

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Ketika sebuah lembaga atau perusahaan berkembang dan semakin besar dari hari ke hari, semakin banyak pula permasalahan yang timbul dan semakin banyak pula ide yang direncanakan untuk mencari solusi pemecahan yang sesuai. Apabila kita telah menemukan solusi yang terbaik, muncul masalah baru yang timbul dari solusi yang telah dijalankan. Proses-proses yang dilakukan dahulu kala masih bersifat manual, misalnya pencatatan data menggunakan buku, sehingga pengambilan keputusan menjadi sulit untuk dilakukan, karena tidak berdasarkan data nyata yang ada atau hanya mengikuti logika seseorang.

Perkembangan di segala bidang termasuk teknologi komputerisasi pun semakin maju, sehingga dari segi *hardware* dan *software* bisa saling mendukung. Dari mulai pencatatan data, analisis data, sampai kepada alat pendukung keputusan dapat dilakukan menggunakan komputer. Organisasi yang selalu berkembang dan semakin besar, menggunakan aplikasi-aplikasi komputer untuk mendukung proses-proses bisnis yang ada. Aplikasi-aplikasi ini sangat berguna dan efektif untuk mencapai tujuan mereka, yaitu mengumpulkan, menyimpan dan mengelola semua data yang ada dan diperlukan untuk melakukan transaksi hariannya. Sistem-sistem ini secara bertahap berkembang mengikuti solusi yang ingin dicapai dalam menyelesaikan suatu permasalahan yang ada untuk mendukung proses transaksi. Sebagai contoh, pengelolaan

data tamu di sebuah hotel, inventori barang suatu toko, pengelolaan data bahan yang dibutuhkan sebuah pabrik obat, atau pengelolaan data kepegawaian sebuah perusahaan. Sehingga bisa diambil kesimpulan dari fakta yang ada bahwa setiap perusahaan memiliki banyak data. Kumpulan data dan sistem informasi yang dikembangkan selama ini belum dapat mengubah data-data yang ada menjadi sebuah informasi penting yang berguna secara efektif, untuk pengambilan suatu keputusan. Tentunya jika terdapat begitu banyak data yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, para pimpinan perusahaan dapat menggunakan data-data tersebut untuk pengambilan keputusan yang strategis, tetapi karena data yang ada tidak cukup untuk membuat keputusan strategis maka harus disediakan suatu alat yang mampu membantu mereka memberikan solusi terbaik (*decision support*).

Allianz merupakan salah satu perusahaan besar yang berada di banyak tempat di dunia, bergerak di bidang layanan asuransi, perbankan dan manajemen aset. Allianz berdiri pada tahun 1890 di Jerman dan merupakan perusahaan yang sangat berpengalaman dan mempunyai tradisi yang kuat. Saat ini Allianz beroperasi di lebih dari 70 negara di seluruh dunia dan melayani 70 juta nasabah di seluruh dunia. Allianz memberikan perlindungan dan pelayanan kepada nasabah, dimana setengah dari nasabah tersebut termasuk dalam kategori perusahaan Fortune 500. Pada tahun 2005 pendapatan total Allianz sebesar 100,9 miliar Euro dan pendapatan bersih mencapai 4,4 miliar Euro. Tahun 2005, total aset yang dikelola Allianz mencapai 1,26 trilliun Euro dan sebesar 743 miliar Euro merupakan pengelolaan aset

pihak ketiga. Sedangkan di Indonesia, Allianz pertama kali berada pada tahun 1981 melalui kantor representatif yang selanjutnya berdiri sebagai perusahaan asuransi kerugian joint venture di tahun 1989 yang dikenal sebagai PT Asuransi Allianz Utama Indonesia. Kemudian pada tahun 1996 Allianz mengembangkan bisnis di bidang asuransi jiwa dengan mendirikan PT Asuransi Allianz Life Indonesia.

Dalam kelangsungan roda bisnis yang dijalaninya, PT. Asuransi Allianz Life Indonesia ini melibatkan banyak pelaku di dalamnya, diantaranya adalah perusahaan itu sendiri (yang didalamnya meliputi eksekutif dan *marketing/sales/agen*), perusahaan mitra, dan klien/*customer* sebagai konsumen dari jasa yang ditawarkan. Dengan berkembangnya perusahaan dan semakin banyaknya klien/*customer* yang dimilikinya, maka diperlukan pula teknologi yang mampu menunjang pengelolaan terhadap relasi dengan klien-nya.

Untuk memungkinkan sebuah perusahaan dapat memenuhi kebutuhan diatas, maka dibutuhkan teknologi yang tidak sederhana dimana salah satunya adalah dengan mengimplementasikan aplikasi CRM (*Customer Relationship Management*) di dalamnya. Aplikasi CRM digunakan untuk membantu dalam proses mengelola dan pengambilan keputusan bisnis yang strategis, terutama dalam kaitannya untuk menjaga hubungan yang baik dengan pihak klien/*customer*. Hal ini disebabkan prinsip utama dari CRM itu sendiri adalah "pelanggan bukan hanya perlu didapatkan, tetapi juga penting untuk dipertahankan sehingga pada akhirnya akan meningkatkan *long-term value* bagi perusahaan tersebut".

