

Perancangan campaign management system dengan konsep One-to-One Marketing menggunakan metode Design Science Research pada sebuah perusahaan operator telekomunikasi : studi kasus PT. XYZ = Design of campaign management system applying One-to-One Marketing concept using Design Science Research method in a telecommunication operator company : case study PT. XYZ

Aruna Anggayasti Priyanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20434487&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Sebuah perusahaan besar, terutama perusahaan yang berkecimpung dalam bidang operator telekomunikasi, sudah sewajarnya memiliki sebuah sistem yang disebut Campaign Management System (CMS). CMS pada perusahaan telekomunikasi, pada umumnya, melakukan segmentasi pelanggan berdasarkan profilnya yang kemudian dikirimkan pesan-pesan pemasaran tertentu, biasanya, melalui SMS.

Namun, banyak pelanggan merasa terganggu dengan pesan-pesan pemasaran tersebut. Sebagai solusi dari permasalahan tersebut, sebuah konsep, yang disebut dengan One to One Marketing, digunakan dalam penelitian ini untuk diterapkan pada sistem CMS.

Penelitian ini menggunakan sebuah metode yang disebut dengan Design Science Research (DSR). DSR adalah sebuah paradigma penelitian, khususnya dalam bidang Teknologi Informasi, yang digunakan untuk menemukan solusi bagi permasalahan-permasalahan aktual kehidupan manusia.

Penelitian ini menghasilkan rancangan arsitektur CMS dengan konsep One-to-One Marketing. Pada rancangan yang dihasilkan, jika dibandingkan dengan CMS saat ini, terdapat 9 servis baru dan pengembangan 5 servis yang sebelumnya sudah ada. Pada tahap evaluasi, rancangan ini terbukti membuat pelanggan lebih nyaman dengan pesan pemasaran yang diterima.

<hr>

ABSTRACT

Big companies, especially telecommunication operator companies, usually has a system which is called Campaign Management System (CMS). This system will differentiate customers based on their profiles. Afterwards, customers, whose profiles are match with campaign definition, will receive particular marketing message, usually, via SMS.

However, there are a lot of complaints coming from customers regarding marketing message. Customers feel disturbed by those marketing messages they received. As a solution to the problem, this research is using One-to-One-Marketing concept.

This research is using a method which is called Design Science Research (DSR) to design new architecture of CMS. DSR is a research paradigm, especially in the field of Information Technology, which is used to

design an artifact as a solution of actual problem in real life.

This research produced CMS architecture design which apply One-to-One Marketing concept. Compared to existing CMS, there are 9 new services and 5 enhanced services. In evaluation phase, this design was proved to be able to make customers feel more comfortable with marketing messages.