



MENCAPAI KEUNGGULAN OPERASIONAL DAN KEDEKATAN DENGAN PELANGGAN: APLIKASI PERUSAHAAN





Hello!

AHMAD WAFA MANSUR





MATERI

9.1 SISTEM
PERUSAHAAN

9.2 SISTEM
MANAJEMEN
RANTAI
PASOKAN

9.3 SISTEM
MANAJEMEN
HUBUNGAN
PELANGGAN

9.4 APLIKASI
PERUSAHAAN:
PELUANG DAN
TANTANGAN
BBARU



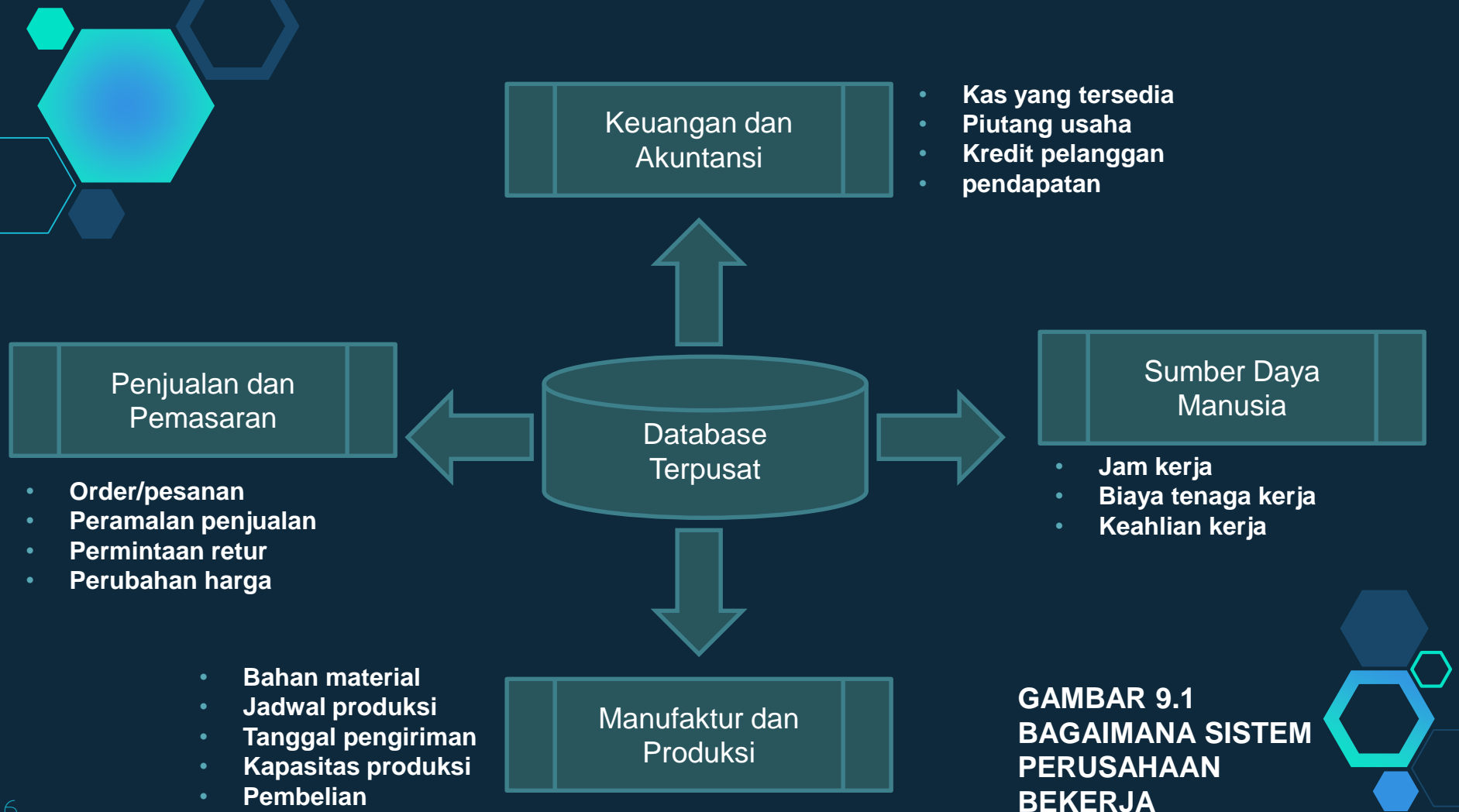
A decorative graphic on the left side of the slide. It consists of a large cyan hexagon in the center, surrounded by several smaller hexagons of varying shades of blue and cyan. Some of these smaller hexagons contain white icons: a lightbulb, a thumbs-up, a smartphone, a magnifying glass, and a gear. There is also a network-like icon with a central node and several connecting lines. The entire graphic is set against a dark blue background.

9.1

SISTEM PERUSAHAAN

APA ITU SISTEM PERUSAHAAN?

- ◆ Sebelumnya di bab 2 memperkenalkan sistem perusahaan, juga dikenal sebagai sistem perencanaan sumber daya perusahaan (enterprise resource planning / ERP), yang didasarkan pada rangkaian modul perangkat lunak terpadu dan database pusat umum.
- ◆ Database mengumpulkan data dari berbagai divisi dan departemen di perusahaan, dan dari sejumlah besar proses bisnis utama di bidang manufaktur dan produksi, keuangan dan akuntansi, penjualan dan pemasaran, dan sumber daya manusia, membuat data tersedia untuk aplikasi yang mendukung hampir semua dari aktivitas bisnis internal organisasi.
- ◆ Ketika informasi baru dimasukkan dalam satu proses, informasi tersebut segera tersedia untuk proses bisnis lainnya. Manajemen dapat memperoleh informasi kapan saja tentang bagaimana bisnis beroperasi. Sistem juga bisa menghasilkan data perusahaan untuk analisis manajemen biaya produk dan profitabilitas.



