

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Perusahaan

2.1.1 Sejarah Perusahaan

PT. Pos Indonesia (Persero) atau yang dikenal dengan Kantor Pos adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dibidang bisnis jasa pengiriman. PT. Pos Indonesia (Persero) juga tidak hanya mengurus paket surat, perangko dan materai saja, namun sudah bergerak pada jasa-jasa lainnya seperti jasa keuangan dan logistik untuk pelanggannya. Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) adalah pelanggan langsung menggunakan jasa dari Pos Indonesia dan di Kota Bandung salah satu Kantor Pos berada di Jl. Banda No. 30 yang juga merupakan Kantor Pos Bandung 40114A.

Dalam sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, Kantor Pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jenderal G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik. Setelah Kantorpos Batavia didirikan, maka empat tahun kemudian didirikan Kantorpos Semarang untuk mengadakan perhubungan pos yang teratur antara kedua tempat itu dan untuk mempercepat pengirimannya. Rute perjalanan pos kala itu ialah melalui Karawang, Cirebon dan Pekalongan.

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

PT. POS Indonesia (Persero) memiliki visi dan misi sebagai berikut:

- a. Visi
Menjadi pilihan utama layanan logistik dan jasa keuangan.
- b. Misi
 - 1) Memberikan solusi layanan logistik *e-commerce* yang kompetitif.

- 2) Menjalankan fungsi *designated operator* secara profesional dan kompetitif.
- 3) Memberikan solusi jasa layanan keuangan terintegrasi yang kompetitif dalam rangka mendukung *financial inclusion* berbasis digital.
- 4) Memberikan solusi layanan dokumentasi dan otentikasi digital yang kompetitif.

2.1.3 Logo Perusahaan

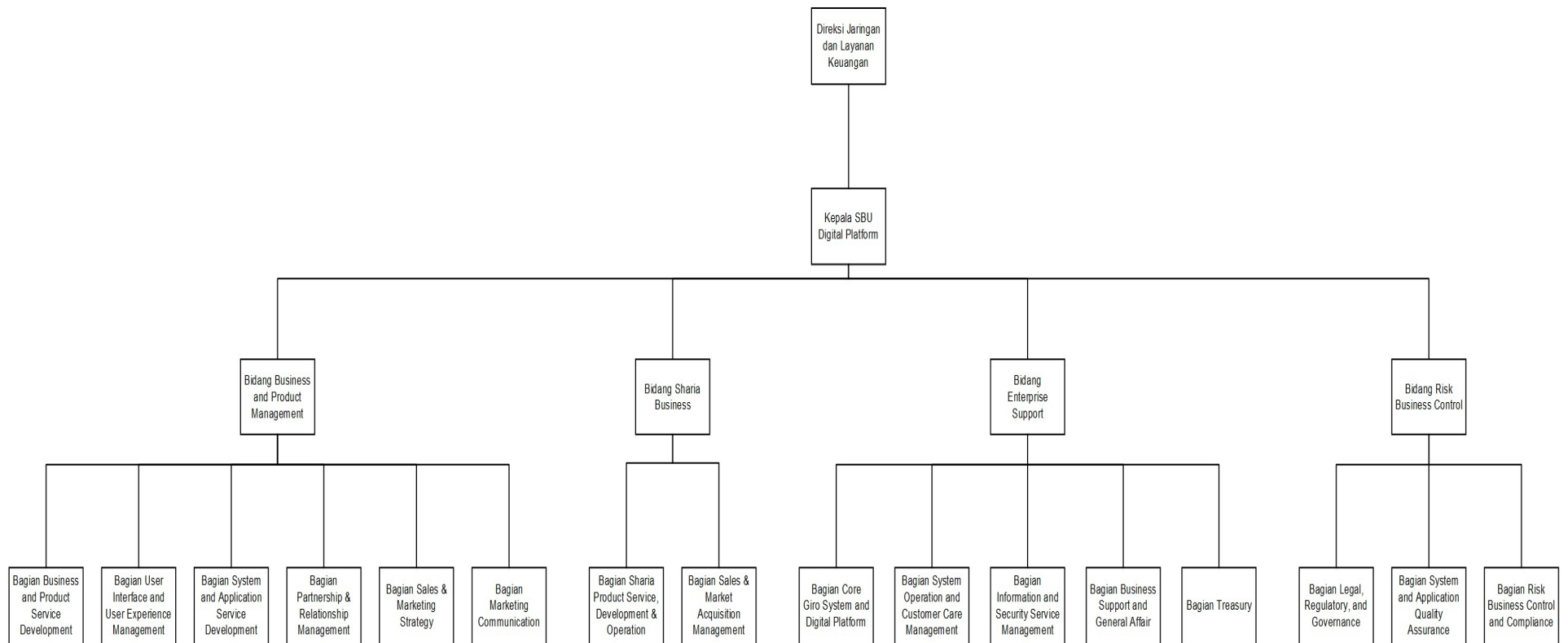
Berikut ini merupakan logo dari PT. POS Indonesia (Persero) dilihat dari gambar dibawah ini:



Gambar 2. 1 Logo PT. POS Indonesia (Persero)

2.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian/bidang baik secara posisi maupun tugas yang ada pada perusahaan. Struktur organisasi PT. POS Indonesia (Persero) Bandung 40114A (Bagian SBU *Digital Platform*) dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT. POS Indonesia (Persero) Bandung 40114A (Bagian SBU *Digital Platform*)

2.1.5 Deskripsi Tugas

Untuk melengkapi struktur organisasi suatu perusahaan, diperlukan uraian tugas yang akan menjelaskan tentang tugas dan tanggung jawab dari masing-masing fungsi dalam perusahaan. Uraian tugas pada PT. POS Indonesia (Persero) adalah sebagai berikut:

1. Direktur Jaringan dan Layanan Keuangan

Direktur Jaringan dan Layanan Keuangan berperan sebagai penyelenggara pengelolaan jaringan, pengelolaan operasi infrastruktur teknologi serta pengelolaan bisnis dan operasional jasa keuangan. Untuk mendukung perannya Direktur Jaringan dan Layanan Keuangan bertanggung jawab mengelola aktivitas utama:

- a. Merencanakan kebijakan dan strategi pengelolaan layanan jasa keuangan dan bisnis konsinyasi dan filateli.
- b. Mengelola operasional dan pengembangan bisnis jasa keuangan dan bisnis konsinyasi dan filateli.
- c. Membina pelanggan dan kerja sama kemitraan bisnis jasa keuangan.
- d. Melakukan kegiatan asesmen risiko mandiri atas setiap kebijakan/ketentuan yang dibuat dan rencana kerja sama dengan pihak lain yang meliputi identifikasi risiko, analisa risiko, dan evaluasi risiko.
- e. Menyampaikan daftar risiko yang telah dibuat untuk setiap rencana pembuatan kebijakan/ ketentuan yang dibuat dan rencana kerja sama kepada Divisi *Governance, Risk, dan Compliance*.
- f. Mendokumentasikan atas peristiwa risiko yang terjadi selama aktivitas yang dijalankan oleh setiap unit/fungsi dibawahnya.
- g. Merencanakan kebijakan dan strategi pengelolaan jaringan.
- h. Mengelola operasional jaringan.
- i. Mengelola operasional infrastruktur teknologi.

2. Kepala SBU *Digital Platform*

SBU *Digital Platform* dipimpin oleh Kepala SBU *Digital Platform* yang bertanggung jawab kepada Direktur Jaringan dan Layanan Keuangan. Tanggung jawab utama Kepala SBU *Digital Platform* adalah pengelolaan strategi dan

proses bisnis SBU *Digital Platform* serta memastikan terlaksananya kegiatan berlangsung sesuai dengan rencana dan sasaran yang telah ditetapkan berdasarkan ketentuan Perusahaan yang berlaku dan rencana kerja serta anggaran SBU *Digital Platform*. Untuk melaksanakan tanggung jawab utama tersebut, Kepala SBU *Digital Platform* mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kerja dan anggaran serta strategi SBU *Digital Platform* serta melakukan *review* terhadap rencana kerja;
- b. Menyusun dan mengarahkan rencana, pengembangan sistem, prosedur untuk memperbaiki mutu dan efisiensi proses;
- c. Membawa SBU *Digital Platform* menjadi penyedia layanan transaksi keuangan berbasis *Platform digital* yang diterima dan diakui dengan menawarkan layanan yang profesional, dengan didorong teknologi proses bisnis yang diakui/ bertaraf internasional;
- d. Menyelaraskan rencana teknis SBU *Digital Platform* dengan strategi Perusahaan untuk membawa sinergitas di dalam pencapaian sasaran Perusahaan serta menjamin bahwa rencana teknis dan *strategic SBU Digital Platform* dapat diberlakukan, dieksekusi dan dapat dicapai atau direview untuk perbaikan;
- e. Merumuskan strategi untuk pencapaian sasaran berdasarkan analisis pasar dan pesaing;
- f. Menetapkan bauran pemasaran dan pengembangan bisnis, *market*, strategi baru yang berkaitan dengan perbaikan kapabilitas SBU *Digital Platform* untuk penetrasi pasar dan peningkatan pendapatan;
- g. Menjamin SBU *Digital Platform* memelihara hubungan baik dan saling menguntungkan dengan Perusahaan (Direksi, Regional, Kantor-kantor di bawah Kantor Regional), lembaga pemerintahan, pihak eksternal (para investor dan *partner* bisnis), Serikat Pekerja Perusahaan dan Asosiasi *Fintech*;
- h. Mengintegrasikan dan menyelenggarakan kapabilitas internal SBU *Digital Platform* guna mencapai sasaran yang ditetapkan;
- i. Mengelola operasional, sumber daya manusia dan keuangan SBU *Digital Platform* sesuai ketentuan Perusahaan;

- j. Mengembangkan inisiasi untuk memperbaiki produktifitas aset Perusahaan yang dapat digunakan untuk layanan *Platform Digital*, sebagai tambahan pendapatan Perusahaan dan peningkatan laba SBU *Digital Platform*;
 - k. Mengusulkan *key performance indicator* SBU *Digital Platform*, operasional, keuangan, pemasaran, pengembangan, sumber daya manusia dan umum yang akan ditetapkan oleh Direksi;
 - l. Bertanggung jawab di dalam pencapaian tujuan dan sasaran SBU *Digital Platform* dengan melakukan sosialisasi, memberikan asistensi, memonitor, melakukan *review* dan memperbaiki target;
 - m. Bertanggung jawab terhadap pencapaian pendapatan dan laba sesuai dengan target yang ditetapkan Perusahaan;
 - n. Bertanggung jawab terhadap pengelolaan piutang pendapatan dan hutang usaha SBU *Digital Platform*;
 - o. Bertanggung jawab terhadap pengeluaran biaya SBU *Digital Platform* sesuai dengan rencana kerja dan anggaran yang telah ditetapkan oleh Direksi dan dapat dipertanggungjawabkan secara akuntabel dengan prinsip *good corporate governance*;
 - p. Melakukan pengelolaan manajemen risiko dan kepatuhan terhadap operasional dan bisnis layanan giropos.
 - q. Memberikan bimbingan dan pengarahan, *coaching*, nasihat, orientasi dan pengembangan karir untuk level manajer;
 - r. Melakukan evaluasi dan pengendalian kinerja SBU *Digital Platform* sesuai dengan sasaran yang ditetapkan;
 - s. Menyusun evaluasi dan rencana investasi sumber daya untuk kelancaran aktivitas operasional dalam rangka pencapaian sasaran yang ditetapkan;
 - t. Memotivasi dan menggerakkan bawahan serta bertanggung jawab atas pengawakan, pelatihan dan tugas- tugas terkait untuk mencapai sasaran yang ditetapkan;
 - u. Menyampaikan laporan keuangan dan kinerja operasional serta sumber daya manusia kepada Direksi atau unit kerja terkait di Perusahaan.
3. Bidang *Business and Product Management*