Berkaitan dengan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka pada Tugas Akhir ini akan dibangun sebuah aplikasi CRM berbasis web dengan menggunakan konsep basis data ORDBMS (*Object Relational Database Management System*), dan mengambil *bussiness process* dari PT. Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai acuan bisnis dalam asuransi.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan, antara lain:

1. Bagaimana membangun sebuah basis data dengan konsep ORDBMS yang akan digunakan sebagai basis data CRM?
2. Bagaimana membangun sebuah aplikasi CRM sederhana berdasarkan *bussiness process* dari PT. Asuransi Allianz Life Indonesia yang mampu mengelola aspek-aspek yang berkaitan untuk menunjang hubungan baik dengan klien/customer?

I.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dan tujuan yang ingin dicapai dari pembahasan mengenai topik membangun sebuah Aplikasi CRM Pada Perusahaan Asuransi ini adalah:

1. Membangun sebuah basis data dengan konsep ORDBMS yang akan digunakan sebagai basis data CRM.
2. Membangun sebuah aplikasi CRM sederhana berdasarkan *bussiness process* dari PT. Asuransi Allianz Life Indonesia yang mampu mengelola aspek-aspek yang berkaitan untuk menunjang hubungan baik dengan klien/customer.

I.4 Batasan Masalah

Pembahasan mengenai topik membangun sebuah Aplikasi CRM Pada Perusahaan Asuransi ini dibatasi oleh beberapa hal, yaitu:

1. Topik ini menitik beratkan pada penggunaan basis data dengan konsep ORDBMS untuk membangun sebuah aplikasi CRM sederhana.
2. *Business Process* dan data yang digunakan adalah *bussines process* dan data *sample* dari PT. Asuransi Allianz Life Indonesia cabang Yogyakarta.
3. Aplikasi CRM ini bukan aplikasi yang terintegrasi dengan *data warehouse* perusahaan yang bersangkutan.
4. Dalam aplikasi CRM ini, terdapat 2 kelompok yang dapat saling berelasi, yaitu kelompok *intern* (antara manajer, agen, dan *customer care*) dan *extern* (antara *customer*, agen, dan *customer care*).
5. *Software* yang digunakan untuk melakukan pembangunan *report* dan aplikasi ini adalah:
 - a. Sistem operasi Microsoft Windows XP Profesional.
 - b. Menggunakan ORACLE 9i sebagai *tool* untuk pembangunan ORDBMS.
 - c. Menggunakan ASP .Net 2005 dengan bahasa pemrograman C# dari Microsoft Visual Studio 2005 sebagai *tool* untuk pembangunan *User Interface* dan aplikasi CRM.

I.5 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penyusunan Tugas Akhir dengan topik membangun Aplikasi *Customer Relationship Management* ini adalah:

1. Metode Studi Literatur dan perangkat lunak

Metode ini dilakukan dengan cara membaca dan memahami buku-buku referensi, perangkat lunak yang sudah ada, dan media-media lain yang relevan dengan *Object Relational Database Management System* dan *Customer Relationship Management*.

2. Analisis

Menganalisis data dan *business process* yang terdapat pada PT. Asuransi Allianz Life Indonesia untuk melakukan analisis dan perancangan *CRM*.

3. Wawancara

Melakukan wawancara dengan calon pengguna (*user*) dalam hal *future-future* dan desain *interface* yang diinginkan.

4. Pembangunan aplikasi *CRM* yang meliputi:

a) Pengambilan informasi yang diperlukan dari data yang didapat dan hasil wawancara mengenai *business process*.

b) Pembangunan *database* dengan konsep *Object Relational Database* berdasarkan data dan *business process* yang didapat.

c) Desain *interface* aplikasi *CRM* berbasis *web*.

d) Pengimplementasian (*code*) aplikasi *CRM*.

5. Pengujian

Menguji kehandalan aplikasi CRM dalam membantu melakukan manajemen dan perencanaan strategi pemasaran.

I.6 Sistematika Penulisan

Penulisan Tugas Akhir ini akan dibagi menjadi lima bab yaitu:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisi pendahuluan, latar belakang masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, sistematika penulisan laporan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai uraian dasar teori yang meliputi *Object Relational Database Management System* dan *Customer Relationship Management*.

BAB III. PERANCANGAN DAN PEMBANGUNAN DATABASE: Pembuatan basis data dengan konsep *Object Relational Database*

Bab ini berisi penjelasan mengenai analisis, perancangan, dan pembangunan database yang menggunakan konsep *Object Relational Database*.

BAB IV. PERANCANGAN DAN PEMBANGUNAN APLIKASI CRM: Pembuatan desain interface dan code dari CRM

Bab ini berisi penjelasan mengenai perancangan dan pembangunan aplikasi *Customer Relationship Management*.

BAB V. TABEL PENGUJIAN

Bab ini berisi mengenai hasil dari pengujian perangkat lunak yang disajikan dalam format tabel.

BAB VI. KESIMPULAN dan SARAN

Bab ini berisi kesimpulan-kesimpulan dari pembahasan Tugas Akhir secara keseluruhan dan saran untuk pengembangan lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

Menguraikan referensi yang dimanfaatkan dalam penulisan Tugas Akhir.

