

**POPULARITAS PADA WEB SITE BANK BUMN
BERDASARKAN POPULARITAS DAN
EVALUASI WEB**

Makmun

Yusman

makmun@staff.gunadarma.ac.id

Yusman@staff.gunadarma.ac.id

Abstraksi

Pemanfaatan TIK di lingkungan pemerintah sudah merupakan keniscayaan. Disebutkan dalam Inpres Nomor 3 Tahun 2003 bahwa pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi dalam proses pemerintahan akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, transparansi dan akuntabilitas penyelenggaraan pemerintahan. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan salah satu pelaku kegiatan ekonomi yang penting di dalam perekonomian nasional, yang bersama-sama dengan pelaku ekonomi lain yaitu swasta (besar-kecil, domestik-asing) dan koperasi, merupakan pengejawantahan dari bentuk bangun demokrasi ekonomi. Sektor keuangan yaitu bank memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian bangsa Indonesia. Bank BUMN di Indonesia terdiri dari Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), dan Bank Tabungan Negara (BTN). Keempat bank tersebut memiliki cabang di seluruh wilayah Indonesia. Masing-masing bank tersebut memiliki website resmi perusahaan beserta media sosial seperti twitter dan facebook sebagai alat komunikasi dan penyampaian informasi bagi publik. Penelitian ini bertujuan untuk melihat popularitas bank tersebut berdasarkan evaluasi website. Data yang diambil per tanggal 22 dan 23 Januari 2015 .

PENDAHULUAN

BUMN adalah Badan Usaha Milik Negara yang berbentuk Perusahaan Perseroan (PERSERO) sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 1998 dan Perusahaan Umum (PERUM) sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 1998. Sebagai salah satu pelaku kegiatan ekonomi, keberadaan BUMN memiliki peran yang tidak kecil guna ikut mewujudkan kesejahteraan masyarakat sebagaimana diamanatkan oleh UUD 1945. Untuk itu, BUMN paling tidak diharapkan (1) dapat meningkatkan

penyelenggaraan kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan jasa dalam jumlah dan mutu yang memadai bagi pemenuhan hajat hidup orang banyak; (2) memberikan sumbangan kepada penerimaan negara; dan (3) meningkatkan sumbangan bagi perkembangan perekonomian nasional. Untuk mengoptimalkan keberadaan BUMN itu, langkah pengembangan dan pembinaan BUMN secara umum diarahkan untuk dapat menyinergikan kebijakan industrial dan pasar tempat BUMN tersebut beroperasi dengan kebijakan restrukturisasi dan internal perusahaan sesuai dengan potensi daya saing perusahaan.

BUMN di Indonesia berbentuk perusahaan perseroan dan perusahaan umum. Perusahaan perseroan (persero) adalah BUMN yang berbentuk perseroan terbatas yang modalnya terbagi dalam saham yang seluruh atau paling sedikit 51% sahamnya dimiliki oleh pemerintah (atas nama negara) yang tujuan utamanya mengejar keuntungan. Perusahaan umum (perum) adalah BUMN yang seluruh modalnya dimiliki negara dan tidak terbagi atas saham, yang bertujuan untuk kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan sekaligus mengejar keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan.

BUMN di Indonesia terdiri dari 105 perusahaan dan dikategorikan menjadi 13 sektor, yaitu: a) Pertanian, kehutanan, dan perikanan, b) Pertambangan dan Penggalan, c) Industri Pengolahan, d) Pengadaan Air dan Gas, e) Pengadaan Air dan Pengelolaan Sampah dan Daur Ulang, f) Konstruksi, g) Perdagangan Besar dan Eceran, h) Transportasi dan Pergudangan, i) Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum, j) Informasi dan Komunikasi, k) Jasa Keuangan dan Asuransi, l) Real Estate, m) Jasa Profesional, ilmiah, dan Teknis. Berdasarkan statusnya, BUMN dibagi menjadi dua, yaitu perusahaan publik dan belum publik. Di sektor keuangan, seluruh bank BUMN sudah merupakan perusahaan publik. Perusahaan publik atau Perusahaan terbuka adalah jenis perseroan terbatas yang sahamnya telah dimiliki sekurang-kurangnya oleh 300 (tiga ratus) pemegang saham dan memiliki modal disetor sekurang-kurangnya Rp3.000.000.000,00 (tiga miliar rupiah) atau suatu jumlah pemegang saham dan modal disetor yang ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah

LANDASAN TEORI

E-government (singkatan pemerintahan elektronik, juga dikenal sebagai e-gov, pemerintah internet, pemerintah digital, online pemerintah atau pemerintah terhubung) terdiri dari interaksi digital antara warga dan pemerintah mereka (C2G), antara pemerintah dan badan-badan pemerintah (G2G), antara pemerintah dan masyarakat (G2C), antara pemerintah dan

karyawan (G2E), dan antara pemerintah dan bisnis / perdagangan (G2B). Pada dasarnya, model pengiriman e-government dapat singkat disimpulkan sebagai (Jeong, 2007):

- G2G (government to governments)
- G2C (government to citizens)
- G2E (government to employees)
- G2B (government to businesses)

Kumar (2003) menyatakan bahwa e-government mengizinkan partisipasi publik dalam politik dan pengambilan keputusan. Suatu hal yang tidak mungkin dilakukan di masa lalu. Partisipasi ini telah meningkatkan kepercayaan diantara pemerintah dan masyarakat.

Kriteria atau atribut untuk menilai situs yang dikelola oleh pemerintah dalam 6 kategori, yaitu (1) Keamanan dan Privasi; (2) Usability; (3) Isi; (4) Jasa; (5) Partisipasi Masyarakat; dan (6) Fitur [19]

METODOLOGI

Ada tiga hal yang ingin dinilai dari penelitian ini, yaitu popularitas website bank BUMN Berdasarkan Google dan Alexa, popularitas Website Bank BUMN Berdasarkan Media Sosial, serta Evaluasi Website Bank BUMN berdasarkan sitebeam. Menurut Thomas (1997), internet adalah sebuah world wide, bentuk jaringan bebas menggunakan jaringan linetelepon, terdiri dari jutaan pengguna diseluruh dunia yang membuat koneksi melalui modem dan dapat berkomunikasi satu sama lain. Halaman web dapat terdiri dari dokumen multimedia (teks, gambar, animasi, suara, dan video) yang menggunakan konsep hyperlink atau terhubung satu sama lain. Ukuran adalah kekayaan halaman web dari mesin pencari seperti google dan yahoo. Penelitian ini menggunakan situs google untuk mencari ukuran serta alexa rank untuk melihat peringkat nasional dan internasional. Ada berbagai cara untuk menentukan popularitas website di internet menurut Harry (2005) salah satunya adalah popularitas link. Popularitas link adalah kekayaan halaman web lain yang link ke website kami. Pengambilan informasi berkaitan dengan proses yang terlibat kebutuhan, penyimpanan, pencarian, dan mencari informasi yang diinginkan oleh manusia (Ingwersen: 2002). Semua daftar semua situs di web diurutkan berdasarkan popularitas situs dengan situs web. Popularitas website diukur dengan Alexa Traffic Rank. Alexa Rank adalah sebuah peringkat yang diberikan kepada sebuah blog atau website berdasarkan banyaknya traffic atau pengunjung, penghitungan ini dilakukan oleh Alexa.com.

Popularitas juga dilihat dari jumlah like di media sosial yaitu Facebook, kicauan di twitter, jumlah following dan follower di Twitter, serta jumlah video yang diunggah di You tube. Pada penelitian ini, popularitas di media sosial langsung dilihat dari twitter dan facebook resmi bank-bank BUMN tersebut.

Evaluasi tampilan web dilakukan dengan menggunakan tools atau mesin pemeringkat sebuah website. Sekarang ini sudah banyak sekali mesin pemeringkat online yang bisa digunakan seperti sitescore, pagerank, nibbler, dan sitebeam. Penelitian ini sitebeam untuk mengevaluasi website bank BUMN. Secara umum ada beberapa parameter yang paling sering digunakan dalam menilai sebuah website yaitu :

- Akses/Accessibility

Yaitu bagian yang menjelaskan seberapa baik sebuah website dalam aspek aksesnya. Seperti apakah website tersebut sudah dapat diakses menggunakan teknologi-teknologi terbaru yang ada saat ini seperti melalui ponsel atau PDA.

- Kecepatan/ Speed

Yaitu bagian yang menjelaskan tentang kecepatan tampilnya sebuah situs. Pengakses cenderung malas dan langsung menutup browser pada saat mereka membuka sebuah situs yang lambat diakses, sehingga mereka harus menunggu beberapa lama untuk melihat tampilan situs tersebut. Pengakses cenderung tidak mau menunggu terlalu lama untuk melihat sebuah situs. Semakin cepat situs itu dalam melakukan *loading time* pastinya akan semakin baik.

