

ANALISIS BIAYA PROYEK PENAMBAHAN LAYANAN PADA CALL CENTER YANG MELAYANI DELIVERY ORDER DI PT XYZ

Rida Zuraida

Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Bina Nusantara University
Jl. K.H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480
rzuraida@binus.edu

ABSTRACT

Call center service is a separated business unit in PT XYZ, a fast food industry company, which served product information and delivery order. Regarding this business unit is also the profit center, so the usage of call center service as outbound call seems to help increasing company's profit. The research is done to see the function of new service in cost and estimated probable profit. The probable profit is based on payback period and rate of return of the additional project service. The result showed that there are 95.039 calls in a month that means about 9.504 data could be used for telesales, plus 2.851 additinal continuous calls. From the total calls in a month need to be invested to add position and additional telecommunication equipment for 10 positions. Based on the cost analysis and estimated earnings, payback period from this period is about 1 year 7 months in the amount of RoR for 3 years according to position level age as 53,7%.

Keywords: *call center, cost analysis, payback period, rate of return*

ABSTRAK

Layanan Call Center yang dijadikan unit bisnis tersendiri di PT XYZ yang bergerak di bidang industri makanan cepat saji, yang selama ini hanya melayani dua hal yaitu informasi produk dan pemesanan produk melalui jasa antar. Mengingat unit bisnis ini merupakan profit center, maka pemanfaatan layanan Call Center berupa panggilan keluar (outbound call) dipandang dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk melihat manfaat layanan baru dari segi biaya dan estimasi probabilitas profit yang dapat diperoleh perusahaan. Probabilitas profit yang dapat diperoleh perusahaan dilihat dari payback period dan rate of return proyek penambahan layanan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan dari rata-rata panggilan masuk perbulan sebanyak 95,039, sekitar 9.504 data dapat digunakan untuk kegiatan telesales, ditambah 2.851 panggilan kembali sebagai kegiatan lanjutan dari telesales. Dari jumlah panggilan per bulan diperlukan investasi untuk penambahan posisi dan penambahan perangkat telekomunikasi untuk 10 posisi. Berdasarkan analisis biaya dan estimasi pendapatan maka payback period dari proyek ini adalah sekitar 1 tahun 7 bulan dengan nilai ROR untuk 3tahun proyek berdasarkan usia perangkat posisi yaitu 53,7%.

Kata kunci: *call center, analisis biaya, payback period, rate of return*

PENDAHULUAN

Life cycle atau daur hidup sebuah perusahaan dapat tergambar dalam pertumbuhan laba perusahaan tersebut. Pada saat laba perusahaan tumbuh pesat, perusahaan bisa dikatakan berada pada posisi *growth* (pertumbuhan). Melambatnya pertumbuhan laba setelah masa pertumbuhan, menunjukkan perusahaan berada pada posisi *maturity* atau dewasa. Perusahaan yang cerdas dan punya visi ke depan, pada setiap tahap daur hidup selalu menyiapkan produk baru yang akan menjadi generasi berikutnya sebagai pengganti produk yang tengah tumbuh jika telah memasuki masa dewasa dan masa *decline*.

Pengertian produk baru tidak selalu berarti benar-benar baru atau tidak ada sebelumnya tetapi bisa juga merupakan pengembangan dari produk *existing* atau dipasarkan di pasar yang belum digarap sebelumnya. PT XYZ sebagai perusahaan yang bergerak di bidang makana cepat saji yang tengah mengejar pertumbuhan laba, menerapkan strategi keduanya yaitu berusaha menciptakan produk baru dalam pengertian memperoleh customer baru serta mengembangkan produk yang ada.

Pengembangan layanan ini dilakukan dalam rangka meningkatkan pendapatan serta memberikan umpan balik kepada pelanggan dan secara tidak langsung mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap PT XYZ. Mempertahankan loyalitas customer merupakan aktivitas yang penting dalam rangka mempertahankan customer existing. Karena seperti disebutkan oleh Kotler (1997) bahwa mempertahankan eksistensi customer akan jauh lebih mudah dan murah jika dibandingkan perusahaan harus mendapatkan pelanggan baru.

