

**Aplikasi Mobile Trading Monex
Guna Mendukung Customer Relationship Management**

by

**Hans Andre Martinus Supit ⁽¹⁾
Gede Sri Darma ⁽²⁾**

Undiknas Graduate School
Jl. Waturenggong No. 164 Denpasar, Bali

*and.supit@gmail.com ⁽¹⁾
sridarma@undiknas.ac.id ⁽²⁾*

ABSTRACT

The growth of smartphone users in Indonesia is increasing every year. With the present era of disruption and digitalization also infrastructure development is increasingly sophisticated, causing consumer behavior to also experience shifts or changes. In conducting online trading transactions, informative, innovative and secure online trading applications will provide more benefits and help the company not only to survive in competition but also grow to be better companies. The needs of accurate information system and faster news should be adjusted with the growth of the information technology. Innovative Customer Relationship Management (CRM) strategy is increasingly needed by companies to grow. Applications are one way that companies can use as part of CRM.

This research will examine the usefulness and convenience of MIFX Mobile trading applications for customers and as part of CRM applications that can help the company grow for the long term. This research uses qualitative descriptive and uses purposive sampling technique by interviewing three types of informants directly related to the application in their daily life. The results of the interviews and the data that have been obtained will be processed and verified by using triangulation system of data sources, methods and theories. The results of this study are expected to assist customers in transacting and useful for companies in taking holistic CRM application approach and development strategy for future growth.

Keywords : Online Trading, MIFX Mobile, Customer Relationship Management

ABSTRAK

Pertumbuhan pengguna smartphone di Indonesia semakin bertambah setiap tahunnya. Dengan hadirnya era *disruption* dan digitalisasi serta pembangunan infrastruktur yang semakin canggih, menyebabkan perilaku konsumen turut mengalami shift atau perubahan. Dalam melakukan transaksi perdagangan berjangka secara *online*, aplikasi *online trading* yang informatif dan inovatif dan aman akan memberikan keuntungan lebih dan membantu perusahaan untuk tidak hanya bertahan dalam menghadapi saingan tetapi juga bertumbuh lebih baik. Kebutuhan perolehan informasi yang semakin cepat harus disesuaikan dengan perkembangan jaman. Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yang inovatif semakin dibutuhkan oleh perusahaan untuk berkembang. Aplikasi merupakan salah satu cara yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bagian dari CRM. Penelitian ini akan meneliti tentang kegunaan serta kemudahan aplikasi trading MIFX Mobile bagi nasabah dan sebagai

bagian dari aplikasi CRM yang dapat membantu pertumbuhan perusahaan untuk jangka panjang.

Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mewawancarai tiga jenis informan yang langsung berhubungan dengan aplikasi dalam kesehariannya. Hasil dari wawancara serta data-data yang telah diperoleh akan diolah dan diverifikasi dengan menggunakan sistem triangulasi sumber data, metode dan teori. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu nasabah dalam bertransaksi dan berguna bagi perusahaan dalam mengambil pendekatan strategi pengembangan aplikasi CRM yang holistik bagi pertumbuhan perusahaan kedepan.

Kata Kunci : *Online Trading, MIFX Mobile, Customer Relationship Management*

DAFTAR PUSTAKA

- Angka, A.T., and Darma, G.S. (2016). The Impact of Leadership Style on Employee's Satisfaction, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **13** (1): 78-91.
- Adnyasuari, P.A.S., and Darma, G.S. (2017). Technology Acceptance Model dan E-Satisfaction in Mobile Banking, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (2): 1-12.
- Ajzen, I., Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Attention and Behavior, An Introduction to Theory and Research*. Addison Wesley Publising Company.
- Ali, P. (2017). *Millennial Nusantara, Pahami Karakternya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Adnyana, R., and Darma, G.S. (2015). Strategi Marketing Mix, Yield Management, Customer Satisfaction and Occupancy Rate, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (1): 92-115.
- Artawijaya, I.G.P.A., and Darma, G.S. (2015). Evaluation The Effectivity of Performance Management Online System to Improving The Employees Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (2): 73-89.
- Ancok, D. (2012). *Psikologi Kepemimpinan dan Inovasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Budiasni, N.W.N., and Darma, G.S. (2016). Penerapan *Corporate Social Responsibility* pada Lembaga Keuangan Berbasis Kearifan Lokal, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **13** (2): 1-19.
- Barata. (2004). *Dasar Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Barnes. (2003). *Secrets of Customer Relationship Management, Rahasia Manajemen hubungan Pelanggan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Dewi, A.A.I.S., and Darma, G.S. (2017). Proses Rekrutmen, Seleksi, Pelatihan, Penempatan dan Kinerja Karyawan, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (1): 1-18.
- David, D. (2016). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing – Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Davis, M. (1986). *A Technology of Acceptance Model for Empirically testing new-end user information system: Theory and Result*. Massachusetts, USA: Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology, *MIS Quarterly*, **13** (3): 319-40.
- Dharmmesta, H. (2016). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

