

# OPTIMALISASI WEBSITE PADA PORTAL GAME ONLINE SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PELAYANAN PELANGGAN (Studi pada PT. Megaxus Infotech)

**Angga Haridio Wijaya**  
**Kertahadi**  
**Rizki Yudhi Dewantara**  
Fakultas Ilmu Administrasi  
Universitas Brawijaya  
Malang  
Email : angga.haridio@gmail.com

## ABSTRACT

*This study aims to knowing, describe, and analyze customer relationship management as a support for the website to improve the service to customers. Knowing, explain, and analyze optimizing the online game portal website. The method used in this research is descriptive qualitative approach. This research was conducted through interviews with related persons consisting of six head community, two expert website, and two internal persons in company. Based on the analysis conducted was found that online gaming portal website as a primary strategy relatival between the customer and the company. Results of this study is customer relationship management in online gaming portal website PT. Megaxus Infotech has aligned with customer relationship management framework is operational, analytical, and collaborative customer relationship management. Application of optimization of the PT. Megaxus accordance with WebQual and require technical development. The findings of this study is the website as a primary strategy known minimum visited by customers and the maximum on social media Facebook, the result of these findings, the company can develop strategy to change the intensity of the use of social media as a service function and optimize a website to attract new customers who are looking for information about the product gaming company.*

**Keyword : Optimize Website, Customer Relationship Management**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menggambarkan, dan menganalisis *customer relationship management* sebagai dukungan website untuk meningkatkan layanan pada pelanggan. Mengetahui, menjelaskan, dan menganalisis pengoptimalisasian pada website portal game online. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilakukan melalui wawancara kepada pihak terkait yang terdiri dari enam ketua komunitas, dua ahli website, dan dua pihak *intern* perusahaan. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan telah ditemukan bahwa website portal game online sebagai strategi utama penghubung antara pelanggan dengan perusahaan. Hasil penelitian ini adalah *customer relationship management* pada website portal game online PT. Megaxus Infotech telah berjalan sesuai dengan kerangka *customer relationship management* adalah *operational, analytical, dan collaborative costumer relationship management*. Penerapan optimalisasi pada PT. Megaxus telah sesuai dengan *webqual* dan memerlukan pengembangan secara teknis. Hasil temuan dari penelitian ini adalah website sebagai strategi utama yang diketahui minimum dikunjungi oleh pelanggan dan maksimal pada media sosial facebook. Hasil dari temuan tersebut, perusahaan dapat mengembangkan strategi dengan merubah intensitas penggunaan pada media sosial sebagai fungsi pelayanan dan mengoptimalisasikan website untuk menarik pelanggan baru yang mencari informasi mengenai produk game perusahaan.

**Kata kunci : Optimalisasi Website, Customer Relationship Management**

## A. PENDAHULUAN

Perkembangan internet pada era informasi merupakan kemajuan teknologi informasi yang berkembang pesat di dunia. Internet telah memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perkembangan dunia. Kehadiran internet telah menghapus jarak terhadap akses informasi yang diperlukan untuk kebutuhan masyarakat seperti halnya kebutuhan informasi akademis atau informasi mengenai hiburan. Nurazizah Zaenudin (2014) dalam skipnesia.com menyatakan bahwa, penggunaan internet untuk kalangan remaja dan orang tua bermanfaat dalam menambahkan wawasan, memudahkan komunikasi, meningkatkan penguasaan bahasa asing, sebagai sarana hiburan dan untuk menjalankan bisnis. *Digital Youth Project* yang disponsori MacArthur Foundation selama tiga tahun berhasil membuktikan internet baik bagi perkembangan remaja. Proyek yang dilakukan selama tiga tahun melibatkan 800 remaja dan orang tua untuk mengetahui peningkatan kemampuan teknologi remaja.

Era informasi ditandai dengan jumlah pengguna internet yang besar, terutama di Indonesia yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, menyebutkan bahwa pada tahun 2014 pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 57% dari total penduduk atau sekitar 137 juta pengguna. Data statistik APJII (Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia) menyatakan bahwa, jumlah dan penetrasi pengguna internet di Indonesia pada tahun 2005-2014, menjelaskan bahwa penggunaan internet di Indonesia akan terus meningkat pada setiap tahunnya. Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia yang sangat pesat menjadi sebuah fenomena menarik, jumlah pengguna internet yang pesat merupakan potensi pasar yang besar serta akan mempengaruhi munculnya berbagai peluang bisnis baru. Internet telah merevolusi cara dunia melakukan bisnis baik di tingkat lokal maupun global. Banyak perusahaan kecil dan besar telah memanfaatkan internet demi menunjang bisnis mereka.

