
**Analisis Penerapan *Customer Relationship Management* Pada Instansi Pemerintah
(Studi Kasus: Badan Pusat Statistik)**

**Ratih Putri Pertiwi¹, Agus Sigit Wisnubroto², Riswan Haryo Yudhianto³,
Roliand Prasetya⁴, Achmad Nizar Hidayanto⁵**

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Indonesia^{1,2,3,4,5}

Email: ratih.putri01@ui.ac.id¹, agus.sigit@ui.ac.id², riswan.haryo01@ui.ac.id³,
roliand.prasetya@ui.ac.id⁴, nizar@cs.ui.ac.id⁵

Abstract

Many companies implement Customer Relationship Management (CRM) with the aim of building good relationships with customers to increase sales and business competitiveness. Similar to businesses, the concept of CRM can also be applied to government agencies that provide public services to the community, which is also known as Citizenship Relationship Management (CiRM/CzRM). Statistics Indonesia (BPS), as a non-ministerial government agency with the function of administering national statistics, began implementing CRM in 2010 with the establishment of the Statistical Service Information System (SILASTIK). The services included in SILASTIK are consulting services and requests for data/statistics. To increase the trust of various segments of society as data consumers of BPS, SILASTIK is continuously developed from year to year through stages into an Integrated Statistical Service (PST) that integrates various types of services that were previously silos/spread across several BPS work units. This research analyzes aspects of CRM in government agencies based on literature and its implementation process within the organization by taking case study of the SILASTIK. Data collection was carried out using the triangulation method (interviews, observations, and document analysis). The analysis was carried out by studying the CRM aspects of SILASTIK. Recommendations are given based on the results of the analysis so that they can provide an overview to practitioners and academics regarding the implementation of CRM through the development of information systems. In addition, this research contributes to providing examples of case studies of the implementation of CRM in the field of public services by government agencies for future development and research.

Keywords: *Customer Relationship Management, Citizen Relationship Managemen, Information Systems, E-Government.*

I. Pendahuluan

Penerapan CRM pada instansi pemerintah secara umum bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sebagai konsumen dari produk dan layanan yang dihasilkan. Seiring dengan perkembangan teknologi, publik semakin mudah dalam

mengakses informasi dan mengajukan pengaduan melalui media sosial jika layanan yang diberikan pemerintah tidak memuaskan sebagaimana ekspektasi publik. Hal ini dapat berdampak negatif pada kredibilitas kinerja pemerintah. Tidak hanya itu, lembaga pemerintah juga bersaing

dengan sektor swasta untuk produk dan layanan sejenis. Proses bisnis pemerintah umumnya masih berorientasi kinerja/bukan berorientasi kepada pelanggan sehingga dalam memberikan pelayanan masih terdapat silo/ proses bisnis belum efisien.

CRM dapat digunakan sebagai sistem informasi untuk solusi tantangan pelayanan publik (Bo & Hui, 2009). Untuk menerapkan CRM membutuhkan investasi yang tidak sedikit sehingga dibutuhkan pengetahuan yang cukup dari pengalaman keberhasilan maupun kegagalan berbagai organisasi yang terlebih dahulu menerapkan CRM. Namun, meskipun literatur penerapan CRM untuk organisasi bisnis cukup banyak ditemukan, literatur yang secara spesifik membahas mengenai penerapan CRM pada instansi pemerintah masih sedikit. Untuk mengatasi kesenjangan penelitian tersebut, makalah ini bertujuan menganalisis proses penerapan CRM di instansi pemerintah yaitu Badan Pusat Statistik (BPS) dengan mengulas aspek-aspek CRM dan dampaknya terhadap organisasi.

II. Landasan Teori *Customer Relationship Management (CRM)*

Customer Relationship Management (CRM) didefinisikan (Motiwalla & Thompson, 2012) bukan hanya sebagai perangkat lunak untuk menyimpan, menganalisis, dan mengelola hubungan pelanggan, melainkan mencakup definisi yang lebih luas yaitu integrasi dari strategi perusahaan, metodologi bisnis, dan teknologi untuk mencapai tujuan perusahaan yang terkait dengan pelanggan. Fokus dari CRM adalah untuk meningkatkan pengalaman pelanggan sehingga meningkatkan

pendapatan organisasi (Motiwalla & Thompson, 2012). Dengan adanya adopsi teknologi dalam proses bisnis, maka implementasi sistem CRM akan melibatkan perubahan terhadap cara organisasi menjalankan proses bisnisnya sehingga menghasilkan peningkatan dalam kinerja dan daya saing organisasi (Chalmeta, 2006).

