

Customer Relationship Management

Customer Relationship Management (CRM) merupakan cara memfokuskan strategi dengan menjaga hubungan dengan konsumen (pelanggan) secara efektif dan efisien sehingga hubungan tersebut menjadi hubungan seumur hidup (*lifetime*) yang menguntungkan. Sasaran utama dari CRM adalah untuk meningkatkan pertumbuhan jangka panjang dan keuntungan perusahaan melalui pemahaman yang lebih baik terhadap kebiasaan pelanggan. Sedangkan tujuan CRM adalah untuk menyediakan umpan balik yang lebih efektif dan integrasi lebih baik dengan pengendalian *return on investment* di area ini.

Fungsi CRM dalam perusahaan:

1. Menyediakan dukungan pelanggan yang sempurna
2. Menangani keluhan/komplain pelanggan
3. Mencatat dan mengikuti semua aspek dalam penjualan
4. Membuat informasi holistik tentang informasi layanan dan penjualan dari pelanggan

Kendala-kendala CRM :

1. Pada aplikasi teknologi informasi, terbuangnya fitur-fitur yang ditawarkan teknologi informasi dengan percuma
2. Tetap ada pelanggan yang mengeluh
3. Staf penjualan dan pemasaran masih saling menyembunyikan data
4. Hubungan dengan pelanggan tetap transaksional
5. Tidak ada peningkatan efisiensi dalam perusahaan (masih stagnan/jalan di tempat)

Dimensi CRM dibagi menjadi 3, yakni:

1. Strategic CRM, membahas tentang nilai-nilai pelanggan, target dan segmentasi pasar, perbedaan yang kompetitif
2. Analytical CRM, membahas tentang *software* dan *hardware* untuk CRM, *pareto analysis*, *profitability analysis* dll., penambahan data dan analisis statistik
3. Operasional CRM, membahas tentang *customer service*, *customer database*, *customer data capture*

Peranan penting CRM dalam korporasi

1. Meningkatkan nilai perusahaan guna mempertahankan pelanggan yang ada
2. Membantu dalam mengembangkan produk
3. Meningkatkan performa *customer service*

Perencanaan CRM dalam Sistem Informasi

1. Fungsi Operasional
2. Fungsi monitoring dan kendali
3. Fungsi perencanaan dan pengambilan keputusan
4. Fungsi interoganisasional
5. Fungsi komunikasi

Tahapan CRM :

1. Mendapatkan pelanggan baru, memberikan kemudahan pengaksesan informasi, inovasi, dan pelayanan yang menarik
2. Mempertahankan pelanggan dan berusaha memenuhi keinginan pelanggan
3. Meningkatkan hubungan pelanggan yang ada melalui pemberian pelayanan yang terbaik terhadap

pelanggannya

4. Kembali ke no 1

Pengembangan CRM :

1. *In bound marketing*, sebuah konsep yang disajikan perusahaan untuk dapat menarik prospek agar datang kepada mereka dibandingkan dengan perusahaan yang pergi keluar untuk menari prospek tersebut
2. *Customer Service Media Social*, cara ini lebih mudah dibandingkan metode konvensional yaitu menelepon ke layanan panggilan yang dapat menghabiskan lebih banyak waktu, usaha, dan biaya

Enterprise Resource Planning

ERP adalah sebuah sistem informasi untuk mengoordinasi semua sumber daya informasi dan aktifitas yang diperlukan untuk proses bisnis dan didasarkan pada database serta rancangan perangkat lunak modular. Implementasi Sistem Informasi berbasis ERP adalah suatu arsitektur software yang memiliki tujuan untuk memfasilitasi aliran informasi di antara seluruh fungsi-fungsi bisnis di dalam batas organisasi/perusahaan dan mengelola hubungan dengan pihak stakeholder di luar perusahaan

Tujuan ERP:

