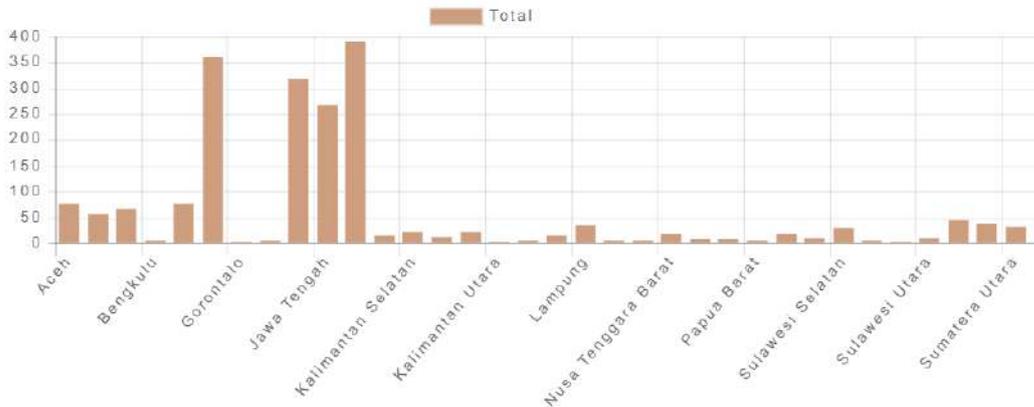


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Sertifikasi merupakan salah satu cara untuk mendapatkan atau meningkatkan kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM). Kualitas SDM dalam suatu perusahaan atau lembaga menjadi hal yang penting dalam menentukan keberhasilan pencapaian sasaran dan tujuan. Dengan meningkatnya kebutuhan akan kemampuan khusus yang dibutuhkan di dunia kerja, membuat lembaga penyedia jasa pelatihan dan sertifikasi bermunculan dan terus berkembang sampai saat ini (Hendra Triana, 2017). Menurut Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) merupakan lembaga pelaksanaan kegiatan sertifikasi yang telah memperoleh lisensi atau izin dari BNSP. Perusahaan jasa pelatihan dan sertifikasi di Indonesia pada saat ini berkembang cukup pesat dan berperan penting untuk tenaga kerja di Indonesia (BNSP, 2020). Berikut data tentang perkembangan LSP di setiap provinsi disajikan dalam gambar berikut:



Gambar I.1 Infografis LSP Setiap Provinsi (BNSP, 2020)

Berdasarkan data yang diambil dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP, 2020) dapat disimpulkan bahwa perkembangan lembaga sertifikasi profesi di Indonesia berkembang cukup pesat dan berperan penting untuk tenaga kerja di Indonesia. Lembaga sertifikasi profesi yang paling pesat berada di Jawa Tengah pada tingkat 400. Salah satu dari sekian banyaknya lembaga pelatihan dan sertifikasi di Indonesia yaitu PT. TelkomPCC merupakan salah satu lembaga yang menyediakan kebutuhan pengembangan *human capital* melalui program

sertifikasi, pelatihan, dan konsultasi di *bidang Information, Communication, Technology, Business & Management (ICTBM)*. TelkomPCC tidak hanya melayani Telkom Group saja, tetapi juga melayani perusahaan lain dan masyarakat umum yang membutuhkan peningkatan kompetensinya. Dalam perusahaan TelkomPCC terdapat berbagai unit, salah satunya yaitu Unit *Marketing, Product dan Sales (MPS)* dimana dalam unit tersebut mengkoordinir pengelolaan *Customer Relationship Management (CRM)* dengan berorientasi kepada pelanggan yang dapat memberikan pelayanan terbaik serta membina hubungan jangka panjang (Puspa Wildyaksanani & Dadang Sugiana, 2018).

Berdasarkan hasil wawancara dengan PT. TelkomPCC, PT. TelkomPCC masih terkendala dengan cara pemanfaatan teknologi informasi, seperti penggunaan sistem yang manual dengan menggunakan SAE (Sistem Aplikasi *Etraining*) dalam melakukan pendaftaran pelatihan dan sertifikasi. Pendataan pada PT. TelkomPCC masih belum aman atau sering terjadi nya kehilangan data pelanggan maupun produk pelatihan dan sertifikasi. Selain itu permasalahan yang ada belum terintegrasi sistem dari satu unit ke unit lainnya. Tentunya dengan adanya permasalahan seperti yang disebutkan diatas akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Salah satu yang menjadi bahan evaluasi kepuasan pelanggan yaitu dengan adanya *feedback* dan umpan balik dari pelanggan. Dengan adanya timbal balik yang baik akan banyak menguntungkan perusahaan baik dari segi penawaran, dari segi kepuasan dan juga identifikasi kebutuhan pelanggan tersebut agar tidak berpindah ke perusahaan lain (Mahmudah, 2018).