- Dewi, N.M.A.T., and Darma, G.S. (2016). Efektivitas Leadership, Growth Performance dan Regulasi Otoritas Jasa Keuangan, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **13** (1): 1-13.
- Furinto. (2017). *Menelusuri Inovasi, Esensi Berbagai Studi untuk Inspirasi Inovasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Foxall, G., R. Ronald E. Goldsmith., and Stephen Brown. (2002). *Consumer Psychology for Marketing*, 2nd Edition. UK: International Thomson Business Press.
- Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hery. (2016). *Manajemen Bisnis Terintegrasi, Integrated Business Management*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Indrawati. (2015). *Metodologi Penelitian Manajemen dan Bisnis, Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Istikhomah, I., and Darma, G.S. (2016). Masifnya Penggunaan Online Travel Agents Dalam Meningkatkan Revenue Pemasaran, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **13** (1): 52-63.
- John, A.H., and Jagdish N. Sheth. (1969). *The Theory of Buyer Behaviour*. New York: John Wiley.
- Kanten, I.K., and Darma, G.S. (2017). Consumer Behaviour, Marketing Strategy, Customer Satisfaction, and Business Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (2): 143-165.
- Kasali. (2017). *Disruption*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Kotler, Armstrong. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Buku 1, Edisi 12. Indonesia: Erlangga.
- Kotler, Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*, Buku 1, Edisi 13. Indonesia: Erlangga.
- Krisnamurti, M.B., and Darma, G.S. (2015). Strategi Diferensiasi Produk dan Jasa di Industri Digital Printing, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (1): 116-133.
- Lukas, B.A., and Ferrel, O.C. (2000). The Effect of Market Orientation on Product Innovation, *Journal of The Academy Marketing Science*, **28** (2).
- Moleong. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nesia, A., and Darma, G.S. (2015). Diversification Analyzes The Concept Of Branding And Promotion to Company Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (2): 125-171.
- Patni, S.S., and Darma, G.S. (2017). Non-Performing Loan, Loan to Deposit Ratio, Net Interest Margin, BOPO, Capital Adequacy Ratio, Return on Asset dan Return on Equity, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (2): 166-184.

- Pearce., Robinson. (2015). *Strategic Management: Planning for Domestic & Global Competition*. Singapore: McGraw Hill education.
- Peter, O. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Pranata, I.M.A., and Darma, G.S. (2014). Strategi Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **11** (1): 69-81.
- Purnantara, I.M.H., and Darma, G.S. (2015). Competency, Organizational Health, Job Career, Job Performance And Employees Turnover, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (2): 90-124.
- Riadevi, N.L.P.D., and Darma, G.S. (2016). Analisis Hubungan Indeks Harga Saham Gabungan dan Exchange Rate Terhadap Return Saham Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **13** (1): 123-133.
- Rangkuti. (2013). *Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sukariana, I.W., and Darma, G.S. (2015). Peran Audit Dalam Pengendalian Internal Serta Pengungkapan Kerugian Material Untuk Good Corporate Governance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (2): 181-194.
- Samadiartha, I.N.D., and Darma, G.S. (2017). Dampak Sistem E-Filing, Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (1): 75-103.
- Setiadi. (2015). *Perilaku Konsumen. Prespektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Satorim., Komariah. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Wiandari, I.A.A., and Darma, G.S. (2017). Kepemimpinan, Total Quality Management, Perilaku Produktif Karyawan, Kinerja Karyawan dan Kinerja Perusahaan, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (2): 61-78.
- Zeithal., Bitner., Gremler. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. America: McGraw-Hill.