Meningkatnya perkembangan internet di Indonesia membuat banyak perusahaan yang menggunakan internet sebagai media bisnis seperti *Publisher Game Online*, *Publisher Game* adalah bisnis dimana perusahaan membeli lisensi sebuah game yang dibuat oleh *developer* dan kemudian diluncurkan di daerah *publisher* tersebut berada. Perkembangan internet di dunia terutama Indonesia yang menduduki peringkat ke 6, bisnis pada bidang teknologi menjadi suatu bisnis yang menarik bagi

perusahaan saat ini. Robi Baskoro (2015) dalam duniaku.net menyatakan bahwa, dalam hal demografi pengguna, 70% pemain game Indonesia berusia antara 13 hingga 24 tahun. *Managing Director* PT. Megaxus Infotech Eva Muliawati dalam industri.bisnis.com mengatakan, berdasarkan riset sejumlah lembaga jumlah pengguna Internet di Indonesia, saat ini diprediksi sebanyak 20% pengguna internet merupakan pengguna game online. Dengan tingkat pengguna yang begitu besar akan menjadi hal yang menarik untuk mendapatkan *profit* yang tinggi bagi perusahaan industri game seperti *publisher game*. *Publisher game* sebagai perusahaan industri game menggunakan website sebagai portal game online dan berperan sebagai perantara antara konsumen dengan pihak perusahaan. Sebagaimana portal game online harus memanfaatkan website sebaik mungkin untuk memuat informasi dan layanan khusus untuk konsumen sebagai gamer. Website pada portal game online memuat informasi sebagai berita untuk setiap update game terbaru, *payment* sebagai layanan pembayaran (*voucher*), dan *costumer service* sebagai layanan untuk pelanggan yang mengalami kesulitan tentang *payment* atau informasi. Membuat website menarik akan membawa dampak yang baik terhadap perusahaan, seperti peningkatan *User Interface* (UI) agar mudah diakses dan dipahami oleh para gamer. Website yang inovatif dan menarik serta layanan yang baik akan membuat para konsumen lama akan semakin mengunjungi website dan membawa konsumen baru yang akan memainkan game dari produk *publisher*.

*Publisher Game* menggunakan portal game online sebagai website penghubung antara perusahaan dan konsumen. Membuat website pada portal game online agar semakin inovatif, maka diperlukan optimalisasi website. Optimalisasi website bertujuan agar website semakin berkualitas dan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan, seperti peningkatan UI (*User Interface*) yang bertujuan mempermudah konsumen mencari informasi dengan tombol yang disediakan, SEO (*Search Engine Optimization*) yang bertujuan untuk memudahkan pencarian web yang dituju dalam mesin pencari (*Search Engine*), dan peningkatan konten website yang bertujuan meningkatkan informasi produk yang berisi teks, gambar, suara, video, dan animasi agar banyak *visitor* yang masuk pada website.

Perusahaan *publisher game* sebagai perusahaan game akan membuat website sebagai penghubung antara pelanggan dan *publisher*. Website sebagai

penghubung antara pelanggan dan publisher ini perlu adanya kontrol dan strategi agar pelanggan tetap memainkan game. CRM (*Customer Relationship Management*) merupakan sebuah pendekatan baru dalam mengelola hubungan korporasi dan pelanggan pada level bisnis sehingga dapat memaksimalkan komunikasi dan pemasaran melalui pengelolaan berbagai kontak yang berbeda dengan pelanggan. Secara khusus CRM berusaha memberikan layanan yang sifatnya personal sehingga dapat memberikan kepuasan yang tinggi pada pelanggannya, baik sebagai *stakeholder* maupun pelanggan.

PT. Megaxus Infotech adalah sebuah perusahaan publisher game online di Indonesia yang didirikan pada tahun 2006 dan sekarang telah memiliki 6 produk game online. PT. Megaxus Infotech dikenal oleh komunitas dan penggemar game online di Indonesia sebagai publisher yang menyajikan konsep lifestyle entertainment yang juga mencakup produk dan pelayanan terbaik dan terinovatif bagi para pencinta game online di Indonesia. Menurut hasil wawancara pada pemain game online aktif PT. Megaxus mengatakan, bahwa website pada portal game online sudah maksimal dalam mencari dan menemukan informasi namun ada beberapa yang kurang pada informasi yang tidak ditampilkan, beberapa tombol yang kurang efisien dan pelayanan konten yang kurang tersedia. Menurut hasil wawancara yang telah dilakukan, maka diperlukan optimalisasi pada website untuk menjadikan website lebih optimal dan meningkatkan pelayanan untuk pelanggan. Mengoptimalkan website sebagai peningkatan pelayanan, maka diperlukan Customer Relationship Management untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana mengoptimalkan website pada portal game online yang digunakan oleh PT. Megaxus Infotech agar dapat meningkatkan pelayanan pada pelanggan. Atas dasar tersebut, maka penulis ingin melakukan penelitian dalam bentuk penelitian skripsi dengan judul “**Optimalisasi Website pada Portal Game Online sebagai Upaya Peningkatan Pelayanan Pelanggan**”.