- Isi/Content

Yaitu bagian yang menjelaskan tentang isi dari website tersebut. Karena itu konten adalah bagian yang paling penting dari sebuah penilaian. Karena itu konten haruslah menarik, relevan, dan sesuai untuk target audien situs yang dituju.

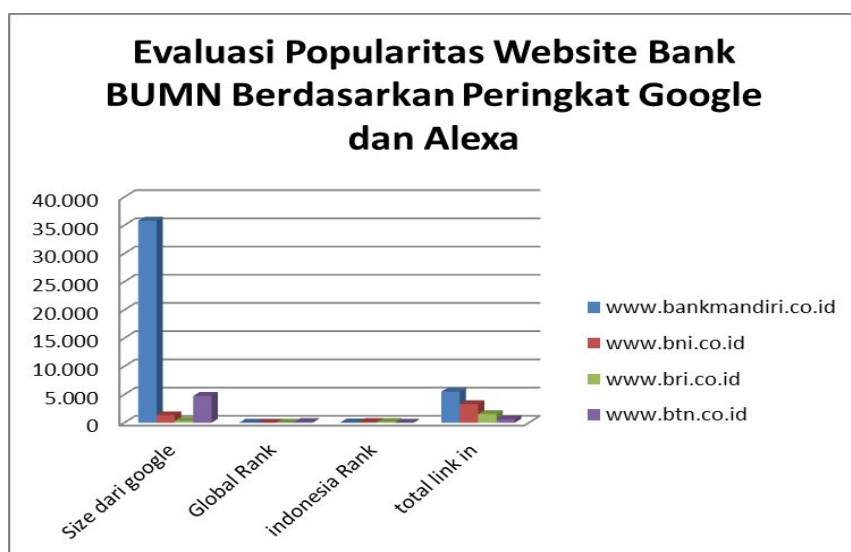
- Teknologi/ Technology

Maksud dari technology disini yaitu menjelaskan tentang aplikasi atau teknologi apa saja yang digunakan dalam pengembangan website tersebut. Seperti teknologi yang yang digunakan dalam segi mendesain website tersebut. Dan seberapa baik desain itu dibangun.

Tampilan Situs Bank BUMN

A. Popularitas Website Bank BUMN Berdasarkan Google dan Alexa

Berdasarkan Tabel 1.2, dapat dibaca bahwa Website Bank Mandiri memiliki Size dari Google yang paling tinggi, disusul oleh BTN, BNI, dan BRI. Sementara hasil analisa dari www.Alexa.com menempatkan peringkat dunia tertinggi diantara empat bank BUMN itu adalah website Bank Mandiri, kemudian BNI, BRI, dan BTN. Kondisi yang sama pada peringkat website di Indonesia berdasarkan Alexa.com adalah Website Bank Mandiri, BNI, BRI, dan terakhir BTN. Terakhir adalah parameter link in yang menunjukkan seberapa banyak website yang mengarah pada blog kita. Total link in terbanyak adalah Website Bank Mandiri, disusul BNI, BRI, dan BTN.



