

IMPLEMENTASI MOBILE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (MCRM) MENGUNAKAN METODE SCHIERHOLZ (STUDI KASUS PRIME CUSTOMER PT TELKOM)

Erda Guslinar Perdana¹, Erwin Budi Setiawan², Ama Suyanto Dba³

¹Teknik Informatika, Fakultas Teknik Informatika, Universitas Telkom

Abstrak

CRM (Customer Relationship Management) merupakan sekumpulan strategi, proses dan teknologi yang berfungsi memperkuat hubungan perusahaan dengan customer di setiap siklus, mulai dari marketing, sales hingga post-sales service. CRM memiliki fokus untuk meraih keseimbangan yang optimum antara investasi perusahaan dengan pemenuhan kebutuhan customer untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal.

Mobile customer relationship management (mCRM) merupakan sebuah implementasi CRM yang menggunakan mobile device sebagai mediana. Perkembangan yang luar biasa di dunia mobile menyebabkan mCRM menjadi media yang cukup diperhitungkan saat ini dalam mengimplementasikan CRM. Proses komunikasi yang berlangsung dalam interaksi di dunia mobile berbeda dengan proses komunikasi yang dilakukan dalam media lainnya.

Tugas akhir ini akan membahas tentang implementasi mCRM pada unit Prime Customer PT Telkom. Implementasi mCRM ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas hubungan perusahaan dengan customer sekaligus berpengaruh signifikan dalam meningkatkan keuntungan perusahaan dengan cara meningkatkan efisiensi dari proses bisnis CRM PT Telkom.

Kata Kunci : CRM, mCRM, mobile device, customer.

Abstract

CRM (Customer Relationship Management) is a set of strategy, process and technology that aims to achieve optimum relationship between Customer and Company in every cycle start from marketing, sales, to post-sales service. CRM Focus is to achieve an optimum balance between corporate investments and the fulfilling of the customer needs in order to generate the maximum profit.

Mobile Customer Relationship Management (mCRM) is CRM implementation that uses mobile device as the media. An advancement in mobile technology made mCRM to become a potential media to implement CRM system. Thus the Communication process in mobile device is differ from the other media

Schierholz method is a structured method that can be used to mobilize CRM. This method is a synthesis from other existing methods which cover all aspects in Business Engineering Framework and with special characteristic that can guard the mobilization process always align with company's goal.

This final assignment is about implementing mCRM in Prime Customer PT Telkom using Schierholz method. This implementation is aiming to increase relationship quality between company and the customer and also give some significant effect to increase company's profit especially in increasing the effectivity and the efficiency of Telkom's CRM business process.

Keywords : CRM, mCRM, mobile device, Customer

1. Pendahuluan

1.1 Latar belakang

Perkembangan teknologi dan persaingan bisnis yang terus meningkat, menuntut para pelaku bisnis untuk fokus dan mulai meningkatkan kualitas proses bisnis internal yang dimilikinya. Kondisi ini mendorong perusahaan untuk mulai memikirkan secara lebih serius tentang bagaimana cara mengatur dan meningkatkan kualitas hubungan dengan *customer* agar bisa meraup keuntungan dalam jangka waktu yang lebih panjang. Oleh karena itulah perusahaan mengambil inisiatif untuk mulai mengimplementasikan CRM (*Customer Relationship Management*) yang bisa membantu dalam hal memaksimalkan keuntungan dari *customer* yang sudah ada dan memotong beban perusahaan melalui efisiensi operasional dan finansial.

Perkembangan teknologi *mobile* yang cukup pesat merupakan sebuah peluang bagi perusahaan untuk menggunakannya sebagai solusi bisnis yang baru dalam rangka mengoptimalkan sistem CRM yang dimilikinya. *Mobile device* yang saat ini telah tersebar luas di kalangan masyarakat dan karakteristiknya yang *anytime anywhere* tentu bisa digunakan oleh perusahaan sebagai media dalam rangka meningkatkan kualitas dan efisiensi proses bisnisnya. Teknologi jaringan *mobile* yang semakin canggih, memungkinkan terjadinya efisiensi waktu dalam pertukaran informasi kapanpun dan dimanapun.

Namun, penerapan solusi bisnis yang baru di dalam perusahaan memiliki ancaman resiko yang tidak kecil. Apakah itu berkaitan dengan kegagalan secara keseluruhan, solusi bisnis yang tidak terpakai, aplikasi yang membutuhkan *time to learn* yang tinggi ataupun resiko lainnya. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah metode yang bisa digunakan sebagai langkah dalam penerapan solusi bisnis yang baru sehingga ancaman resiko bisa dikurangi dan bahkan bisa dihilangkan.

Metode Schierholz merupakan metode yang bisa digunakan dalam proses *me-mobile*-kan CRM. Metode ini membantu proses desain *mobile* CRM agar sejalan dengan tujuan yang didefinisikan dalam strategi perusahaan. Metode ini akan membantu mengurangi resiko yang mungkin muncul karena menyediakan sebuah prosedur yang konsisten dan terstruktur dalam mendefinisikan tujuan, identifikasi proses bisnis yang potensial dan juga rekomendasi yang bisa digunakan untuk mengeksplorasi proses bisnis potensial tersebut. Tugas akhir ini akan menggunakan metode Schierholz dalam mengimplementasikan *mobile* CRM di *Prime Customer Care* PT Telkom untuk kemudian akan mengukur efisiensi proses bisnis dari sistem *mobile* CRM yang dibangun tersebut.

1.2 Perumusan masalah

Dari Penjelasan di atas maka dapat dirumuskan permasalahan pokok diantaranya :

1. Bagaimana menggunakan metode Schierholz untuk implementasi mCRM
2. Bagaimana membangun sistem mCRM tersebut
3. Bagaimana performansi sistem mCRM dalam meningkatkan efisiensi proses bisnis CRM yang dimiliki oleh perusahaan.