## B. KAJIAN PUSTAKA

### 1. Sistem Informasi Manajemen

#### a. Sistem

McLeod (2001: 11) mendefinisikan sistem sebagai sekelompok elemen-elemen yang terintegrasi dengan maksud yang sama untuk

mencapai tujuan. Davis (1992: 68) menyatakan bahwa, sistem adalah suatu kumpulan yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berkaitan bersama untuk yang beroperasi bersama untuk mencapai beberapa sasaran dan maksud.

#### b. Informasi

Menurut Laudon (2007: 9), Informasi berarti data yang telah dibentuk menjadi sesuatu yang memiliki arti dan berguna bagi manusia. Menurut definisi tersebut, informasi yang diterima oleh manusia sebagai pengguna/pemakai informasi haruslah berkualitas. Beberapa faktor penentu kualitas suatu informasi adalah untuk dapat berguna, maka informasi harus didukung oleh tiga pilar berikut: relevan (*relevance*), tepat waktu (*timeliness*), dan tepat nilainya atau akurat (*accurate*).

## 2. Internet

Menurut Hariningsih (2005: 8) “Pengertian internet adalah sebuah dunia maya jaringan komputer (interkoneksi) yang terbentuk dari milyaran komputer di seluruh dunia”. menurut O’Brien (2005: 268) mendefinisikan intranet dan ekstranet sebagai berikut:

- a. Intranet adalah jaringan di dalam organisasi yang menggunakan teknologi internet (seperti *server* dan *browser web*, protokol jaringan TCP/IP, database, dan lain-lain) untuk menyediakan lingkungan yang mirip dengan internet dalam perusahaan untuk memungkinkan saling berbagi informasi, komunikasi, kerjasama dan dukungan bagi proses bisnis.
- b. Ekstranet adalah hubungan jaringan yang menggunakan teknologi internet untuk saling menghubungkan intranet suatu bisnis dengan intranet pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis lainnya.

## 3. Optimalisasi Website

### a. Optimalisasi

Optimalisasi adalah hasil yang dicapai sesuai dengan keinginan, jadi optimalisasi merupakan pencapaian hasil sesuai harapan secara efektif dan efisien. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Depdikbud, 1995:628) optimalisasi berasal dari kata optimal yang berarti terbaik, tertinggi.

### b. Optimalisasi Website

#### 1) Website

Menurut Andrea (2015:11), menyatakan bahwa website adalah

halaman informasi yang disediakan jalur internet sehingga bisa diakses di manapun selama terkoneksi dengan jaringan internet. Website merupakan komponen atau kumpulan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara animasi, sehingga lebih merupakan media informasi yang menarik untuk dikunjungi.

## 2) Web Portal

Web Portal adalah website yang menjadi pintu gerbang, starting point bagi pengunjung untuk memulai aktivitasnya di Internet. Tujuan utama sebuah Web Portal adalah membangun komunitas dengan cara mengikat pengunjung secara sukarela ke dalam berbagai layanan yang disediakan.

## 3) Kualitas Web atau Webqual

Website dengan segala interaksi di dalamnya perlu adanya pengembangan dengan cara mengoptimalkan website tersebut, optimalisasi pada website lebih efektif dengan menggunakan webqual atau bisa disebut kualitas website yang bertujuan meningkatkan kualitas website untuk mencapai tujuan tertentu. Risyad dalam jurnalnya berjudul “Pengaruh Kualitas Web Terhadap Tingkat Kepuasan Penggunaan Goggle Scholar” mendefinisikan:

Webqual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna terakhir. Metode ini merupakan pengembangan dari ServQual Zeithaml yang banyak digunakan sebelum pada pengukuran kualitas jasa. WebQual sendiri disusun berdasarkan 3 dimensi yang membentuk kualitas desain *web content* Barnes dan Vidgen (2000) yaitu:

### a) Kualitas Informasi (*Information Quality*)

Menurut Barnes, kualitas informasi meliputi hal-hal seperti informasi yang akurat, informasi yang bisa dipercaya, informasi yang *up to date* atau terbaru, informasi yang sangat detail dan mendalam, dan informasi yang disajikan dalam format desain yang sesuai.

### b) Kualitas Desain Website (*Design Quality*)

Kualitas desain website meliputi kemampuan web dalam memberikan tampilan atau interface dengan estetika

dan fungsi yang maksimal. Mulai dari segi penataan informasi, tampilan menu – menu, kejelasan informasi, pemilihan warna web serta kejelasan tentang font pada website itu sendiri.

