

**PENERAPAN KNOWLEDGE MANAGEMENT SYSTEM SALES AND  
CUSTOMER CARE PADA PT. TELKOMSEL  
REGIONAL SUMBAGSEL**

**TUGAS AKHIR  
Program Studi Sistem Informasi  
Jenjang Strata Satu**



Oleh

**Putri Silpiara  
09031481317007**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
DESEMBER 2014**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I. LATAR BELAKANG**

Sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam era globalisasi, pergeseran paradigma tentang sumber daya yang memiliki potensi menggerakkan perusahaan agar lebih cerdas dan inovatif telah ditemukan seiring dengan semakin tumbuhnya kesadaran dari para pelaku bisnis akan asset knowledge (*intangible asset*) yang lebih penting dari sumber daya perusahaan lainnya. Penambahan bagaimana *knowledge* tersebut diciptakan, diolah dan dipakai bersama-sama untuk meningkatkan performa seseorang atau perusahaan yang memunculkan teori tentang *knowledge management*.

Kesadaran untuk menciptakan pendekatan *knowledge management* ke dalam strategi bisnis diperlukan karena terbukti perusahaan yang menjadikan *knowledge* sebagai asset utamanya senantiasa mampu mendorong perusahaan lebih inovatif yang bermuara kepada pemilikan daya saing perusahaan terhadap para pesaingnya. Begitu pula bagi PT. Telkomsel sebagai sebuah perusahaan operator telekomunikasi seluler GSM kedua di Indonesia, dengan layanan paskabayarnya yang diluncurkan pada tanggal 26 Mei 1995. Telkomsel memberikan solusi yang lebih dari sekedar penyediaan jaringan generic (umum) dan pelayanan. Perusahaan ini sangat dituntut untuk selalu inovatif dalam memberikan produk dan pelayanan yang prima bagi konsumennya. Pada PT. Telkomsel, terdapat begitu banyak bagian, Contohnya di PT. Telkomsel Regional Sumbagsel terdapat bagian *Sales and Custemor Care*, Bagian TI, dan Bagian RAM. Pada bagian *Sales and Customer Care* PT. Telkomsel Regional Sumbagsel terdapat lima Divisi yaitu : Divisi *Channel Operation*, Divisi *Marketing Customer Development*, Divisi *Marketing Communication*, Divisi *Youth and Community* dan Divisi *Human Resourch Development*.

Berdasarkan wawancara pada bagian *Sales and Customer Care* PT. Telkomsel Regional Sumbagsel, Selama ini pengelolaan *knowledge* dalam perusahaan ini masih

tidak terdistribusi dengan baik. karyawan *Sales and Customer Care* tidak menggunakan knowledge management yang terdapat di kantor pusat, karena *knowledge management* yang terdapat di kantor pusat terlalu kompleks tidak terdapat *knowledge management* khusus bagian *Sales and Customer Care*. Selain itu karyawan *Sales and Customer Care Regional Sumbagsel*, Kesulitan dalam hal penyimpanan knowledge tidak adanya sebuah system yang dapat menyimpan knowledge dengan tampilan *Knowledge Management System* yang lebih *friendly* untuk bagian *Sales and Customer Care Regional Sumbagsel*. Terjadi perulangan pembahasan masalah dan solusi yang sama pada saat meeting, sering kehilangan data, kesulitan dalam pendokumentasian data pengetahuan, pertukaran data *sharing knowledge* tidak efisien. Hal inilah yang menyebabkan penerapan *knowledge management system* menjadi penting di bagian *Sales and Customer Care PT. Telkomsel Regional Sumbagsel*.

(McInerney, 2002), “*Knowledge Management* adalah usaha untuk meningkatkan pengetahuan yang berguna dalam organisasi, diantaranya membiasakan budaya berkomunikasi antar personil, memberikan kesempatan untuk belajar, dan menggalakan saling berbagi *knowledge*. Dimana usaha ini akan menciptakan dan mempertahankan peningkatan nilai dari inti kompetensi bisnis dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada”.