1. Otomatisasi dan integrasi banyak proses bisnis
2. Membagi database yang umum dan praktek bisnis melalui *enterprise*
3. Menghasilkan informasi secara *real-time*
4. Memungkinkan perpaduan proses transaksi dan kegiatan perencanaan

Fungsi ERP:

1. Mendefinisikan produk
2. Strategi produksi untuk mengantisipasi kebutuhan sesuai permintaan
3. Menentukan tipe hubungan antara *sales order* dan *supply order*
4. Pendekatan sistem penjadwalan yang baik
5. Pendekatan terhadap proses produksi praktis

Modul standar ERP terdiri dari enam macam, antara lain:

1. Keuangan; akuntansi finansial untuk mengumpulkan dan mengelola seluruh data finansial, kontrol untuk mengolah data-data, *fixed asset management* untuk mendukung pekerjaan pengadaan pemeliharaan, penjualan, penghapusan, penarikan hingga depresiasi nilai aktiva
2. Logistik, digunakan untuk memproses pengadaan, penjualan, dan distribusi logistik yang digunakan oleh perusahaan
3. Sumber daya manusia, merupakan aset terbesar perusahaan yang memerlukan pengelolaan yang baik dan terukur mulai dari perekrutan, penjadwalan, serta pemrosesan gaji
4. *Business process support*, digunakan sebagai kendali atas setiap unit fungsi yang ada di dalam perusahaan
5. Manajemen rantai suplai, proses perencanaan hingga optimasi penyimpanan dan penggunaan logistik sangat membantu dalam memperbaiki prediksi permintaan serta efisiensi dalam perusahaan
6. *E-commerce support*, produsen dapat langsung berhadapan dengan pengguna akhirnya yang berakibat pada pengurangan biaya yang cukup signifikan

Sejarah ERP:

1960(*Material Requirement Planning*)-Konsep perencanaan kebutuhan material(cikal bakal ERP)

1970(*Close-loop MRP*)-Terdiri atas alat bantu penyelesaian masalah prioritas dan adanya rencana yang dapat diubah jika diperlukan

1980(*Manufacturing Resource Planning*)-Ditambah dengan perencanaan penjualan dan informasi, antarmuka keuangan, dan simulasi analisis dari kebutuhan yang diperlukan

1990(ERP)-Perluasan pada proses bisnis diantaranya integrasi keuangan, manajemen rantai suplai, menjadi lintas batas fungsional organisasi serta perusahaan dilakukan secara mudah

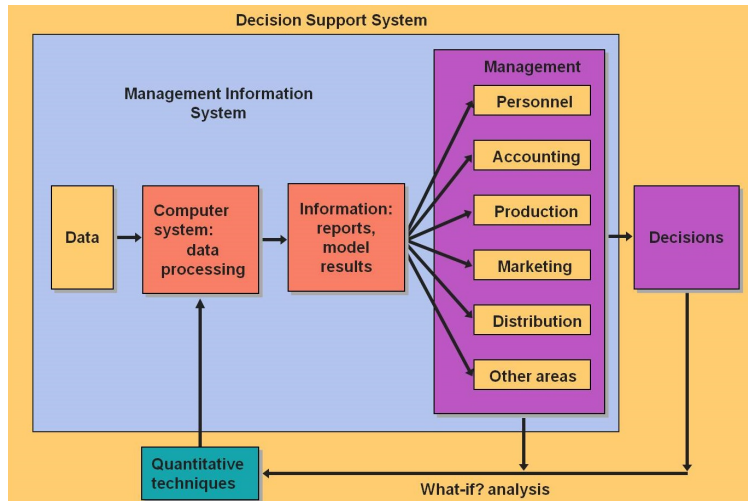
2000(*Extended ERP*)-ERP yang lebih kompleks

Peran pentingnya dalam korporasi:

1. Peningkatan kualitas dan efisiensi

2. Membantu menurunkan biaya produksi
3. Membantu pengambilan keputusan
4. Membuat sistem terintegrasi
5. Perusahaan lebih fleksibel
6. Memudahkan ekstraksi informasi
7. Menghasilkan informasi
8. Menciptakan struktur organisasi
9. Menjamin seluruh aktivitas perusahaan

Sistem Pendukung Keputusan



Sistem pendukung keputusan merupakan sebuah sistem yang mampu memberikan kemampuan pemecahan masalah maupun kemampuan pengomunikasian untuk masalah dengan kondisi semi terstruktur dan tak terstruktur.