### c) Kualitas Penggunaan (*Usability Quality*)

Kualitas penggunaan meliputi, kemudahan untuk dipelajari, kemudahan untuk dimengerti situs dalam pemberian informasi yang diharapkan pengguna, kemudahan untuk ditelusuri dalam pencarian informasi, kemudahan dalam pengoperasian situs bagi pengguna, kemudahan dalam sistem navigasi memberikan pengalaman baru tentang informasi yang dibutuhkan pelanggan.

## 4. CRM (*Customer Relationship Management*)

### a. Pengertian CRM

Menurut Paulus (2005:81) CRM adalah strategi yang digunakan untuk mempelajari lebih lanjut tentang kebutuhan dan sifat pelanggan dalam rangka mengembangkan hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan.

### b. Definisi CRM

CRM merupakan alat yang dipandang tepat untuk mengelola pelanggan secara intensif untuk meningkatkan *customer value*, dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas hubungan dengan pelanggan (Cariawati & Djunaedy, 2006:2).

### c. Kerangka CRM

Menurut Paulus (2005:124) dari sudut pandang arsitektur, kerangka CRM dapat diklasifikasikan ke dalam tiga komponen utama, antara lain:

#### 1) *Operational CRM*

*Operational CRM* merupakan pengelolaan secara otomatis dari proses bisnis secara terintegrasi dan horizontal termasuk *customer touch points* dan integrasi *front back office*. Tujuannya adalah memberikan nilai lebih kepada pelanggan yang akhirnya akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

a) *Customer Touching System*, adalah yang berinteraksi langsung ke pelanggan seperti aplikasi *e-commerce*, *self service* dan manajemen promo.

b) *Customer Facing System*, adalah aplikasi yang digunakan untuk menjawab pertanyaan pelanggan seperti *call interaction centers*, *automated response e-mail*, dan *sales force automation*.

2) *Analytical CRM*

*Analytical CRM* merupakan analisis data yang diperoleh dari *operational CRM*. Tujuannya adalah menggunakan data pelanggan dengan tepat agar perusahaan dapat selalu mengetahui apa yang dipikirkan oleh pelanggan.

3) *Collaborative CRM*

*Collaborative CRM* merupakan seperangkat aplikasi dari pelayanan kolaborasi, di antaranya adalah e-mail, biodata, *e-communities*, publikasi personal dan alat lainnya yang sejenis yang dirancang untuk memfasilitasi interaksi antara pelanggan dan perusahaan.

d. Aktivitas CRM

Menurut Pappas and Roger dalam Kotler dan Keller (2007:35), empat aktivitas CRM adalah:

1) Mengidentifikasi (*Identify*)

Mengidentifikasi merupakan langkah awal untuk mengetahui mana pelanggan yang potensial atau merugikan.

2) Mengakuisisi (*Acquire*)

Setelah perusahaan memperoleh jumlah pelanggan dalam jumlah besar, maka perusahaan dapat memberikan perlakuan yang berbeda kepada setiap tingkatan pelanggan.

3) Mempertahankan (*Retain*)

Untuk mempertahankan pelanggan, perusahaan harus mempunyai keunggulan kompetitif seperti reward yang sesuai dengan keinginan pelanggan, memberikan financial benefit, social benefit dan structural ties, memberikan pelayanan secara profesional dan mampu menjaga hubungan baik dalam jangka panjang.

4) Mengembangkan (*Develop*)

Dengan database pelanggan, perusahaan mampu mempelajari keinginan konsumen sehingga tercapai tujuan perusahaan.

## 5. Pelanggan

### a. Pengertian Pelanggan

Menurut Kotler (2003:85), pelanggan adalah orang yang menyampaikan keinginannya kepada perusahaan. Tugas perusahaan adalah menanganinya supaya mendapatkan keuntungan baik bagi perusahaan maupun bagi pelanggan itu sendiri.

### b. Nilai Pelanggan

Menurut Kotler (2003:68), nilai pelanggan yaitu selisih antara nilai pelanggan total dan biaya pelanggan total. Goodstein dalam Tjiptono (2006:385) menjelaskan bahwa nilai pelanggan adalah ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan pemasok tersebut dan mendapati bahwa produk bersangkutan memberi nilai tambah.

### c. Tingkatan Pelanggan

Menurut Chan (2003:29), empat tingkatan pelanggan meliputi:

1) Emas (*Gold*), Kelompok ini adalah heavy user yang selalu membeli dalam jumlah besar dan frekuensi pembeliannya tinggi.

2) Perak (*Silver*), Kelompok perak ini tidak seloyal kelompok emas, walaupun mereka sebenarnya merupakan heavy user tetapi pemenuhan kebutuhannya didapat lebih dari satu tempat, tergantung penawaran yang lebih baik.