CRM secara umum mendukung beberapa tahapan proses bisnis dalam hubungan pelanggan, yaitu *marketing, sales, orders, dan support* (Chalmeta, 2006).

Customer Relationship Management (CRM) pada Instansi Pemerintah

Sebagaimana perusahaan yang berorientasi bisnis, instansi pemerintah juga dapat dan perlu mengimplementasikan CRM dalam proses bisnis yang dijalankan. CRM menjadi penting dalam instansi pemerintah, karena dapat digunakan sebagai kesempatan bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam pemerintahan (Reddick, 2011). CRM juga dapat membantu instansi-instansi pemerintah yang bergerak dalam bidang pelayanan publik dan implementasinya dapat tergolong dalam pemerintahan elektronik (Bo & Hui, 2009).

Untuk sistem CRM yang diterapkan dalam instansi pemerintah, (Jianmei, Shanshan, & Lulu, 2011) memaparkan konsep desain terhadap sistem yang diimplementasikan harus memenuhi beberapa hal, yaitu:

1. Strategi implementasi yang berdasarkan kebutuhan publik
2. Integrasi dengan layanan publik lainnya
3. Eliminasi *information silo*
4. Pertimbangan terhadap privasi pengguna

Untuk implementasi sistem CRN, terdapat kerangka yang dipaparkan oleh Bo dan Hui (2009) dengan membagi sistem berdasarkan arsitekturnya menjadi *application platform*, *CRM foundation platform*, dan *network & system platform*. Adapun (Motiwalla & Thompson, 2012) mengategorikan sistem CRM berdasarkan fungsinya menjadi *operational CRM*, *strategic CRM*, *analytic CRM*, dan *collaborative CRM*.

III. Metode Penelitian

Penelitian dilakukan dengan metode studi kasus dimana data dikumpulkan berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan analisis dokumen organisasi. Wawancara semi terstruktur dilakukan kepada manajer pengembangan proyek dan pengelola TI. Observasi dilakukan dengan menguji coba sistem *front-end* dan *back-end* dan sistem layanan terkait. Analisis dokumen dilakukan terhadap panduan pengguna, dokumentasi sistem, peraturan/ regulasi, dan dokumen lainnya.

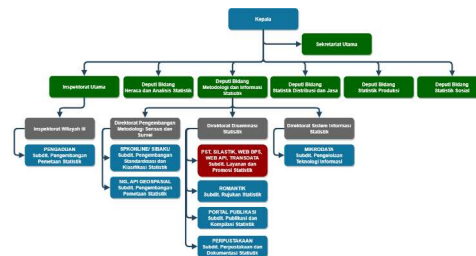
IV. Hasil dan Pembahasan Profil Organisasi

Badan Pusat Statistik (BPS) merupakan lembaga pemerintah nonkementerian yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden yang memiliki tugas melaksanakan tugas pemerintahan di bidang statistik sesuai peraturan perundang-undangan (BPS, 2020a). Visi BPS pada pada Tahun 2020-2024 adalah “Penyedia Data Statistik Berkualitas untuk Indonesia Maju” (BPS, 2020b). Unit kerja yang bertanggung jawab dalam memberikan layanan kepada konsumen adalah Direktorat Diseminasi Statistik. Data yang dihasilkan BPS dari pelaksanaan

survei dan sensus dikelola oleh masing-masing produsen data berdasarkan subjek-subjek statistik yaitu statistik produksi, statistik sosial, dan statistik distribusi dan jasa.

Situasi sebelum SILASTIK

Konsumen layanan BPS terdiri dari masyarakat umum, instansi pemerintah, swasta, dan akademisi. Layanan dilakukan melalui beberapa kanal antara lain telepon, kunjungan langsung, email, dan surat. Layanan permintaan data dari konsumen seringkali memerlukan waktu lama karena komunikasi yang kurang efektif antara unit layanan kepada produsen data. BPS memiliki beberapa sistem layanan yang terpisah-pisah (*silos*) tersebar di beberapa subdirektorat dan kedeputian (Gambar 1). Tidak ada koneksi antar sistem sehingga data pengguna berbeda-beda.



