

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

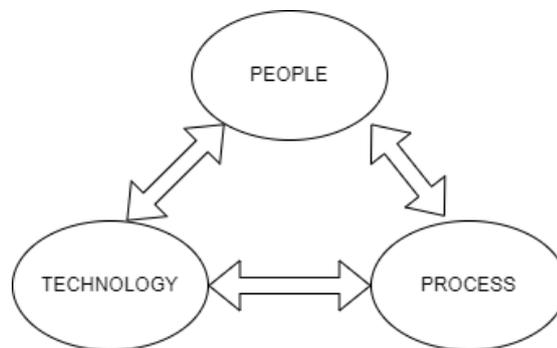
Customer Relationship Management (CRM) merupakan perangkat lunak atau aplikasi yang memberi organisasi kesempatan untuk melacak setiap kolaborasi dengan pelanggan saat ini dan masa depan (Manchar & Chouhan, 2017). Studi empiris melaporkan bahwa sekitar 70% tingkat keberhasilan CRM dalam meningkatkan penjualan, kinerja layanan, profitabilitas, dan *shareholder value* dari perusahaan. Selain itu berdasarkan hasil penelitian terdahulu sekitar 85% organisasi mengakui bahwa implementasi CRM secara signifikan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif, profitabilitas, loyalitas pelanggan, dan kinerja keseluruhan, sementara 25% - 35% perusahaan yang mengalami kinerja buruk dari CRM (Etim Udoh et al., 2019).

Contoh perusahaan yang mengalami penurunan *revenue* akibat dari kurangnya fokus perusahaan terhadap CRM yaitu pada PT Samsung Electronics Indonesia. Hal ini disebabkan kepercayaan pelanggan yang menurun dan khawatir akan penipuan, dan ini menyebabkan *samsung* mengalami penurunan pendapatan sebesar -22.7% dari tahun-tahun sebelumnya. Yang menandakan pentingnya membangun rasa loyalitas pelanggan dan kepercayaan pelanggan demi keberlangsungan perusahaan (Wahdian & Setiawati, 2020).

Terutama pada perusahaan jasa merupakan bisnis yang berulang di mana pelanggan menjadi kekuatan utama dalam bisnis perusahaan. Maka dari itu dukungan pelanggan (*customer support*) adalah kunci untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Sheth et al., 2020). *Customer support* adalah pendahulu dari kepuasan pelanggan yang mengacu pada penilaian pelanggan terhadap kinerja perusahaan, produk, ataupun layanan. Kualitas dukungan dan kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi hubungan pelanggan dengan perusahaan, pelanggan yang puas adalah cara yang terbukti untuk menuju keunggulan yang kompetitif. Layanan yang unggul sangat diperlukan untuk keberlanjutan jangka Panjang perusahaan, karena keunggulan kompetitif dapat

menyebabkan loyalitas pelanggan, *word of mouth (WoM)* dan pembelian berulang (Sheth et al., 2020).

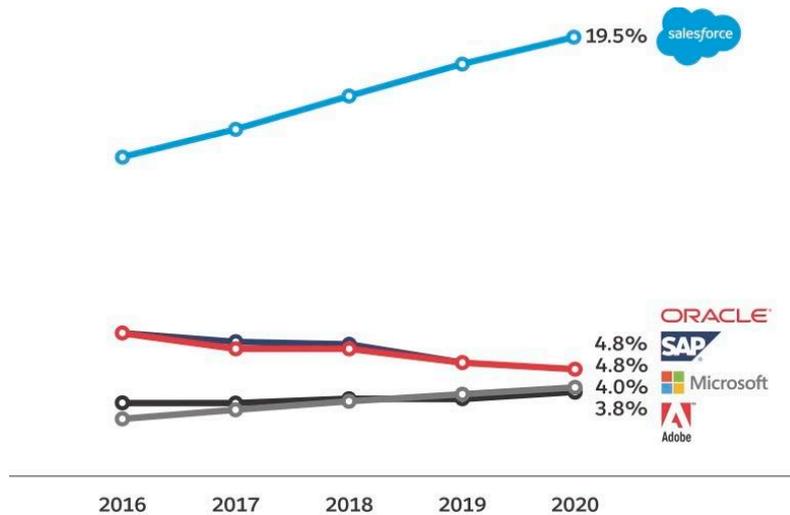
Namun nyatanya implementasi CRM tidaklah mudah, dan tidak sedikit perusahaan yang mengalami kegagalan dalam melakukan implementasi CRM. Diperkirakan sekitar 70% hingga 80% implementasi CRM mengalami kegagalan. Kegagalan ini secara anekdot dapat dikaitkan dengan perusahaan yang tidak menemukan manfaat dari yang dijanjikan dari penggunaan sistem, implementasi yang buruk dan perspektif manajemen perubahan, atau bahkan kompleksitas implementasi CRM. Selain itu kegagalan dari implementasi ini juga disebabkan oleh tidak adanya kerangka kerja yang terintegrasi untuk memandu proses implementasi CRM, pengguna yang kurang memahami fungsionalitas dari sistem CRM, dan juga pemilihan sistem CRM yang tidak tepat. Maka dari itu tiga aspek utama yang perlu diperhatikan dalam melakukan implementasi CRM, yaitu pengguna CRM, Teknologi yang digunakan, dan bagaimana proses implementasi dari CRM (Tazkarji & Stafford, 2020).