3) Perunggu (*Bronze*), Kelompok ini masih dibutuhkan oleh perusahaan untuk menggenapkan pemenuhan target penjualan tahunan.

4) Besi (*Iron*), Kelompok pelanggan yang bukannya menghasilkan keuntungan justru membebani perusahaan, membuat perusahaan berfikir lebih baik menyingkirkan mereka dari daftar pelanggan.

## C. METODE PENELITIAN

### 1. Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian ini adalah kantor PT. Megaxus Infotech yang beralamat di Jalan Mampang Prapatan Raya No. 50, Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta dengan situs website [www.megaxus.com](http://www.megaxus.com).

## 2. Sumber Data

- a. Data Primer, Sumber data primer pada penelitian ini adalah pihak intern dari PT. Megaxus Infotech dan gamer sebagai pelanggan aktif.
- b. Data Sekunder, sumber data yang diperoleh dari buku, dokumen, ataupun arsip yang ada di lokasi penelitian yang akan diteliti.

## 3. Keabsahan Data

Penelitian Optimalisasi Website pada Portal Game Online Sebagai Upaya Peningkatan Pelayanan Pelanggan, langkah-langkah pengujian validitas dan reliabilitas yang dilakukan menurut Sugiyono (2013: 460) yaitu *credibility, transferability, dependability, konfirmability*.

## 4. Metode Analisis Data

Analisis data ini menggunakan analisis data model Miles dan Huberman (1984), yang mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification*.

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Data

- a. Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) pada PT. Megaxus Infotech

Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) pada PT. Megaxus Infotech merupakan suatu interaksi yang terjadi antara perusahaan dan pelanggan melalui pelayanan digital yaitu:

- 1) Website

Pelayanan dalam website meliputi:

- a) *Live Support*, metode ini adalah pelayanan secara online langsung dari *customer* dengan *customer service*
- b) E-mail, metode ini adalah pelayanan berbasis internet yang memfasilitasi *customer* yang ingin mengajukan pertanyaan atau masalah dengan mengirimkan tulisan, gambar, dan file.

- c) *Telefon (Hotline)*, metode ini adalah pelayanan berbasis media penghubung dengan selular untuk berbicara langsung kepada *customer service*.

### 2) Media Sosial

Pelayanan dalam bentuk media sosial yaitu Facebook, Twitter, dan Aplikasi Line

- b. Layanan Website sebagai Pendukung *Customer Relationship Management* (CRM) pada PT. Megaxus Infotech  
Adapun layanan website portal game online Megaxus sebagai berikut:

#### 1) Live Support

Metode ini digunakan untuk customer yang ingin melakukan interaksi melalui media chat online.

#### 2) E-mail

Pengiriman e-mail support pada PT. Megaxus terbagi menjadi beberapa bagian dan fungsinya tersendiri yaitu:

##### a) *Customer Service*

*Customer Service* membantu customer mengatasi permasalahan instalasi, hal-hal teknis dan koneksi game yang beralamat [cs@megaxus.com](mailto:cs@megaxus.com)

##### b) *Marketing*

Tim *Marketing* membantu keinginan untuk pengajuan event / bekerja sama / menjadi mitra bisnis produk PT. Megaxus Infotech yang beralamat [marketing@megaxus.com](mailto:marketing@megaxus.com)

##### c) *Game Master Game Online*

*Game Master* membantu customer jika menemukan pelanggaran / *bugs* / permasalahan lain berkaitan dengan game. Ayo Dance beralamat e-mail [gamemaster@ayodance.com](mailto:gamemaster@ayodance.com), Counter-Strike Online beralamat e-mail [gamemaster@csco.co.id](mailto:gamemaster@csco.co.id), Ayo Oke beralamat e-mail [gamemaster@ayooke.com](mailto:gamemaster@ayooke.com), Heroes of Atarsia beralamat e-mail [gamemaster@heroesofatarsia.com](mailto:gamemaster@heroesofatarsia.com), World in Ayodance beralamat e-mail [gamemaster@worldinayodance.com](mailto:gamemaster@worldinayodance.com), Royal Master beralamat e-mail [gamemaster@royalmaster.co.id](mailto:gamemaster@royalmaster.co.id)

#### 3) Media Sosial

Metode ini digunakan untuk memperluas interaksi dengan customer yang dalam era modern ini menggunakan media sosial untuk

menggali informasi dan berinteraksi. Adapun bentuk media sosial dalam website yaitu:

a) Facebook

Alamat facebook PT. Megaxus ini adalah <https://www.facebook.com/MegaxusInfotech/?fref=ts>

b) Twitter

Alamat twitter PT. Megaxus Infotech ini adalah <https://twitter.com/megaxusinfotech>

c. Mengoptimalkan Kualitas Website sebagai Pendukung CRM pada PT. Megaxus Infotech

Optimalisasi website yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas website bertujuan agar meningkatkan performa dan tampilan pada website sehingga mendukung interaksi antara pelanggan dan perusahaan. Keberhasilan optimalisasi website membawa dampak yang sangat baik untuk perusahaan agar membuat pelanggan lebih sering mengunjungi website dan melihat produk yang ditawarkan oleh PT. Megaxus Infotech.