Bidang *Business and Product Management* dipimpin oleh Deputi *Business and Product Management* yang bertanggung jawab kepada Kepala SBU *Digital Platform*. Tanggung jawab utama Deputi *Business and Product Management* adalah mengorganisir, merencanakan, mengembangkan sistem, melaksanakan, mengendalikan dan mengevaluasi aktivitas yang berkaitan dengan pengembangan produk, layanan dan bisnis untuk mencapai target yang telah ditetapkan. Untuk melaksanakan tanggung jawab utama tersebut, Deputi *Business and Product Management* mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kerja anggaran tahunan di bidangnya dan melakukan pengawasan atas realisasinya;
- b. Menyusun rencana pengembangan aplikasi, sistem informasi dan *interface core giro system* berdasarkan kebutuhan setiap unit bisnis dan layanan jasa keuangan;
- c. Menyusun *survey, market research* dan analisis *competitor* untuk pengembangan bisnis eksisting dan pengembangan bisnis baru;
- d. Melakukan pengembangan layanan dan aplikasi sesuai dengan hasil riset dan kebutuhan pelanggan;
- e. Melakukan analisis dan kajian bisnis terhadap kerja sama bisnis di SBU *Digital Platform*;
- f. Berkoordinasi dengan bagian di internal dan mitra bisnis terkait layanan-layanan di SBU *Digital Platform*;
- g. Mendesain produk layanan melalui pendekatan *user experience (UX)* yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan;
- h. Mengelola dan mengembangkan bisnis dan produk.

4. Bagian *Business and Product Service Development*

Bagian *Business and Product Service Development* dipimpin oleh Manajer *Business and Product Service Development* yang bertanggung jawab kepada Deputi *Business and Product Management*. Tanggung jawab utama Manajer *Business and Product Service Development* adalah mengorganisir, melaksanakan, mengendalikan, dan mengevaluasi aktivitas pengembangan bisnis, produk, dan layanan untuk mencapai target yang telah ditetapkan. Untuk

melaksanakan tanggung jawab utama tersebut, Manajer *Business and Product Service Development* mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kerja anggaran tahunan di bagiannya dan melakukan pengawasan atas realisasinya;
- b. Melakukan *survey, market research* dan analisis kompetitor untuk pengembangan produk eksisting dan pengembangan produk baru untuk mendukung *agile capacity*;
- c. Melakukan analisis dan kajian bisnis terhadap kerja sama bisnis di SBU *Digital Platform*;
- d. Menyusun *business plan* setiap rencana pengembangan bisnis dan layanan SBU *Digital Platform*;
- e. Mengelola dan mengembangkan layanan bisnis dan produk di bagiannya agar sesuai dengan kebutuhan mitra;
- f. Melakukan evaluasi performansi *product portfolio* bisnis SBU *Digital Platform*;
- g. Melakukan monitoring pengembangan bisnis dan layanan SBU *Digital Platform*;
- h. Melakukan koordinasi dengan mitra dan fungsi terkait mengenai pengembangan bisnis dan layanan SBU *Digital Platform*;
- i. Membuat laporan berkala atas kinerja bagiannya kepada Deputi *Business and Product Management*.

5. Bagian *User Interface and User Experience Management*

Bagian *User Interface and User Experience Management* dipimpin oleh Manajer *User Interface and User Experience Management* yang bertanggung jawab kepada Deputi *Business and Product Management*. Tanggung jawab utama Manajer *User Interface and User Experience Management* adalah mengembangkan dan mendesain *user experience* pada *user interface* sehingga dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan dalam penggunaan produk dan layanan Giropos. Untuk melaksanakan tanggung jawab utama tersebut, Manajer *User Interface and User Experience Management* mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kerja anggaran tahunan di bagiannya dan melakukan pengawasan atas realisasinya;
- b. Membuat rencana pengembangan *user experience* produk dan layanan Giropos berdasarkan kebutuhan bisnis.
- c. Membuat *user flows* bersama dengan bagian *Business and Product Service Development*;
- d. Memetakan problem solving dari hasil riset yang telah dilakukan oleh Bagian *Business and Product Service*;
- e. Mengembangkan *user interface* dengan mendesain tampilan *wireframe* kedalam bentuk *interface* yang mencakup warna, *typography*, *style*, *grid*, *layouting* dan sebagainya;
- f. Membuat *prototyping* untuk nantinya disampaikan kepada Bagian *System & Application Service Development*;
- g. Melakukan kajian kebutuhan yang diinginkan oleh pengguna yang dituangkan dalam bentuk list dan dimuat dalam bentuk sketsa/ coretan;
- h. Menerjemahkan informasi yang dibutuhkan pengguna ke dalam bentuk *wireframe* berupa gambaran layout;
- i. Menerjemahkan *wireframe* ke dalam bentuk *mockup design* yang sesungguhnya yang sudah diberi warna, gambar, font, dan ornament yang dipilih;
- j. Menyiapkan prototype untuk mendapatkan UI/ UX yang dibutuhkan, seperti interaksi pada aplikasi yang akan dikembangkan;
- k. Memperhatikan batasan- batasan yang dapat diterjemahkan ke dalam bentuk aplikasi sehingga *design* yang dikembangkan dapat diimplementasikan;
- l. Merancang sistem/aplikasi/produk layanan yang bermanfaat dan dapat memvisualisasi *user flows* menjadi desain sistem/aplikasi/produk layanan yang teruji, dibutuhkan, dan memberikan added value bagi pelanggan;
- m. Merancang desain *interface* untuk memudahkan pengguna berinteraksi dengan produk digital;
- n. Menyelerasakan antara kebutuhan bisnis, inovasi, dan desain yang baik;
- o. Menangani hal yang kompleks dan mengubahnya menjadi desain yang intuitif, bisa diakses, dan mudah digunakan untuk setiap stakeholder;

- p. Mengumpulkan dan melakukan analisis Big Data termasuk data traffic, data pengguna, dan indicator pengguna serta feedback pengguna, merchant, mitra untuk dijadikan arahan taktis dan strategis pengembangan aplikasi dan Giropos ke depannya.
- q. Mengelola dan mengembangkan sumber daya di bagiannya;
- r. Membuat laporan berkala atas kinerja bagiannya kepada Deputi *Business and Product Management*.

6. Bagian *System and Application Service Development*

Bagian *System and Application Service Development* dipimpin oleh Manajer *System and Application Service Development* yang bertanggung jawab kepada Deputi *Business and Product Management*. Tanggung jawab utama Manajer *System and Application Service Development* adalah menyediakan sistem dan informasi berbasis *information technology* untuk menjamin kelancaran dan ketepatan penyelenggaraan layanan SBU *Digital Platform*, melakukan pengembangan dan penyusunan rencana kerja dan kebijakan operasional serta mengembangkan aplikasi dan *interface* secara efektif, efisien, dan *up to date* untuk memberikan keuntungan yang maksimal bagi Perusahaan. Untuk melaksanakan tanggung jawab utama tersebut, Manajer *System and Application Service Development* mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kerja anggaran tahunan di bagiannya dan melakukan pengawasan atas realisasinya;
- b. Mengkoordinasi pengembangan *information technology* berdasarkan proses bisnis dari masing-masing unit kerja, menyusun *standard operation procedure* pengembangan aplikasi dan melakukan sosialisasi kepada unit-unit terkait;
- c. Merencanakan, mengembangkan, mengelola, mengendalikan *core application* dan sistem *information technology development* yang dibutuhkan untuk operasional SBU *Digital Platform* guna mencapai target yang ditetapkan Perusahaan;

- d. Melakukan koordinasi dengan mitra dan unit kerja terkait untuk memastikan sistem yang disediakan dapat terintegrasi dengan sistem yang dimiliki oleh mitra dan Perusahaan;
- e. Menyiapkan laporan: *online analytical processing* untuk keperluan penyediaan *decision support system* dan *executive information system*;
- f. Melakukan monitoring, evaluasi, dan membuat laporan atas implementasi sistem yang telah dikembangkan;
- g. Memberikan *support* dalam proses *adjustment* atau *enhancement* sistem/aplikasi sehingga dapat menjamin kelancaran dan ketepatan penyelenggaraan unit bisnis dan layanan SBU *Digital Platform*;
- h. Berkoordinasi dengan mitra dan bagian terkait untuk menyusun rencana kerja;
- i. Mengelola dan mengembangkan sumber daya di bagiannya;
- j. Memantau dan mengevaluasi kualitas *information technology development*, *information technology support*, dan *helpdesk*;
- k. Kolaborasi lintas fungsional yang luas dan bisa menyeimbangkan kebutuhan pengguna dan tujuan bisnis;
- l. Membuat laporan berkala atas kinerja bagiannya kepada Deputi *Business and Product Management*.

7. Bagian *Partnership & Relationship Management*

Bagian *Partnership And Relationship Management* dipimpin oleh Manajer *Partnership And Relationship Management* yang bertanggung jawab kepada Deputi *Business & Product Management*. Tanggung jawab utama Manajer *Partnership And Relationship Management* adalah perencanaan, pengelolaan, pengorganisasian, monitoring dan evaluasi dalam membina kemitraan dan hubungan strategis dengan seluruh stakeholder atau mitra baik internal dan eksternal sehingga dapat mendukung pelaksanaan program kerja dan pencapaian kinerja SBU *Digital Platform*. Untuk menyelenggarakan fungsi tersebut di dalam ayat (2) Pasal ini, Manajer *Partnership And Relationship Management* mempunyai tugas pokok:

- a. Menyusun rencana kerja anggaran tahunan di bagiannya dan melakukan pengawasan atas realisasinya;

- b. Merancang *standard operating procedure* kemitraan bisnis;
- c. Menganalisis persyaratan calon mitra bisnis dan produknya;
- d. Melakukan koordinasi dengan fungsi terkait dalam menganalisis kelayakan bisnis;
- e. Melakukan pengembangan bisnis melalui kerja sama mitra strategis sesuai dengan hasil riset dan kebutuhan pelanggan;
- f. Melakukan analisis terhadap target mitra yang dianggap membawa nilai tambah bagi pertumbuhan bisnis SBU *Digital Platform*;
- g. Melakukan analisis rutin terhadap area pengembangan untuk meningkatkan kepuasan mitra;
- h. Mengelola kerja sama dan program kemitraan dengan mitra kerja baik ritel dan korporat dalam rangka pelaksanaan pengembangan bisnis layanan *Giropos digital*.
- i. Menyusun kegiatan yang mendukung dan meningkatkan keterlibatan mitra kerja dalam mensukseskan program kerja dan pencapaian kinerja pendapatan perusahaan.
- j. Melakukan pengelolaan administrasi dan dokumentasi terhadap ikatan kerja sama dan kemitraan dengan mitra kerja di area.
- k. Melakukan evaluasi kinerja terhadap kerja sama dan program kemitraan yang dilaksanakan dengan seluruh mitra kerja;
- l. Membuat laporan berkala atas kinerja bagiannya.