Ide dasar pengembangan layanan ini adalah bahwa Call Center PT XYZ tidak hanya harus pasif menunggu permintaan *delivery order* tetapi juga bisa proaktif. Berdasarkan kondisi layanan existing di mana Call Center PT XYZ sendiri memiliki data pelanggan yang sering melakukan *delivery order* melalui 14045, maka *customer service* McD dapat melakukan aktivitas *outbond call* berupa *call back* dan *teleselling* untuk menawarkan *delivery order* pada para pelanggannya.

Tulisan ini merupakan analisis mengenai pengembangan layanan panggilan keluar (*outbond call*) untuk unit bisnis *Delivery Service* PT XYZ dari sisi biaya. Adapun pengembangan layanan yang dimaksud adalah berupa panggilan keluar yang terdiri dari layanan *telesales* dan *call back Delivery Service* di PT XYZ.

Perumusan Masalah

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab beberapa rumusan masalah, yaitu: (1) berapa banyak panggilan yang gagal diterima oleh PT. X yang bisa menyebabkan *loss sale*; (2) berapa jumlah panggilan yang dapat dimanfaatkan untuk aktifitas panggilan keluar yang dapat menghasilkan peningkatan pendapatan; (3) berapa estimasi investasi, biaya operasional serta pendapatan yang bisa diperoleh dari penambahan layanan berupa panggilan keluar; (4) apakah proyek penambahan layanan memiliki nilai ekonomis berdasarkan analisis *payback period* dan *rate of return*.

Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, ada beberapa pembatasan masalah yang digunakan yaitu: (1) data yang dipergunakan merupakan data panggilan masuk ke PT XYZ selama 12 bulan; (2) biaya dihitung berdasarkan investasi perangkat telekomunikasi dan perangkat posisi bagi petugas *outbond* (panggilan keluar), serta biaya operasional yang diperlukan untuk menjalankan layanan;

(3) pendapatan dihitung berdasarkan probabilitas suksesnya panggilan keluar (*outbound call*) serta terjadinya transaksi dari panggilan keluar tersebut.

METODE

Pada penelitian ini, dilakukan pengumpulan panggilan masuk (*inbound calls*) selama 6 bulan yaitu berupa data *inbound calls* yang terlayani serta kategori jenisnya (informasi produk atau pemesanan produk), dan jumlah panggilan tak terjawab. Dari data panggilan yang tercatat ditentukan perkiraan data yang dapat digunakan untuk kegiatan *telesales* yaitu sebesar maksimum 10% rata-rata *inbound calls* dengan frekuensi pemesanan dari nomor pelanggan yang lebih dari 3 kali. Sedangkan data *callback* berupa 50% dari data panggilan yang tidak terjawab (*abandon calls*) pada jam sibuk (*peak hours*) berdasarkan kemungkinan jumlah data yang bisa ditelpon dalam waktu maksimum 30 menit setelah panggilan tidak terjawab setiap bulannya.

Setelah ditentukan jumlah perkiraan data pelanggan, maka dihitung jumlah posisi dan SDM yang diperlukan untuk penambahan layanan, estimasi biaya investasi, estimasi biaya operasional, serta estimasi pendapatan yang bisa diperoleh. Dengan menggunakan analisis *payback period* dan nilai ROR berdasarkan waktu proyek yaitu 3 tahun, maka dihitung analisis biaya proyek penambahan ini untuk melihat nilai kelayakannya.

Asumsi yang Digunakan

Perhitungan analisis biaya pada proyek ini menggunakan beberapa asumsi, yaitu: (1) Jumlah hari kerja per bulan 30 hari kerja; (2) jam kerja untuk melakukan *outbound* = 5 jam, yaitu dari pukul 10.30 - 12.30 untuk *lunch offering* dan dari pukul 17.00- 20.000 untuk *dinner offering*; (3) maksimum waktu bicara = 3 menit; (4) kurs dollar \$1 = Rp. 9.000; (5) bunga pinjaman investasi 15% per tahun; (6) biaya percakapan merupakan biaya lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini, call yang masuk ke Call Center PT XYZ Didistribusikan kepada agen berdasarkan *skill* lokasi yaitu Jakarta, Bandung, Surabaya dan Bali. Total rata-rata *call* yang masuk ke *Call Center* dalam 6 bulan dari wilayah Jakarta adalah 107.401 call per bulan yang merupakan jumlah call terbesar yaitu sekitar 70% dari seluruh cabang PT.X di Indonesia. Dari hasil pengumpulan data berikut adalah rekapitulasi panggilan yang terjadi di Call Center PT. XYZ dari wilayah Jakarta adalah seperti pada Tabel 1.