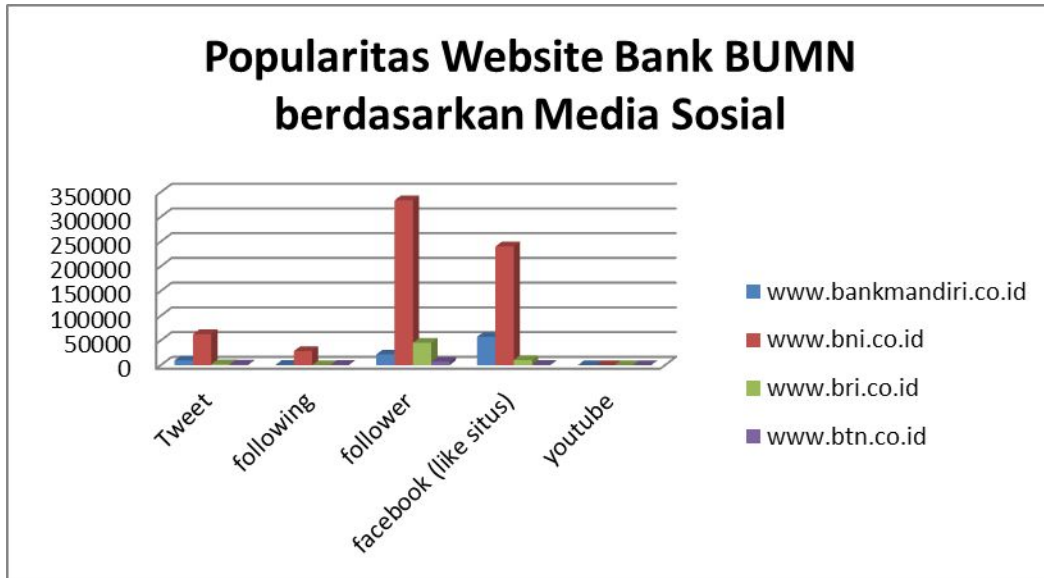
Tabel 1.1

Url	Size dari google	Global Rank	indonesia Rank	total link in
www.bankmandiri.co.id	35.800	2,462	43	5515
www.bni.co.id	1.320	5,686	110	3279
www.bri.co.id	331	8,642	143	1526
www.btn.co.id	4.760	109,651	2,272	636

B. Popularitas Website Bank BUMN Berdasarkan Media Sosial

Seluruh analisis popularitas website berdasarkan media sosial yaitu Facebook, Twitter, dan Youtube dilakukan langsung dengan membuka media sosial resmi masing-masing Bank BUMN. Berdasarkan data tabel 2.2, kicauan pada twitter paling banyak dilakukan oleh Twitter BNI, setelah itu Twitter Bank Mandiri, Twitter BRI, dan terakhir BTN. Sedangkan jumlah follower twitter paling banyak adalah BNI, setelah itu BRI, disusul oleh Bank Mandiri dan BTN. Jumlah following, yaitu mengikuti akun

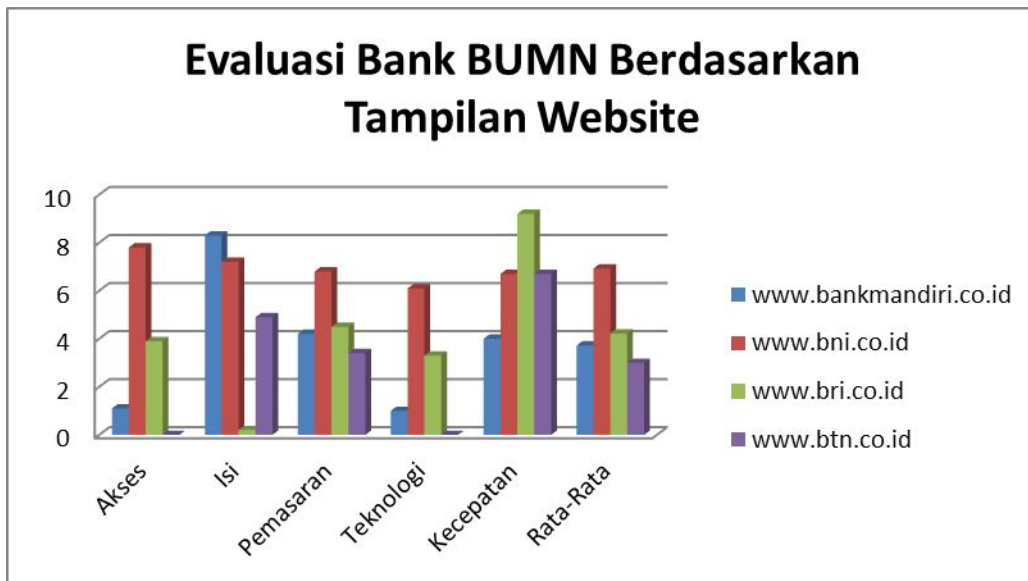
twitter lain paling banyak adalah BNI, BTN, Bank Mandiri, diakhiri oleh BRI. Jumlah like pada Facebook Bank BUMN terbanyak adalah BNI, kemudian BRI, Bank Mandiri, dan BRI. Setiap bank BUMN juga mengunggah video tentang profil perusahaan, iklan, dan promo produk lewat situs youtube. Bank yang paling banyak mengunggah video adalah Bank Mandiri, disusul oleh BNI, BRI, dan BTN



