

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan dijelaskan mengenai latar belakang masalah. Permasalahan dapat diidentifikasi dari latar belakang. Selanjutnya permasalahan dirumuskan dalam rumusan masalah. Berdasarkan rumusan masalah dapat ditetapkan tujuan dan manfaat yang diharapkan dari penelitian. Batasan masalah digunakan untuk membatasi lingkup penelitian agar lebih terfokus.

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi saat ini, perusahaan-perusahaan dihadapkan pada tingkat persaingan yang begitu kompetitif karena produk mereka tidak hanya bersaing dengan produk sejenis dalam negeri tetapi juga produk sejenis dari negara lain yang semakin mudah memasuki pasar domestik. Perusahaan harus bisa menerapkan strategi bisnis yang baik untuk bisa bersaing dan tetap memiliki pangsa pasar. Perusahaan tidak hanya dihadapkan pada persaingan terhadap kualitas produk yang ditawarkan dan pengembangan produk yang sesuai dengan keinginan pasar. Kualitas produk bukan menjadi satu-satunya bentuk persaingan dalam dunia bisnis, akan tetapi telah berkembang lebih jauh menjadi persaingan dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan.

Selain pertimbangan akan atribut produk seperti merek, kemasan, dan garansi produk, konsumen juga mempertimbangkan segi pelayanan yang diberikan oleh penyedia produk. Pelayanan adalah tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelanggan didefinisikan sebagai konsumen atau orang yang membeli barang secara tetap (<http://www.artikata.com/arti-369780-pelanggan.html>, diakses 17 April 2012).

Dunia bisnis saat ini tidak hanya memandang pelanggan sebagai sumber pendapatan, tetapi pelanggan adalah tujuan jangka panjang sehingga pihak perusahaan harus mengupayakan hubungan yang baik agar pelanggan tetap loyal terhadap produk yang ditawarkan. Pengelolaan hubungan yang baik terhadap pelanggan menjadi nilai lebih bagi perusahaan selain untuk meningkatkan loyalitas pelanggan lama, juga akan menjadi pertimbangan bagi pelanggan baru untuk memilih memakai produk perusahaan tersebut karena pelayanan yang baik dari perusahaan. Kalakota dan Robinson (dalam

Loudon, terjemahan Erwin Philippus, 2005:84) menyatakan bahwa memerlukan waktu enam kali lebih banyak untuk melakukan penjualan kepada pelanggan baru dari pada kepada pelanggan lama.

Strategi bisnis untuk mengelola hubungan pelanggan dikenal dengan *customer relationship manajemen* (CRM) atau manajemen hubungan pelanggan. CRM adalah sebuah strategi bisnis menyeluruh dari suatu perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut secara efektif bisa mengelola hubungan dengan para pelanggan perusahaan. Lebih spesifik lagi CRM merupakan disiplin teknologi dan bisnis yang memanfaatkan sistem informasi untuk mengintegrasikan segala proses bisnis disekitar interaksi perusahaan dengan pelanggannya dalam penjualan, pemasaran, dan layanan. Sasaran utama dari CRM adalah untuk meningkatkan pertumbuhan profitabilitas perusahaan jangka panjang melalui pengertian yang lebih baik terhadap kebiasaan pelanggan. CRM dapat memberikan manfaat bagi perusahaan jika didukung oleh teknologi informasi dan perangkat lunak pendukung.

Salah satu fungsi dari CRM adalah mengusung falsafah *customer oriented*, yaitu melakukan tindakan-tindakan dengan tujuan memahami pelanggan dengan baik. Fungsi CRM lainnya adalah menangani keluhan atau komplain pelanggan. Semua jenis produk baik berupa barang maupun jasa tidak lepas dari komplain pelanggan. Untuk menanggapi permasalahan ini banyak dari pihak perusahaan telah membentuk departemen khusus yaitu *customer service* yang secara umum bertugas memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan, menanggapi komplain pelanggan, dan sebagai penghubung antara pelanggan dengan *back office*.