**GAMBAR 9.1
BAGAIMANA SISTEM
PERUSAHAAN
BEKERJA**



PERANGKAT LUNAK PERUSAHAAN

Perangkat lunak perusahaan dibangun di sekitar ribuan proses bisnis yang telah ditetapkan yang mencerminkan praktik terbaik. Perusahaan yang menerapkan perangkat lunak ini pertama-tama harus memilih fungsi sistem yang ingin mereka gunakan dan kemudian memetakan proses bisnis mereka ke proses bisnis yang telah ditetapkan dalam perangkat lunak.






PERANGKAT LUNAK PERUSAHAAN

- ❖ Perusahaan akan menggunakan tabel konfigurasi yang disediakan oleh produsen perangkat lunak untuk menyesuaikan aspek tertentu. Misalnya, perusahaan dapat menggunakan tabel untuk memilih apakah ingin melacak pendapatan menurut lini produk, unit geografis, atau saluran distribusi.
- ❖ Vendor perangkat lunak perusahaan terkemuka meliputi SAP, Oracle, IBM, Infor Global Solutions, dan Microsoft. Terdapat versi-versi dari paket perangkat lunak perusahaan yang anjang bagi perusahaan skala kecil dan menengah serta versi yang diminta, meliputi layanan perangkat lunak yang dijalankan berdasarkan sistem cloud.





NILAI BISNIS SISTEM PERUSAHAAN



Sistem perusahaan memberikan nilai baik dengan meningkatkan efisiensi operasional dan dengan menyediakan informasi yang lengkap untuk membantu manajer membuat keputusan yang lebih baik.

Perusahaan besar dengan banyak unit operasi di lokasi yang berbeda telah menggunakan sistem perusahaan untuk menerapkan praktik dan data standar sehingga setiap orang melakukan bisnis dengan cara yang sama di seluruh dunia.

Sistem perusahaan memberikan banyak informasi berharga untuk memperbaiki pengambilan keputusan manajemen.

Kantor pusat perusahaan memiliki akses terhadap data penjualan, inventaris, dan produksi yang up to date dan menggunakan informasi ini untuk menghasilkan perkiraan penjualan dan produksi yang lebih akurat.

Perangkat lunak perusahaan mencakup alat analisis untuk menggunakan data yang ditangkap oleh sistem untuk mengevaluasi keseluruhan kinerja organisasi.





9.2

SISTEM MANAJEMEN RANTAI PASOKAN



“ Dengan produk dan jasa yang lebih kompleks maka perlu koordinasi ratusan atau lebih aktivitas dari perusahaan untuk melakukan kegiatan produksi. Maka Sistem Manajemen Rantai Pasokan (Supply chain management – SCM) digunakan untuk mengatasi permasalahan mengenai kerumitan dan skala rantai pasokan.



