

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.