## 2. Pembahasan

a. Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Pelanggan PT. Megaxus Infotech

Menurut Menurut Paulus (2005:124) pada komponen kerangka CRM yaitu:

1) Operational CRM

a) Customer Touching System

(1) Aplikasi E-Commerce

Layanan aplikasi yang dimaksud dari PT. Megaxus Infotech ini adalah website portal game online itu sendiri beralamat [www.megaxus.com](http://www.megaxus.com) dan juga berfungsi sebagai media promosi dan layanan pelanggan.

(2) *Self service*

PT. Megaxus Infotech telah mengaplikasikan CRM secara baik dengan menggunakan website sebagai medianya dan memberikan berbagai pelayanan untuk membangun interaksi dengan pelanggan.

(3) Manajemen Promo

PT. Megaxus Infotech telah mengaplikasikan manajemen promo

dengan adanya langganan jadwal event dengan cara subscribe dan mengisi e-mail. Pelanggan akan menerima pesan langsung berita dari PT. Megaxus Infotech.

b) *Customer Facing System*

(1) *Call Interaction Center*

PT. Megaxus Infotech telah mengaplikasikan call interaction center dengan membuat telepon langsung pada customer service yaitu hotline dan chat online yaitu live support pada menu website.

(2) Automated Response E-mail

PT. Megaxus Infotech telah menerapkan automated response e-mail dengan baik

(3) *Sales Force Automation*

Terdapat metode pembayaran pada PT. Megaxus Infotech seperti megaxus voucher, internet banking, mobile (potong pulsa), atm transfer, credit card, dan eMoney. Proses di atas dilakukan oleh pelanggan untuk mengisi saldo akun yang dimiliki untuk membeli hal-hal yang diperlukan pelanggan ke dalam game online yang dimainkan.

2) Analytical CRM

PT. Megaxus Infotech telah mengaplikasikan analytical CRM dengan baik seperti pada wawancara dengan Bapak Dewa Gitawidura selaku Web Development PT. Megaxus Infotech yang mengatakan bahwa perusahaan menganalisis data pelanggan.

3) Collaborative CRM

PT. Megaxus telah membuat pelayanan pada berbagai media yaitu media sosial yang terdiri dari Facebook, Twitter dan Aplikasi Line dikarenakan pada era globalisasi ini penggunaan platform yang semakin berkembang, perusahaan juga harus mengikuti platform yang ada sehingga tidak menghambat perkembangan interaksi antara pelanggan.

Menurut Felix Darmoko selaku Brand Manager PT. Megaxus Infotech mengatakan bahwa, website portal game online ([www.megaxus.com](http://www.megaxus.com)) telah menjadi pintu utama untuk interaksi antara pelanggan dan perusahaan, namun pada kenyataannya pelanggan lebih sering menggunakan sosial media untuk melihat berita yang disajikan oleh perusahaan. Menurut peneliti, interaksi

akan sangat berkualitas jika melalui satu arah yaitu memfokuskan pada media sosial yaitu facebook seperti pada aktivitas CRM menurut Pappers and Roger dalam Kotler dan Keller (2007:35) yaitu mengidentifikasi (*identify*), mengakuisisi (*acquire*), mempertahankan (*retain*), dan mengembangkan (*develop*).

b. Penerapan Optimalisasi Website sebagai Upaya Meningkatkan Pelayanan Pelanggan pada PT. Megaxus Infotech  
Optimalisasi website yang telah dilakukan peneliti melalui wawancara kepada ketua komunitas game online produk PT. Megaxus Infotech dan ahli website dari berbagai instansi, ada beberapa temuan mengenai optimalisasi yaitu:

1) Kualitas Informasi (*Information Quality*)

Kualitas informasi website portal game online pada PT. Megaxus Infotech sudah memenuhi kualitas informasi menurut Barnes (2000) yaitu informasi yang update, informasi yang mudah dimengerti dan informasi yang relevan.