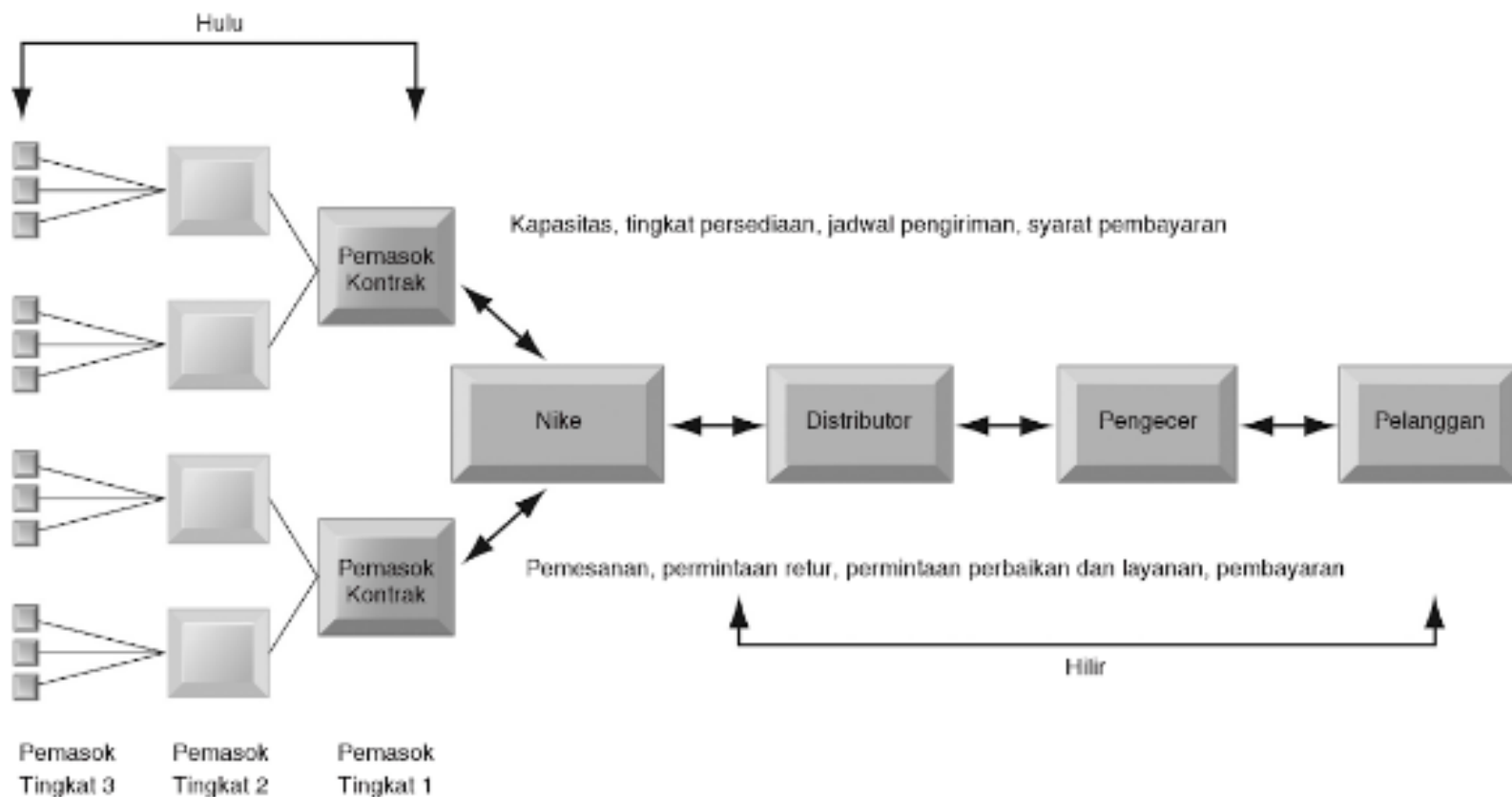


RANTAI PASOKAN

Rantai pasokan (supply chain) perusahaan merupakan jaringan organisasi dan proses bisnis untuk pengadaan bahan mentah, mengubah bahan mentah tersebut menjadi setengah jadi atau barang jadi, dan mendistribusikan barang jadi kepada pelanggan. Rantai pasokan menghubungkan pemasok, pabrik, pusat distribusi, toko eceran, dan pelanggan untuk menyediakan barang dan jasa dari sumber melalui konsumsi. Bahan baku, informasi, dan pembayaran mengalir melalui rantai pasokan ke dua arah.



FIGUR 9-2 RANTAI PASOKAN NIKE






RANTAI PASOKAN NIKE

- ◇ Gambar 9-2 memberikan ilustrasi sederhana dari Rantai pasokan Nike untuk sepatu; menunjukkan aliran informasi dan bahan antara pemasok (supplier), Nike, distributor Nike, pengecer (retailer), dan pelanggan (customer).
- ◇ Produsen kontrak Nike (contract supplier) adalah pemasok utama (Tier 1). Pemasok sol, mata ikan, bagian atasnya, dan tali adalah (Tier 2) pemasok sekunder. Pemasok untuk pemasok ini adalah tersier (Tier 3) pemasok.
- ◇ Bagian hulu (upstream) dari rantai pasokan termasuk pemasok perusahaan, pemasok-pemasok dan proses untuk mengelola hubungan dengan mereka.
- ◇ Bagian hilir (downstream) dari rantai pasokan terdiri dari organisasi dan proses untuk mendistribusikan dan memberikan produk kepada pelanggan akhir.



SISTEM INFORMASI DAN MANAJEMEN RANTAI PASOKAN



❖ Inefisiensi dalam rantai pasokan, seperti:

1. bagian kekurangan,
2. kapasitas pabrik kurang dimanfaatkan,
3. persediaan barang jadi berlebihan,
4. atau biaya transportasi yang tinggi.

Hal ini disebabkan oleh informasi yang tidak akurat atau terlalu cepat.

- ❖ Jika produsen memiliki informasi yang sempurna tentang persis berapa banyak unit pelanggan produk inginkan, ketika mereka ingin mereka, dan ketika mereka bisa diproduksi, akan ada kemungkinan untuk menerapkan strategi yang sangat efisien *just-in-time*. Komponen akan tiba tepat pada saat mereka dibutuhkan dan barang jadi akan dikirim saat mereka meninggalkan jalur perakitan.





- ✓ Salah satu masalah yang sering muncul dalam manajemen rantai pasokan adalah efek bullwhip (bullwhip effect), dimana informasi mengenai permintaan suatu produk menyimpang dari biasanya ketika melewati satu entitas ke entitas selanjutnya di sepanjang rantai pasokan.
- ✓ Efek ini dapat dikurangi dengan mengurangi ketidakpastian mengenai permintaan dan penawaran ketika seluruh anggota rantai pasokan memiliki informasi yang akurat dan terkini. Sistem manajemen rantai pasokan menyediakan informasi yang membantu anggota rantai pasokan untuk mengambil keputusan mengenai pembelian dan penjadwalan yang lebih baik.





PERANGKAT LUNAK MANAJEMEN

Perangkat lunak rantai pasokan diklasifikasikan sebagai perangkat lunak baik untuk membantu bisnis rencana rantai pasokan mereka (perencanaan rantai pasokan) atau perangkat lunak untuk membantu mereka menjalankan langkah-langkah rantai pasokan (supply chain).