Trisyulianti (2011:155), “Manajemen pengetahuan sebagai proses dimana organisasi mengumpulkan aset pengetahuan (*knowledge asset*) dan menggunakannya untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Dengan pengembangan pengetahuan yang dimiliki, karyawan akan mengetahui atau memahami apa yang dibutuhkan untuk mampu mengerjakan tugasnya dengan baik. Ketika organisasi melakukan investasi yang besar terhadap usaha mengumpulkan aset pengetahuan (*knowledge asset*), maka organisasi harus dapat mengetahui seberapa besar dampak dari implementasi manajemen pengetahuan terhadap kinerja organisasi dan yakin bahwa apa yang dilakukan organisasi dalam rangka mengumpulkan aset pengetahuan sejalan dengan visi dan misi organisasi. Oleh karena itu, pengetahuan ditempatkan secara strategis sebagai salah satu syarat

penting bagi kemajuan perilaku karyawan yang juga berdampak pada kinerja organisasi”.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis membuat tugas akhir dengan judul **”Penerapan *Knowledge Management System Sales and Customer Care* pada PT. Telkomsel Regional Sumbagsel”**. Diharapkan dapat mempermudah karyawan dalam melakukan komunikasi *sharing knowledge* melalui media internet tanpa batas ruang dan waktu.

## II. TUJUAN

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pembuatan laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisa *knowledge management sales and customer care* pada PT. Telkomsel Regional Sumbagsel.
2. Merancang *knowledge management* berdasarkan analisis *sales and customer care* pada PT. Telkomsel Regional Sumbagsel yang dapat mempermudah karyawan khususnya bagian *sales and customer care* untuk saling berkomunikasi dan bertukar ide dan pendapat melalui media internet tanpa batasan ruang dan waktu. Selain itu juga terdapat ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan yang terdahulu dan yang sedang bekerja saat ini agar dapat bermanfaat bagi karyawan untuk berbagi *knowledge* dan bagi karyawan baru agar terwarisi kemampuan karyawan terdahulu.
3. Penerapan *knowledge management system sales and customer care* pada PT. Telkomsel Regional Sumbagsel.

## III. MANFAAT

Adapun manfaat yang diharapkan dalam pembuatan tugas akhir ini adalah:

1. Membangun budaya saling berbagi pengetahuan / *knowledge sharing* antar tiap karyawan
2. Mengelola aset-aset *knowledge* yang ada, mempermudah pihak perusahaan dalam melakukan proses penyimpanan dan penyebaran *knowledge*,

meningkatkan motivasi antar karyawan untuk aktif berdiskusi dalam forum.

3. Meningkatkan efektivitas kinerja para karyawan serta meningkatkan minat atau kemauan untuk mendapatkan atau menciptakan *knowledge* yang baru bagi tiap karyawan yang bekerja di *sales and customer care* pada PT. Telkomsel Regional Sumbagsel.

#### **IV. BATASAN MASALAH**

Agar permasalahan yang dibahas tidak terlalu luas dan dapat lebih fokus dalam melakukan analisis dan perancangan sistem, maka dilakukan pembatasan masalah, antara lain :

1. Menyimpan *knowledge* karyawan ke dalam *database*. Dalam hal ini meliputi karyawan *sales and customer care* pada PT. Telkomsel Regional Sumbagsel.
2. Mencari / *searching knowledge* karyawan ke dalam *database*.
3. Mengupload *knowledge* karyawan ke dalam sistem.
4. Mendownload *knowledge* karyawan lain sehingga dapat mempelajarinya.
5. Perhitungan reward karyawan yang telah berpatisipasi ke dalam sistem *knowledge management*.
6. Forum diskusi mengenai pemasaran produk *sales and customer care* pada PT. Telkomsel Regional Sumbagsel.