2) Kualitas Desain (*Design Quality*)

Kualitas desain pada PT. Megaxus Infotech sudah memenuhi webqual yang dijelaskan menurut Barnes (2000), beberapa hal mengenai kualitas desain website portal game online pada PT. Megaxus Infotech yang perlu adanya pengembangan untuk menjadikan interaksi dengan customer lebih baik yaitu:

- a) Merubah background belakang yang semula putih menjadi cover sebuah game atau event besar saat ini. Tujuan ini dilakukan untuk promosi perusahaan pada sebuah event besar, customer yang lama akan tertarik mengikuti dan kemungkinan besar akan membawa customer baru yang juga tertarik pada game ataupun event terbaru dari perusahaan.
- b) Merubah letak live support di luar menu pada posisi yang strategis seperti di pojok kanan bawah atau di samping menu. Tujuannya agar website terlihat aktif dan memudahkan customer menghubungi perusahaan, hal ini telah dijelaskan oleh Paulus (2005:124) pada operational CRM dengan aplikasi CRM customer facing system yaitu call interaction center
- 3) Kualitas Penggunaan (*Usability Quality*)

Kualitas penggunaan website portal game online pada PT. Megaxus sudah memenuhi webqual yang dijelaskan oleh Barnes (2000) , mengenai kualitas penggunaan pada PT. Megaxus Infotech, hal yang perlu dikembangkan yaitu:

- a) Merubah letak fitur search yang semula di tengah menjadi di atas seperti pojok kanan atas. Tujuannya agar customer menjadi lebih mudah mencari informasi yang dibutuhkan.
- c. Upaya-Upaya yang dilakukan oleh PT. Megaxus Infotech untuk Mewujudkan Keberhasilan Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM)

PT. Megaxus Infotech dalam misinya “Selalu memberikan pelayanan serta update yang terbaik dan inovatif bagi seluruh penggemar game online di Indonesia.” Dalam misi tersebut, perusahaan selalu memberikan pelayanan bagi pelanggan sesuai dengan kebutuhannya. Upaya-upaya yang dilakukan oleh PT. Megaxus Infotech dalam mewujudkan keberhasilan CRM adalah:

- 1) Menurut Felix Darmoko selaku Brand Manager PT. Megaxus Infotech mengatakan bahwa, perusahaan siap melakukan peningkatan pelayanan dalam bentuk website ataupun platform baru.
- 2) Menurut Dewa Gitawidura selaku Web Development PT. Megaxus Infotech mengatakan bahwa, untuk menjalin interaksi dengan pelanggan, perusahaan menggunakan inovasi baru yaitu membuat artikel edukasi yang menambah wawasan bagi penggunanya, diharapkan dari inovasi baru ini adalah untuk menambah wawasan bagi penggunanya dan menambah minat dan mengundang pelanggan lama dan baru pada perusahaan.

## E. KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

- a. PT. Megaxus Infotech adalah perusahaan publisher game yang bergerak di bidang jasa pelayanan game online yang di mainkan oleh penggemar game online di seluruh Indonesia.
- b. Hasil penelitian dari optimalisasi website portal game online PT. Megaxus Infotech bertujuan untuk meningkatkan pelayanan untuk pelanggan telah sesuai

- dengan Webqual, bentuk optimalisasi website ini berbentuk layanan konten yang berisi informasi pada website, desain website yang menarik perhatian pelanggan, dan penggunaan website yang mudah digunakan oleh pelanggan.
- c. Hasil penelitian dari penerapan customer relationship management oleh PT. Megaxus Infotech adalah dalam bentuk website portal game online yang bertujuan untuk mendekatkan perusahaan dengan pelanggan melalui kegiatan-kegiatan pada website seperti: e-mail, live support, call hotline. Interaksi yang terjadi mendukung pelayanan terhadap pelanggan yang ingin bertanya secara langsung kepada perusahaan, selain itu bentuk pelayanan perusahaan ada dalam bentuk sosial media yaitu facebook dan twitter. Website portal game online yang sebagaimana pada PT. Megaxus Infotech menjadi pintu gerbang untuk berinteraksi dengan pelanggan telah beroperasi secara baik, namun intensitas pelanggan pada website portal game online sangat minimum dan beralih menggunakan layanan sosial media untuk melihat berita. PT. Megaxus menggunakan cara menyisipkan link website pada sosial media, sehingga pelanggan tetap mengunjungi website. Layanan sosial media sangat menguntungkan untuk perusahaan, karena intensitas pengguna internet yaitu memakai facebook sebagai media untuk menyebarkan berita, mencari berita, dan berinteraksi dengan pengguna lain. Penyebaran informasi akan sangat cepat dengan menggunakan strategi like, share, comment, dengan strategi seperti ini akan memudahkan promosi bagi perusahaan.
- d. Manfaat penerapan CRM dapat dirasakan oleh semua pihak, baik perusahaan maupun pelanggan. Perusahaan merasakan manfaat dengan meningkatnya pelayanan. Selain itu, PT. Megaxus Infotech dapat membuat peningkatan kepercayaan dalam dunia bisnis perusahaan kepada setiap pelanggan. Sedangkan pelanggan mendapatkan kepuasan dengan

meningkatkan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

- e. Penerapan CRM yang didukung oleh layanan website pada PT. Megaxus Infotech akan sukses dalam bentuk sosial media yaitu Facebook dengan strategi penyebaran informasi, akan tetapi masih memerlukan pengoptimalisasian pada website karena pelanggan baru pertama kali mencari informasi melalui website portal itu sendiri.