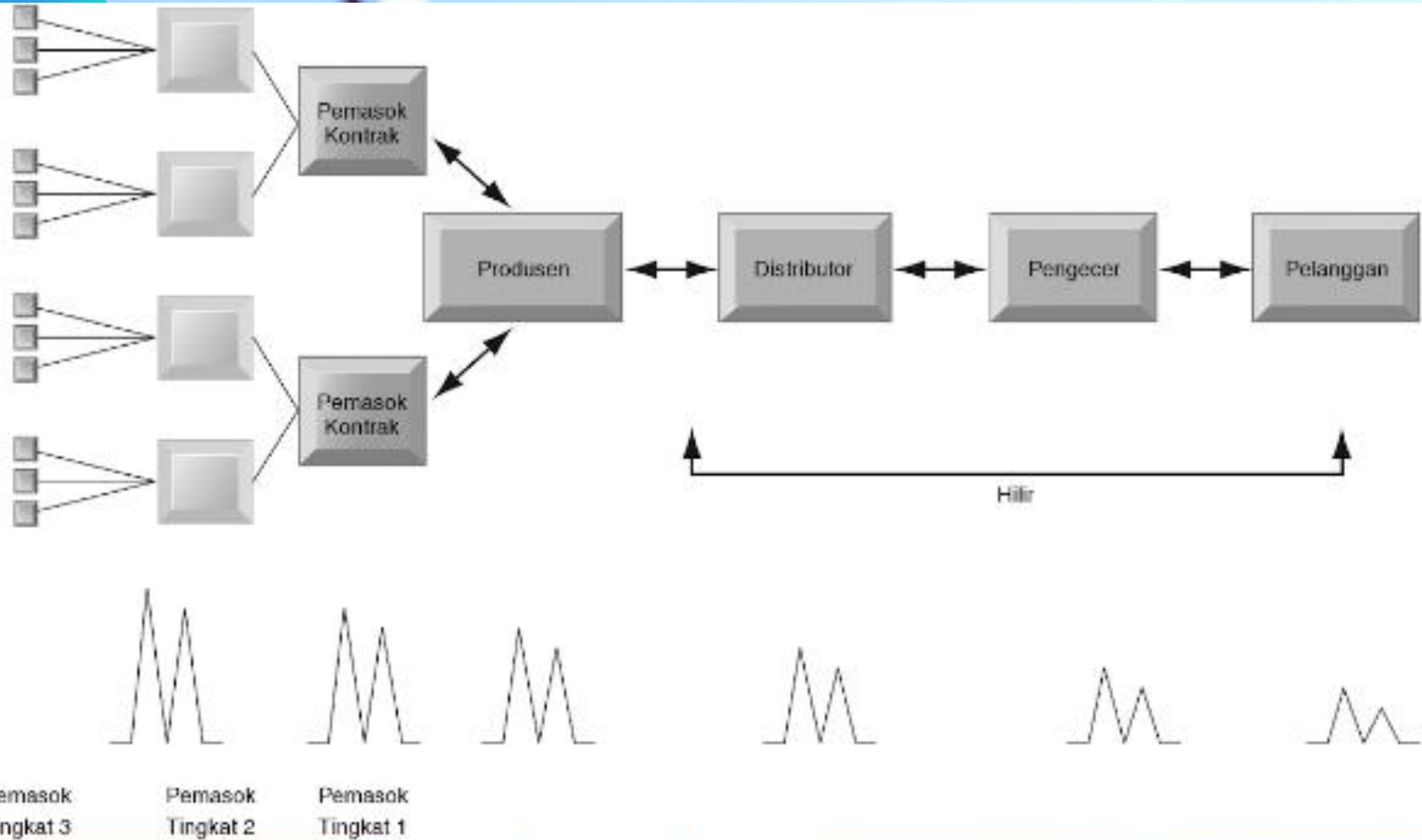
Sistem perencanaan rantai pasokan memungkinkan perusahaan untuk model rantai pasokan yang ada, menghasilkan perkiraan permintaan untuk produk, dan mengembangkan sumber dan manufaktur rencana optimal.

Sistem seperti membantu perusahaan membuat keputusan yang lebih baik seperti:

1. menentukan berapa banyak produk tertentu untuk memproduksi dalam jangka waktu tertentu;
2. membangun tingkat persediaan bahan baku, produk antara, dan barang jadi;
3. menentukan tempat untuk menyimpan barang jadi; dan
4. mengidentifikasi modus transportasi yang akan digunakan untuk pengiriman produk.



GAMBAR 9.3 EFEK BULLWHIP






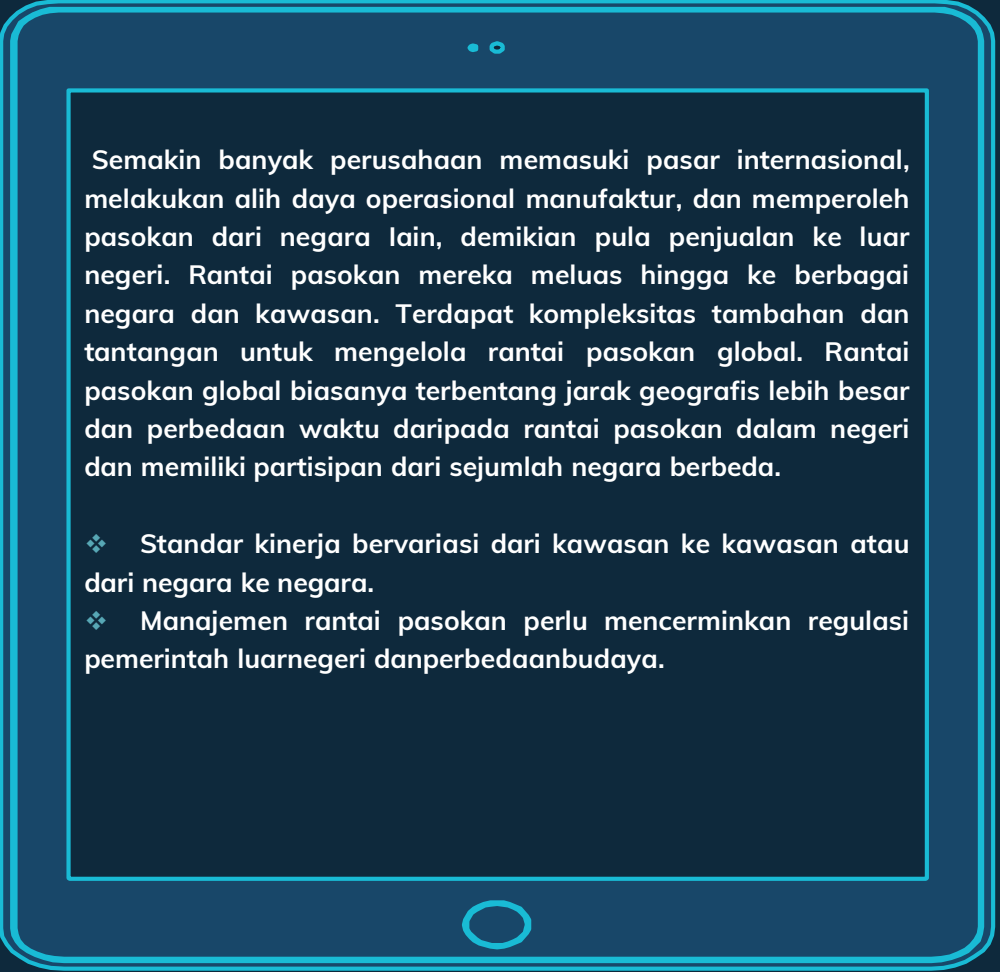
RANTAI PASOKAN GLOBAL DAN INTERNET

Sebelum adanya internet, koordinasi rantai pasokan terhambat oleh kesulitan dalam membuat informasi bergerak secara perlahan di berbagai sistem rantai pasokan internal untuk pembelian, pengelolaan bahan mentah, produksi, dan distribusi. Selain itu, dalam berbagi informasi dengan rantai pasokan eksternal karena sistem pemasok, distributor/ penyedia logistic didasarkan pada standar dan platform teknologi yang tidak sesuai.





