

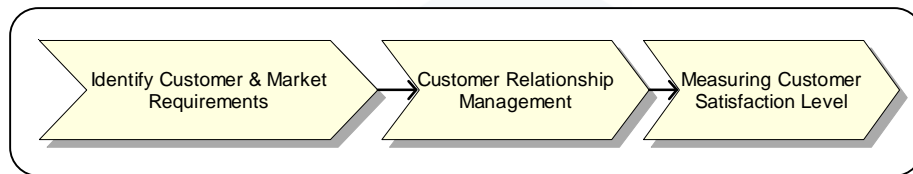
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan kompetisi di industri jasa telekomunikasi dan kemajuan teknologi yang pesat membawa TELKOM dan perusahaan telekomunikasi lainnya di dunia ke lingkungan bisnis yang baru dan penuh tantangan. Kehadiran pemain-pemain baru dalam industri jasa telekomunikasi dan berkembangnya teknologi telekomunikasi seperti GSM, GPRS, CDMA, NGN, hingga 3G serta konvergensi dengan teknologi informasi telah mendorong terciptanya produk dan layanan yang beragam bagi pelanggan. Dalam hal ini pelanggan semakin kuat posisinya karena memiliki kebebasan dalam memutuskan penyedia jasa mana yang akan digunakannya. Untuk itu para penyedia jasa telekomunikasi berupaya keras membangun strategi bisnis yang unggul agar dapat meraih hati pelanggan dan memenangkan persaingan. Agar strategi yang dijalankan tepat sasaran maka diperlukan dukungan proses bisnis yang tepat juga agar orang-orang dan teknologi yang terkait bisa bekerja dengan efektif, efisien, dan terarah sehingga bisa diperoleh peningkatan kualitas layanan dengan tarif kompetitif dan tentunya *time to market* yang lebih cepat.

Penggunaan model proses bisnis yang sistematis dan satu standard akan memudahkan evaluasi dan perbaikan proses-proses tersebut. TeleManagement Forum sebagai konsorsium netral berskala internasional mengembangkan kerangka proses bisnis *Enhanced Telecom Operations Map* (eTOM) [17] sebagai sebuah standard sistematis dan terbuka bagi industri jasa khususnya telekomunikasi dan telah diakui oleh ITU-T. Kerangka kerja eTOM memungkinkan perusahaan seperti TELKOM untuk mensinergikan proses, organisasi, dan teknologi informasi dengan strategi bisnis. Dengan alat bantu *Unified Modelling Language* (UML) dan *Rational Unified Process* (RUP) model proses bisnis yang telah dipetakan nantinya bisa dijadikan acuan pengembangan aplikasi sistem informasi.

Transformasi TELKOM [10] dari *asset-based company* menjadi *customer-centric company* dengan visi “*To Become A Leading Infocom Player In The Region*” merupakan strategi bisnis TELKOM agar memiliki daya saing yang benar-benar kokoh di lingkungan bisnis yang baru. Upaya menjadi *customer-centric company* ini diwujudkan melalui langkah yang sangat fundamental yaitu restrukturisasi portofolio bisnis dari *Plain Old Telephone Services* (POTS) ke *Phone, Mobile, Multimedia* (PMM) dan transformasi dari *single-business* menjadi *multi-business*.



Gambar 1.1 Proses Utama *Customer & Market Management*

Berdasarkan strategi bisnis di atas, pihak manajemen TELKOM telah mencanangkan bahwa TELKOM tidak akan sekedar menjalankan kegiatan *mass marketing*, tapi juga menerapkan *full CRM System*. Seperti tampak pada Gambar 1.1 yang memperlihatkan proses utama *Customer & Market Management* dimana CRM menjadi rantai penghubung utama yang menghantarkan nilai kepuasan pelanggan dan profit bagi perusahaan. Selama ini dalam proses bisnis untuk membina hubungan dengan pelanggan, TELKOM menggunakan *channel* atau saluran komunikasi yang berbeda-beda. Untuk pelanggan yang ingin berkomunikasi secara lisan via telepon disediakan *phone-in channel* melalui call center di 147. Untuk pelanggan yang membutuhkan interaksi langsung disediakan *walk-in channel* melalui layanan customer service di Plasa TELKOM. Untuk pelanggan yang terbiasa melakukan *self care* disediakan *web-in channel*. Sedangkan bagi pelanggan yang membutuhkan pelayanan khusus disediakan *Account Management*. Beragamnya proses dan aplikasi yang ada pada tiap *channel* memungkinkan terjadinya gap informasi dan pelayanan yang tidak satu standard. Hal ini bisa menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, sehingga perlu dikembangkan proses dan aplikasi CRM yang terintegrasi. Untuk itu digunakan kerangka kerja eTOM sebagai penentu arah dan titik awal integrasi.