8. Bagian *Sales & Marketing Strategy*

Bagian *Sales and Marketing Strategy* dipimpin oleh Manager *Sales and Marketing Strategy* yang bertanggung jawab kepada Kepala Deputy *Business & Product Management*. Tanggung jawab utama Manager *Sales and Marketing Strategy* adalah merencanakan dan mengelola pemasaran serta penjualan produk dan layanan guna pencapaian target penjualan serta pengoordinasian program akuisisi pelanggan. Untuk melaksanakan tanggung jawab utama tersebut, Manager *Sales and Marketing Strategy* mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kerja anggaran tahunan di bidangnya dan melakukan pengawasan atas realisasinya;

- b. Merencanakan program *sales* dan *marketing* produk dan layanan untuk mengakuisisi pelanggan;
- c. Memasarkan dan menjual keseluruhan produk dan layanan yang ada termasuk dalam menumbuhkan jumlah pengguna atau *user base* dan juga jumlah mitra strategis.
- d. Menawarkan kerja sama penyediaan kustomisasi layanan sesuai kebutuhan mitra strategis;
- e. Bertanggungjawab atas pencapaian dan pengalokasian target penjualan;
- f. Mengawasi aktivitas, mengelola dan mengembangkan sumber daya di bidangnya;
- g. Melakukan pelaporan dan evaluasi secara periodik di bidangnya;
- h. Menyusun rencana tindak lanjut evaluasi pemasaran dan penjualan secara periodik;
- i. Melakukan perencanaan tindak lanjut evaluasi pemasaran dan penjualan secara periodik;
- j. Melakukan evaluasi pelaksanaan aktivitas dalam bidangnya.
- k. Menciptakan inisiatif atau program yang dapat meningkatkan jumlah pengguna Giropos pada Perusahaan;
- l. Menentukan dan memastikan pencapaian target jumlah offline user yang beralih fungsi ke Giropos digital baik melalui program di lapangan dan/ atau melalui grup pelanggan eksisting Perusahaan;
- m. Mengembangkan strategi promosi;
- n. Melakukan koordinasi dengan unit kerja terkait di internal maupun mitra bisnis;
- o. Menyediakan laporan dan analisis pencapaian penjualan yang komunikatif secara berkala dan intensif kepada manajemen;
- p. Melakukan pendekatan terhadap calon pelanggan potensial;
- q. Melakukan prospecting berdasarkan database pelanggan
- r. Mengelola database pelanggan;
- s. Menyediakan database prospect pelanggan;
- t. Mengelola aplikasi yang terkait dengan pengelolaan pelanggan;
- u. Memonitor dan mengevaluasi kebijakan dan hasil akuisisi.

9. Bagian *Marketing Communication*

Bagian *Marketing Communication* dipimpin oleh Manajer *Marketing Communication* yang bertanggung jawab kepada Deputi *Business & Product Management*. Tanggung jawab utama Manajer *Marketing Communication* adalah pengelolaan informasi melalui media cetak, media elektronik dan media sosial untuk penyampaian promosi penjualan baik kepada internal maupun eksternal serta penyusunan program dan pelaksanaan kegiatan *Integrated Marketing Communication (IMC)* untuk *product image*, penyusunan penyelenggaraan standardisasi IMC guna mengembangkan dan menjaga *product image*. Untuk melaksanakan tanggung jawab utama tersebut, Manajer *Marketing Communication* mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kerja anggaran tahunan di bagiannya dan melakukan pengawasan atas realisasinya;
- b. Menyusun sistem kerja yang efektif untuk melampaui target *financial* yang ditetapkan oleh manajemen;
- c. Mengembangkan strategi promosi dan komunikasi layanan;
- d. Melakukan koordinasi dengan unit kerja terkait di internal maupun mitra bisnis;
- e. Mengelola dan mengembangkan sumber daya di Bagian *Marketing Communication*;
- f. Mengoptimalkan penggunaan semua media informasi dan komunikasi yang dimiliki oleh SBU *Digital Platform*;
- g. Mengintegrasikan semua media yang dimiliki oleh SBU *Digital Platform* untuk membangun citra positif;
- h. Melakukan riset atas efektivitas media yang digunakan;
- i. Menyusun dan menyampaikan laporan kegiatan *Marketing Communication*;
- j. Membuat laporan berkala atas kinerja bagiannya.

10. Bidang *Sharia Business*

Bidang *Sharia Business* dipimpin oleh Deputi *Sharia Business* yang bertanggung jawab kepada Kepala SBU *Digital Platform*. Tanggung jawab utama Deputi

Sharia Business adalah perencanaan, pengelolaan, pengorganisasian, akuisisi, monitoring, dan evaluasi dalam penggarapan bisnis syariah Perusahaan. Untuk menyelenggarakan fungsi tersebut di dalam ayat (2) Pasal ini, Deputi *Sharia Business* mempunyai tugas pokok:

- a. Menyusun rencana kerja anggaran tahunan di bidangnya dan melakukan pengasawasan terhadap realisasinya;
- b. Merancang model dan *roadmap* bisnis dengan konsep syariah termasuk industri syariah, ekosistem syariah dan kaidah- kaidah yang berkaitan dengan sistem syariah secara meyeluruh;
- c. Mengimplementasikan model bisnis, *roadmap* dan rencana kerja bisnis syariah;
- d. Mengembangkan produk dan layanan bisnis syariah berbasis rekening giropos antara lain dan tidak terbatas pada remitansi syariah, pembayaran (*payment*) syariah, jual beli (*murabahah*), pembiayaan syariah, gadai syariah, *ijaroh*, simpanan haji/ umroh, treasury syariah dan bisnis syariah lain yang relevan;
- e. Optimalisasi bisnis syariah agar memberikan *benefit* bagi Perusahaan;
- f. *Monitoring* dan evaluasi hasil bisnis syariah;
- g. Membuat laporan *berkala* atas kinerja bagiannya kepada Kepala SBU *Digital Platform*;
- h. Berkoordinasi perihal bisnis syariah dengan pihak terkait baik internal maupun eksternal Perusahaan.

11. Bagian *Sharia Product Service, Development & Operation*

Bagian *Sharia Product Service, Development & Operation* dipimpin oleh Manajer *Sharia Product Service & Development* yang bertanggung jawab kepada Deputi *Sharia Business*. Tanggung jawab utama Manajer *Sharia Product Service, Development & Operation* adalah mengorganisir, melaksanakan, mengendalikan, dan mengevaluasi aktivitas pengembangan bisnis, produk, layanan Syariah, dan operasional bisnis Syariah untuk mencapai target yang telah ditetapkan. Untuk melaksanakan tanggung jawab utama tersebut, Manajer

Sharia Product Service, Development & Operation mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kerja anggaran tahunan di bagiannya dan melakukan pengawasan atas realisasinya;
- b. Melakukan *survey, market research* dan analisis kompetitor untuk pengembangan produk eksisting dan produk baru untuk mendukung *agile capacity*;
- c. Melakukan analisis dan kajian bisnis syariah terhadap kerja sama bisnis di *SBU Digital Platform*;
- d. Menyusun *sharia business plan* setiap rencana pengembangan bisnis dan layanan *SBU Digital Platform*;
- e. Mengelola dan mengembangkan sumber daya di bagiannya;
- f. Melakukan evaluasi performansi *product portfolio* bisnis syariah *SBU Digital Platform*;
- g. Melakukan monitoring pengembangan bisnis dan layanan syariah *SBU Digital Platform*;
- h. Melakukan koordinasi dengan mitra dan fungsi terkait mengenai pengembangan bisnis dan layanan syariah *SBU Digital Platform*;
- i. Menjalankan fungsi operasional bisnis Syariah;
- j. Membuat laporan berkala atas kinerja bagiannya kepada Deputi *Sharia Business*.

12. Bagian *Sales & Market Acquisition Management*

Bagian *Sales & Market Acquisition Management* dipimpin oleh Manajer *Sales & Market Acquisition Management* yang bertanggung jawab kepada Deputi *Sharia Business*. Tanggung jawab utama Manajer *Sales & Market Acquisition Management* adalah mengelola program sales dan akuisisi market syariah. Untuk melaksanakan tanggung jawab utama tersebut, Manajer *Sales & Market Acquisition Management* mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kerja anggaran tahunan di bagiannya dan melakukan pengawasan atas realisasinya;

- b. Menyusun rencana kerja dan anggaran jangka pendek, menengah, dan sistem kerja yang efektif untuk melampaui target financial yang ditetapkan oleh manajemen;
- c. Menciptakan inisiatif atau program yang dapat meningkatkan jumlah pengguna Giropos syariah pada Perusahaan;
- d. Menentukan dan memastikan pencapaian target jumlah *offline user* yang beralih fungsi ke *digital* Giropos syariah baik melalui program di lapangan dan/ atau melalui grup pelanggan eksisting Perusahaan;
- e. Mengembangkan strategi promosi produk dan layanan syariah;
- f. Melakukan koordinasi dengan unit kerja terkait di internal maupun mitra bisnis;
- g. Memasarkan dan menjual keseluruhan produk dan layanan syariah yang ada termasuk dalam menumbuhkan jumlah pengguna atau *user base* dan juga jumlah mitra strategis.
- h. Menawarkan kerja sama penyediaan kustomisasi layanan syariah sesuai kebutuhan mitra strategis;
- i. Mengelola dan mengembangkan sumber daya di Bagiannya;
- j. Menyediakan laporan dan analisis pencapaian penjualan produk syariah yang komunikatif secara berkala dan intensif kepada manajemen;
- k. Merumuskan rancangan layanan syariah sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan;
- l. Melakukan pendekatan terhadap calon pelanggan potensial;
- m. Melakukan prospecting berdasarkan database pelanggan
- n. Mengelola database pelanggan;
- o. Menyediakan database prospect pelanggan;
- p. Mengelola aplikasi yang terkait dengan pengelolaan pelanggan;
- q. Memonitor dan mengevaluasi kebijakan dan hasil akuisisi market syariah;
- r. Membuat laporan berkala atas kinerja bagiannya.

13. Bidang *Enterprise Support*

Bidang *Enterprise Support* dipimpin oleh Deputi *Enterprise Support* yang bertanggung jawab kepada Kepala SBU *Digital Platform*. Tanggung jawab

utama Deputi *Enterprise Support* adalah menjalankan fungsi pendukung yang memastikan keberlangsungan bisnis, fungsi berorientasi pada layanan dan dukungan aktif untuk pencapaian strategi Perusahaan melalui pengelolaan, pengembangan, dan pengendalian kelancaran operasional *core giro system*, penyediaan sistem dan informasi giropos berbasis teknologi, untuk menunjang kebutuhan *data interface* guna mendukung bisnis dan operasional layanan giropos yang bertujuan untuk peningkatan kinerja dan daya saing SBU *Digital Platform*. Untuk melaksanakan tanggung jawab utama tersebut, Deputi *Enterprise Support* mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Menyusun RKA tahunan Bidang *Enterprise Support* serta melakukan pengawasan dan realisasinya.
- b. Mengelola giropos agar dapat beroperasi sesuai dengan *service level agreement* yang telah ditentukan.
- c. Mengawasi aktivitas Bidang *Enterprise Support*.
- d. Melakukan pelaporan dan evaluasi secara periodik pada Bidang *Enterprise Support*.
- e. Menyusun rencana pengembangan aplikasi *Core Giro System (CGS)* berdasarkan kebutuhan setiap unit bisnis dan layanan jasa keuangan.
- f. Mengembangkan sistem informasi giropos yang dapat mendukung beroperasinya organisasi secara efektif dan efisien.
- g. Mengembangkan *interface core system* giropos yang sejalan dengan berkembangnya integrasi sistem berorientasi objek seperti: *Application Protocol Interface (API)* dan lain-lain.