PERMASALAHAN RANTAI PASOKAN GLOBAL




Semakin banyak perusahaan memasuki pasar internasional, melakukan alih daya operasional manufaktur, dan memperoleh pasokan dari negara lain, demikian pula penjualan ke luar negeri. Rantai pasokan mereka meluas hingga ke berbagai negara dan kawasan. Terdapat kompleksitas tambahan dan tantangan untuk mengelola rantai pasokan global. Rantai pasokan global biasanya terbentang jarak geografis lebih besar dan perbedaan waktu daripada rantai pasokan dalam negeri dan memiliki partisipan dari sejumlah negara berbeda.

- ❖ Standar kinerja bervariasi dari kawasan ke kawasan atau dari negara ke negara.
- ❖ Manajemen rantai pasokan perlu mencerminkan regulasi pemerintah luar negeri dan perbedaan budaya.





RANTAI PASOKAN DIPENGARUGI PERMINTAAN



Sistem manajemen rantai pasokan ditentukan oleh model dorong (push-based model) dan model Tarik (pull-based model).

A. Model Dorong (Push-based model)

Dalam model dorong, jadwal produksi utama didasarkan pada peramalan terbaik mengenai permintaan produk, dan produk-produk tersebut didorong kepada pelanggan. Dengan arus informasi yang baru yang dimungkinkan dengan adanya perangkat-perangkat berbasis web, manajemen rantai pasokan akan lebih mudah untuk mengikuti model tarik.

B. Model Tarik (pull-based model)
Model yang berdasarkan pada pesanan, pesanan dari pelanggan/pembeli yang akan memicu kejadian-kejadian dalam rantai pasokan.



GAMBAR 9.4 MODEL RANTAI PASOKAN DORONG VERSUS TARIK

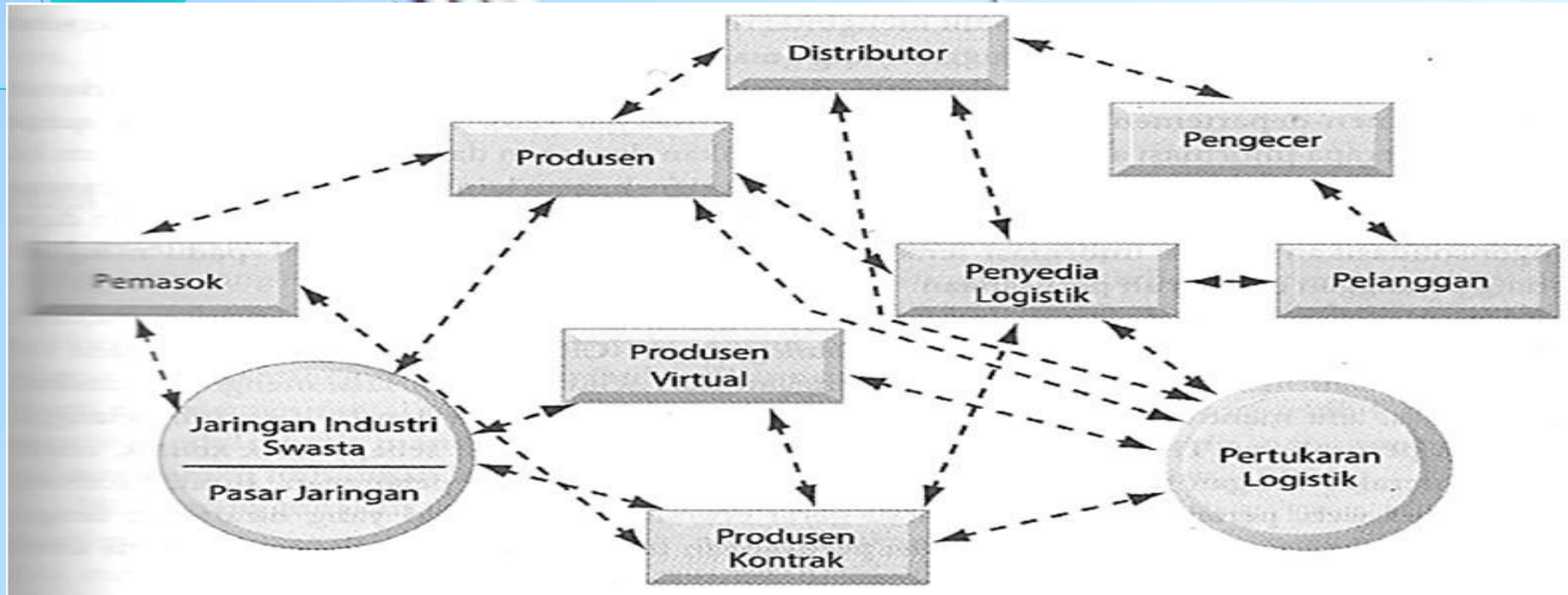
Model Dorong



Model Tarik



GAMBAR 9.5 RANTAI PASOKAN YANG DIGERAKKAN INTERNET
PADA MASA MENDATANG






9.3

SISTEM MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN

MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN?

