

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tak bisa dipungkiri bahwa hidup dalam jaman modern ini kita selalu disibukkan dengan berbagai pekerjaan. Bahkan terkadang bekerja penuh waktu pada satu pekerjaan saja tidak dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari, sehingga tidak sedikit orang yang juga menggeluti pekerjaan sampingan, tapi sayangnya tidak semua orang mempunyai cukup waktu untuk melakukan dua atau lebih pekerjaan sekaligus.

Ketika masalah finansial dialami sementara kita tidak pernah ada cukup waktu untuk mengontrol finansial, maka sebagian orang menggunakan *budget* untuk melakukan investasi.

Salah satu pilihan investasi adalah saham. Investasi di bidang saham bersifat fluktuatif, artinya harga saham bisa naik dan bisa turun, sama dengan harga barang atau komoditi di pasar. Berdasarkan dengan teori ekonomi, naik turunnya harga merupakan hal yang wajar karena digerakkan oleh penawaran dan permintaan.

Begitu pula dengan saham, jika minat beli tinggi maka harga saham akan naik, dan jika minat jual tinggi maka harga saham cenderung turun.

Berbeda dengan barang komoditi yang lain, saham mempunyai *sistem* perdagangan yang berbeda pula. Sistem perdagangan saham sangat dipengaruhi kecepatan, karena pasarnya terkonsentrasi pada satu tempat, waktu

perdagangannya dibatasi dan didukung sistem teknologi yang canggih. Maka dengan sistem perdagangan seperti itu, perubahan harga saham akan terus menerus terjadi, tidak dalam hitungan jam atau menit, tapi dalam hitungan detik.

Karena kecepatan perubahan harga inilah yang menyebabkan harga saham bersifat sangat fluktuatif, karena sensitif terhadap perkembangan informasi yang terjadi disekitarnya. Setiap informasi signifikan yang berhubungan dengan performance perusahaan hampir selalu mempengaruhi perubahan harga saham. Bahkan rumor sekalipun sering menjadi penyebab perubahan harga saham.

Sifat perubahan harga yang sangat fluktuatif inilah yang menyebabkan mengapa teknologi informasi menjadi penting bagi orang yang berinvestasi pada saham.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan suatu strategi bisnis yang terfokus pada pelanggan guna meningkatkan kepuasan pelanggan, profitabilitas, dan pendapatan perusahaan. Manfaat penerapan CRM bagi perusahaan adalah menarik pelanggan baru, mempertahankan loyalitas pelanggannya dan mengembangkan kualitas pelayanannya. Dalam CRM, kita dapat menggunakan sistem berbasis *internet (e-CRM)* yang dapat diakses secara *on-line* di berbagai tempat dan waktu. *Internet* merupakan jaringan komunikasi tanpa batas yang melibatkan jutaan computer yang tersebar di seluruh dunia. Situs *web* merupakan sarana dalam mengaplikasikan CRM berbasis *internet*.

Penggunaan CRM berbasis *web* juga akan mempermudah pelanggan untuk memperoleh informasi dan layanan personal yang dibutuhkan dari perusahaan.

PT. Universal Broker merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jual beli saham. Perusahaan ini menyediakan jasa sebagai perantara transaksi saham, berupa jasa investasi Indonesia baik investor lokal maupun asing. Selain saham, PT. Universal Broker Indonesia juga menyediakan jasa sebagai perantara transaksi Kontrak Opsi Saham (KOS) dan perantara transaksi reksadana terbuka atau yang lebih dikenal dengan nama *Exchange Traded Fund (ETF)*, layanan penjamin emisi saham (*Underwriter*) dan *Right Issue*. PT. Universal Broker Indonesia juga memberikan layanan seperti konsultan keuangan, riset investasi, dan opini harian, laporan bulanan yang tepat waktu dan berbagai jasa lainnya, oleh karena itu perlu terus melakukan pengembangan-pengembangan khususnya di dunia teknologi informasi, dan pengembangan itu diharapkan akan mengarah kepada *Online Trading System* melalui aplikasi maupun website.

Namun, perusahaan ini belum memiliki media yang dapat digunakan untuk menjalin hubungan yang erat dengan pelanggannya dalam menghadapi persaingan pasar serta mengimbangi kemajuan teknologi yang semakin pesat dari hari ke hari, sehingga terkadang perusahaan mengalami kesulitan untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan seperti terlambatnya informasi yang diterima nasabah dan sebagainya.

Berdasarkan alasan diatas, maka akan dibuat skripsi tentang aplikasi *e-CRM* untuk PT.Universal Broker dengan judul “Analisa dan Perancangan *e-CRM*

PT.Universal Broker Indonesia”. Oleh karena itu skripsi ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah sekaligus manfaat bagi perusahaan.

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pembahasan dalam penulisan skripsi ini adalah :

1. Analisis proses bisnis hanya akan terbatas pada hubungan PT. Universal Broker Indonesia dan pelanggan melalui website, misalnya pelayanan customer melalui website, yaitu fasilitas *question and answer*, *testimonial*, pengisian *request form*, *message*, dan *forum*.
2. Perencanaan aplikasi *e-CRM* dimanfaatkan salah satunya untuk tujuan pemasaran yaitu dengan memanfaatkan fitur news yang juga berisi berita mengenai perkembangan produk maupun update fitur baru dari PT, Universal Broker Indonesia, sehingga nasabah dapat mengetahui produk baru apa saja yang ditambahkan.
3. Menyediakan fitur download Ezydeal untuk membantu nasabah sebagai salah satu alternatif melakukan transaksi selain melalui sales, voucher maupun melalui phone.
4. Tidak membahas mengenai keamanan