Gambar I.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan kegagalan implementasi CRM

(Tazkarji & Stafford, 2020)

Salesforce merupakan salah satu *software* yang menyediakan sistem CRM yang terintegrasi, memiliki dokumentasi yang lengkap, memberikan *support* untuk setiap pengguna yang dapat membantu pengguna selama penggunaan sistem, dan juga pengembangan sistem yang mudah untuk setiap peran pada perusahaan (Salesforce, 2022).



Gambar I.2 Peningkatan *revenue* vendor penyedia CRM di tahun 2016 – 2020

(Salesforce, 2021)

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh *International Data Corporation* (IDC) dalam *Worldwide Semiannual Software Tracker* salesforce menduduki peringkat pertama sebagai penyedia CRM #1 di dunia. Salesforce berhasil meningkatkan pendapatannya lebih dari vendor CRM lainnya dari tahun ke tahun seperti yang terlihat pada gambar Gambar I-2 Dapat dilihat bahwa salesforce dapat meningkatkan persentase total penjualan dari tahun 2019 sampai tahun 2020 sebesar 19.5%, sedangkan oracle dan SAP persentase total penjualan yang mereka dapatkan dari tahun 2019 sampai tahun 2020 sebesar 4.8%, pada Microsoft persentase penjualan yang mereka dapatkan dari tahun 2019 sampai 2020 yaitu sebesar 4.0%, dan pada Adobe persentase dari total penjualan yang dihasilkan dari tahun 2019 sampai 2020 sebesar 3.8%. Dalam hal ini terlihat jelas bahwa salesforce memiliki pangsa pasar tertinggi dibandingkan vendor CRM lainnya. Data IDC menunjukkan bahwa Salesforce adalah pemimpin pangsa pasar di segmen IDC untuk *sales applications, customer service applications, marketing applications, model-driven application platforms and enterprise community applications* (Salesforce, 2021).

Salesforce merupakan *System as a Service* (SaaS), berbasis *Cloud*. *Cloud computing* merupakan salah satu domain yang perkembangannya sangat cepat

dalam bisnis modern dan ilmu computer klasik. Layanan *cloud* yang mempermudah pengguna dalam mengakses suatu data secara cepat dan *real time* membuat *cloud* semakin diminati. SaaS merupakan salah satu model dari *cloud* yang diterapkan oleh sistem Salesforce. Dengan model SaaS membuat sistem salesforce mudah diakses dari mana pun dan kapan pun. Hal ini menyebabkan pelayanan *customer* yang semakin cepat dan *real time*. Kombinasi sistem yang *real time* dengan *cloud computing* dapat membangun sistem yang efisien dalam membantu perusahaan melakukan proses bisnis perusahaannya (Poniszewska-Maranda et al., 2020).

Salesforce telah menyediakan metodologinya sendiri untuk membantu mempermudah perusahaan dalam mengimplementasikan salesforce sesuai dengan kebutuhan dari perusahaan pelanggan. Metodologi ini yaitu *Salesforce Adaptive Methodology*. *Salesforce Adaptive Methodology* merupakan metode yang menggabungkan sistem *agile* dengan *waterfall*, metode ini mendorong mitra dan pelanggan untuk mengomunikasikan dan meninjau kembali prioritas utama pengembangan sistem demi kesuksesan *project* (Trailhead, 2022). Metode ini sangat cocok di terapkan pada perusahaan yang memiliki anggaran tetap, *requirements* yang jelas, ketersediaan *stakeholders* yang memadai (CRM Science, 2021).