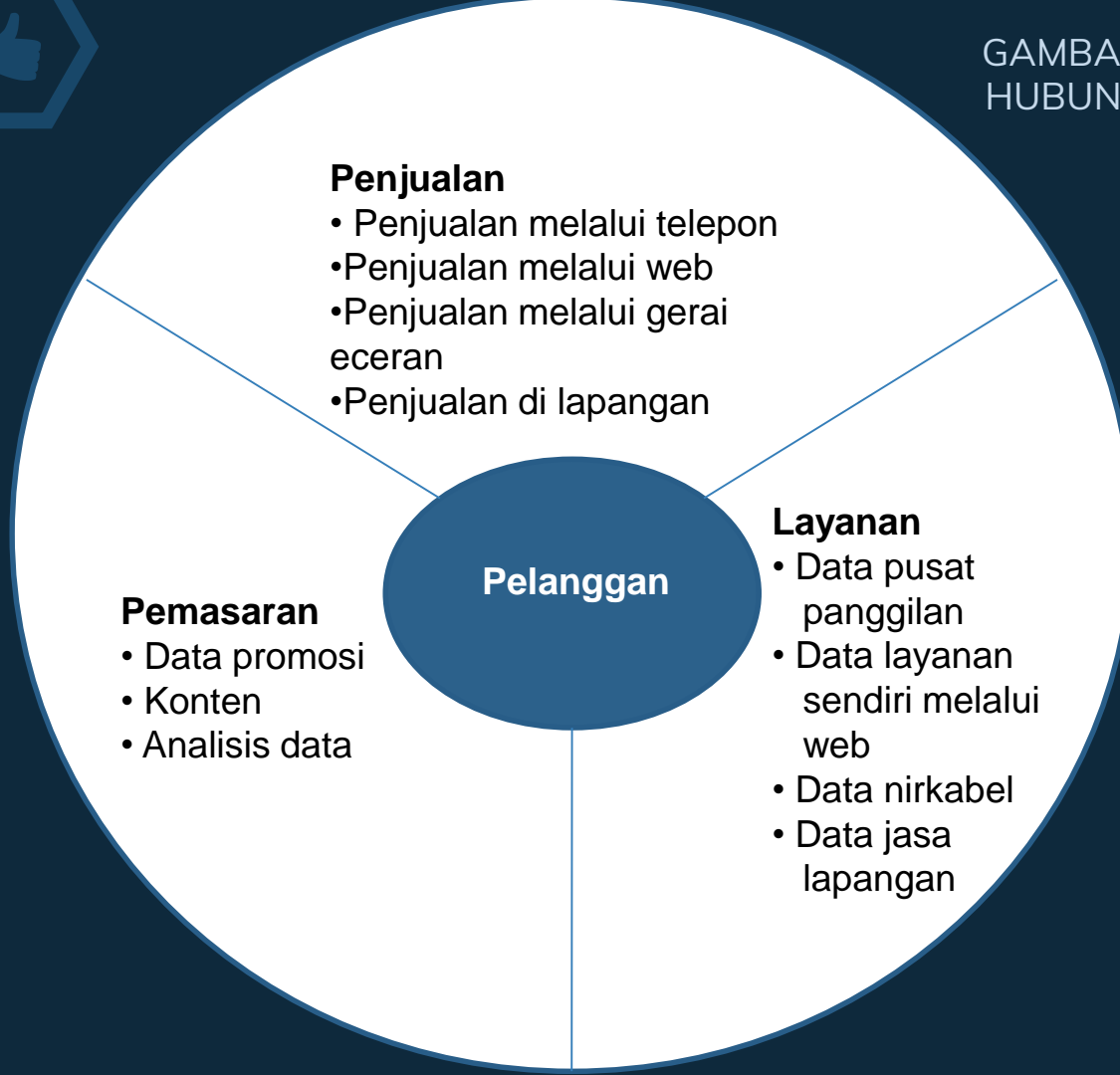
- 
- “
- ◆ Suatu sistem yang membantu sebuah perusahaan untuk berhubungan dengan para pelanggan. Sistem ini merupakan suatu sistem manajemen yang secara khusus membahas teori mengenai penanganan hubungan antara perusahaan dengan para pelanggannya yang bertujuan meningkatkan nilai perusahaan di mata pelanggan.
 - ◆ Manajemen hubungan pelanggan mengambil dan mengintegrasikan data pelanggan dari seluruh organisasi, mengkonsolidasikan, menganalisis dan mendistribusikan hasilnya kepada berbagai sistem yang diperoleh melalui titik sentuh pelanggan diseluruh perusahaan.
 - ◆ Adapun titik sentuh yang dimaksud adalah merupakan metode interaksi dengan pelanggan seperti:
 - Telepon
 - Email
 - Surat
 - Situs web
 - Layanan pelanggan
 - Perangkat near kabel atau toko eceran.

MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN?

“


- ◇ Manajemen hubungan pelanggan dapat meningkatkan penjualan dan layanan kepada pelanggan. Melalui sistem Customer Relationship Management yang baik dan benar dapat memberikan informasi mengenai berapa nilai perusahaan tertentu bagi perusahaan, bagaimana mendapatkan pelanggan yang paling loyal, pelanggan yang paling menguntungkan, jenis barang apa yang akan dibeli oleh pelanggan.
- ◇ Dengan adanya data-data ini dapat membantu perusahaan dalam mempertahankan pelanggan dan dapat memberikan nilai tambah yang berkesinambungan bagi pelanggan juga mendapatkan keuntungan terus menerus.

GAMBAR 9.6 MANAJEMEN
HUBUNGAN PELANGGAN
(CRM)





PERANGKAT LUNAK MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN



✓ Paket piranti lunak CRM dalam hubungan komersial hanya memiliki kelengkapan yang minim dan melakukan fungsi-fungsi yang terbatas. Customer Relationship Management (CRM) merupakan suatu sistem yang lebih komperhensif memuat modul untuk menjamin hubungan mitra (Partner Relationship Management-PRM) dan manajemen hubungan pelanggan (Employee Relationship Management-ERM).

- ✓ ERM berkaitan dengan masalah dan hubungan karyawan seperti :
- ◇ Penentuan tujuan
- ◇ Manajemen kinerja staff
- ◇ Kompensasi berdasarkan kinerja serta pelatihan staff, dimana piranti lunak tersebut seperti Sales Force Automation (SFA).





SALES FORCE AUTOMATION (SFA)

Sebelum adanya internet, koordinasi rantai pasokan terhambat oleh kesulitan dalam membuat informasi bergerak secara perlahan di berbagai sistem rantai pasokan internal untuk pembelian, pengelolaan bahan mentah, produksi, dan distribusi. Selain itu, dalam berbagi informasi dengan rantai pasokan eksternal karena sistem pemasok, distributor/ penyedia logistic didasarkan pada standar dan platform teknologi yang tidak sesuai.