Adapun batasan-batasan dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Fokus tugas akhir ini hanya pada proses implementasi metode Schierholz untuk me-*mobile*-kan CRM
2. Aktifitas CRM yang diimplementasikan hanya aktifitas *After/post sales*
3. Objek analisa hanya pada *Prime Customer*
4. Proses yang akan diukur merupakan proses *After Sales* dengan variabel pengukuran berupa efisiensi waktu siklus dari proses bisnis dan skala kepuasan kepentingan dari penerapan teknologi *mobile*
5. analisis dan implementasi difokuskan pada proses dan aplikasi *Business To Employee*
6. Aplikasi yang dibangun hanya sebatas *prototype*

1.3 Tujuan

Tujuan dari tugas akhir ini adalah:

1. mengimplementasikan metode Schierholz dalam me-*mobile*-kan CRM
2. Membangun sistem mCRM di perusahaan.
3. Melakukan pengamatan terhadap efek mCRM bagi peningkatan efisiensi proses bisnis CRM perusahaan.

1.4 Metodologi penyelesaian masalah

Penelitian pada tugas akhir ini dilakukan dengan melalui beberapa cara , antara lain :

1. Studi literatur
Dilakukan studi literatur atau tinjauan pustaka mengenai konsep CRM, mCRM, *Business Engineering framework*, metode schierholz, *Mobile Business Process Landscaping(MBPL)*.
2. Analisa Aktifitas CRM perusahaan
Pada tahap ini akan dilakukan analisa Aktifitas CRM perusahaan dengan menggunakan metode Schierholz untuk menemukan modul mCRM yang tepat untuk diimplementasikan
3. Analisa dan perancangan prototype aplikasi mCRM
Bertujuan untuk melakukan perancangan aplikasi dengan menggunakan pemrograman orientasi objek
4. Implementasi sistem mCRM
Pada tahap ini hasil analisa dan perancangan prototype aplikasi mCRM akan diimplementasikan menjadi perangkat lunak
5. Ujicoba (*testing*) sistem.
Pada tahap ini, aplikasi yang telah selesai diimplementasikan akan diuji coba untuk kemudian dikoreksi dan dilakukan penyempurnaan jika diperlukan, pada tahap ini juga dilakukan analisa terhadap efek sistem terhadap efisiensi proses bisnis perusahaan.

5. Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini akan diuraikan beberapa hal yang merupakan kesimpulan dari pengerjaan Tugas Akhir ini. Selain itu, diuraikan beberapa saran yang dapat digunakan dalam pengembangan Tugas Akhir pada masa yang akan datang.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Penggunaan *Customer Value Proposition* dan *Strategic Focus* dari masing-masing *Value Proposition* yang ada di dalam metode Schierholz memberikan sebuah jaminan kesesuaian antara implementasi teknologi mobile dengan strategi perusahaan.
2. Penggunaan pendekatan MBPL (*Mobile Business Process Landscaping*) sangat berguna dalam mengidentifikasi lebih awal proses bisnis mana saja yang berpotensi *mobile* sehingga tidak perlu melakukan analisa proses bisnis secara keseluruhan sehingga bisa menghemat waktu analisa.
3. Penerapan teknologi *mobile* dalam studi kasus terbukti mampu meningkatkan efisiensi waktu siklus dengan menghemat sebanyak 4,154 jam hal ini dikarenakan penerapan teknologi *mobile* mampu menghilangkan 4 sub proses *existing* sehingga menjadi 29 sub proses.

5.2 Saran

Objek studi kasus saat ini hanya dibatasi pada fase *after sales* dan fokus aplikasi adalah pada aplikasi *business to employee*, sehingga kedepannya mungkin bisa dikembangkan dengan menambah fase lain di dalam CRM dan aplikasi *business to customer* untuk dijadikan objek studi kasus

Daftar Pustaka

- [1] Alter Steven, *Information Systems Foundation of E-Business* , Prentice Hall , 2002
- [2] BPMI.org, *Business Process Modeling Notation(BPMN):* version 1.0 – May 3, 2004
- [3] Chan S, Lam J, *Customer Relationship Management on Internet and Mobile Channels: An Analytical Framework and Research Directions*, Idea Group Inc, 2004
- [4] Heinze A, Jansen L, Rummert A, Sasaran C, *Mobile Customer Relationship management(mCRM)- Benefits, Goals, and Comparison of selected software Products*, Linkopings Universitet, Linkoping 2004
- [5] Kohler A, gruhn V, *Analysis Of Mobile Business Process* for the design of *Mobile Information System*, University Of Leipzig Germany
- [6] Osterle H, Blessing D, *Business Engineering Model* , Report of the Institute for *Information Management* of the University of St Gallen , St Gallen , 1999
- [7] Schierholz R, Kolbe L, Brenner W, *Strategy Alignment of mobile solutions in Customer-Oriented Processes*, University Of St Gallen Institute of *information management* , 2005
- [8] Schierholz R, Kolbe L.M, Brener W, *Mobilizing Customer Relationship Management –A journey from strategy to system design*, Institute Of *Information management* , University of St. Gallen, Proceedings of the 39th Hawaii international conference on system science, 2006
- [9] Tao Guo, *Analysis of core Component of CRM solution and improvements for the financial industries*, MSc Project Dept Electronic Engineering Quenn Mary University of London, 2003
- [10] Tourniaire F, *Just Enough CRM* , Prentice Hall 2003
- [11] Valiente P, *A Method to Identify Opportunities For mobile Business Process* , SSE/EFI Working Paper Series in Business Administration, 2002

Telkom
University