Tujuan SPK:

1. Membantu manajer dalam mengambil keputusan
2. Meningkatkan kualitas dan produktivitas perusahaan
3. Membantu perusahaan untuk beradaptasi dengan tantangan-tantangan baru

Manfaat SPK:

1. Memperluas kemampuan pengambilan keputusan dalam memproses data/informasi bagi pemakainya
2. Membantu pengambil keputusan untuk memecahkan masalah terutama berbagai masalah yang kompleks dan tidak terstruktur
3. Dapat menghasilkan solusi dengan lebih cepat sehingga hasilnya dapat diandalkan

Karakteristik SPK:

1. Mendukung manajer di semua level
2. Mendukung individu dan kelompok
3. Keputusan yang saling tergantung atau sekuensial
4. Mendukung intelegensi bisnis
5. Dapat diadaptasi dan fleksibel
6. Mendukung berbagai proses dan gaya keputusan
7. Kemudahan pengguna interaktif
8. Menekankan pada efektifitas bukan efisiensi
9. Mengatasi masalah semi terstruktur dan tidak terstruktur
10. Manusia mengontrol mesin
11. Kemudahan pengembangan oleh pengguna aktif
12. Pemodelan dan analisis
13. Akses data
14. Standalone, berintegrasi dan berbasis cloud

Peranan Sistem Informasi dalam Sistem pendukung keputusan:

1. Menggabungkan data, model-model dan alat-alat analisis yang kompleks
2. Perangkat lunak yang akrab dengan tampilan pengguna ke dalam satu sistem yang memiliki kekuatan besar yang dapat mendukung pengambilan keputusan yang tidak terstruktur dan semi terstruktur

Pengembangan Sistem Informasi untuk SPK

Sistem informasi manajemen adalah jaringan prosedur pengolahan data yang dikembangkan dalam suatu sistem dengan maksud memberikan informasi kepada manajemen, sebagai dasar pengambilan keputusan.

Memandang bahwa nilai dan informasi amatlah berharga, oleh karena itu harus dikelola dengan baik

E - Business

Electronic Business adalah suatu kegiatan bisnis maupun jual beli yang dilakukan melalui perangkat elektronik/dengan internet sehingga persamaan dapat langsung berinteraksi dengan *customer*, *supplier*, maupun rekan bisnisnya.

Peran penting E-business dalam korporasi:

1. Mempercepat dan mempermudah dalam proses transaksi jual-beli produk
2. Mempermudah berinteraksi dengan pelanggan
3. Memperluas pangsa pasar

Ciri-ciri E-business:

1. Berorientasi pada hasil
2. Fleksibel
3. Konseptual
4. Terpusat

Jenis-jenis E-business:

1. Business to business
2. Business to customer
3. Customer to customer
4. Customer to business
5. Government to business
6. Business to government
7. Government to government

Perkembangan E-business:

1. Tahun 1970-an. Aplikasi E-business pertama kali dikembangkan dan digunakan sebagai transaksi pembayaran melalui internet yang disebut dengan *Electronic Fund Transfer*
2. Tahun 1990-an. Teknologi WWW diterapkan dalam e-business
3. Tahun 2000-an. Semakin banyak perusahaan asing dan lokal beralih ke e-business dalam memasarkan produk-produknya melalui internet

Evolusi E-business:

1. Fase Inovasi(1995-2000). E-business dijelaskan berdasarkan pada perkembangan teknologi, seperti internet, komunikasi pertukaran data dsb,
2. Fase Konsolidasi (2001-2006). E-business dijalankan pada perencanaan bisnis, sehingga strategi yang dilakukan ialah perpaduan antara strategibisnis konvensional dan teknologi online
3. Fase Re-inovasi (2006-sekarang). E-business dijalankan engan didasarkan pada pelanggan komunitas organisasi bisnis dan audiens. Dengan demikian para organisasi bisnis memberikan perhatian kepada siapa sebenarnya pelanggan mereka.