Tabel 1 Data Traffic Call dalam 12 bulan

CALL TRAFFIC			
Bulan ke	Call Accepted	Call Answer	Call Abandon
1	141,923	118,928	22,995
2	205,739	178,270	27,469
3	96,710	89,929	6,781
4	81,722	75,255	6,467

5	85,606	80,858	4,748
6	83,259	80,115	3,144
7	104,309	98,783	5,526
8	77,358	75,149	2,209
9	68,951	66,836	2,115
10	102,625	91,929	10,696
11	108,279	104,539	3,740
12	81,551	79,878	1,673
Total	1,238,032	1,140,469	97,563
Rata-rata	103.169	95.039	8.130

Berdasarkan data tersebut maka jumlah panggilan yang menjadi target kegiatan *outbound* dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2 Target jumlah panggilan kegiatan outbound

Deskripsi	Jumlah Call /bln	% Target	Total
Callback dari Abandon Calls	8.130	50%	4.065
Call back dari Telesales	9.503	30%	2.851
Rata-rata inbound per bulan (untuk kegiatan telesales)	95,039	10%	9.503
Total data			16.419

Berdasarkan data dan asumsi tersebut maka dibutuhkan 4 posisi untuk kegiatan panggilan kembali sebagai akibat *callback* serta 6 posisi untuk aktifitas *telesales*.

Biaya yang diperlukan terdiri dari biaya investasi dan biaya operasional. Biaya investasi untuk 10 posisi diperlukan untuk penyediaan perangkat posisi (komputer, *workstation*, alat telekomunikasi posisi) termasuk renovasi ruangan. Untuk perangkat callcenter backend, tidak dihitung investasinya, dikarenakan perangkat sudah tersedia, layanan tambahan hanya akan menambah tingkat utilisasi peralatan tersebut. Daftar perangkat yang memerlukan investasi tertera dalam Tabel 3.

Aplikasi *outbound* ini diperlukan untuk aktivitas teleselling dan harus memiliki kemampuan untuk: (1) *cleansing* data transaksi pada data base PT XYZ dengan parameter yang telah ditentukan untuk menghasilkan data bagi aktivitas teleselling; (2) melaporkan aktivitas teleselling baik itu berhasil tersambung, tidak berhasil tersambung dengan alasannya, keberhasilan terjadinya transaksi atau tidak, serta tingkat performansi *call* dan nilai transaksi.

Tabel 3 Item Investasi Layanan Tambahan

Item Investasi	Jumlah unit
PC	10
Telset & Headset analog	10
Aplikasi outbound	1
Workstation+ kursi	10
Ruangan (35m ²)	1

Biaya operasional termasuk biaya telekomunikasi, biaya SDM, biaya ATK, Air Minum, Listrik, Sewa Gedung, serta pemeliharaan peralatan. Dengan terselenggaranya layanan outbond berupa call back dan teleselling sebagai layanan tambahan, maka akan mendorong kenaikan call yang masuk ke no akses PT.XYZ. Kenaikan *call* ini di masa yang akan mendorong penambahan posisi layanan inbound terutama untuk pemesanan jasa layanan antar.

Kenaikan *call* yang masuk ke nomor akses PT XYZ dapat terjadi karena pelanggan melakukan pemesanan *delivery order* di waktu lain sebagai dampak, yaitu: (1) aktivitas telleseling yang tidak berhasil tetapi menjadi *reminding call* bagi pelanggan; (2) puasnya pelanggan atas layanan *delivery order* PT XYZ setelah terjadi transaksi melalui aktivitas *teleselling* atau pun *call back*.