Pengembangan aplikasi CRM TELKOM sendiri banyak dilakukan di Bagian Pengembangan Sistem (Bangsis) CRM Information System (IS) Center TELKOM, dengan jenis aplikasi utama yang dikembangkan berupa eCRM seperti CCF (*Customer Care Flexi*). Sementara untuk salah satu produk utama TELKOM yaitu POTS Retail sendiri baik aplikasi maupun proses bisnisnya masih belum optimal pengembangannya mengingat sistem yang digunakan masih berdasarkan sistem lama. Aplikasi CRM berbasis web atau biasa disebut *electronic CRM* (eCRM) diharapkan mampu menyediakan layanan informasi pelanggan yang satu standard dan menutupi gap-gap yang ada. Jenis aplikasi ini juga memungkinkan pelanggan untuk melayani diri sendiri atau *self care*, memperoleh berbagai informasi mengenai produk/layanan dan billing, melakukan pemesanan maupun komplain secara *online*, dan berkomunikasi lewat email dengan perusahaan. Dengan adanya pemetaan proses bisnis CRM menggunakan kerangka kerja eTOM diharapkan perancangan aplikasi CRM nantinya bisa lebih efisien, efektif dan terarah.

1.2 Perumusan Masalah

Sebagaimana telah dibahas pada latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan utama dalam penelitian ini. Permasalahan utama yang akan diangkat dalam penelitian ini yaitu bagaimana memetakan proses bisnis CRM sesuai dengan kerangka kerja eTOM sebagai dasar perancangan aplikasi CRM yang lebih efektif, efisien, dan terarah?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Memetakan ulang proses bisnis yang mendukung untuk pengembangan aplikasi CRM berdasarkan kerangka kerja eTOM.
2. Merancang sebuah aplikasi eCRM untuk produk dan layanan POTS Retail sesuai dengan kerangka kerja proses bisnis eTOM.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Kajian terhadap proses bisnis dan kerangka kerja eTOM diharapkan dapat mendukung pemahaman terhadap pengembangan standard proses bisnis dan aplikasi yang terintegrasi.
2. Memberikan masukan kepada TELKOM dalam memetakan proses bisnis untuk mendukung strategi perusahaan dalam memberikan layanan yang fokus kepada pelanggan berdasarkan satu standard proses bisnis yaitu eTOM.
3. Membantu TELKOM dalam merancang sebuah aplikasi eCRM untuk produk dan layanan POTS retail berdasarkan kerangka kerja proses bisnis eTOM secara efektif, efisien, dan terarah.

1.5 Pembatasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan di Bagian Pengembangan Sistem (Bangsis) CRM Information System (IS) Center TELKOM untuk proses *customer service* produk dan layanan *Plain Old Telephone Services (POTS) Retail*.
 2. Kerangka kerja eTOM yang dibahas adalah kerangka proses bisnis untuk *CRM Operations* sedangkan untuk *Service Management & Operations, Resource*
-
-

Management & Operations (Application, Computing & Network), Supplier/Partner Relationship Management, dan lainnya tidak dibahas.

3. Dokumen eTOM terdiri lebih dari satu dokumen dan terus dikembangkan, dalam penelitian ini digunakan dokumen utama eTOM seri GB921 rilis 6.0 tahun 2005 dan dokumen pendukungnya.
4. Aplikasi eCRM yang dirancang meliputi proses untuk mendukung Customer Service yaitu penanganan profil pelanggan dan proses transaksional dasar seperti *Order Handling, Complain Handling, dan Info Billing/Product* sedangkan *provisioning* di NMS (*Network Management System*) dan lainnya tidak dibahas.
5. Pada penelitian ini tidak dibahas masalah waktu siklus, waktu proses, biaya, dan struktur organisasi perusahaan.
6. Pada penelitian ini tidak dilakukan perbaikan proses bisnis karena proses eTOM sudah cukup ideal dan berdasarkan standar industri informasi dan komunikasi yang ada saat ini dan telah diakui oleh lembaga standarisasi telekomunikasi internasional ITU-T.
7. Output dari penelitian ini adalah usulan pemetaan proses bisnis CRM TELKOM berdasarkan kerangka kerja eTOM dan sebuah purwarupa aplikasi CRM berbasis web (eCRM) untuk implementasi sementara di DIVRE III Jawa Barat – Banten khususnya DATEL Bandung sedangkan pengukuran keberhasilan implementasi keduanya tidak dibahas.

STTTTELKOM