## 2. Saran

1. Peneliti memberi saran sebagai bentuk peningkatan interaksi antara pelanggan, diadakannya trivia pada website portal game online dengan reward beberapa item yang mungkin random dari normal hingga rare, mungkin bisa di adakan pada jadwal hari tertentu ataupun setiap hari. Hal tersebut membuat website semakin sering dikunjungi, meningkatkan pelayanan, dan trivia bisa dimasukkan dalam hal-hal tentang pengetahuan yang menguntungkan pelanggan ataupun hal-hal tentang game yang dimainkan agar menumbuhkan minat pelanggan memainkan game online tersebut. Menurut peneliti, ini adalah bentuk promosi dan hiburan sebagai bentuk kualitas interaksi dengan pelanggan PT. Megaxus Infotech.
2. Peneliti memberi saran tentang artikel mengenai pengetahuan sebagai bentuk peningkatan kualitas layanan yang diungkapkan oleh Bapak Gita Widura selaku Web Development PT. Megaxus Infotech, untuk lebih bertambahnya kualitas interaksi dengan pelanggan sebaiknya pada website ataupun media sosial membuat konten artikel tentang apa saja item yang digunakan pada game secara detail. Konten artikel yang dimaksud memberikan manfaat informasi pada pelanggan dan menumbuhkan minat bermain, menurut peneliti dengan bentuk interaksi ini memungkinkan bertambahnya pelanggan baru.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chan, Syarifruddin. 2003. *Relationship Marketing (Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Daihani. 2001. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Gramedia.
- Depdikbud. 1996. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka. Jakarta.
- Gordon, B.D. 1992. *Kerangka Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Presindo.
- Hall, J.A. 2001. *Sistem Informasi Akuntansi*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Hariningsih. 2005. *Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- HM, Jogiyanto. 2005. *Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Indrajit, Richardus. 2002. *Pengantar Konsep Dasar Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Dialihbahasakan oleh Benyamin Molan. Edisi Sebelas. Jakarta: PT. Indeks.
- Kumartomo, W. Dan Margono, S.A. 2001. *Sistem Informasi Manajemen, Dalam Organisasi-Organisasi Publik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Laudon, Kenneth C. & Laudon, Jane P. 2012. *Sistem Informasi Manajemen: Mengelola Perusahaan Digital*. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- McLeod, R. Jr. 2001. *Sistem Informasi*. Edisi 7 Jilid 2. Jakarta: Prenhallindo
- O'Brien, James A. 2005. *Management Information System: Managing Information Technology in the Internetworked Enterprise*. 4th Edition. United States: Mc Graw-Hill.
- Oetomo, B.S.D. 2002. *Perencanaan dan Pengembangan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Paulus, dkk. 2005. *Sistem Informasi*. Bandung: Informatika Bandung.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabet
- Sutanta, E. 1996. *Sistem Basis Data*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yohan Kumala sari 2010. *Analisis dan Desain CRM (Customer Relationship Management) pada Perusahaan Retail*. Universitas Brawijaya, Malang : skripsi yang tidak dipublikasikan.

## Jurnal

- Fatmawati Asiseh 2013. *Penerapan Sistem Informasi Customer Relationship Management (CRM) Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan (Studi pada PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan dan Jaringan (UPJ) Dinoyo*. Jurnal Vol 1 (2) 2013 : 1-11.
- Andi Maslan. 2011. *Pengukuran Kualitas Layanan Website Pemerintah Kota Batam Menggunakan Metode WEBQUAL 4.0*. Universitas Putera Batam.
- Cariawati, Wiwit & Djuaneddy, Arif. 2005. *Analisis dan Desain Aplikasi Costumer Relationship Management Sebagai Alat Analisis Costumer-Value pada Unit Bisnis Internet di PT. Telkom Divisi Regional V Jawa Timur*. Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi II: 2. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh November, Program Studi Magister Manajemen Teknologi. 30 Juli 2005.
- Risyad Fauziansyah Budi. 2013. *Pengaruh Kualitas Web Terhadap Tingkat Kepuasan Penggunaan Google Scholar (Studi pada Mahasiswa UNAIR sebagai Penunjang Kegiatan Akademis)*. Jurnal Vol. 2 (1) 2013-01
- Yasin, Azis. 2001. *Mengelola pelanggan dengan jaminan mutu dan relationship marketing untuk meningkatkan loyalitas pelanggan*. Majalah Ilmiah Vol. XVIII. FE UNIBRAW. Hal 70-76.