Gambar 1. Struktur Organisasi BPS Yang Memiliki Sistem Pelayanan Publik

Hasil

Penerapan konsep CRM di BPS dilakukan dengan pembangunan SILASTIK pada tahun 2010 secara *in-house* yang terus dikembangkan dengan penambahan fitur-fitur pendukung layanan. SILASTIK adalah sistem informasi yang membantu komunikasi antara pengguna data dan operator BPS dalam melakukan transaksi pembelian atau konsultasi data. SILASTIK

dibedakan menjadi dua yaitu SILASTIK *frontend* dan *backend*, yang secara umum dapat dilihat pada Gambar 2.

1. Layanan Pencarian (SILASTIK *frontend*)

Layanan pencarian merupakan fitur bagi pengguna dalam mencari informasi perihal konsultasi dan data-data yang ada di BPS sebagai berikut:

1. *Tabulasi*, merupakan daftar tabel statis dan dinamis yang ada di web BPS seluruh Indonesia
2. *Publikasi elektronik*, merupakan daftar data mikro yang siap untuk dijual
3. *Data mikro*, merupakan data non-agregat hasil sensus dan survei yang dilakukan BPS.
4. *Peta Digital Wilkerstat*, merupakan daftar peta digital wilayah kerja statistik yang siap dijual.



Gambar 2. Fitur-fitur CRM pada SILASTIK

2. Layanan Katalog (SILASTIK *frontend*)

Saat ini layanan katalog SILASTIK memiliki daftar data dalam bentuk publikasi, peta, dan data mikro, yang dapat diperoleh konsumen. Fitur ini mengintegrasikan layanan aplikasi Portal Publikasi dan Katalog Datamikro.

3. Layanan Konsultasi Gratis (SILASTIK *frontend*)

Terdapat fitur konsultasi secara gratis yang ditujukan kepada konsumen untuk permintaan data baru dan data pengkinian jika beberapa data yang diinginkan belum tersedia atau belum diperbarui. Layanan ini mengintegrasikan tiga jenis layanan konsultasi yang ada di tiga subdirektorat yaitu Konsultasi Data, Konsultasi Metadata/ Rekomendasi Statistik dan Konsultasi Klasifikasi Statistik.

4. Layanan Penjualan Data/ Transaksi (SILASTIK *frontend*)

Proses transaksi berupa penjualan data saat ini sudah terintegrasi dengan sistem, dalam proses penjualan konsumen dapat melihat status pembayaran secara *realtime* dan terukur, disamping itu semua transaksi yang terjadi di SILASTIK juga telah terdokumentasi secara otomatis karena sudah terintegrasi dengan SIMPONI (Sistem Informasi PNBPNBP Online) milik Kementerian Keuangan RI. Terdapat empat jenis transaksi yang diterima oleh SILASTIK yaitu layanan data gratis, data berbayar, data nol rupiah, dan layanan internal BPS.

5. Dashboard operator (SILASTIK *backend*)

Dashboard operator merupakan fitur bagi operator untuk melihat status transaksi atau layanan yang didelegasikan kepadanya. Proses delegasi berjalan otomatis sesuai piket dan kuota layanan yang sedang proses di masing-masing operator sehingga tidak ada penumpukan layanan di satu operator saja.

6. Forum *helpdesk* (SILASTIK *backend*)

Forum *helpdesk* merupakan fitur bagi operator untuk berkomunikasi dengan operator lain mendiskusikan permintaan layanan yang diajukan konsumen.

7. Fitur pendukung lainnya (SILASTIK *frontend* dan *backend*)

Fitur-fitur pendukung lainnya seperti untuk SILASTIK *frontend* mencakup evaluasi konsumen terhadap layanan dengan memberikan *rating* dan layanan pengaduan. Untuk SILASTIK *backend*, fitur-fitur pendukung mencakup entri layanan dari kanal telepon, surat, dan kunjungan langsung sehingga semua layanan terdokumentasi serta *reminder* layanan yang jatuh tempo melalui *e-mail*.

