BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Scrum merupakan *framework* (kerangka kerja) untuk mengembangkan sebuah produk yang kompleks, di mana visi dari *Scrum* adalah menghasilkan produk yang bernilai tinggi secara kreativitas maupun produktivitas. *Scrum* didasari oleh teori kontrol empiris yang disebut empirisme, yang menekankan bahwa pengetahuan didapatkan dari pengalaman sehingga pembuatan keputusan sebaiknya didasari atas pengetahuan tersebut. *Scrum* menggunakan pendekatan secara *iterative* dan *incremental* untuk mengantisipasi ketidakpastian dalam proyek dan pengendalian risiko.

Scrum bukanlah sebuah proses ataupun teknik untuk mengembangkan produk, melainkan sebuah kerangka kerja dimana di dalamnya dapat memasukkan beragam proses dan teknik. *Scrum* akan menunjukkan hasil dari praktek pengelolaan dan pengembangan produk sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih baik (Schwaber & Sutherland, 2013).

Scrum pada umumnya digunakan untuk pengembangan produk perangkat lunak. Fokus dari kerangka kerja *Scrum* ini ada pada strategi pengembangan produk

fleksibel holistik, dimana tim pengembangan bekerja sebagai sebuah unit untuk mencapai tujuan bersama, sebagai lawan dari pendekatan tradisional-berurutan.

Saat ini kerangka kerja *Scrum* tidak hanya diterapkan pada proses pengembangan produk perangkat lunak saja, tetapi juga bisa diterapkan pada bagian penjualan (*Sales*). Menurut Rini van Solingen, Jeff Sutherland, dan D. de Waard, pada Paper-nya dengan judul "*Scrum in Sales*", tahun 2011, mengatakan bahwa "*Scrum* dapat mengubah proses acak dan reaktif yang biasa dilakukan oleh *Sales*, menjadi sebuah proses yang teratur.

Scrum juga dapat mendeteksi indikator awal yang berkaitan dengan hasil akhir penjualan, sehingga perusahaan atau bagian penjualan dapat memantau proses untuk mencapai hasil akhir sesuai dengan target yang ditetapkan oleh perusahaan. Strategi menerapkan *Scrum* pada bagian penjualan dapat meningkatkan pendapatan dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dari penelitian yang dilakukan oleh Solingen, Sutherland, dan Waard, ada 2 (dua) hal yang dikelola pada bagian penjualan, pertama adalah *Customer Management* atau *Customer Relationship Management (CRM)*, dan yang kedua adalah *Sales Management*.

CRM adalah sistem yang mendukung suatu perusahaan untuk menyediakan pelayanan kepada pelanggan secara *real time* dan menjalin hubungan dengan tiap pelanggan melalui penggunaan informasi tentang pelanggan (Kotler, 2003).

Sales Management adalah bagian dari manajemen pemasaran, dimana fokus kegiatannya berkaitan dengan perencanaan, pengarahan, dan pengawasan aktifitas *Salesmen* (Khan, 2012). *Salesmen* (Tenaga penjualan) adalah bagian yang

bertanggungjawab untuk melakukan penjualan di sebuah perusahaan, baik penjualan yang dilakukan terhadap pelanggan baru, maupun penjualan berikutnya *(repeat order)* yang dilakukan terhadap pelanggan *existing*.

Terdapat 2 (dua) aktifitas yang menjadi fokus dari Tenaga Penjualan, yaitu:

a. Aktifitas rutin yang dilakukan oleh Tenaga Penjualan terhadap pelanggan / calon pelanggan, atau lebih dikenal dengan istilah *Sales Activity*. Aktifitas tersebut diantaranya adalah :
    1) *Sales Call*, melakukan aktifitas telepon rutin terhadap para pelanggan / calon pelanggan;
    2) *Appointment*, membuat pertemuan dengan para pelanggan / calon pelanggan;
    3) *Email Marketing*, mengirimkan email kepada pelanggan / calon pelanggan dalam bentuk *campaign marketing*;
    4) *Short Messaging System (SMS) Marketing*, mengirim *campaign marketing* melalui SMS kepada pelanggan / calon pelanggan.
b. Aktifitas pencatatan capaian penjualan (*Sales Achievement*). Informasi yang ingin dimonitor oleh tenaga penjualan diantaranya adalah volume penjualan, nilai transaksi penjualan, dan margin penjualan. Informasi tersebut dapat diturunkan sesuai kebutuhan, misalnya per produk (kategori, tipe, merk, dan lain-lain), per kategori pelanggan, per periode waktu, per kategori penjualan (retail, distributor, kontrak), dan lain-lain.

Untuk memudahkan Tenaga Penjualan mengelola seluruh aktifitasnya, dibutuhkan sistem informasi manajemen pada bagian penjualan tersebut. Sistem

tersebut adalah *Sales Management System*, perangkat lunak yang digunakan oleh perusahaan pada bagian penjualan untuk membantu perusahaan merencanakan, mengarahkan, dan mengawasi aktifitas tenaga penjualan.

Dengan demikian, berdasarkan latarbelakang seperti di atas maka tesis ini diberi judul Penerapan Kerangka Kerja *Scrum* Pada Perangkat Lunak *Sales Management System*, studi kasus pada PT. Nusabiz.