14. Bagian *Core Giro System and Digital Platform*

Bagian *Core Giro System and Digital Platform* dipimpin oleh Manajer *Core GiroSystem and Digital Platform* yang bertanggung jawab kepada Deputi *Enterprise Support*. Tanggung jawab utama Manajer *Core Giro System and Digital Platform* adalah merencanakan, mengorganisasi, dan mengawasi pengembangan *core system* giropos dan *digital platform* guna mendukung bisnis dan operasional layanan giropos dan dalam rangka memenuhi kebutuhan perkembangan bisnis dan persaingan yang sangat kompetitif. Untuk

melaksanakan tanggung jawab utama tersebut, Manajer *Core Giro System and Digital Platform* mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Menyusun RKA tahunan Bagian *Core Giro System and Digital Platform* serta melakukan pengawasan dan realisasinya;
- b. Merencanakan kebutuhan kapasitas infrastruktur *data center* dan jaringan virtual berkoordinasi dengan unit terkait di Perusahaan;
- c. Melakukan pengembangan *core system* giropos yang dibutuhkan oleh unit bisnis di Perusahaan khususnya layanan jasa keuangan;
- d. Menyediakan *core system* giropos yang handal, *flexible*, *auditable*, dan mampu mengakomodasikan kebutuhan setiap unit bisnis;
- e. Melakukan pelaporan dan evaluasi terhadap fungsi dan performansi giropos *core system* giropos yang digunakan setiap unit bisnis;
- f. Melakukan perbaikan, peningkatan terhadap fungsi, fitur, dan performansi *core system* giropos yang digunakan setiap unit bisnis;
- g. Mengembangkan *core system* giropos untuk keperluan pertukaran informasi atau data antara dua atau lebih aplikasi perangkat lunak yang saling bekerja sama;
- h. Mengembangkan *core system* giropos yang sejalan dengan berkembangnya integrasi sistem berorientasi objek seperti: *Application Protocol Interface* (API) dan lain-lain;
- i. Mengembangkan *protocol* yang mampu mendukung *interoperability* antar perangkat lunak baik melalui perantara file, *socket* atau layanan IPC (*Inter Process Communication*) lainnya dan memiliki fungsi-fungsi yang diperlukan;
- j. Menyiapkan dokumentasi *core system* giropos yang lengkap beserta penjelasannya.
- k. Merencanakan, mengembangkan, mengelola, mengendalikan *core giro system* yang dibutuhkan untuk operasional SBU *Digital Platform* guna mencapai target yang ditetapkan Perusahaan;
- l. Melakukan koordinasi dengan mitra dan unit kerja terkait untuk memastikan sistem yang disediakan dapat terintegrasi dengan sistem yang dimiliki oleh mitra dan Perusahaan;

- m. Menyiapkan laporan: *Online Analytical Processing* (OLAP) untuk keperluan penyediaan *Decision Support System* (DSS) dan *Executive Information System* (EIS);
- n. Melakukan monitoring, evaluasi, dan membuat laporan atas implementasi sistem yang telah dikembangkan;
- o. Memberikan *support* dalam proses *adjustment* atau *enhancement* sistem/ aplikasi sehingga dapat menjamin kelancaran dan ketepatan penyelenggaraan unit bisnis dan layanan SBU *Digital Platform*;
- p. Berkoordinasi dengan mitra dan bagian terkait untuk menyusun rencana kerja;
- q. Mengelola dan mengembangkan sumber daya pada Bagiaannya;
- r. Memantau dan mengevaluasi kualitas pada Bagiaannya;
- s. Membuat laporan berkala atas kinerja bagiaannya.

15. Bagian *System Operation and Customer Care Management*

Bagian *System Operation and Customer Care Management* dipimpin oleh Manajer *System Operation and Customer Care Management* yang bertanggung jawab kepada Deputi *Enterprise Support*. Tanggung jawab utama Manajer *System Operation and Customer Care Management* adalah mengelola dan mengendalikan kelancaran operasional Giropos yang mengacu pada ketentuan yang berlaku di Perusahaan untuk mendukung peningkatan kinerja dan daya saing SBU *Digital Platform* dan pengelolaan informasi pelayanan pelanggan melalui aktivitas *customer care* dan *contact center* guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk melaksanakan tanggung jawab utama tersebut, Manajer *System Operation and Customer Care Management* mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Menyusun RKA tahunan Bagian *System Operation and Customer Care Management* serta melakukan pengawasan atas realisasinya;
- b. Mengawasi dan menjamin seluruh aplikasi yang digunakan adalah aplikasi yang ditetapkan Perusahaan;
- c. Pengendalian implementasi sistem informasi dan teknologi untuk kelancaran aktivitas layanan;

- d. Menyediakan dukungan terhadap penggunaan teknologi informasi, termasuk penyediaan *helpdesk*;
- e. Memastikan kelancaran dan keamanan sistem teknologi informasi di SBU *Digital Platform*;
- f. Menyediakan informasi bagi manajemen sebagai *dashboard management* (produksi, pendapatan, kinerja operasional, dan perkembangan pencapaian target);
- g. Menyusun rencana kerja dan anggaran di Bagian *System Operation*;
- h. Mengelola dan mengembangkan sumber daya di Bagian *System Operation*;
- i. Melakukan penerapan program Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU PPT) di unit kerja meliputi *Customer Due Diligence (CDD)/ Enhanced Due Diligence (EDD)*, pengelolaan *High Risk Customer (HRC)* dan *Politically Exposed Person (PEP)*, pelaporan transaksi keuangan mencurigakan (LTKM) serta pelaporan transaksi keuangan tunai (LTKT).
- j. Menjalankan fungsi *day to day* dalam menjamin kepuasan pelanggan;
- k. Menetapkan strategi dari hasil analitik *Big Data* perilaku *customer* untuk membuat desain pengembangan layanan pelanggan;
- l. Melakukan eksekusi dari strategi atau desain pengembangan layanan pelanggan pada aktivitas sehari-hari *customer service* dan *complain handling*.
- m. Menyusun *service blueprint* dan *flow of work* pelayanan pelanggan;
- n. Mengidentifikasi kebutuhan *customer care* dan *contact centre*;
- o. Mengelola *contact centre* dan *complain handling system*;
- p. Membuat *database* dan sistem pelaporan *customer handling*;
- q. Menyusun dan melaporkan kinerja pelayanan pelanggan;
- r. Membuat laporan berkala atas kinerja bagiannya.

16. Bagian *Information and Security Service Management*

Bagian *Information and Security Service Management* dipimpin oleh Manajer *Information and Security Service Management* yang bertanggung jawab kepada Deputi *Enterprise Support*. Tanggung jawab utama Manajer *Informasi and*

Security Service Management adalah penyediaan informasi berbasis teknologi untuk kebutuhan Operasional, pengembangan bisnis, *Decision Support System* (DSS), *Executive Information System* (EIS) dan kebutuhan lainnya yang dibutuhkan oleh SBU *Digital Platform*. Untuk melaksanakan tanggung jawab utama tersebut, Manajer *Information and Security Service Management* mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab terhadap keamanan data, aplikasi, dan sistem Giropos;
- b. Mengatur standar keamanan data, security level, akses, dan hak akses sistem informasi;
- c. Mengatur standar keamanan data, security level, dan akses serta hak akses pengguna komputer dalam jaringan;
- d. Mengembangkan sistem informasi giropos yang dapat mendukung beroperasinya organisasi secara efektif dan efisien;
- e. Mengembangkan sistem informasi giropos yang dapat meningkatkan pelayanan, keativitas, dan improvisasi yang lebih baik dan bersaing dalam rangka mempertahankan/meningkatkan bisnis;
- f. Mengembangkan sistem informasi giropos yang memudahkan dalam menyajikan pelaporan dan evaluasi bisnis produk dan layanan giropos;
- g. Mengembangkan sistem keamanan informasi giropos yang dapat meningkatkan layanan giropos;
- h. Membuat laporan berkala atas kinerja bagiannya.

17. Bagian *Business Support and General Affair*.

Bagian *Business Support and General Affair* dipimpin oleh Manajer *Business Support and General Affair* yang bertanggung jawab kepada Deputi *Enterprise Support*. Tanggung jawab utama Manajer *Business Support and General Affair* adalah mengelola dan mengendalikan aktivitas *general affair, policy and procedure*, serta memberikan dukungan kepada fungsi bisnis, menjamin efisiensi, dan efektivitas pengelolaan sumber daya. Untuk melaksanakan tanggung jawab utama tersebut, Manajer *Business Support and General Affair* mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kerja anggaran tahunan di bidangnya dan melakukan pengawasan atas realisasinya;
- b. Merencanakan, menyusun, dan mengimplementasikan kebijakan sumber daya sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Perusahaan;
- c. Menyusun *policy and procedure* serta melakukan *review* dan monitoring implementasinya.
- d. Melakukan pengadaan sarana dan infrastruktur untuk kebutuhan operasional SBU *Digital Platform* secara efisien dengan menyesuaikan kebijakan yang berlaku;
- e. Merencanakan dan menyusun kebijakan sarana guna mendukung aktivitas SBU *Digital Platform* sesuai dengan ketentuan Perusahaan;
- f. Membuat laporan yang komprehensif untuk menyusun rencana kerja berikutnya;
- g. Melakukan pengawasan dan evaluasi atas aktivitas pengembangan aset secara intensif;
- h. Mengembangkan rencana kerja jangka pendek pengelolaan aset;
- i. Membuat dan mengelola proses penyesuaian atau revisi terhadap SOP internal SBU *Digital Platform* berdasarkan kebijakan Perusahaan yang berkaitan, baik dalam bentuk Keputusan Direksi, Surat Edaran maupun peraturan lainnya;
- j. Melakukan penyusunan strategi dalam pembentukan HR *roadmap*, SOP, struktur organisasi, uraian jabatan, dan lainnya;
- k. Membuat laporan berkala atas kinerja bagiannya.

18. Bagian *Treasury*.

Bagian *Treasury* dipimpin oleh Manajer *Treasury* yang bertanggung jawab kepada Deputy *Enterprise Support*. Tanggung jawab utama Manajer *Treasury* adalah bertanggungjawab atas *liquidity management*, *asset and liability management*, dan sekaligus sebagai *profit center* atau *business unit* bagi SBU *Digital Platform* melalui pengelolaan dana pihak ketiga yang terkumpul pada Giropos. Untuk melaksanakan tanggung jawab utama tersebut, Manajer *Treasury* mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Menyusun RKA tahunan Bagian *Treasury* serta melakukan pengawasan atas realisasinya;
- b. Menyusun kebijakan atau SOP tentang pengelolaan likuiditas SBU *Digital Platform*;
- c. Mengelola penerimaan dan pembayaran kas dalam bentuk mata uang rupiah atau mata uang lainnya yang ditetapkan;
- d. Mengendalikan sistem informasi manajemen (SIM) likuiditas;
- e. Menganalisa dan mengevaluasi fluktuasi suku bunga dalam rangka penempatan dana SBU *Digital Platform*;
- f. Mengadministrasikan dan mengendalikan likuiditas kas guna memenuhi kewajiban kas untuk aktivitas SBU *Digital Platform*;
- g. Menyusun dan menyampaikan laporan pengelolaan kas;
- h. Memonitor ketersediaan kas (*cashflow*);
- i. Menjaga rahasia, terutama mengenai data dan posisi perusahaan, serta bertanggung jawab atas transaksi *treasury* yang dilakukan termasuk harga yang diberikan;
- j. melaksanakan dan mengkonfirmasi transaksi *treasury*, mulai dari negosiasi sampai dengan pembuatan deal slip;
- k. mengontrol kesesuaian semua transaksi *treasury* dengan prosedur dan batasan yang berlaku;
- l. memproses dan menyelesaikan transaksi *treasury* serta melakukan fungsi administrasi dan revaluasi;
- m. Menambah pendapatan Perusahaan melalui pengelolaan dana pihak ketiga berbasis syariah atas saldo utang Giro yang mengendap;
- n. Membuat laporan berkala atas kinerja bagiannya.