Aktivitas *teleselling* ini dilakukan dengan asumsi tingkat keberhasilan adalah 50% atau 4.751 transaksi serta kegiatan Callback (inbound dan Telesales) adalah 60% dengan jumlah pemesanan jasa layanan antar per *call* minimal Rp. 15,000,00. Diasumsikan terjadi kenaikan jumlah call per tahun minimal 10% serta pertumbuhan biaya operasional 7%. Berdasarkan estimasi tersebut maka diperoleh bahwa perkiraan Laba Rugi proyek seperti pada Tabel 4, nilai ditampilkan dalam persentase terhadap estimasi pendapatan di tahun pertama untuk menjaga kerahasiaan data perusahaan.

Tabel 4 Laba Rugi Proyek

No.	URAIAN	TAHUN PROYEK		
		1	2	3
1	Pendapatan	100%	110%	121%
2	Biaya Operasi	62%	69%	75%
	Biaya Penyusutan	16%	16%	16%
3	Laba Sebelum Bunga dan Pajak	22%	26%	30%
4	Bunga	7%	5%	2%
5	Laba Sebelum Pajak	15%	21%	28%
6	Pajak (30 %)	5%	6%	8%
7	Laba / Rugi Sesudah Pajak	11%	15%	19%

Berdasarkan perhitungan Laba Rugi, maka dapat dihitung arus kas keuangan proyek, data ditampilkan dalam persentase terhadap total pendapatan di tahun pertama. Sehingga dapat dihitung nilai NPV dari Proyek sebesar 277% terhadap pendapatan di tahun pertama, dengan menggunakan discounted factor 18%, waktu pengembalian investasi (payback period) adalah 1 tahun 74 bulan dan nilai Rate of Return Proyek (ROR) sebesar 53,7%. Berdasarkan Analisis Biaya tersebut maka proyek penambahan layanan pada Call Center PT. X memiliki nilai probabilitas profit di masa yang akan datang dan memiliki kelayakan untuk dijalankan oleh PT XYZ.

Tabel 2 Cashflow, NPV, IRR dan Payback period

KETERANGAN	Thn Ke	Thn Ke	Thn Ke	Thn Ke
	0	1	2	3
NET INCOME		100%	140%	183%
DEPRESIASI		147%	147%	147%
BUNGA		66%	44%	22%

KAS DARI OPERASI		313%	332%	352%
INVESTMENT IN WORKING CAPITAL	-441%			-
KAS BERSIH	-441%	313%	332%	352%
NET KUMULATIF CF	-441%	-128%	204%	556%
P.V	-441%	265%	238%	214%
KUMULATIF	-441%	-176%	62%	277%
NPV	277%			
DISCOUNT FACTOR	1	0.847458	0.718184	0.608631
	18%	1.00	0.74	0.00
IRR	53.70%			
		PAYBACK PERIOD	1.74 Thn	

PENUTUP

Layanan di call center PT XYZ yang semula hanya melayani inbound berupa pemberian informasi dan penerimaan pesanan layanan antar, layak untuk ditambah berupa layanan outbound yang bertujuan untuk menambah pendapatan perusahaan melalui aktivitas *callback* panggilan yang tidak terjawab, serta telesales untuk penawaran produk terhadap pelanggan tetap perusahaan PT XYZ. Pada jangka panjang, mengingat positioning serta *image* PT XYZ di masyarakat yang cukup bagus, serta kebutuhan akan *delivery order* di masyarakat perkotaan- layanan outbound yang ditawarkan ini memiliki prospek yang baik dan memungkinkan adanya penambahan posisi di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Hurst, C. G. (2008). Sustainable telemarketing? A new theory of consumer behavior. *Direct Marketing: An International Journal*, 2008 vol. 2, issues 2 (pp. 11-14).
- Kislik, L. (2004). Turn customer service calls into customer research connection. *Target Marketing*. Philadelphia: Apr 2004. Vol. 27, Iss. 4; (pp. 36-37).
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2005). *According to Kotler*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Sullivan, W. G., Wicks, E. M., & Koelling, C. P. (2009). *Engineering economy* (14th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Syamsudin, L. (1985). *Manajemen keuangan perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.