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan yang dapat diidentifikasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagaimana mengubah pola kerja bagian penjualan yang biasanya dilakukan secara acak menjadi lebih teratur;
b. Bagaimana melakukan penyesuaian tahapan-tahapan pada kerangka kerja *Scrum* yang biasa diterapkan pada proses pengembangan perangkat lunak kedalam proses bisnis penjualan.
c. Bagaimana konversi tokoh-tokoh yang ada pada kerangka kerja *Scrum*, seperti *Product Owner*, *Scrum Master*, dan Tim Pengembang kedalam Tim Penjualan;
d. Bagaimana cara melakukan analisis kebutuhan informasi pada bagian penjualan;

e. Bagaimana membuat rancangan *Sales Management System* yang dapat memberikan solusi terhadap masalah-masalah yang terjadi pada bagian penjualan.

1.3 Premis dan Hipotesis

Berdasarkan pembahasan diatas, maka diformulasikan premis-premis sebagai berikut:

a. Cara kerja Tenaga Penjualan tidak selalu acak, tetapi bisa dilakukan secara teratur;
b. Dengan menerapkan kerangka kerja *Scrum* dapat memprediksi lebih dini capaian dari target yang telah ditentukan perusahaan, karena target pekerjaan dibagi menjadi target-target kecil dan dalam jangka waktu pendek, atau disebut "*Sprint*";
c. Dengan menggunakan *Sales Management System*, proses *monitoring* yang dilakukan oleh Pimpinan perusahaan terhadap Tim Penjualan menjadi lebih mudah. *Monitoring* dapat dilakukan terhadap *Sales Activity*, maupun *Sales Achievement*.

Berdasarkan premis di atas diajukan hipotesis bahwa kerangka kerja *Scrum* dapat diterapkan pada perangkat lunak *Sales Management System*, sehingga dapat memudahkan perusahaan merencanakan, mengarahkan, dan mengawasi aktifitas tenaga penjualannya dengan iterasi pendek, sehingga kontrol terhadap target penjualan yang telah ditetapkan akan lebih baik.

1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Membuat rancangan perangkat lunak *Sales Management System* yang dapat mendokumentasikan aktifitas-aktifitas tenaga penjualan;
b. Menerapkan kerangka kerja *Scrum* pada bidang penjualan;
c. Menghilangkan ketergantungan terhadap *Sales*, sehingga setiap tugas (*task*) dapat dikerjaan oleh *Sales* lainnya;
d. Mengelola pekerjaan *Sales* menjadi lebih teratur;
e. Melakukan *monitoring* setiap pekerjaan sehingga target penjualan dapat dikontrol dengan baik;

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah :

a. Memberikan opsi kerangka kerja baru pada bagian *sales*, dengan fungsi kontrol dalam iterasi pendek;
b. Mengubah kebiasaan Tenaga Penjualan yang awalnya bekerja secara acak, menjadi lebih teratur;
c. Membantu Tenaga Penjualan dalam mengorganisir dan mendokumentasikan *Sales Activity*;
d. Memudahkan Bagian Penjualan memantau capaian dari target yang telah ditetapkan, baik personal maupun tim.

1.6 Batasan Penelitian

Pembatasan masalah didalam pelaksanaan penelitian ini berguna untuk dapat menghasilkan penelitian yang lebih terarah sesuai dengan tujuan penelitian yang sudah ditentukan, serta memudahkan dalam pembahasannya, maka ruang lingkup penelitian dibatasi dan diasumsikan sebagai berikut :

a. Penelitian dilaksanakan di PT. Nusabiz, dengan bidang usaha jasa, dan bergerak dibidang *Tour & Travel*.
b. Objek yang diteliti yaitu Bagian Penjualan (*Sales*), bukan Pemasaran (*Marketing*).
c. Penelitian ini tidak membahas manajemen pelanggan (CRM), tetapi fokus terhadap manajemen aktifitas penjualan (*Sales Management*).
d. Penelitian ini tidak menjelaskan metodologi yang digunakan untuk pengembangan perangkat lunak.

1.7 Sistematika Penulisan

Laporan tesis ini disusun dengan sistematika sebagai berikut.

Bab I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, identifikasi masalah, premis dan hipotesis, tujuan, metoda yang digunakan dan sistematika penelitian.

Bab II Tinjauan Pusataka

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang mendukung dalam proses Penerapan Kerangka Kerja *Scrum* Pada Perangkat Lunak *Sales Management System*. Didalamnya terdiri dari konsep *Scrum* dan *Sales Management System* beserta teori-teori pendukung lainnya yang digunakan pada penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini menguraikan tahap atau langkah-langkah penelitian sesuai dengan kerangka kerja *Scrum* untuk menghasilkan keluaran *blueprint* yang akan digunakan dalam pengembangan aplikasi *Sales Management System* dengan memanfaatkan teknologi informasi, agar penelitian dapat berjalan terarah, terstruktur, dan sistematis.

Bab IV Desain Sistem

Bab ini membahas desain arsitektur *Sales Management System*, mulai dari model proses bisnis, *use-case*, struktur basisdata, dan antarmuka dari perangkat lunak yang dihasilkan.

Bab V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil-hasil yang diperoleh saat melakukan penelitian, dan tindak lanjut untuk penelitian tahap berikutnya.