19. Bidang *Risk Business Control*

Bidang *Risk Business Control* dipimpin oleh Deputi *Risk Business Control* yang bertanggung jawab kepada Kepala SBU *Digital Platform*. Tanggung jawab utama Deputi *Risk Business Control* merupakan fungsi review terhadap operasional dan bisnis, manajemen risiko operasional, fungsi kepatuhan, fungsi investigasi, dan fungsi *continuous improvement & education*. Untuk

melaksanakan tanggung jawab utama tersebut, Deputi *Risk Business Control* mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Merumuskan dan mengendalikan penyelenggaraan kebijakan secara hukum, regulasi dan peraturan pemerintah;
- b. Merumuskan dan mengendalikan penyelenggaraan manajemen risiko di *SBU Digital Platform*;
- c. Menjalankan fungsi kepatuhan dengan melakukan monitoring atas pemenuhan perizinan dari regulator;
- d. Mengidentifikasi risiko operasional pada semua proses bisnis serta melakukan identifikasi dan pengukuran kontrol pada setiap risiko di *SBU Digital Platform*;
- e. Menyusun *risk profile* unit kerja di *SBU Digital Platform* secara berkala;
- f. Melakukan pengujian atas kontrol yang dijalankan oleh unit kerja di *SBU Digital Platform (control testing)*;
- g. Melakukan monitoring exposure atas risiko exposure unit kerja di *SBU Digital Platform* secara periodik;
- h. Melaksanakan fungsi *advisory* terkait manajemen risiko operasional;
- i. Menyediakan dan menyampaikan program *risk awareness* ke seluruh unit kerja di *SBU Digital Platform*
- j. Merumuskan dan mengendalikan penyelenggaraan *Quality Assurance* di *SBU Digital Platform*;
- k. Mengendalikan dan mengembangkan data service management;
- l. Melakukan koordinasi lintas bagian atau bidang untuk melakukan tindakan-tindakan yang diperlukan dalam kaitannya dengan pengelolaan risiko.

20. Bagian *Legal, Regulatory, and Governance*

Bagian *Legal, Regulatory, and Governance* dipimpin oleh Manajer *Legal, Regulatory, and Governance* yang bertanggung jawab kepada Deputi *Risk Business Control*. Tanggung jawab utama Manajer *Legal, Regulatory, and Governance* adalah pengelolaan aspek *legal* dan regulasi pemerintah secara efektif dan efisien. Untuk melaksanakan tanggung jawab utama tersebut,

Manajer *Legal, Regulatory, and Governance* mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kerja anggaran tahunan dan melakukan pengawasan atas realisasinya;
- b. Melakukan kajian hukum terhadap permasalahan di lingkungan SBU *Digital Platform* yang berhubungan dengan kerja sama dengan pihak lain serta membuat kajian hukum terhadap perikatan/ perjanjian yang dilakukan oleh SBU *Digital Platform*;
- c. Berkoordinasi dengan pihak internal dan pihak eksternal dalam melakukan kajian hukum terhadap dokumen kontrak dan perjanjian SBU *Digital Platform*;
- d. Memelihara administrasi data terutama masa laku, salinan, dan fotokopi kontrak dan perjanjian serta melakukan pelaporan kegiatan pengkajian hukum dokumen kontrak dan perjanjian SBU *Digital Platform*;
- e. Mengevaluasi pencapaian sasaran kegiatan pengkajian hukum dokumen kontrak dan perjanjian SBU *Digital Platform*;
- f. Menganalisis dan mengevaluasi bahwa pelaksanaan operasional dan bisnis pada SBU *Digital Platform* telah memenuhi prinsip *Good Corporate Governance (GCG)*.
- g. Menjalankan fungsi supervisi dan monitoring kepatuhan terhadap prosedur internal serta hukum negara atau regulasi yang berlaku;
- h. Menganalisis dan melakukan pengurusan perizinan sesuai dengan kebutuhan operasional dan bisnis;
- i. Mengelola proses penyesuaian atau revisi terhadap SOP internal SBU *Digital Platform* berdasarkan kebijakan Perusahaan yang berkaitan, baik dalam bentuk Keputusan Direksi, Surat Edaran maupun peraturan lainnya;
- j. Membuat laporan berkala atas kinerja bagiannya.

21. Bagian *System and Application Quality Assurance*

Bagian *System and Application Quality Assurance* dipimpin oleh Manajer *System and Application Quality Assurance* yang bertanggung jawab kepada Deputi *Risk Business Control*. Tanggung jawab utama Manajer *System and*

Application Quality Assurance adalah untuk memastikan produk atau jasa memenuhi standar yang ditetapkan termasuk keandalan, kegunaan, kinerja, dan standar kualitas umum yang ditetapkan oleh Perusahaan. Untuk melaksanakan tanggung jawab utama tersebut, Manajer *System and Application Quality Assurance* mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Menyusun RKA tahunan berdasarkan masukan dari tiap bagian dan melakukan pengawasan atas realisasinya;
- b. Melakukan *user acceptance test* terhadap aplikasi;
- c. Merencanakan prosedur jaminan kualitas suatu produk atau jasa;
- d. Menafsirkan dan menerapkan standar jaminan kualitas;
- e. Mengevaluasi kecukupan standar jaminan kualitas;
- f. Merancang sampel prosedur dan petunjuk untuk mencatat dan melaporkan data berkualitas;
- g. Meninjau pelaksanaan dan efisiensi kualitas dan inspeksi sistem dan aplikasi agar berjalan sesuai rencana, melaksanakan, memantau pengujian, inspeksi bahan, dan produk untuk memastikan kualitas produk jadi;
- h. Mendokumentasikan audit internal dan kegiatan jaminan kualitas lainnya;
- i. Mengumpulkan dan menyusun data kualitas statistik;
- j. Menganalisis data untuk mengidentifikasi area untuk perbaikan dalam sistem mutu;
- k. Mengembangkan, merekomendasikan, memantau tindakan perbaikan, dan pencegahan;
- l. Menyiapkan laporan untuk berkomunikasi hasil dari kegiatan kualitas;
- m. Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan mengatur intervensi pelatihan untuk memenuhi standar kualitas;
- n. Mengoordinasikan dan dukungan di tempat audit yang dilakukan oleh penyedia eksternal;
- o. Mengevaluasi temuan audit dan menerapkan tindakan koreksi yang tepat;
- p. Bertanggung jawab untuk sistem manajemen dokumen;
- q. Memastikan kepatuhan berkelanjutan dengan persyaratan peraturan kualitas dan industri yang ditetapkan Perusahaan.
- r. Membuat laporan berkala atas kinerja bagiannya.

22. Bagian *Risk Business Control And Compliance*

Bagian *Risk Business Control and Compliance* dipimpin oleh Manajer *Risk Business Control and Compliance* yang bertanggung jawab kepada Deputi *Risk Business Control*. Tanggung jawab utama Manajer *Risk Business Control and Compliance* adalah pengelolaan assesment risiko mandiri dan membuat laporan hasil *assesment* risiko mandiri kepada Deputi *Risk Business Control* serta mengusulkan respon dan risiko pengendaliannya, memberikan kontribusi analisis risiko dalam proses perencanaan strategis SBU *Digital Platform*, mengumpulkan dan mengolah data/informasi manajemen risiko. Untuk melaksanakan tanggung jawab utama tersebut, Manajer *Risk Business Control and Compliance* mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kerja anggaran tahunan di bagiannya dan melakukan pengawasan atas realisasinya;
- b. Menyusun *risk profile* seluruh bidang dan bagian SBU *Digital Platform* serta mendokumentasikannya;
- c. Menyusun dan melaksanakan program kerja dan anggaran di bagiannya;
- d. Menyusun sasaran dan rencana pengembangan dan implementasi manajemen risiko;
- e. Menyusun suatu pendekatan terstruktur/metodologi dalam mengelola ketidakpastian yang terkait dengan ancaman terhadap Perusahaan berupa penilaian risiko dan mitigasi risiko dengan menggunakan pemberdayaan/pengelolaan sumber daya yang ada;
- f. Mengorganisasi kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan penilaian risiko dan mitigasi risiko dengan menggunakan pemberdayaan/pengelolaan sumber daya yang ada;
- g. Mempelajari peraturan dan perundangan yang terkait dalam merencanakan, mengembangkan dan mengimplementasikan manajemen risiko;
- h. Mengidentifikasi, mengukur, mengevaluasi dan mengendalikan risiko di SBU *Digital Platform*;

- i. Menyusun dan menerapkan strategi pembentukan program untuk mencegah dan menanggulangi risiko potensial yang menghambat kelancaran operasional dan bisnis di SBU *Digital Platform*;
- j. Menyusun dan mengembangkan metodologi, mekanisme kerja, dan pelaporan bagi RBC dalam menjalankan fungsi pengawasan (manajemen risiko operasional, kepatuhan, investigasi serta continuous improvement & education);
- k. Merencanakan, memonitor, dan mengevaluasi pelaksanaan fungsi pengawasan terhadap efektivitas internal control pada Unit Kerja Perusahaan yang mengimplementasikan layanan Giropos;
- l. Melakukan pengujian atas kontrol (*control testing*) untuk Unit Kerja di SBU *Digital Platform* dan Unit kerja lain di Perusahaan yang mengimplementasikan layanan Giropos;
- m. Memastikan pemenuhan kewajiban regulatory oleh Unit Kerja SBU *Digital Platform* melalui aktivitas:
 - 1) Monitoring dengan mengingatkan Unit Kerja untuk pemenuhan kewajiban sebelum *duedate* dan yang berjadwal.
 - 2) *Control testing* melalui pengujian secara sampling atas kelengkapan dan keakuratan isi laporan dan data yang disampaikan ke regulator; pengujian terhadap proses yang dijalankan oleh Unit Kerja dalam memenuhi laporan dan data dimaksud;
- n. Melakukan investigasi atas indikasi dan/atau kejadian *fraud* sesuai kewenangan dan memberikan rekomendasi perbaikan;
- o. Membuat laporan berkala atas kinerja bagiannya.

2.2 Landasan Teori

Dalam penelitian ini digunakan landasan teori yang menjelaskan mengenai teori-teori dasar yang berhubungan dengan penelitian ini seperti Sistem Informasi, *Customer Relationship Management* dan teori-teori pendukung lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

2.2.1 Sistem Informasi

Sistem berasal dari bahasa Yunani berarti sistema yang artinya yaitu sekumpulan objek yang bekerja secara bersamaan untuk menghasilkan suatu kesatuan metode yang digabungkan yang berfungsi untuk mencapai tujuan. Sedangkan Informasi ialah merupakan suatu data yang telah diproses, transformasi data, sehingga berubah bentuk menjadi informasi. Menurut McLeod (2004) mendefinisikan system adalah sekelompok elemen-elemen yang terintegrasi dengan tujuan yang sama untuk mencapai tujuan. Sistem juga merupakan suatu jaringan kerja dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan, terkumpul bersama-sama untuk melakukan suatu kegiatan atau untuk tujuan tertentu [1].

