan dana sesama pengguna wallet My COD (transfer), pengisian atau penambahan dana di virtual account (Top Up), pencairan dana ke rekening yang ditunjuk (Cash Out), dan melihat riwayat transaksi yang telah dilakukan di My COD Wallet (History). Fasilitas layanan My COD Wallet ini diperuntukkan bagi pengguna yang terdaftar (Registered User) dan fasilitas layanan ini terdapat di menu My COD Wallet.

4.4. Peran Aplikasi My JNE Sebagai E-CRM Pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir

PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau dikenal dengan JNE Expres adalah perusahaan yang cukup populer sebagai penyedia jasa kurir dan pengiriman barang. Dengan inovasi e-CRMnya yaitu My JNE yang berbasis aplikasi mobile diharapkan dapat meningkatkan keuntungan dari perusahaan itu sendiri dengan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Dengan aplikasi My JNE pelanggan dapat mengetahui informasi lokasi layanan JNE terdekat, melakukan transaksi COD (Cash On Demand) secara online dan sebagainya.

Berdasarkan kerangka kerja Dynamic CRM, aplikasi My JNE ini sudah hampir memenuhi fokus informasi yang menjadi perhatian khusus dalam pembentukan suatu sistem CRM, diantaranya:

1. Informasi mengenai pelanggan, dengan melakukan registrasi awal pada aplikasi My JNE ini, pengguna dapat mengisi dan menyimpan informasi mengenai pelanggan seperti nomor telepon, email, akun bank, alamat dan sebagainya. Sehingga pelanggan tidak harus melakukan input pada informasi yang dibutuhkan dalam beberapa kasus transaksi yang dilakukan dalam aplikasi tersebut.
2. Informasi untuk pelanggan, pada aplikasi My JNE menyediakan berbagai fitur yang dapat menyajikan berbagai informasi yang dibutuhkan pelanggan misalkan, gerai JNE terdekat, lokasi terkini paket yang dikirimkan, dan masih banyak informasi lain yang didapat oleh pengguna pada aplikasi ini.
3. Informasi oleh pelanggan, pada aplikasi ini sudah tentu pelanggan dapat menginputkan informasi yang nantinya akan diolah oleh sistem pada aplikasi My JNE untuk ditampilkan sebagai informasi kembali kepada pengguna. Seperti misalkan dengan menginputkan kode resi pengiriman oleh pengguna, akan diproses oleh sistem sehingga

menampilkan informasi lokasi paket kiriman terkini pada aplikasi.

Walaupun terdapat berbagai kelebihan pada aplikasi My JNE, bukan berarti aplikasi ini tidak memiliki kekurangan. Adapun beberapa kekurangan pada aplikasi My JNE berdasarkan analisa penulis yaitu diantaranya:

1. Masih terdapat beberapa bug atau eror pada sistem My JNE yang menyebabkan aplikasi terhenti secara tiba-tiba saat digunakan.
2. Dalam fitur My Shipment tidak dilengkapi dengan history Air Waybill. Sehingga harus menetik nomor resi ulang jika akan cek pengiriman dan sedikit menyusahkan pengguna.
3. Pada aplikasi My JNE belum terdapat Customer Service, sehingga pengguna sedikit kesulitan jika terjadi masalah pada proses pengiriman ataupun pada transaksi yang dilakukan di aplikasi My JNE. Penulis merasa hal ini sangat vital karena pada beberapa kasus customer service akan sangat dibutuhkan oleh pelanggan dan untuk kenyamanan pelanggan.
4. Pada aplikasi My JNE juga belum terdapat manual book atau tutorial untuk pengoperasian fitur-fitur yang baru bagi pelanggan. Misalnya fitur My COD yang tergolong baru bagi pengguna sehingga membutuhkan tutorial sebagai bahan acuan dalam menggunakan fitur tersebut.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan beberapa kekurangan yang dapat dianalisa oleh penulis, maka rekomendasi yang dapat diberikan oleh penulis yaitu:

1. Memperbaiki beberapa bug yang terjadi pada sistem dan melakukan pengujian compatibility pada beberapa jenis perangkat sehingga meminimalisir eror yang dapat

terjadi pada aplikasi saat digunakan pelanggan.

2. Menambahkan history AWB (Air Waybill) atau daftar nomor resi yang pernah dilakukan oleh pengguna. Sehingga pengguna tidak harus menginputkan ulang nomor resi untuk melihat informasi pengiriman yang sedang berlangsung maupun telah terlaksana.
3. Menambahkan menu untuk melakukan komunikasi kepada pihak JNE atau Customer Service sehingga pelanggan dapat melakukan pengaduan ketika terjadi masalah pada saat transaksi ataupun saat menggunakan aplikasi My JNE.
4. Memberikan beberapa tutorial singkat kepada pengguna baru saat akan menggunakan beberapa fitur-fitur baru pada aplikasi yang dirasa cukup membingungkan bagi pengguna baru aplikasi My JNE.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Buttle, Francis, "Customer Relationship Management: Concept and Technologies", New York: Routledge, 2006.
- [2] Buttle, F., "Customer Relation Management, Concepts and Technologies, Second Edition. In: s.l.:Elsevier Butterworth", pp. 4-11. 2008.
- [3] Chaffey, Dave, "E-Business and E-Commerce Management", England: Pearson Education, 2009.
- [4] Kalakota, R. & M, R., 2001. E-Business 2.0 Roadmap for Success. Massachusetts: Addison Wesley Longman INC.
- [5] Park, C.-H. & Kim, Y.-G, "Framework of Dynamic CRM linking marketing with information strategy. Information Management & Computer Security", 9(2), pp. 652-671, 2003.
- [6] Teti Wijayanti, Imam Azhari, "Pengembangan Customer Relationship Management Berbasis Web", 2013.