Service Cloud merupakan salah satu modul yang disediakan salesforce untuk memecahkan permasalahan *customer service*. Dengan *service cloud* perusahaan dapat berinteraksi dengan *customer* dari berbagai *channel* seperti email, sosial media, web, dan telephone dalam satu *console*. *Service cloud* dapat membantu perusahaan dalam menyelesaikan masalah dengan cepat, menyediakan layanan mandiri yang dilengkapi dengan *artificial intelligence*, dapat memberikan layanan *support* dari mana pun, dan alur kerja yang otomatis dan cepat (Salesforce.com, 2022).

PT Trimitra Sistem Solusindo (PT Trimitrasis) merupakan perusahaan konsultan IT yang berfokus pada solusi manajemen bisnis End-to-end yang dapat membantu mengatasi tantangan bisnis saat ini. Salah satu layanan yang ditawarkan oleh PT Trimitrasis yaitu *Application Management Service*, atau yang

kita kenal support perusahaan. *Application Management Service* menyediakan *support* terhadap sistem yang diimplementasikan setelah dilakukannya *Go-Live*. *Support* ini digunakan sebagai penanganan eror/*bug system*, penambahan *requirement* baru, *training* tambahan setelah *Go-Live*. Setiap *client* yang menggunakan sistem *support* PT Trimitrasis dapat melakukan pembuatan tiket melalui *Web CX* dengan menggunakan *user* yang diberikan oleh *consultant* PT Trimitrasis, tapi tidak jarang *client* melaporkan permasalahan sistem melalui kanal komunikasi yang lain seperti *WhatsApp*, email, dan telephone. Hal ini tentu mempersulit agen dalam menangani permasalahan dari setiap *client*. Selain itu pencatatan tiket *support* menjadi sulit dilakukan karena kanal komunikasi yang berbeda- beda. Di samping itu sistem *CX* sebagai media utama untuk melakukan *submit* tiket saat ini masih banyak keterbatasan teknologi. Keterbatasan ini berupa pembuatan *reporting* tiket yang masih manual tanpa menggunakan sistem, terbatasnya *user* yang dapat membuat tiket, dan sistem tidak dapat mengukur *service level agreement (SLA)* dari agen ketika menangani tiket. Hal ini tentu menjadi masalah yang dapat menyebabkan kepuasan pelanggan menurun yang mana nantinya penilaian pelanggan terhadap kinerja perusahaan, produk, ataupun layanan akan memburuk sehingga loyalitas pelanggan tidak dapat tercapai.

Berdasarkan dari penjelasan di atas, penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan implementasi sistem Salesforce pada modul *Service Cloud* pada PT Timitrasis menggunakan metodologi *salesforce adaptive*.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan permasalahan untuk penelitian ini adalah “*Kustomisasi Kanal Komunikasi Untuk Case Handling Pada Application Management Service Terintegrasi Salesforce (Studi Kasus PT Trimitra Sistem Solusindo)?*” Rumusan masalah yang mendasari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Salesforce *service cloud* dapat membantu penanganan tiket support agar lebih maksimal dan terukur?
2. Bagaimana Salesforce *Service Cloud* dapat memberikan solusi untuk penanganan keterbatasan *user* yang dapat membuat tiket *support* dan

terlalu banyaknya kanal komunikasi yang digunakan untuk melakukan pembuatan tiket *support* pada *Application Management Service* di PT Trimitra Sistem Solusindo?

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Konfigurasi sistem salesforce untuk penanganan tiket dalam satu *console* dan pencatatan waktu *case handling* pada setiap tiket dengan menggunakan fitur *milestone* dan *entitlement*.
2. Sistem yang dapat mempermudah *user* dalam melakukan pembuatan tiket *support* dan tanpa *user login* yang terbatas.