Perubahan Proses Bisnis

Perubahan proses bisnis yang terjadi setelah adanya SILASTIK adalah sebagai berikut:

1. Pengguna yang sebelumnya diarahkan ke masing-masing unit kerja di BPS secara silo, dengan adanya SILASTIK hanya diarahkan ke satu *website*/ sistem terintegrasi dan terpadu.
2. Katalog yang terintegrasi sehingga *customer* lebih mudah dan cepat mendapatkan data yang diinginkan bagi *customer*.
3. Permintaan data lebih efisien dikarenakan semua proses dilakukan secara digital tanpa adanya dokumen fisik.
4. Proses transaksi menjadi lebih jelas bagi pengguna karena lebih mudah dilacak dalam satu sistem secara *real time*, dan sudah terintegrasi dengan Simponi

milik Kemenkeu maka proses audit dan pemasukan keuangan ke pemerintah terdokumentasi dengan baik.

5. Proses pembayaran yang lebih mudah dan terjamin karena setiap pengguna akan menggunakan *Virtual Account* khusus BPS di bank-bank yang telah ditunjuk.
6. Proses komunikasi melalui kanal online menghasilkan *customer experience* yang baik, sehingga meningkatkan PNBPN bagi pemerintah, serta menarik lebih banyak konsumen data baru.
7. Pengiriman data digital lebih aman dan cepat karena telah terintegrasi dengan sistem *Transcloud*.

Faktor yang mendorong dan menghambat implementasi

Faktor yang mendorong dalam implementasi SILASTIK adalah terdapat banyak aplikasi layanan yang menyebabkan terjadinya silo dan adanya kebutuhan pertanggungjawaban terhadap BPK dan pembuatan *invoice* PNBPN untuk transparansi pembayaran.

Faktor yang menghambat dalam implementasi SILASTIK adalah belum adanya SOP yang jelas terkait penerapan SILASTIK dimana SILASTIK yang tidak berhadapan langsung dengan produsen data melainkan melalui subdirektorat pengelolaan TI menyebabkan suplai pengkinian data mikro oleh produsen data kurang tertib dan disiplin karena kurangnya sorotan terhadap layanan data mikro dibandingkan publikasi statistik. Terdapat keraguan apakah data memenuhi persyaratan *publish* oleh produsen data dan belum adanya jadwal

yang pasti kapan mikro data dapat di akses oleh konsumen.

Dampak SILASTIK Terhadap Organisasi

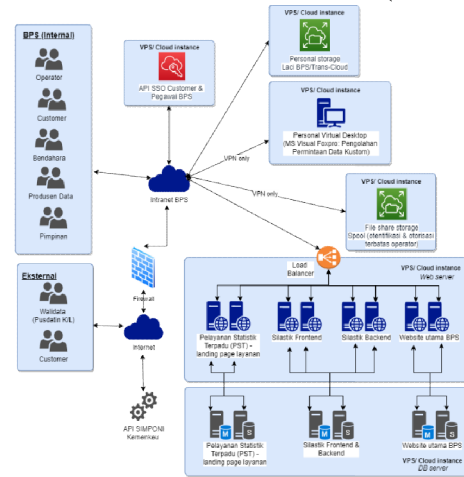
Dampak positif yang telah dirasakan oleh organisasi setelah penerapan SILASTIK yaitu adanya peningkatan PNPB dan sudah memenuhi dari target yang ingin dicapai. Pelayanan yang lebih cepat diberikan dari yang awalnya membutuhkan waktu 30 hari menjadi kurang lebih satu minggu sudah dapat terpenuhi dan konsumen data tidak perlu lagi untuk datang langsung ke BPS.

Adapun dampak negatif yang dirasakan setelah penerapan SILASTIK pada organisasi yaitu respon operator/ produsen data yang masih lambat untuk pertanyaan yang tidak bisa dijawab. Belum adanya fitur untuk memenuhi kebutuhan konsumen reguler yang meminta data yang sama. Konsumen yang tidak tertib untuk mengikuti alur BPS.

Infrastruktur TI

Pada SILASTIK, infrastruktur teknologi direpresentasikan dalam Gambar 3 sebagai berikut:

1. *Application platform*: SILASTIK dan sistem lain yang terhubung dengan SILASTIK dalam intranet BPS
2. *CRM foundation platform*: manajemen data yang diperjualbelikan, kanal komunikasi/hubungan dengan pelanggan.
3. *Network & system platform*: jaringan dalam BPS, server dari sistem yang ada, *load balancer*, dan *firewall*.