Solusi yang dapat membantu dalam menyelesaikan permasalahan yang ada pada PT. TelkomPCC adalah dengan mengimplementasikan sistem *Customer Relationship Management (CRM)* pada perusahaan. CRM merupakan salah satu modul *Enterprise Resource Planning (ERP)* yang berfokus pada interaksi antar perusahaan dengan pelanggan dan bagaimana menyikapi perilaku dari pelanggan. Dengan CRM maka perusahaan dapat memanfaatkan untuk pemasaran, penjualan dan pelayanan hubungan dengan pelanggan. Selain itu dengan menggunakan sistem CRM dapat mengurangi pekerjaan *administrative* yang berulang-ulang (Hardjono & San, 2017). Salah satu *software* yang sudah berbasis CRM yang

cocok untuk menyelesaikan permasalahan yang ada pada PT. TelkomPCC yaitu Odoo.

Odoo merupakan salah satu perangkat aplikasi bisnis yang *open source* dengan menyediakan banyak fitur dan modul yang tersedia dengan menggunakan pemrograman *python*. Dalam menggunakan Odoo metode sangat berperan penting sebagai dasar penyusun tahap dan alur implementasi. Metode yang digunakan adalah metode QuickStart, yang dimana metodologi *software* odoo yang dikembangkan oleh odoo *developer* ditujukan untuk perusahaan skala kecil hingga menengah. Metode Quickstart termasuk metode pengembangan sistem yang *fleksibel* sehingga tidak ada langkah-langkah keamanan maupun persyaratan lain yang tidak berguna bagi proses bisnis perusahaan (Mira et al., n.d.). Maka dari itu, peneliti bermaksud mengangkat judul tentang **“Implementasi Sistem ERP Berbasis Odoo Modul *Customer Relationship Management* (CRM) Dengan Metode Quick Start Pada Lembaga Sertifikasi PT. Telkom Prima Cipta Certifia”**

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara pembuatan sistem agar proses bisnis pada PT. TelkomPCC menjadi lebih efisien?
2. Bagaimana implementasi sistem Odoo pada modul CRM dengan metode QuickStart?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah didefinisikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat sistem terintegrasi yang mengefisienkan proses bisnis pada PT.TelkomPCC
2. Mengimplementasikan perancangan *software* odoo menggunakan metode Quickstart pada PT.Telkom PCC

I.4 Batasan Penelitian

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada pengelolaan pelanggan.
2. Perancangan sistem dimulai dari promosi, pembuatan *quotation*, pembuatan *database customer* dan mengelola data pelanggan pada pipeline.
3. Pada kegiatan *marketing communication* menggunakan *email marketing* hanya berfokus pada pengiriman promosi saja.
4. Pembuatan Rancangan Anggaran Biaya menggunakan modul CRM hingga menjadi *Sales Order (SO)*.
5. Penelitian hanya berfokus pada operasional CRM tidak membahas analitis dan kolaborasi CRM.
6. Penelitian ini hanya sampai *testing* kepada *user*.

I.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Mempermudah dalam pengelolaan pelanggan.
2. Meminimalisir ketidaksesuaian data *customer* maupun data produk pelatihan pada unit *marketing, product and sales*.
3. Setiap *manage* status pipeline dan *reporting* terdokumentasi secara *realtime* pada sistem Odoo *database* CRM sehingga aman dari redundansi data.
4. Mengetahui *profit margin* secara otomatis pada saat pembuatan rancangan anggaran biaya.
5. Mengurangi resiko operasional, ketika kesalahan pada histori pelanggan.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab I berisi uraian mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab II berisi teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan beberapa hasil penelitian yang sudah ada menjadi panduan literatur untuk topik penelitian ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab III berisi pembahasan mengenai kerangka pemecahan masalah, sistematika penelitian, alasan pemilihan metode, pengumpulan data, pengolahan data, metode evaluasi dan jadwal kegiatan.

Bab IV Analisis dan Perancangan

Pada bab IV berisi mengenai analisis proses bisnis *existing (As Is)* yang ada di TelkomPCC yang nantinya akan dilakukan analisis. Peneliti akan membuat rancangan proses bisnis usulan (*To Be*) bereferensi dari hasil analisis kemudian membuat analisis *Fit&Gap Analysis* untuk mengetahui perubahan yang diajukan apakah sudah sesuai dengan kebutuhan TelkomPCC dalam mengelola pendaftaran pelatihan dan sertifikasi.

Bab V Konfigurasi dan Pengujian

Pada bab V berisi tentang proses konfigurasi sistem sesuai dengan rancangan yang telah dibuat pada bab IV khususnya pada modul *Customer Relationship Management (CRM)*. Serta melakukan pengujian untuk memastikan kesesuaian rancangan dengan hasil setelah konfigurasi sistem.

Bab VI Penutup

Pada bab VI berisi tentang hasil penelitian serta kesimpulan dan saran mengenai penelitian yang dilakukan.