1.3 Tujuan dan Manfaat

Tujuan penulisan skripsi ini adalah:

1. Meningkatkan pelayanan dan menjaga hubungan relasi PT. Universal Broker Indonesia kepada para nasabahnya melalui pelayanan misalnya dalam menyediakan informasi terkini yang berguna bagi pelanggan, berupa *news* dan *private news*.
2. Mengetahui kebutuhan dan permasalahan yang sering dihadapi nasabah dengan menganalisis kebutuhan informasi yang dibutuhkan nasabah.
3. Merancang *e-CRM* berbasis *web* pada PT. Universal Broker Indonesia yang memungkinkan pelanggan berkomunikasi melalui *forum*, *chatting*, dan *message* dengan perusahaan dan nasabah lainnya, serta dapat menyalurkan pendapat, saran dan pertanyaan melalui *polling*, *testimonial*, dan *QnA*.
4. Aplikasi *e-CRM* bertujuan untuk memberikan bantuan kepada nasabah yang ingin mengetahui produk terbaru dengan fitur *news* dan *private news* yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing nasabah.

Manfaat yang dapat diperoleh dari penulisan skripsi ini adalah :

A. Bagi perusahaan:

1. Membantu menyimpan informasi-informasi yang dibutuhkan perusahaan mengenai nasabah untuk menganalisa kebutuhan dan masalah yang paling sering dihadapi.
2. Membantu perusahaan dalam memfokuskan nasabah langsung pada *staff* perusahaan yang tepat untuk menyelesaikan masalah-masalah, contohnya permasalahan mengenai prosedur *form*, cara pengisian

form, konfirmasi persetujuan *request* bisa langsung ditangani oleh *staff(admin3)*, sedangkan permasalahan teknis, *problem trading*, *error* serta keluhan bisa disampaikan kepada *staff(admin2)* yang mengurus *problem* and lainnya oleh *staff(asmin1)*.

3. Membantu perusahaan menjaga hubungan baik dan menarik pelanggan baru melalui layanan yang *real time*. Selain itu, dengan adanya masukan dari nasabah, PT.Universal Broker Indonesia dapat meningkatkan pelayanannya kepada nasabah agar menjadi lebih baik.
4. Perusahaan dapat meningkatkan loyalitas kepada para nasabahnya.

B. Bagi nasabah :

1. Membantu mempercepat layanan yang dibutuhkan, sebagai bentuk fasilitas *website*, seperti menyediakan *request form* yang bisa diisi dan dikirim langsung secara online ke *staff* yang bertugas, tanpa harus dibatasi wilayah dan waktu.
2. Informasi yang didapatkan lebih akurat karena *staff* yang membantu masalah nasabah sesuai dengan bidangnya.
- 3.

1.4 Metodologi Penelitian

- **Metode Pengumpulan Data**

- Study Pustaka

Penulis melakukan pengumpulan, membaca, dan mempelajari buku-buku referensi yang berkaitan dalam penulisan landasan teori.

- Wawancara

Dalam metode ini, dilakukan wawancara kepada *Head of CS* yang bersangkutan, yaitu Ibu Stephani. Hal ini dilakukan untuk mengetahui informasi mengenai kebutuhan informasi mengenai apa saja yang paling dibutuhkan oleh nasabah dan masalah apa saja yang paling sering menjadi kendala bagi nasabah untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan, serta informasi tentang data apa saja yang dibutuhkan oleh perusahaan.

- Kuesioner

Membagikan kuesioner kepada pelanggan secara acak untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

- Metode Observasi

Dalam metode ini, kami akan melakukan penelitian secara langsung ke PT.Universal Broker Indonesia untuk mendapatkan informasi dan data yang dibutuhkan.

- **Metode Analisis Sistem**

Dari data-data yang sudah didapat, dilakukan analisis sistem dengan menggunakan metode berorientasi objek. Penulis menganalisa kebutuhan sistem melalui analisa *SWOT* terhadap sistem yang berjalan.

- **Metode perancangan sistem**

Metode perancangan yang akan digunakan akan disesuaikan dengan aplikasi transaksi yang telah digunakan oleh PT. Universal Broker Indonesia yang sebelumnya telah dirancang dan dikembangkan untuk membantu pelanggan melakukan transaksi secara terkomputerisasi. Laporan dari hasil analisis akan digunakan untuk merancang sistem, di mana metode perancangan yang digunakan adalah :

- Pembuatan *Class Diagram*
- Pembuatan *Use Case diagram*
- Pembuatan *Sequence Diagram*
- Pembuatan *Activity Diagram*
- Pembuatan Spesifikasi tabel *database*
- Pembuatan Rancangan layar.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan pembagian uraian sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab pertama berisi latar belakang, ruang lingkup, tujuan dan manfaat yang ingin dicapai, metodologi yang digunakan dan sistematika penulisan yang merupakan gambaran isi dari skripsi ini.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab kedua berisi pembahasan mengenai teori-teori dan konsep yang menjadi dasar penulisan skripsi. Teori yang digunakan seperti Customer Relationship Manajemen dan saham.

BAB 3 ANALISIS SISTEM BERJALAN

Bab ketiga membahas mengenai gambaran umum, struktur organisasi, analisis sistem, proses bisnis perusahaan yang sedang berjalan, analisis masalah yang dihadapi, dan alternatif pemecahan masalahnya.

BAB 4 SISTEM YANG DIUSULKAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai sistem seperti apa yang akan diusulkan sebagai usaha pemecahan masalah, pemenuhan kebutuhan dan penanggulangan kesulitan yang dihadapi *staff* dan nasabah.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini membahas tentang simpulan dari hasil dan analisa perancangan berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan perusahaan.