Ada beberapa komponen sistem informasi yang dikutip dalam buku Yakub, seperti berikut [1]:

1. Blok masukan (input block), merupakan input data yang memiliki data masuk dalam sistem informasi, juga metode-metode untuk menangkap data yang diinputkan.
2. Blok model (model block), blok ini terdiri dari kombinasi prosedur logika dan model matematik yang akan memanipulasi data input dan data yang tersimpan dalam basis data.
3. Blok keluaran (output block), blok ini terdiri dari sistem informasi berupa informasi yang berkualitas dan dokumentasi yang berguna untuk semua tingkatan manajemen serta semua pemakai sistem.
4. Blok teknologi (technology block), blok ini digunakan untuk menerima input, menyimpan, mengakses, menghasilkan serta mengirimkan keluaran dari sisitem informasi secara menyeluruh. Baik dari segi tenisi, perangkat lunak dan perangkat keras.
5. Basis data (database block), basis data merupakan kumpulan data yang saling berhubungan dan terkait satu sama lainnya, tersimpan di perangkat keras komputer dan digunakan perangkat lunak untuk memanipulasi.

2.2.2 *Customer Relationship Management*

Customer Relationship Management (CRM) merupakan istilah dari industri informasi untuk metodologi, perangkat lunak, dan biasanya kemampuan internet yang membantu perusahaan mengelola hubungan pelanggan secara terorganisir yang mencakup beberapa aspek interaksi seperti perusahaan dengan pelanggannya, termasuk pencarian calon pelanggan, penjualan, dan layanan. CRM berupaya untuk membagi wawasan ke dalam dan meningkatkan hubungan perusahaan/pelanggan dengan menggabungkan semua pandangan interaksi pelanggan menjadi satu [2].

CRM berkaitan erat dengan menciptakan nilai untuk pelanggan yang berkaitan erat dengan 4P yakni: *Product, Process, Performance* dan *People*. Produk atau jasa yang menjadi inti usaha merupakan esensi yang harus disediakan oleh perusahaan dengan kualitas yang tinggi. CRM juga bukan hanya sebuah perangkat lunak, melainkan merupakan strategi bisnis yang mengintegrasikan proses bisnis yang bersentuhan langsung antara pelanggan dengan pelaku bisnis, proses bisnis dan teknologi pendukung untuk mempertahankan posisinya, sebuah perusahaan harus memiliki strategi yang cerdas untuk bisa mempertahankan keberlangsungan sebuah perusahaan yaitu dengan strategi bisnis yang tetap diminati oleh pelanggan [3].

2.2.2.1 *Jenis CRM*

Jenis dari CRM adalah *operational CRM, analytical CRM* dan *collaborative CRM*.

1. *Operational CRM* berkaitan dengan fungsi bisnis suatu perusahaan yang meliputi servis pelanggan, manajemen pesanan, *invoice* atau *billing*, manajemen dan otomatisasi penjualan.
2. *Analytical CRM* adalah suatu aktifitas yang meliputi menyimpan, memindahkan, memproses, mengartikan dan melaporkan data Pelanggan atau pengguna, yang kemudian menganalisa apa yang mereka perlukan.
3. *Collaborate CRM* adalah aktifitas untuk menggabungkan semua komunikasi yang diperlukan, koordinasi dan kolaborasi antara *vendors* dan *customer*

2.2.2.2 Tahapan Dalam CRM

Konsep CRM yang baik adalah mengimplementasi proses mengorganisasikan CRM disekitar pelanggan dan tidak hanya pada fungsi internal perusahaan. Terdapat 3 tahapan dalam CRM, yaitu:

1. *Acquire*

Merupakan tahapan untuk mendapatkan pelanggan baru. Pada tahap ini pelanggan dapat memberikan sebuah penilaian kepada perusahaan dengan menilai kesan pertama terhadap perusahaan. Apabila pelanggan memiliki penilaian yang baik terhadap perusahaan, maka transaksi akan dapat berjalan dengan baik. Mengakuisisi dengan melakukan promosi atas paket dan jasa yang ditawarkan.

2. *Retain*

Merupakan tahap dimana perusahaan untuk mempertahankan hubungan dengan pelanggan yang sudah ada dan mendapatkan pelanggan baru kemudian memelihara hubungan dengan mereka agar dapat menjalin hubungan dengan terus-menerus dan mempertahankannya, maka perusahaan dapat menggunakan pandangan pelanggan dengan memberikan pelayanan dan aplikasi pendukung.

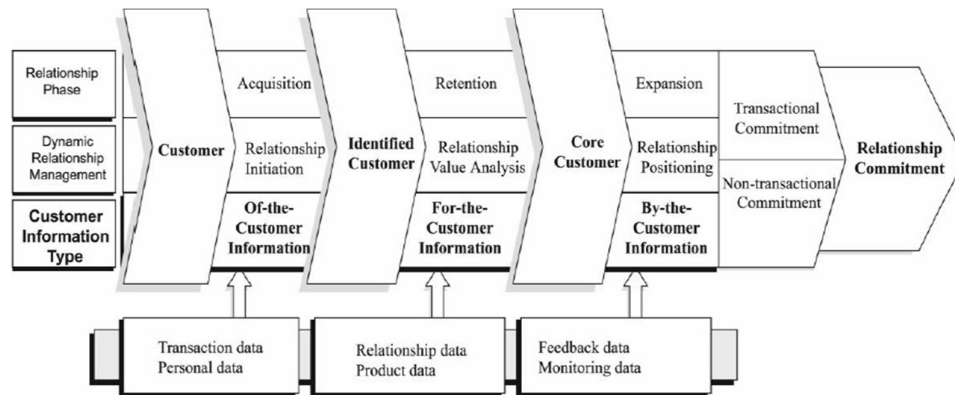
3. *Enhance*

Pada tahap ini adalah suatu masa membangun hubungan baik yang telah ada dengan pelanggan dengan cara mendengar keluhan pelanggan dan melayaninya dengan baik yang merupakan salah satu cara yang efektif untuk membangun hubungan dengan pelanggan. Tahap ini juga memungkinkan pelanggan untuk memberikan kritik dan saran dalam pelayanan maupun produk yang ditawarkan.

Perusahaan yang ideal melakukan CRM adalah perusahaan yang ingin mengoptimalkan keuntungan dengan cara mengorganisasikan proses CRM disekitar pelanggan dan tidak hanya pada fungsi internal perusahaan agar dapat menjalin hubungan lebih dekat dan harmonis dengan pelanggannya.

2.2.3 Framework of Dynamic CRM

CRM merupakan CRM merupakan perpaduan antara 3 aspek yang saling berkaitan. Jika digambarkan akan membentuk suatu segitiga dengan simpul yang disebut Customer - Relation – Management. Didasari dari ketiganya diatas jelas informasi amat penting untuk mewujudkan Customer Relation Management. Maka dari itu dalam penelitian ini digunakan framework of dynamic CRM yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini [4]:



Gambar 2. 3 Framework of Dynamic CRM [5]

Secara garis besar, *Framework of Dynamic CRM* sebenarnya menggambarkan serangkaian fase yang harus dilakukan suatu organisasi dalam mencapai manajemen pelanggan yang sesuai dengan bisnis utama perusahaan tersebut. Kerangka kerja ini bisa dianggap model acuan suatu organisasi dalam meningkatkan maturitas manajemen pelanggan mereka. Dalam kerangka kerja tersebut terdapat beberapa fase antara lain [3]:

1. Relationship Phase

Relationship Phase terdiri dari tiga tahap yaitu:

1) Acquisition

Proses *acquiring a new relationship* merupakan strategi bisnis dengan memberikan kesan baik terhadap calon pelanggan, agar calon pelanggan tertarik untuk kerjasama dengan perusahaan.

2) Retention

Tahap *retaining customer relationship* merupakan strategi untuk mempertahankan pelanggan dengan cara meningkatkan pelayanan.

3) *Expansion*

Expansion merupakan tahap yang digunakan untuk memelihara hubungan dengan pelanggan terhadap pengguna jasa.

2. *Dynamic Relationship Management*

Dynamic Relationship Management terdiri atas 3 bagian, yaitu:

1) *Relationship Initiation*

Pada tahap inisiasi hubungan dengan pelanggan, organisasi melakukan pendataan terhadap pelanggan, biasanya dengan pendaftaran keanggotaan. Setelah mendata pelanggan, organisasi dapat menyimpulkan informasi tentang penawaran apa yang tepat bagi pelanggan tersebut (*for-the-customer*). Setelah periode tertentu pelanggan merasa puas dengan apa yang ditawarkan organisasi, maka hubungan dengan pelanggan bisa meningkat menjadi *core customer*. Pada tahap ini organisasi dapat melanjutkan fase berikutnya yaitu CRM. Pada fase ini terjadi interaksi dua arah antara pelanggan dan organisasi. Pelanggan akan mengatakan apa yang dibutuhkan secara spesifik (*by-the-customer*). Hal seperti ini membuka kesempatan bagi organisasi untuk menawarkan produk atau servis baru pada pelanggan, meningkatkan proses bisnis dan memuaskan *core customer*.

2) *Relationship Value Analysis*

Agar CRM lebih efektif, sebaiknya setiap hubungan pelanggan dianalisis dari kedua sudut pandang baik pelanggan atau organisasi. Ada dua dimensi dalam menentukan nilai dari setiap hubungan yaitu nilai pelanggan dari sudut pandang dan hak pelanggan dari sudut pandang organisasi. Pada fase ini terjadi hubungan secara psikologis antara pelanggan dengan organisasi. Biasanya ini terjadi melalui proses segmentasi yang dilanjutkan dengan pemberian diskon pada pelanggan saat melakukan pembelian dalam jumlah besar, secara tidak langsung loyalitas pelanggan meningkat.

3) *Relationship Positioning*

Membangun hubungan yang saling menguntungkan sangat penting untuk menjaga hubungan jangka panjang antara pelanggan dan organisasi. Dalam penerapan strategi membangun hubungan saling menguntungkan, organisasi memaksimalkan hak pelanggan secara otomatis akan meningkatkan nilai pelanggan. Selain itu agar tetap adil organisasi juga harus mengevaluasi hubungan dengan pelanggan dari sudut pandang keuntungan yang didapatkan. Jika hubungan seperti ini terus berlanjut maka antara *customer* dan organisasi akan terbentuk komitmen yang kuat baik transaksi maupun non-transaksi dan hubungan berkembang ke tahap *relationship commitment*.