I.4 Batasan Penelitian

Adapun Batasan masalah dalam penelitian mencakup:

1. Melakukan implementasi *Salesforce Service Cloud* pada fitur *email to case* sesuai dengan proses bisnis *targeting*.
2. Penelitian ini hanya membahas kanal komunikasi menggunakan *email*.
3. Penelitian ini dilakukan hanya sampai tahap *User Acceptance Testing*.
4. Penelitian ini hanya membahas mengenai proses pengelolaan *case support* yang ada pada *Application Management Service* PT Trimitra Sistem Solusindo.
5. Penelitian ini tidak membahas keuntungan dari perancangan sistem yang dibuat.
6. Penelitian ini tidak membahas proses pemeliharaan sistem yang dibuat.
7. Penelitian ini tidak membahas kostumisasi proses menggunakan APEX.
8. Penelitian ini tidak membahas biaya yang dibutuhkan dalam melakukan implementasi salesforce.
9. Penelitian ini tidak membahas keamanan yang terdapat pada sistem aplikasi yang dibuat.
10. Penelitian ini tidak membahas *detail* mengenai *database* yang digunakan pada salesforce.

I.5 Manfaat Penelitian

I.5.1 Manfaat Penelitian Bagi Perusahaan

Dalam penelitian ini, saya berharap dapat memberikan manfaat bagi PT Timitrasis sehingga Perusahaan dapat merasakan dampak setelah melakukan implementasi Salesforce *Service Cloud* yaitu :

1. Dapat memberikan solusi pada *Application Management Service* PT Timitrasis untuk *automatisasi* proses yang masih manual dan penanganan tiket yang mudah digunakan.
2. Dapat mempermudah melakukan *reporting* dan pencatatan setiap proses yang terjadi pada *Application Management Service* PT Timitrasis.

I.5.2 Manfaat Penelitian Bagi Akademik

Saya berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi akademik yaitu:

1. Dapat memberi wawasan dan memperdalam teori dalam melakukan implementasi sistem Salesforce *Service Cloud*.
2. Menjadi referensi bagi penelitian serupa.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

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

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan dibahas pula hasil-hasil penelitian terdahulu. Minimal terdapat lebih dari satu metodologi/metode/kerangka kerja yang

disertakan pada bab ini untuk menyelesaikan permasalahan atau meminimalisir gap antara kondisi saat ini dengan target. Pada akhir bab, analisis pemilihan metodologi/metode/kerangka kerja harus dijelaskan untuk menentukan metodologi/metode/kerangka kerja yang akan digunakan di penelitian ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan strategi dan langkah-langkah (*plan of attack*) yang akan dilakukan di penelitian dalam rangka menjawab rumusan masalah yang disusun sebelumnya. Penyusunan metodologi penelitian harus dilakukan secara kritis apakah metode atau teknik yang dipilih memang tepat sesuai tujuan penelitian. Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci meliputi: tahap merumuskan masalah penelitian, merumuskan hipotesis, mengembangkan model penelitian, mengidentifikasi dan melakukan operasionalisasi variabel penelitian, menyusun kuesioner penelitian, merancang pengumpulan dan pengolahan data, melakukan uji instrumen, merancang analisis pengolahan data.

Bab IV Analisis dan Perancangan

Pada bab IV menjelaskan terkait analisis dan perancangan pada penelitian ini secara terperinci meliputi: profil perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan penjelasan rinci terkait Langkah-langkah yang dilakukan pada sistematika penelitian yaitu *Salesforce Adaptive Methodology*.

Bab V Hasil dan Evaluasi

Pada bab ini, disajikan hasil rancangan, temuan, analisis dan pengolahan data. Selain itu bab ini juga berisi tentang validasi atau verifikasi hasil dari penelitian, sehingga hasil tersebut apakah telah benar-benar menyelesaikan masalah atau menurunkan gap antara

kondisi saat ini dan target yang akan dicapai. Analisis sensitivitas juga dapat digunakan di bab ini untuk lebih mengetahui hasil penelitian dapat diterapkan baik secara khusus di konteks penelitian maupun secara umum di konteks serupa (misal perusahaan di sektor serupa). Selain itu metode-metode evaluasi yang lain dapat di terapkan untuk memvalidasi hasil TA sesuai dengan kebutuhan.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini dijelaskan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta jawaban dari pertanyaan penelitian yang disajikan di pendahuluan. Saran penelitian dikemukakan pada bab ini untuk penelitian selanjutnya.