

ABSTRAK

Kemajuan teknologi dan sistem informasi yang berjalan sangat pesat, serta kecenderungan nasabah untuk melihat sebuah bank sebagai *financial supermarket* menyebabkan *distribution channels* untuk memasarkan produk dan jasa bank menjadi semakin cepat dan mudah, serta bersifat *borderless*. Bank-bank semakin banyak menawarkan dan mendistribusikan produk dan jasanya dengan memanfaatkan *electronic based channels* seperti pemakaian ATM. ATM dengan cepat berkembang karena nasabah membutuhkan layanan yang *convenience*, yakni tersedianya *channel access* yang banyak, aman, nyaman dan layanan 24 jam sehari, 7 hari dalam seminggu sepanjang tahun.

Teknologi dan sistem informasi perbankan –khususnya ATM- ditujukan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas relasi dengan para nasabah, dalam bentuk *Customer Relationship Management (CRM)*. Hal ini membutuhkan penerapan sistem pemrosesan transaksi (TPS) yang handal. TPS merupakan bagian dari *marketing information system (MKIS)*, yang menyediakan informasi tentang aktivitas pemasaran. *Database* transaksi diintegrasikan dengan data dari *marketing research dan intelligent subsystem* untuk membantu manajer dalam mengambil keputusan, menghasilkan kebijakan dan menambahkan produk layanan atau perbaikan sistem, yang berguna dalam mendukung pelayanan berbasis CRM.

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan informasi mengenai sistem pemrosesan transaksi kartu ATM, dan mengumpulkan teori tentang TPS dan CRM dari berbagai sumber sebagai acuan untuk memperbaiki sistem pengelolaan *database* transaksi untuk mencapai pelayanan berbasis CRM. Kemudian dilakukan analisis untuk mencari kemungkinan kelebihan dan kelemahan sistem yang dimiliki bank.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa MKIS belum diterapkan oleh BRI, karena BRI tidak mempunyai *marketing research and intelligence subsystem*, dan pengelolaan *database* transaksi ATM BRI merupakan perekaman data saja tanpa ada pengintegrasian lebih lanjut dengan bagian riset dan intelijen pemasaran. Hal ini menyebabkan BRI cenderung menjadi *follower* dari bank nasional lain, karena produk layanan ATM-nya hanya mengikuti apa yang berlaku di pasar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sistem pemrosesan transaksi kartu ATM BRI belum dapat mendukung pelayanan berbasis CRM.

Kata kunci : Sistem Pemrosesan Transaksi (TPS), *database* transaksi, *customer relationship management (CRM)*