3. *Customer Information*

Ada 3 tipe informasi pelanggan (*Customer Information*). Sebagai berikut:

- 1) *Of - the – Customer Information* (informasi mengenai pelanggan)
Informasi mengenai data personal dan data transaksi pelanggan. Informasi dalam kategori ini sering dikenal sebagai database marketing dan target marketing.
- 2) *For- the – Customer Information* (informasi untuk pelanggan)
Informasi mengenai produk, layanan, dan informasi perusahaan yang dianggap penting oleh pelanggan. Informasi ini bisa saja disalurkan melalui berbagai media komunikasi dalam bentuk *direct mail*, *auto response system*, dan situs internet.
- 3) *By- the – Customer Information* (informasi oleh pelanggan) Informasi *feedback non-transaksional* dari pelanggan yang meliputi keluhan, usulan, klaim, kebutuhan pelanggan dan lain-lain. Informasi ini biasanya diwujudkan dalam bentuk data pelanggan yang diperluas karena informasi ini sangat membantu dalam interaksi pelanggan. Selain itu, karena mengandung keluhan, kebutuhan dan saran, informasi tipe ini dapat diaplikasikan untuk mengembangkan produk.

2.2.4 *Sequential Elimination by Lexicography*

Metode *Sequential Elimination by Lexicography* adalah metode yang menggunakan keutamaan dari atribut individual. Metode ini meminta pengguna untuk mengurutkan variable atau atribut menurut tingkat kepentingan (skala prioritas). Metode ini tidak banyak tuntutananya dibanding pembobotan karena atribut-atribut yang ada dibuat peringkatnya mana yang lebih penting daripada menekankan bobotnya [6].

Sebelum data diurutkan, dicari terlebih dahulu maksimum atau minimum nilainya tergantung dari apa yang akan kita urutkan, apakah itu berbasis keuntungan (profit) atau berbasis biaya (*cost*). Jika berbasis keuntungan, maka semakin besar nilainya, berarti semakin besar keuntungan yang diperoleh. Sebaliknya, jika berbasis biaya, maka semakin besar nilainya berarti semakin kecil biaya yang diperlukan. Model matematika untuk menghitung nilai/rating alternative berbasis keuntungan dapat dilihat pada persamaan berikut [6]:

$$V_{ij} = \frac{X_{ij}}{\text{MAX}(X_{ij})} \quad (2.1)$$

Keterangan:

V_{ij} = Nilai alternative ke-j berdasarkan ke-i

X = Data kriteria yang akan dihitung

i = Posisi kriteria

j = Posisi alternative

2.2.5 **Manajemen Keluhan Pelanggan**

Keluhan merupakan sebuah harapan yang belum terpenuhi (Barlow & Moller, 1996). Keluhan awalnya berasal dari bahasa latin yaitu "*Plangere*" ditujukan pada bagian dada seseorang. Dapat diartikan sebagai sebuah penderitaan yang mengganggu dan membuat tidak nyaman. Keluhan pelayanan adalah ekspresi perasaan ketidakpuasan pelanggan terhadap standar pelayanan, keluhan berdasarkan tujuannya ada 2 tipe, yaitu [7]:

1. *Instrumental Complain*, yaitu keluhan yang disampaikan dengan tujuan agar perusahaan dapat merubah atau memperbaiki situasi yang tidak diinginkan oleh pelanggan.

2. *Non-Instrumental Complain*, merupakan keluhan yang dilontarkan tanpa ekspektasi khusus bahwa situasi yang tidak diinginkan akan berubah. *Instrumental complain* yang disampaikan kepada pihak ketiga dan bukan pada pihak yang menimbulkan masalah merupakan bagian dari *non-instrumental complain*.

Ada 4 aspek dalam manajemen keluhan, yaitu:

1. Empati terhadap pelanggan yang marah
2. Kecepatan dalam penanganan keluhan
3. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan keluhan
4. Kemudahan bagi pelanggan dalam menghubungi perusahaan.

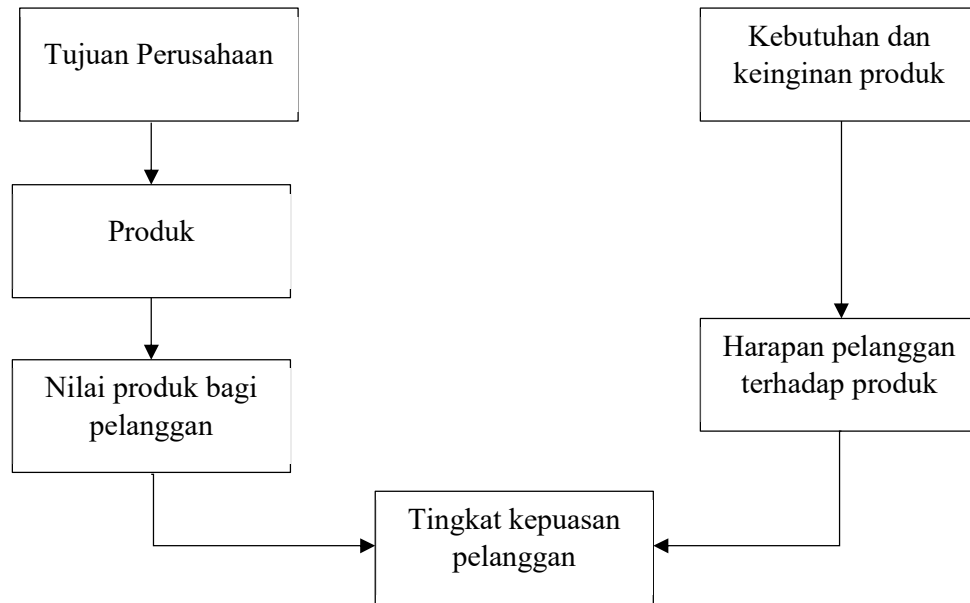
Agar penanganan keluhan dapat berjalan dengan efektif, maka dilakukan:

1. Identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dan mengeluh.
2. Mengatasi dan menindak lanjuti sumber masalah agar tidak terjadi lagi di masa yang akan datang.
3. Memeriksa apakah tindakan perbaikan telah dilakukan dengan baik.
4. Analisis strategi terhadap keluhan yang ada, yaitu dengan *service recovery* yang efektif dalam menangani keluhan-keluhan tersebut.
5. Mengembangkan sistem informasi manajemen, dimana perusahaan dapat mendata setiap keluhan yang disampaikan dan belajar dari kesalahan yang pernah dilakukan.

2.2.6 Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (1997:40) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan.

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Enggel (1990) dan pawitra (1993) mengatakan bahwa pengertian tersebut dapat diterapkan dalam penilaian kepuasan atau ketidakpuasan terhadap satu perusahaan tertentu karena keduanya berkaitan erat dengan konsep kepuasan pelanggan, sebagaimana dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. 4 Konsep Kepuasan Pelanggan [3]

Metode penelitian yang akan dilakukan adalah dengan menggunakan metode kuisioner. Kuisioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Pengukurannya dilakukan dengan cara berikut:

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung melalui pertanyaan kepada pelanggan dengan ungkapan sangat tidak puas, kurang puas, puas dan sangat puas.
2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.
3. Responden diminta menuliskan masalah-masalah yang mereka rasakan yang berkaitan dengan pelayanan dari perusahaan dan diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
4. Responden diminta meranking atribut pelayanan berdasarkan derajat kepentingan setiap pelayanan dan seberapa baik kinerja perusahaan pada masing-masing pelayanan.

2.2.7 Internet

Interconnection network (internet) adalah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung. Internet berasal dari bahasa latin "inter" yang berarti "antara". Internet adalah suatu jaringan super besar yang terdiri dari ribuan jaringan kecil dengan jutaan komputer yang saling terhubung antara pihak bisnis, institusi pendidikan, organisasi pemerintahan dan individual.

Sejarah internet awalnya berasal dari proyek ARPA yang dibentuk tahun 1969 oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat. Proyek ini kemudian dikenal dengan 41 ARPANET (*Advanced Research Project Agency Network*) yang melakukan riset tentang cara menghubungkan komputer satu dengan komputer lainnya agar bisa saling berkomunikasi. Pada tahun 1970, proyek ini berhasil menghubungkan lebih dari 10 komputer dalam bentuk jaringan. Karena jumlah komputer yang terhubung semakin banyak, maka pada tahun 1980 dibuatlah protokol resmi yang dikenal dengan TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*). Internet melibatkan berbagai jenis komputer serta topology jaringan yang berbeda. Dalam mengatur integrasi dan komunikasi jaringan, digunakan standar protokol internet yaitu TCP/IP. TCP bertugas untuk memastikan bahwa semua hubungan bekerja dengan baik, sedangkan IP bertugas untuk mentransmisikan paket data dari satu komputer ke komputer lainnya [8].

2.2.8 Data Flow Diagram

Data Flow Diagram (DFD) adalah suatu model logika data atau proses yang dibuat untuk menggambarkan dari mana asal data dan ke mana tujuan data yang keluar dari sistem, di mana data tersimpan, proses apa yang menghasilkan data tersebut, dan interaksi antara data tersimpan dan proses yang dikenakan pada data tersebut. (Muhamad Muslihudin, Oktafianto, 2016:46)

2.2.9 Entity Relationship Diagram

Entity Relationship Diagram (ERD) adalah salah satu metode pemodelan basis data yang digunakan untuk menghasilkan skema konseptual untuk hubungan antara penyimpanan (tabel). ERD digunakan untuk menggambarkan suatu model struktur data dan hubungan antar data, sehingga dapat menguji data dengan mengabaikan proses yang harus dilakukan serta bisa

mengetahui data apa yang diperlukan, serta bagaimana data-data tersebut bisa saling berhubungan. Pada dasarnya terdapat 3 macam simbol yang digunakan untuk menggambarkan struktur dan hubungan antar data, yaitu [8]:

1. Entity

Suatu objek, merupakan bagian dari sistem yang dapat diidentifikasi dalam lingkungan pemakai, sesuatu yang penting bagi pemakai dalam konteks sistem yang akan dibuat. *Entity* dapat berupa sebuah kelompok dari sesuatu, harus dapat dibedakan.

2. Atribut

Merupakan elemen dari *entity*. Setiap *entity* memiliki atribut yang berfungsi untuk mendeskripsikan karakternya. Misalnya, *entity* mahasiswa memiliki atribut nim, nama, dan sebagainya.

3. Relationship

Merupakan penghubung antar satu entitas dengan entitas yang lain, ataupun satu entitas ke dalam entitas itu sendiri. *Relationship* dibagi menjadi 3 jenis, yaitu:

a. Satu ke satu (1-1)

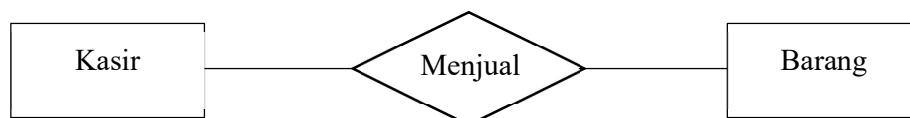
Hubungan relasi satu ke satu yaitu setiap entitas pada himpunan entitas A berhubungan paling banyak dengan satu entitas pada himpunan entitas B.



Gambar 2. 5 Relasi Satu ke Satu

b. Satu ke banyak/ banyak ke satu (1-n / n-1)

Setiap entitas pada himpunan entitas A dapat berhubungan dengan banyak entitas pada himpunan entitas B, tetapi setiap entitas pada entitas B dapat berhubungan dengan satu entitas pada himpunan entitas A.



Gambar 2. 6 Relasi Satu ke banyak

c. Banyak ke banyak (n-n)

Setiap entitas pada himpunan entitas A dapat berhubungan dengan banyak entitas pada himpunan entitas B.



