

## Resume Pertemuan 15

### 1. Enterprise Resource Planning (ERP)

- 1.1 Definisi:** ERP adalah sistem informasi yang dirancang untuk mengkoordinasikan semua sumber daya, informasi, dan aktivitas yang diperlukan untuk proses bisnis perusahaan.
- 1.2 Fungsi:** Mengintegrasikan semua departemen dan fungsi perusahaan ke dalam satu sistem komputer yang memenuhi kebutuhan seluruh departemen, termasuk penjualan, HRD, produksi, dan keuangan.
- 1.3 Komponen Aplikasi ERP:** Membantu dalam pengambilan keputusan dengan parameter terukur seperti penurunan inventory, pengurangan personel, percepatan laporan keuangan.
- 1.4 Manfaat ERP**
  - **Kualitas dan Efisiensi:** Mengintegrasikan dan meningkatkan proses internal perusahaan, meningkatkan kualitas dan efisiensi layanan pelanggan, produksi, dan distribusi.
  - **Penurunan Biaya:** Mengurangi biaya pemrosesan transaksi, perangkat keras, perangkat lunak, dan dukungan IT staf.
  - **Pengambilan Keputusan:** Menyediakan informasi lintas-fungsional bagi manajer untuk meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan.
  - **Keleluasaan Perusahaan:** Memperluas batas departemen dan fungsi dalam proses bisnis, sistem informasi, dan sumber informasi.

## **2. Customer Relationship Management (CRM)**

**2.1 Definisi:** CRM adalah strategi bisnis untuk meningkatkan layanan, kepuasan pelanggan, dan mendapatkan pelanggan baru, serta untuk mendapatkan keuntungan.

## **3. Supply Chain Management (SCM)**

**3.1 Definisi:** SCM adalah manajemen aliran barang atau produk dalam rantai pasokan.

### **3.2 Tujuan:**

- Pengiriman produk tepat waktu untuk memuaskan konsumen.
- Mengurangi biaya.
- Meningkatkan hasil seluruh rantai pasokan.
- Mengurangi waktu.
- Memusatkan kegiatan perencanaan dan distribusi.

## **4. Promosi di Era Digital**

**4.1 Promosi:** Usaha untuk memberitahukan atau menawarkan produk/jasa guna menarik calon konsumen.

### **4.2 Sarana Promosi Bisnis:**

- Instant Messaging
- Email
- Social Networking
- Instant Messenger

## **5. Digital Marketing**

**5.1 Definisi:** Upaya perusahaan untuk memasarkan produk melalui internet dan media komunikasi digital lainnya (email, website, media sosial, iklan internet, video, gambar, dll).

**5.2 Kategori:** Beberapa jenis/kategori digital marketing tersedia dalam sumber eksternal yang disebutkan.

### 5.3 **Keuntungan:**

- Menghubungkan produsen dengan konsumen secara cepat tanpa batas ruang dan waktu.
- Biaya lebih murah dibanding marketing tradisional.
- Memberikan kesempatan bagi pengusaha mikro untuk branding dan bersaing dengan perusahaan makro.

### 5.4 **Kelemahan:**

- Mudah ditiru oleh kompetitor.
- Bergantung pada teknologi internet.
- Tidak semua orang paham internet.
- Tidak semua produk cocok untuk pemasaran digital.
- Keterbukaan yang memungkinkan feedback negatif di sosial media mempengaruhi reputasi produk.
- Sulit diterapkan tanpa pengetahuan dan pengalaman.