URL	Tweet	following	follower	facebook (like situs)	youtube
www.bankmandiri.co.id	9524	369	21607	57236	180
www.bni.co.id	62556	28171	333486	239872	55
www.bri.co.id	1642	3	45235	10234	36
www.btn.co.id	1392	523	6882	736	1

C. Evaluasi Website Bank BUMN

Berdasarkan nilai dari sitebeam.com, akses terbaik dari keempat bank BUMN adalah website BNI, disusul oleh BRI, Bank Mandiri dan terakhir BTN. BTN mendapat nilai 0 karena tabel-tabel pada tampilan website menggunakan versi lama dan arsitektur webnya sangat sederhana. Isi atau konten website dengan nilai tertinggi diraih oleh website Bank Mandiri, disusul BNI, BTN, dan terakhir BRI. Nilai rendah pada nilai isi website BRI dikarenakan pada website BRI isi fitur-fitur yang ada sangat sedikit. Selain itu, tidak ada nomor kontak yang detail pada website.



URL	Akses	Isi	Pemasaran	Teknologi	Kecepatan	Rata-Rata
www.bankmandiri.co.id	1,1	8,3	4,2	1	4	3,72
www.bni.co.id	7,8	7,2	6,8	6,1	6,7	6,92
www.bri.co.id	3,9	0,2	4,5	3,3	9,2	4,22
www.btn.co.id	0	4,9	3,4	0	6,7	3

Analisis pemasaran/marketing pada website empat bank BUMN menempatkan website BNI menempati peringkat pertama, disusul oleh BRI, Bank Mandiri dan terakhir BTN. Dua hal yang dinilai pada pemasaran adalah SEO (*Search Engine Optimisation*) dan pemasaran pada media sosial. BNI memiliki nilai yang paling tinggi karena memiliki pengaruh dari pengguna twitter yang cukup banyak, bahasa yang mudah dipahami, dan banyaknya link yang mengacu pada website BNI.

Aspek teknologi website tertinggi diraih oleh website BNI, kemudian BRI, Bank Mandiri, dan terakhir BTN. Aspek teknologi yang menekankan pada seberapa baik bangunan dan desain suatu web menempatkan website BNI pada peringkat pertama, disusul oleh BRI, Bank Mandiri, dan terakhir BTN. Website BNI meraih nilai yang cukup baik yaitu 6,1 karena ia menggunakan CSS (*Cascading Style Sheets*), sebuah software yang direkomendasikan untuk membuat website. Selain itu, URL yang simpel dan tersedianya alternatif teks untuk penyandang difabel membuat website BNI meraih nilai yang cukup baik. Dari aspek kecepatan, website BRI meraih nilai tertinggi 9,2 disusul oleh BNI dan BTN dengan nilai yang sama yaitu 6,7 dan ditutup oleh Bank Mandiri dengan nilai 4. Dari seluruh aspek yang dinilai, BRI baru unggul di aspek kecepatan. Setiap halaman situs rata-rata hanya membutuhkan waktu 1,3

detik untuk diunduh (disimulasikan dengan koneksi broadband 4 MB). Sedangkan waktu yang diperlukan untuk membuka halaman situsnya hanya 0,3 detik.

D. Hasil Komparasi Popularitas Website

Berdasarkan seluruh aspek diatas, maka dibuatlah penilaian per aspek untuk tiap bank BUMN. Peringkat pertama diberi point empat (4), peringkat kedua diberi poin tiga (3), peringkat ketiga diberi poin dua (2), dan peringkat terakhir diberi poin satu (1). Bank BUMN dengan total poin tertinggi ditampilkan pada tabel dibawah (tabel 4.1).

Aspek	Point			
	Bank Mandiri	BNI	BRI	BTN
Size dari google	4	2	1	3
Global Rank	4	3	2	1
Indonesian Rank	4	3	2	1
Total Link in	4	3	2	1
Tweet	3	4	2	1
Following	2	4	1	3
Follower	2	4	3	1
Facebook like	3	4	2	1
Youtube	4	3	2	1
Akses	2	4	3	1
Isi	4	3	2	1
Pemasaran	2	4	3	1
Teknologi	2	4	3	1
Kecepatan	1	2	4	3
Jumlah	41	47	32	20

Peringkat pertama diraih oleh website Bank Negara Indonesia (BNI) dengan total poin 47. Peringkat kedua diraih oleh website Bank Mandiri dengan total poin 41. Peringkat ketiga diraih oleh website Bank Rakyat Indonesia (BRI) dengan poin 32. Sedangkan peringkat terakhir diraih oleh website Bank Tabungan Negara (BTN) dengan total poin 20.