LAYANAN PELANGGAN

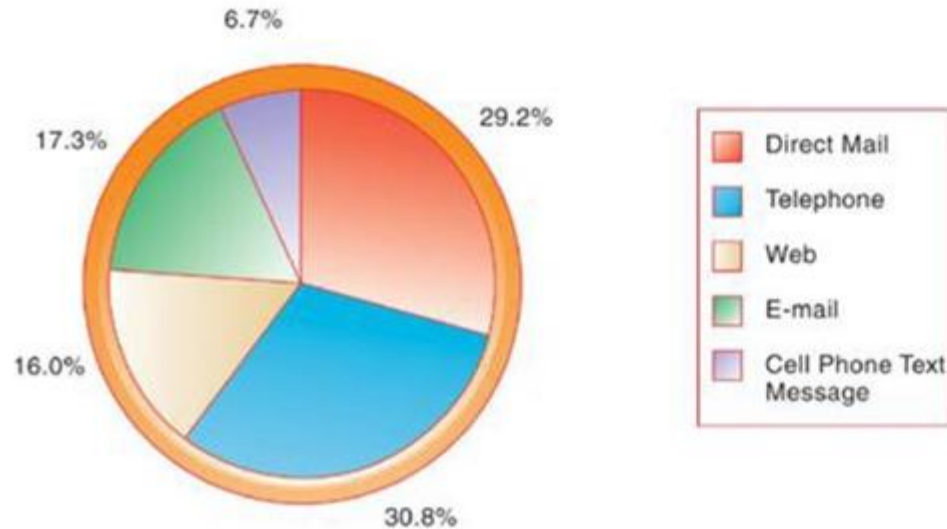
- ❖ Modul layanan pelanggan pada sistem CRM menyediakan informasi dan alat untuk meningkatkan efisiensi para staff panggilan, pusat bantuan, dan pusat dukungan pelanggan. Modul ini juga mempunyai kemampuan untuk mengarahkan dan mengelola permintaan layanan pelanggan, sistem ini dapat mengarahkan pelanggan dan melayani permintaan pelanggan.
- ❖ Dengan adanya sistem seperti ini dapat meningkatkan informasi pelanggan yang konsisten dan akurat sehingga pusat panggilan dapat menangani panggilan perharinya dan mengurangi durasi panggilan. Dengan demikian secara langsung membuat kelompok layanan pelanggan akan mendapatkan produktifitas yang lebih baik, waktu transaksi yang pendek dan kualitas pelayanan yang lebih baik dengan biaya rendah.



GAMBAR 9.7 BAGAIMANA SISTEM CRM MENDUKUNG PEMASARAN

How CRM Systems Support Marketing

Responses by Channel for January 2006
Promotional Campaign



Customer relationship management software menyediakan satu titik (*single point*) untuk pengguna untuk mengelola dan mengevaluasi kampanye pemasaran di beberapa saluran, termasuk *e-mail*, *direct mail*, telepon, web, dan pesan nirkabel.



APA ITU PEMASARAN?

- ◇ Piranti lunak manajemen hubungan pelanggan memberikan titik tunggal bagi para pengguna untuk mengelola dan mengevaluasi berbagai kampanye pemasaran pada berbagai saluran, meliputi email, surat langsung, telepon, web dan pesan near kabel. Sistem ini mempunyai kemampuan mendapatkan prospek dari data para pelanggan dalam menyediakan informasi tentang produk dan layanan, menyeleksi calon pelanggan, menjadwalkan dan menelusuri surat menyurat atau email pemasaran panggilan juga dukungan layanan pelanggan dan otomatisasi pemasaran.



CRM OPERASIONAL DAN CRM ANALITIS

- ✓ Seluruh aplikasi yang dijabarkan mendukung operasional atau aspek analitis dari manajemen hubungan pelanggan.
- ✓ CRM Operasional, meliputi aplikasi-aplikasi yang berhadapan dengan pelanggan seperti perangkat untuk, SFA, pusat panggilan dan dukungan layanan pelanggan juga otomatisasi pemasaran. CRM Operasional ini dikenal sebagai "front office" perusahaan.
- ✓ CRM Analitis (Analytical CRM), meliputi aplikasi-aplikasi untuk menganalisis data pelanggan, yang dihasilkan oleh aplikasi CRM Operasional untuk menyediakan informasi dalam rangka meningkatkan kinerja bisnis. CRM Analitis ini dikenal sebagai "back office" perusahaan.



GAMBAR 9.8 PETA PROSES MANAJEMEN LOYALITAS PELANGGAN



Peta proses ini menunjukkan bagaimana sebuah praktek terbaik untuk mempromosikan loyalitas pelanggan melalui *customer service* akan dimodelkan oleh perangkat lunak CRM. Perangkat lunak CRM membantu perusahaan-perusahaan mengidentifikasi *high-value customers* untuk pemberlakuan.



NILAI BISNIS SISTEM MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN

Perusahaan dengan sistem manajemen hubungan pelanggan yang efektif dapat meraih berbagai keuntungan antara lain :

1. Meningkatkan kepuasan pelanggan
2. Mengurangi biaya pemasaran langsung
3. Pemasaran lebih efektif
4. Biaya untuk mendapatkan pelanggan dan mempertahankannya menjadi lebih rendah





9.4

APLIKASI PERUSAHAAN: PELUANG DAN TANTANGAN BARU



TANTANGAN BAGI APLIKASI PERUSAHAAN

- ✓ Menjanjikan penurunan biaya persediaan yang dramatis, order-to-delivery waktu, serta respon konsumen lebih efisien dan lebih tinggi dan profitabilitas perusahaan produk konsumen dan sistem untuk membuat sistem supply chain management dan customer relationship management sangat memikat. Tapi untuk mendapatkan nilai ini, anda harus memahami dengan jelas bagaimana bisnis anda harus berubah untuk menggunakan sistem ini secara efektif. Perusahaan perangkat lunak aplikasi yang kompleks yang melibatkan uang yang sangat mahal untuk membeli dan melaksanakan .