Gambar 3. Infrastruktur TI SILASTIK

Otentikasi akun pengguna dilakukan menggunakan *Single Sign On* (SSO) yang dimiliki BPS. Pemisahan server web dan *database* SSO, website BPS, SILASTIK frontend, SILASTIK backend, dan *landing page* Pelayanan Statistik Terpadu (PST) yang terhubung ke *load balancer* untuk mengelola koneksi ke masing-masing sistem jika *traffic* mengalami kenaikan. SILASTIK juga terhubung dengan *Application Programming Interface* (API) dari sistem milik Kementerian Keuangan yang bernama SIMPONI, yang berfungsi untuk mengatur pembayaran data.

Manajemen Perubahan

Konversi yang dilakukan dalam implementasi SILASTIK adalah *Big Bang*. Sistem lama digantikan langsung dengan SILASTIK. Untuk manajemen perubahannya, ada beberapa hal yang dilakukan, di antaranya adalah pelatihan dan sosialisasi. Proses transisi berlangsung sekitar enam bulan sejak sistem mulai berjalan, yaitu pada Oktober 2018. Kendala yang terjadi selama proses ini di antaranya terkait data transaksi yang ada pada sistem

sebelumnya, karena data pada sistem sebelumnya tidak terekam pada SILASTIK. Dari sisi *customer*, responnya cukup positif dan tidak ada perlawanan dari *customer* maupun pengguna internal dari BPS.

Rekomendasi

Dari hasil implementasi SILASTIK, ada beberapa hal yang direkomendasikan. Pertama, implementasi CRM perlu perencanaan dan manajemen risiko serta manajemen perubahan mencakup SOP yang didefinisikan atas proses bisnis baru. Perlu adanya konversi dan migrasi data dari sistem lama ke sistem baru agar mempercepat dan mempermudah proses transisi ke sistem yang baru. Kedua, dari segi infrastruktur, perlu adanya mekanisme untuk mencegah terjadinya *single point of failure* sekaligus mekanisme untuk *backup & recovery* data jika terjadi gangguan.

V. Kesimpulan

Secara garis besar, CRM pada SILASTIK BPS tergolong sebagai *operational CRM*, karena menyediakan dukungan *front-end* dan *back-end* untuk proses pelayanan statistik terpadu dari proses promosi (*marketing*), konsultasi (*sales*), penjualan data (*orders*), hingga dukungan pengaduan dan feedback layanan (*support*). Dalam implementasinya, SILASTIK telah menerapkan manajemen perubahan berdampak positif meningkatkan kepuasan masyarakat. Berkaca dari studi kasus SILASTIK, keberhasilan implementasi CRM pada instansi pemerintah tidak hanya melibatkan pengembangan sistem aplikasi (*technology*), tetapi juga melibatkan faktor sumber daya manusia (*people*) dan proses (*process*).

VI. Daftar Pustaka

- Bo, L., & Hui, L. (2009). Enterprises as customers: Customer-centered e-government system based on CRM in China local government. *IEEE Explore*.
- BPS. (2020a). *Peraturan Badan Pusat Statistik Nomor 7 Tahun 2020 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pusat Statistik*. Jakarta: BPS.
- BPS. (2020b). *Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 36 Tahun 2020 Tentang Rencana Strategis Badan Pusat Statistik Tahun 2020-2024*. Jakarta: BPS.
- Chalmeta, R. (2006). Methodology for customer relationship management. *The Journal of Systems and Software*, 1015-1024.
- Jianmei, Z., Shanshan, X., & Lulu, J. (2011). The study about e-government facing the public. *Third International Conferene on Multimedia Information Networking and Security* (pp. 222-224). IEEE Computer Society.
- Motiwalla, L. F., & Thompson, J. (2012). *Enterprise systems for management*. Pearson Education India. (2nd ed.). New Jersey: Pearson.
- Reddick, C. (2011). Customer Relationship Management (CRM) technology and organizational change: Evidence for the bureaucratic and e-Government paradigms. *Government Information Quarterly*, 28, 346-353.