Keamanan dan Pengendalian Sistem Informasi

Tujuan keamanan sistem informasi adalah untuk mencapai kerahasiaan, ketersediaan dan integritas dari sebuah sistem. Kerentanan suatu sistem adalah kecacatan dari suatu sistem yang dapat timbul pada saat mendesain, menetapkan prosedur, mengimplementasikan maupun mencari kelemahan atas kendali sistem yang ada sehingga memicu tindakan pelanggaran oleh pelaku yang mencoba menyusup ke dalam sistem tersebut. Pendekatan kerentanan sistem informasi ada 3 yakni, preventif, detektif, dan korektif. Ancaman sistem informasi juga ada 3 yakni, manusia, alam, dan lingkungan.

Pengendalian Sistem Informasi:

1. Perencanaan
2. Analisis
3. Desain
4. Implementasi
5. Maintain
6. Kembali ke no 1

Tindakan Pengendalian Sistem Informasi:

1. Kontrol proses pengembangan sistem (fase perencanaan dan analisis, fase desain dan implementasi, operasi dan kontrol)
2. Kontrol desain sistem (dokumentasi sumber, kewenangan, pembuatan input komputer, penanganan kesalahan, penyimpanan dokumen sekunder)
3. Kontrol pengoperasian sistem (struktur organisasi, kontrol perpustakaan, kontrol lingkungan dan keamanan fasilitas, pemeliharaan peralatan)

Peranan Strategis Teknologi Informasi

Perusahaan merupakan sistem fisik yang dikelola dengan suatu sistem konseptual. Perusahaan merupakan sistem tertutup : dikendalikan untuk mencapai tujuan dengan menggunakan sistem umpan balik. Sistem terbuka : berhubungan langsung dengan lingkungannya yang merupakan sumber pengambilan sumber daya diubah menjadi produk dan jasa

Aliran Sumber Daya Lingkungan

Beberapa sumber daya mengalir lebih cepat daripada lainnya, paling sering yakni arus informasi dari pelanggan dan arus material kepada pelanggan. Paling jarang adalah arus material ke pemasok (pengembalian) dan arus pekerja ke pesaing. Satu-satunya sumber daya yang menghubungkan perusahaan dengan semua elemen lingkungan adalah informasi

Peranan Teknologi Informasi dalam Organisasi

1. *Looking inward* : Perbaikan proses dan struktur di dalam organisasi, *business process reengineering*, dan restrukturisasi organisasi
2. *Looking outward* : Peningkatan penjualan produk/jasa dan layanan (untuk meningkatkan keunggulan kompetitif)
3. *Looking across* : Hubungan dengan/antar organisasi lain (IOS dengan EDI)

Penggunaan *MarketSpace*

MarketSpace mengutamakan informasi mengenai barang/jasa tersebut sedangkan *MarketPlace* mengutamakan tempat di mana barang/jasa tersebut berada

Sumber Daya Informasi

1. Pandangan awal : Mengelola data (input) dengan bantuan komputer
2. Pandangan baru : Mengelola sumber daya yang menghasilkan informasi

Perencanaan strategis sumber daya informasi

1. Transformasi kumpulan strateg, kumpulan strategi organisasi dan kumpulan strategi SIM komputer -> mengelola informasi yang dimiliki
2. Memiliki kekurangan yakni, bidang fungsional tidak selalu memiliki sumber daya untuk menjamin tercapainya tujuan strategis perusahaan