KESIMPULAN

Dari keseluruhan aspek yang dinilai, terlihat bahwa popularitas berdasarkan ukuran google dan peringkat Alexa diraih oleh website Bank Mandiri dengan perbedaan yang cukup lebar dengan bank BUMN lainnya. Namun, saat popularitas diukur berdasarkan media sosial, Bank Mandiri tidak lagi mendominasi. Website BNI mulai tampil di peringkat pertama pada kicauan (tweet), following dan follower pada twitter serta jumlah like pada Facebook. Hal ini berimbang pada penilaian website berdasarkan tampilan dimana pada aspek akses, pemasaran, dan teknologi website BNI meraih peringkat pertama. Sebaliknya, website BTN yang cenderung berada di peringkat akhir pada seluruh aspek tidak beranjak sampai penilaian akhir.

Dengan demikian, dapat disimpulkan ada hubungan antara popularitas di media sosial dengan evaluasi website. Dua bank BUMN yaitu BNI dan Bank Mandiri menampilkan performa yang cukup baik sebagai bank BUMN papan atas yang ingin membangun profesionalitas lewat websitenya.

DAFTAR PUSTAKA

Metrics: A Case Study in e-Government", Information and Management

Journal, Vol. 43, No.6, p. 767-777.

Broto, Dewi Retno et all, 2008, "Evaluasi Web Site e-Government Instansi Pemerintah Daerah",

http://repository.gunadarma.ac.id:8000/2008_KNSI_UjiWebeGov_IWS_385.pdf

Diakses tanggal 10 September 2009,

Djunaedi, Achmad, 2002, "Beberapa Pemikiran Penerapan e-Government Dalam Pemerintahan Daerah di Indonesia".

<http://www.mpkd.ugm.ac.id/homepageadj/support/publikasi/ti->

egov/egovtpemdaindo.pdf, diakses tanggal 10 September 2009.

Hasibuan, Zainal A., 2007, "Langkah-langkah Strategis dan Taktis Pengembangan E-Government untuk PEMDA", Jurnal Sistem Informasi Magister Teknologi Informasi Universitas Indonesia, Vol. 3, NO. 1, hal 1-5. Depok.

Migdadi, Yazan K. A., 2008, "Quantitative Evaluation of The Internet Banking Service Encounter's Quality: Comparative Study between Jordan and The UK Retail Banks", Journal of Internet Banking and Commerce, Vol. 13, No.2, p.1-8.

Miranda, Francisco Javier et all, 2006, "Quantitative Evaluation of e-banking websites: an empirical study of Spanish Banks", The Electronic Journal Information System Evaluation, Vol. 9, No. 2, p. 73-82.

Misra, D.C., 2007, "Conceptual Foundations of E-government: From Networked Society to Networked E-Governments", Department of Administrative Reforms, Government of India. XXXIX(3)17-36, New Delhi, India.

Presiden Republik Indonesia, 2003, "Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan e-Government", Instruksi Presiden No.3 Tahun 2003, http://www.deptan.go.id/bdd/admin/i_presiden/Inpres-03-03.pdf, diakses 10 September 2009,

Sosiawan, Edwi Arif, 2008, "Evaluasi Implementasi e-Government pada Situs Web <http://edwi.dosen.upnyk.ac.id/manajemen%20egov.pdf>, diakses tanggal 15 september 2009.

Vultur, Sidonia Otilia and Marincas, Delia Adriana, 2007, "Web Site Projects

Wahid, Fathul, 2008, "Evaluating Focus and Quality of Indonesian e-Government

Websites", Proceedings of the National Seminar on Application of

Information Technology, Yogyakarta, p. 39-43.

-, [http:// www.bankmandiri.co.id /](http://www.bankmandiri.co.id/), diakses tanggal 23 Januari 2015.

-, [http:// www.bni.co.id /](http://www.bni.co.id/), diakses tanggal 23 Januari 2015.

-, [http:// www.bri.co.id /](http://www.bri.co.id/), diakses tanggal 23 Januari 2015.

-, [http:// www.btn.co.id /](http://www.btn.co.id/), diakses tanggal 23 Januari 2015.