Gambar 2. 7 Relasi Banyak ke Banyak

2.2.10 Hypertext Preprocessor

Hypertext Preprocessor (PHP) adalah salah satu Bahasa *Server-side* yang didesain khusus untuk aplikasi web. PHP dapat disisipkan diantara Bahasa HTML dan arena Bahasa *Server-side*, maka Bahasa PHP akan dieksekusi di server, sehingga yang dikirimkan ke *browser* adalah “hasil jadi” dalam bentuk HTML, dan kode PHP tidak akan terlihat. PHP termasuk dalam *Open Source Product*, dapat merubah *source code* dan mendistribusikannya secara bebas. PHP dapat berjalan diberbagai *web server* seperti IIS, Apache, PWS dan lain-lain. Adapun kelebihan-kelebihan dari PHP yaitu [9]:

1. PHP mudah dibuat dan kecepatan akses tinggi.
2. PHP dapat berjalan dalam *web server* yang berbeda dan dalam sistem operasi yang berbeda. PHP dapat berjalan disistem operasi UNIX, Windows98, Windows NT dan Macintosh.
3. PHP diterbitkan secara gratis.
4. PHP juga dapat berjalan pada *web server Microsoft Personal Web Server*, Apache, IIS, Xitami dan sebagainya.
5. PHP adalah termasuk Bahasa embedded (bisa ditempel atau diletakan dalam tag HTML).
6. PHP termasuk *Server-side* programming.

2.2.11 MySQL

MySQL adalah sebuah program database server yang mampu menerima dan mengirimkan datanya dengan sangat cepat, *multi user* serta menggunakan perintah standar SQL (*Structured Query Language*). Adapun kelebihan-kelebihan dari MySQL, sebagai berikut [9]:

1. MySQL adalah sebuah *software* database yang *Open Source*, Artinya program ini bersifat bebas digunakan oleh siapa saja.
2. MySQL merupakan sebuah database *server*.
3. MySQL merupakan sebuah database *client*.
4. MySQL mampu menerima query yang bertumpuk dalam satu permintaan atau disebut *Multi-Threading*.
5. MySQL merupakan sebuah database yang mampu menyimpan data berkapasitas sangat besar.
6. MySQL didukung oleh driver ODBC.
7. MySQL adalah database menggunakan enkripsi *password*.
8. MySQL merupakan server database yang *multi user*.
9. MySQL dapat menciptakan lebih dari 16 kunci per tabel.
10. MySQL mendukung field yang dijadikan kunci *primer* dan kunci *Unique*.
11. MySQL didukung oleh sebuah komponen C dan perl API.
12. MySQL memiliki kecepatan dalam pembuatan tabel maupun peng-update-an table.
13. MySQL menggunakan suatu bahasa permintaan standar yang bernama SQL.

2.2.12 Business Process Modeling Notation

Business Process Modeling Notation (BPMN) dikembangkan oleh *Object Management Group* (OMG). BPMN dirancang untuk menyediakan notasi yang mudah dipahami oleh semua pengguna bisnis. BPMN menciptakan suatu penghubung antara desain proses bisnis dan proses pelaksanaan. BPMN menyediakan sarana yang sederhana untuk mengkomunikasikan informasi proses bisnis lainnya dengan menyediakan Bahasa yang umum memungkinkan semua pihak yang terlibat pada proses dapat berkomunikasi dengan jelas, benar, dan efisien. Proses bisnis yang dijelaskan pada BPMN dapat dengan mudah dipahami mekanisme penciptaan modelmodel proses bisnis. Terdapat lima kategori dasar elemen yaitu *flow objects*, *data connecting objects*, *swimlanes*, *artifacts* [10].

2.2.13 *Stage of the Art*

State of the art merupakan rancangan penelitian yang terperinci dan unik dibandingkan penelitian terdahulu. Berikut ini penjelasan penelitian-penelitian yang berkaitan dengan permasalahan yang telah diuraikan. Hasil dari review beberapa literatur sebagai berikut:

1. Penelitian dengan judul Manajemen Keluhan pada Pelayanan dengan Pendekatan *Customer Relationship Management* di PT. Duta Family Triutama diambil dari Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA), diteliti oleh Wiwik widia pada tahun 2016. Penelitian ini membahas bahwa manajer bagian jasa penyaluran menyatakan bahwa pelayanan terhadap pengajuan keluhan yang sedang berjalan memiliki beberapa kekurangan. Keluhan yang biasanya disampaikan melalui petugas lapangan kerap mengalami hambatan yaitu penyampaian keluhan tidak lengkap atau lupa untuk menyampaikan ke perusahaan dikarenakan tidak adanya pencatatan pengajuan keluhan sehingga memengaruhi terhadap ketepatan waktu dan kesesuaian pelayanan dari penanganan keluhan. Keluhan pelanggan yang tidak cepat ditanggapi didukung juga dari jumlah karyawan yang tidak sesuai dengan jumlah pelanggan. Permasalahan tersebut mengakibatkan Direktur sulit untuk menentukan perbaikan pelayanan apa yang harus dilakukan terlebih dahulu.
2. Penelitian dengan judul Manajemen Keluhan dan Penentuan Perbaikan Pelayanan dengan Pendekatan *Customer Relationship Management (CRM)* pada PT. Amarta Sejahtera diambil dari Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA), diteliti oleh Santi ade suryani pada tahun 2016. Penelitian ini membahas bahwa pihak Supervisor mengalami kesulitan dalam menentukan keluhan yang tepat dikarenakan kriteria yang diinginkan berbeda-beda. Adanya perbedaan kriteria oleh setiap keluhan membuat proses pemeriksaan keluhan membutuhkan waktu yang lama dalam pengolahannya sehingga tidak adanya keluhan yang tertunda.
3. Penelitian dengan judul Mengukur Kualitas Layanan dan Manajemen Prioritas Penanganan Keluhan Menggunakan Pendekatan CRM di Koperasi Usaha Kita PT. PLN (Persero) Cimahi diambil dari dari Jurnal Ilmiah

Komputer dan Informatika (KOMPUTA), diteliti oleh Muhammad abyansyah firdaus pada tahun 2017. Penelitian ini membahas bahwa pada Koperasi Usaha Kita belum pernah meneliti tingkat kepuasan Anggota terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan, sehingga mereka tidak tahu dan tidak bisa mengevaluasi pelayanan yang telah diberikan kepada anggota koperasi. Adanya kebijakan dari perusahaan (PT. PLN (Persero)) mengenai pelayanan pada anggota koperasi yang mengakibatkan hingga saat ini belum terukurnya kualitas pelayanan dari kebijakan yang ada. Apabila hal ini tidak ditangani dengan serius, mengakibatkan turunnya rasa kepercayaan anggota koperasi.

4. Penelitian dengan judul Sistem Penanganan Keluhan dan Pengembangan Produk di Mutiara Packaging Menggunakan Pendekatan CRM diambil dari Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA), diteliti oleh Kurniawan ali nugraha pada tahun 2017. Penelitian ini membahas gimana perusahaan menyelesaikan keluhan tersebut hanya berdasarkan urutan keluhan masuk yang disampaikan oleh CS tanpa melihat prioritas keluhan. Hal ini dapat mengakibatkan pelanggan tidak melakukan pembelian kembali di kemudian hari karena keluhan yang disampaikan lamban dalam penanganannya.
5. Penelitian dengan judul Prioritas Penanganan Keluhan dan Penentuan Teknisi dengan Pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM) di PT. POS Properti Indonesia diambil dari Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA), diteliti oleh Rizkha zennita ramadhiyanti putri pada tahun 2018. Penelitian ini membahas Penanganan keluhan yang ditangani saat ini memiliki beberapa masalah, khususnya pada bagian prioritas penanganan keluhan dan penentuan Teknisi yang tidak sesuai. Keluhan yang ditangani hanya berdasarkan urutan keluhan yang masuk tanpa melihat prioritas keluhan mana yang terlebih dahulu harus ditangani. Penanganan keluhan yang ditangani oleh Teknisi juga mengalami masalah. Tenant merasa Teknisi yang menangani keluhan tidak sesuai dengan keahlian yang dimilikinya, dikarenakan penentuan teknisi dilakukan secara acak, sehingga keluhan yang seharusnya diselesaikan dengan cepat menjadi tertunda.

Tabel 2. 1 *Stage of the Art*

No.	Judul Jurnal dan Peneliti	Tahun dan Tempat Penelitian	Metode Penelitian	Objek Penelitian	Perbandingan yang Dijadikan Alasan Tinjauan Penelitian
1.	Manajemen Keluhan pada Pelayanan dengan Pendekatan <i>Customer Relationship Management</i> di PT. Duta Family Trieutama Peneliti: Wiwik Widia	2016, Indonesia	<i>Sequential Sequential Elimination by Lexicography</i>	PT. Duta Family Trieutama	Manajemen Keluhan pada Pelayanan dengan Pendekatan CRM dapat membantu Direktur dalam menentukan prioritas perbaikan pelayanan berdasarkan dari banyaknya keluhan.
2.	Manajemen Keluhan dan Penentuan Perbaikan Pelayanan dengan Pendekatan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) pada PT. Amartha Sejahtera	2016, Indonesia	<i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	PT. Amartha Sejahtera	Sistem Informasi CRM ini dapat membantu supervisor dalam menentukan keluhan yang harus didahulukan sesuai dengan kriteria-kriteria keluhan dan menentukan pelayanan sehingga dapat sesuai dengan

No.	Judul Jurnal dan Peneliti	Tahun dan Tempat Penelitian	Metode Penelitian	Objek Penelitian	Perbandingan yang Dijadikan Alasan Tinjauan Penelitian
	Peneliti: Santi Ade Suryani				kepuasaan pelanggan.
3.	Mengukur Kualitas Layanan dan Manajemen Prioritas Penanganan Keluhan Menggunakan Pendekatan CRM di Koperasi Usaha Kita PT. PLN (Persero) Cimahi Peneliti: Muhammad Abyansyah Firdaus	2017, Indonesia	TOPSIS (<i>Technique For Others Preference by Similarity to Ideal Solution</i>)	Koperasi Usaha Kita PT. PLN (Persero) Cimahi	Sistem informasi pengukuran kualitas layanan dan prioritas penanganan keluhan menggunakan pendekatan CRM ini dapat membantu koperasi dalam melakukan proses pengukuran kualitas layanan di Koperasi Usaha Kita serta dapat membantu koperasi dalam menentukan prioritas penanganan keluhan anggota.
4.	Sistem Penanganan Keluhan dan Pengembangan Produk di Mutiara	2017, Indonesia	<i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	Mutiara Packaging	sistem informasi CRM ini dapat membantu pemilik perusahaan dalam menentukan prioritas keluhan

No.	Judul Jurnal dan Peneliti	Tahun dan Tempat Penelitian	Metode Penelitian	Objek Penelitian	Perbandingan yang Dijadikan Alasan Tinjauan Penelitian
	Packaging Menggunakan Pendekatan CRM Peneliti: Kurniawan Ali Nugraha				pelanggan dan membantu manager yang dalam melakukan proses pengembangan produk yang kurang laku di Mutiara Packaging.
5.	Prioritas Penanganan Keluhan dan Penentuan Teknisi dengan Pendekatan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) di PT. POS Properti Indonesia Peneliti: Rizkha Zennita Ramadhiyanti Putri	2018, Indonesia	<i>Weighted Product</i> (WP)	PT. POS Properti Indonesia	sistem informasi CRM ini dapat membantu manager teknik dalam menentukan prioritas penanganan keluhan pelanggan dan menentukan penentuan teknisi berdasarkan keahlian dalam mempertahankan pelanggan.