PT. ALP Petro Industry merupakan salah satu perusahaan yang menghasilkan produk berupa minyak pelumas. Produk yang dihasilkan dikemas dalam bentuk lithos, drum dan bulk yang difungsikan untuk mesin otomotif dan mesin industri. PT. ALP Petro Industry sebagai produsen pelumas tidak terlepas dari permasalahan komplain pelanggan. Berbagai komplain pelanggan terkait dengan performa pelumas, kuantitas dan pemesanan produk. Komplain pelanggan pada PT. ALP Petro Industry dibedakan menjadi dua yaitu *justified* dan *unjustified* komplain. *Justified* komplain adalah komplain yang bisa diterima oleh perusahaan dan mewajibkan perusahaan untuk bertanggung jawab atas akibat buruk terkait produk terkomplain. Hal ini karena penyebab timbulnya komplain berasal dari kesalahan pihak perusahaan. *Unjustified* komplain adalah komplain yang tidak mewajibkan perusahaan untuk bertanggung jawab atas akibat buruk terkait produk karena kesalahan berasal dari pihak pelanggan. Pada

unjustified komplain, PT. ALP Petro Industry tetap memberikan rekomendasi solusi berdasarkan hasil analisis, akan tetapi tidak berkewajiban menanggung kerugian.

Berdasarkan data komplain pelanggan lima tahun terakhir terkait performa pelumas, diketahui bahwa *unjustified* komplain selalu terjadi lebih banyak dari *justified* komplain. Pada tahun 2008 terjadi 17 *unjustified* komplain dan 5 *justified* komplain. Pada tahun 2009 terjadi 15 *unjustified* komplain dan 8 *justified* komplain. Pada tahun 2010 telah terjadi 12 *unjustified* komplain dan 9 *justified* komplain. Pada tahun 2011 telah terjadi 14 *unjustified* komplain dan 8 *justified* komplain. Dan hingga akhir bulan Mei tahun 2012, telah terjadi 8 *unjustified* komplain dan 5 *justified* komplain.

PT. ALP Petro Industry merupakan perusahaan yang berorientasi pelanggan atau *customer oriented* dengan mengupayakan pelayanan yang baik dan memuaskan terhadap pelanggan. Meskipun strategi *customer oriented* belum didukung oleh sistem informasi CRM, namun adanya departemen *customer service* pada PT. ALP Petro Industry merupakan salah satu wujud dari *customer oriented*. Bagian *customer service* sebagai pintu masuk komplain pelanggan sering kali dihadapkan pada berbagai kasus terkait produk perusahaan. Komplain yang disampaikan pelanggan bisa berupa kasus yang belum pernah didapatkan pihak perusahaan atau komplain berupa kasus baru yang memiliki kemiripan terhadap kasus-kasus yang pernah perusahaan dapatkan sebelumnya.

Berbagai komplain berkenaan dengan produk sering dihadapkan pada permasalahan waktu pelayanan yang cepat, solusi yang tepat dan kesiapan sumber daya dalam memberikan pelayanan. Dalam melayani suatu komplain terkait produk, PT. ALP Petro Industry mewajibkan kepada pelanggan untuk menyertakan sampel dari produk yang bermasalah untuk dilakukan analisis. Selain hasil dari analisis sampel oleh laboratorium, pihak PT. ALP Petro Industry juga melakukan survei di tempat *customer* untuk mendukung keputusan bahwa suatu komplain itu *justified* atau *unjustified*. Tugas survei dilakukan oleh *technical support* sebagai sub departemen *customer service*. Pemberian kesimpulan apakah suatu komplain termasuk *justified* atau *unjustified* menjadi wewenang manajer *customer service*. Pada dasarnya kesimpulan yang diberikan merupakan hasil dari keluhan-keluhan yang disampaikan pelanggan terkait produk, survei lapangan dan analisis sampel di laboratorium. Kesimpulan dan solusi akan diberikan maksimal dua hari oleh PT. ALP Petro Industry. Namun seringkali kesimpulan dan solusi diberikan lebih dari dua hari karena kesibukan bagian *technical support* dan laboratorium yang tidak hanya menangani masalah komplain. Untuk

memberikan *service* yang mendukung kinerja tersebut, perlu adanya teknologi yang memungkinkan bagian *customer service* memberikan solusi dari komplain pelanggan dengan cepat.