TANTANGAN BAGI APLIKASI PERUSAHAAN

Hal ini mungkin membuat banyak perusahaan fortune 500 beberapa tahun untuk menyelesaikan suatu perusahaan skala besar seperti pelaksanaan sistem atau sistem untuk CRM atau SCM .Biaya total rata-rata besar untuk sistem pelaksanaan yang didasarkan pada perangkat lunak oracle atau SAP, termasuk perangkat lunak, alat database, biaya konsultasi , biaya petugas , pelatihan, dan mungkin biaya perangkat keras, berjalan di atas 12 juta dolar . Biaya pelaksanaan sistem untuk sebuah perusahaan kecil atau sesuai dengan ukuran menengah dari sebuah perusahaan perangkat lunak “Tier II” seperti vendor atau rata-rata epicor lawson 3,5 juta dolar. (wailgum , 2009).





TANTANGAN BAGI APLIKASI PERUSAHAAN

✓ Aplikasi program tidak hanya memerlukan deep-seated teknologi dan juga perubahan mendasar dalam cara yang mengoperasikan bisnis. Untuk membuat perusahaan mereka harus membuat perubahan untuk bekerja dengan proses bisnis perangkat lunak. Karyawan baru harus menerima pekerjaan fungsi dan tanggung jawab. Mereka harus belajar bagaimana untuk melakukan serangkaian kegiatan kerja baru dan memahami bagaimana sistem informasi yang dapat mempengaruhi masuk ke bagian lain dari perusahaan. Proses ini memerlukan organisasi baru.





TANTANGAN YANG DIHADAPI

1. Mencitakan keseimbangan antara meningkatkan inklusi keuangan dan manajemen risiko .
2. Meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai layanan *fintech*.
3. Sebanyak 143,3 juta atau 54,7% penduduk Indonesia sudah terhubung ke internet, namun ada wilayah yang belum terhubung internet.
4. Menghadapi persoalan keamanan siber dan perlindungan data konsumen.
5. *Fintech* harus mengumpulkan lebih banyak data konsumen sehingga proses bisnis menjadi lebih efisien dan efektif.



APLIKASI PERUSAHAAN GENERASI BERIKUTNYA

✓ Saat ini, vendor aplikasi perusahaan memberikan nilai lebih dengan menjadi lebih fleksibel, Web-enabled, dan mampu melakukan integrasi dengan sistem lain.

Vendor perangkat lunak perusahaan besar telah menciptakan solusi perusahaan, suite perusahaan, atau suite e-bisnis untuk membuat manajemen hubungan pelanggan, manajemen rantai pasokan, dan sistem perusahaan bekerja sama satu sama lain, dan terhubung ke sistem pelanggan dan pemasok.

Contohnya SAP Business Suite, e-Business Suite Oracle, dan suite Microsoft Dynamics (ditujukan untuk perusahaan menengah), dan sekarang memanfaatkan layanan Web dan arsitektur berorientasi layanan (SOA, *Service oriented architecture*).





APLIKASI PERUSAHAAN GENERASI BERIKUTNYA

Aplikasi enterprise generasi SAP didasarkan pada arsitektur berorientasi perusahaan. Hal ini menggabungkan standar arsitektur berorientasi layanan (SOA) dan menggunakan alat NetWeaver sebagai platform integrasi yang menghubungkan aplikasi SAP dan layanan Web yang dikembangkan oleh vendor perangkat lunak independen. Tujuannya agar aplikasi enterprise lebih mudah diimplementasikan dan dikelola.

✓ Layanan Platform

Cara lain untuk memperluas aplikasi perusahaan adalah dengan menciptakan platform layanan untuk proses bisnis baru atau yang ditingkatkan yang mengintegrasikan informasi dari beberapa bidang fungsional. Platform layanan perusahaan besar memberikan tingkat yang lebih besar dari integrasi lintas fungsional dari aplikasi perusahaan tradisional.





CRM SOSIAL DAN INTELIJEN BISNIS

✓ CRM (Customer Relationship Management) Sosial

Perangkat CRM Sosial memungkinkan perusahaan untuk menghubungkan percakapan pelanggan dan hubungan situs jejaring sosial dengan proses CRM. Vendor CRM sekarang menawarkan perangkat tersebut untuk menautkan data dari jejaring sosial ke dalam perangkat lunaknya CRM-nya. Produk CRM Salesforce.com dan oracle memadukan teknologi untuk memantau, menelusuri, dan menganalisis aktivitas media sosial dalam Facebook, Twitter, Youtube dan situs lainnya.





CRM SOSIAL DAN INTELIJEN BISNIS

✓ Intelijen Bisnis

Vendor aplikasi Intelijen Bisnis Dalam Aplikasi Perusahaan (Business Intelligence in Enterprise Applications) perusahaan telah menambah fitur intelijen bisnis untuk membantu manajer dalam memperoleh lebih banyak informasi yang bermanfaat dari sebagian besar data yang dihasilkan oleh sistem tersebut, yang meliputi pelaporan yang fleksibel, analisis khusus, dashboard interaktif, analisis skenario bagaimana-jika, dan visualisasi data. Serta vendor mulai menyertakan analitis di dalam konteks aplikasi itu sendiri dan menawarkan produk analitis pelengkap yang berdiri sendiri seperti SAP Business Objects dan Oracle Business Intelligence Enterprise Edition.





DAFTAR PUSTAKA

Laudon, kenneth C. dan Jane P. Laudon. 2016. Sistem Informasi Manajemen Edisi 13. Jakarta: Salemba Empat.

<https://adikduwirahayu.wordpress.com/2017/12/15/bab-9-mencapai-keunggulan-operasional-dan-kedekatan-pelanggan-aplikasi-perusahaan/>





Thanks!