Case base reasoning (CBR) merupakan metode yang tepat untuk diterapkan dalam permasalahan ini, yang bekerja berdasarkan proses penalaran berbasis kasus untuk memecahkan masalah dengan menggunakan atau mengadaptasi solusi kasus lama. CBR menggunakan pendekatan kecerdasan buatan yang lebih dikenal dengan *Artificial Intelligence* yang menitikberatkan pemecahan masalah dengan didasarkan pada *knowledge* atau pengetahuan dari kasus-kasus sebelumnya. Ketika ada input kasus baru maka sistem CBR akan melakukan penelusuran (*retrieve*) kasus lama pada database kasus yang memiliki kemiripan dengan kasus baru. Ketika ditemukan kasus lama yang memiliki kemiripan, informasi dan pengetahuan dari kasus tersebut digunakan kembali (*reuse*) untuk memecahkan masalah pada kasus baru. Selanjutnya dari kasus lama sebagai solusi yang diusulkan, dilakukan perbaikan (*revise*). Solusi yang telah diperbaiki menjadi bagian dari kasus baru, selanjutnya dilakukan penyimpanan pada database kasus (*retain*). Bagian *customer service* telah mendokumentasikan beberapa komplain pelanggan beserta solusi yang diberikan. Namun data tersebut belum dikelola dan dimanfaatkan dengan baik.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dirasa perlu untuk melakukan penelitian dan pengembangan aplikasi dengan pendekatan *case base reasoning* pada bagian *customer service* PT. ALP Petro Industry yang selanjutnya bisa memberikan masukan tentang perlunya sebuah aplikasi untuk mendukung strategi *customer oriented* pada PT. ALP Petro Industry.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, masalah yang dapat diidentifikasi adalah :

1. Data-data komplain pelanggan belum dikelola pada sebuah database kasus.
2. *Knowledge* yang terkandung dalam kasus-kasus terdahulu belum dimanfaatkan dengan baik.
3. Belum adanya aplikasi pendukung yang memudahkan departemen *customer service*, khususnya bagi manager dalam menanggapi komplain pelanggan, yang memanfaatkan database dari kasus-kasus yang ada untuk menghasilkan solusi bagi kasus baru.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah perlu dilakukan agar penelitian dapat terfokus pada apa yang menjadi tujuan utama. Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Pembahasan di fokuskan pada pembuatan aplikasi dengan pendekatan *case base reasoning* didalam mendukung fungsi kerja *customer service*.
2. Tidak membahas tentang penerapan *customer relationship management* di PT. ALP Petro Industry.
3. Pengembangan aplikasi *case base reasoning* hanya dalam bentuk aplikasi *prototype*.
4. Pengembangan aplikasi hanya untuk komplain pelanggan terkait performa dan fisik pelumas.
5. Software pendukung yang digunakan adalah Esteem 1.4.

1.4 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah maka rumusan permasalahannya adalah “Bagaimana mengembangkan aplikasi dengan pendekatan *case base reasoning* sebagai pendukung fungsi kerja *customer service* pada PT. ALP Petro Industry”.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Membuat database kasus tentang komplain pelanggan. Database ini yang akan menjadi dasar dari sistem *case base reasoning*.
2. Membuat *prototype* aplikasi dengan pendekatan *case base reasoning* menggunakan *tool* Esteem 1.4
3. Melakukan pengujian *prototype* aplikasi *case base reasoning* yang telah dikembangkan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Segi Akademik

Sebagai wujud penerapan ilmu pengetahuan pada permasalahan yang ada di perusahaan. Pemahaman tentang *customer oriented* diwujudkan dengan pengembangan aplikasi berdasarkan pendekatan *case base reasoning*.

2. Segi Aplikasi

Membantu bagian *customer service* PT. ALP Petro Industry sebagai pendukung fungsi *customer oriented* dalam memberikan solusi yang memuaskan bagi pelanggan dari segi waktu dan ketepatan solusi yang diberikan.

Aplikasi ini diharapkan menjadi alternatif yang lebih baik dari metode yang sekarang digunakan pihak *customer service* dalam memberikan pelayanan dan solusi pada komplain pelanggan terkait produk pelumas. Adapun yang dimaksudkan dengan metode yang sekarang digunakan adalah kegiatan analisis dan pemberian solusi komplain sepenuhnya dilakukan oleh manusia yang memiliki keterbatasan waktu, tempat, dan pengetahuan.

