

## Materi-9

**Mencapai Keunggulan Operasional dan  
Kedekatan dengan Pelanggan :  
Aplikasi Perusahaan**

# Tujuan pembelajaran

- Menjelaskan bagaimana bisnis perusahaan dapat membantu perusahaan untuk mencapai keunggulan operasional.
- Menjelaskan bagaimana sistem manajemen rantai pasokan dapat mengkoordinasi perencanaan, produksi, dan logistik dengan pemasok.
- Menjelaskan bagaimana sistem manajemen hubungan pelanggan membantu perusahaan untuk mencapai kedekatan dengan pelanggan.
- Menjelaskan tantangan-tantangan yang disebabkan oleh aplikasi perusahaan.
- Menjelaskan aplikasi perusahaan dapat mengambil manfaat dari teknologi-teknologi baru.

# Teknologi membantu Nvidia dalam mengatasi masa mendatang

- **Masalah:** tidak setabilnya permintaan untuk chip, panjangnya produksi menyebabkan waktu, dan merencanakan proses manual
- **Solusi:** sistem untuk memperkirakan permintaan dan mengurangi perkiraan waktu perencanaan
  - Alat SAP , termasuk perencanaan dan pengoptimalan lanjutan(APO) sistem
- Menunjukkan penggunaan teknologi mengurangi biaya, meningkatkan penjualan , dan meningkatkan kepuasan pelanggan

# Sistem Perusahaan

## Sistem Perusahaan

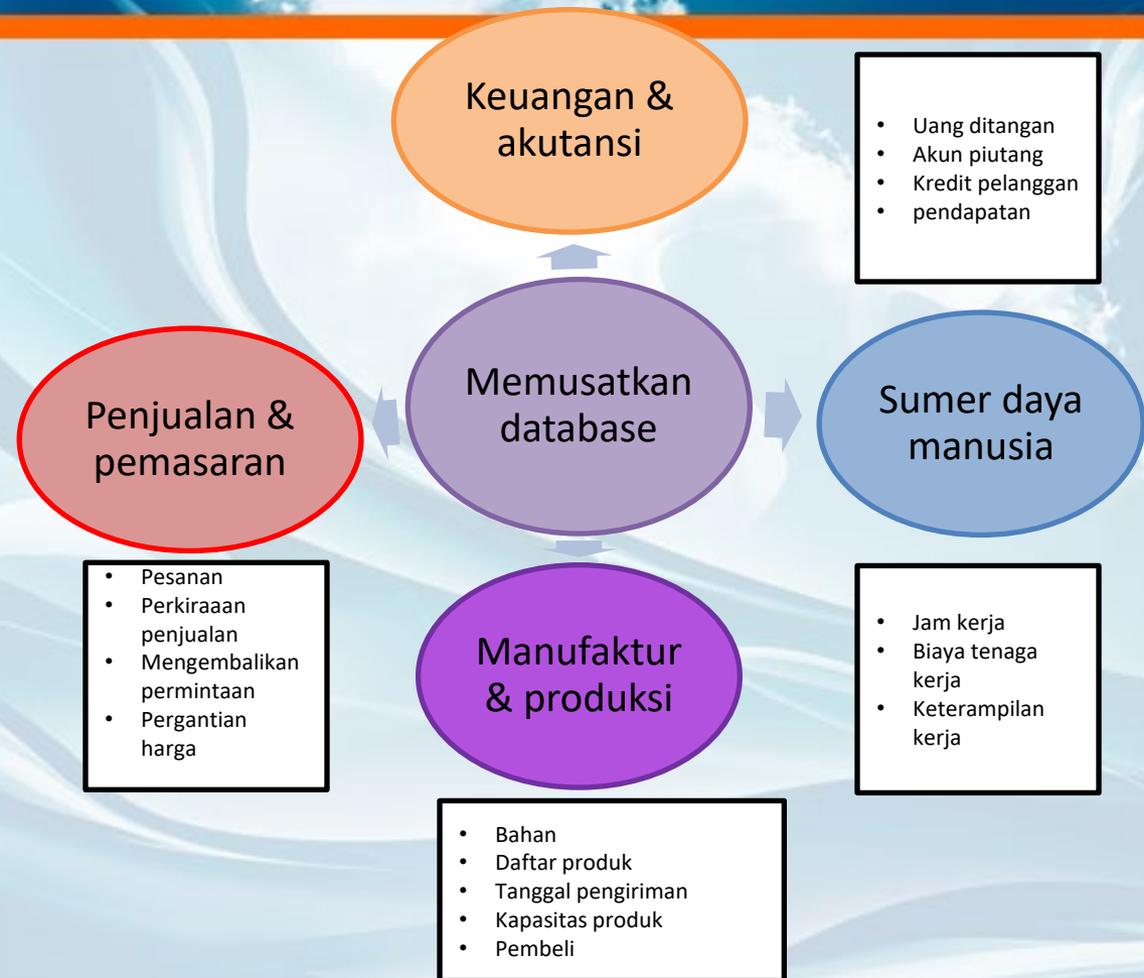
- Sistem Perencanaan Sumber Daya Perusahaan (ERP), Perencanaan modul perangkat lunak terpadu dan pusat umum database
- Mengumpulkan data dari banyak divisi perusahaan untuk digunakan di hampir semua kegiatan perusahaan bisnis internal
- informasi yang dimasukkan dalam satu proses segera tersedia untuk proses lainnya

# Sistem Perusahaan

## Sistem Perusahaan (lanjutan)

- Dibangun di sekitar ribuan standar proses bisnis yang mencerminkan praktek terbaik
  - Keuangan dan akuntansi
  - Sumber daya manusia
  - Manufaktur dan produksi
  - Penjualan dan pemasaran
- Untuk menjalankan , perusahaan :
  - Pilih fungsi system yang ingin mereka gunakan .
  - Peta proses bisnis untuk proses perangkat lunak.
    - Gunakan tabel konfigurasi perangkat lunak untuk menyesuaikan.

# Bagaimana Sistem Perusahaan Berkerja



**Gambar 9-1** Sistem perusahaan fitur modul perangkat lunak terpadu dan pusat database yang memungkinkan data untuk di sebarakan oleh banyak proses bisnis yang berbeda dan dan area fungsional seluruh perusahaan

# Sistem Perusahaan

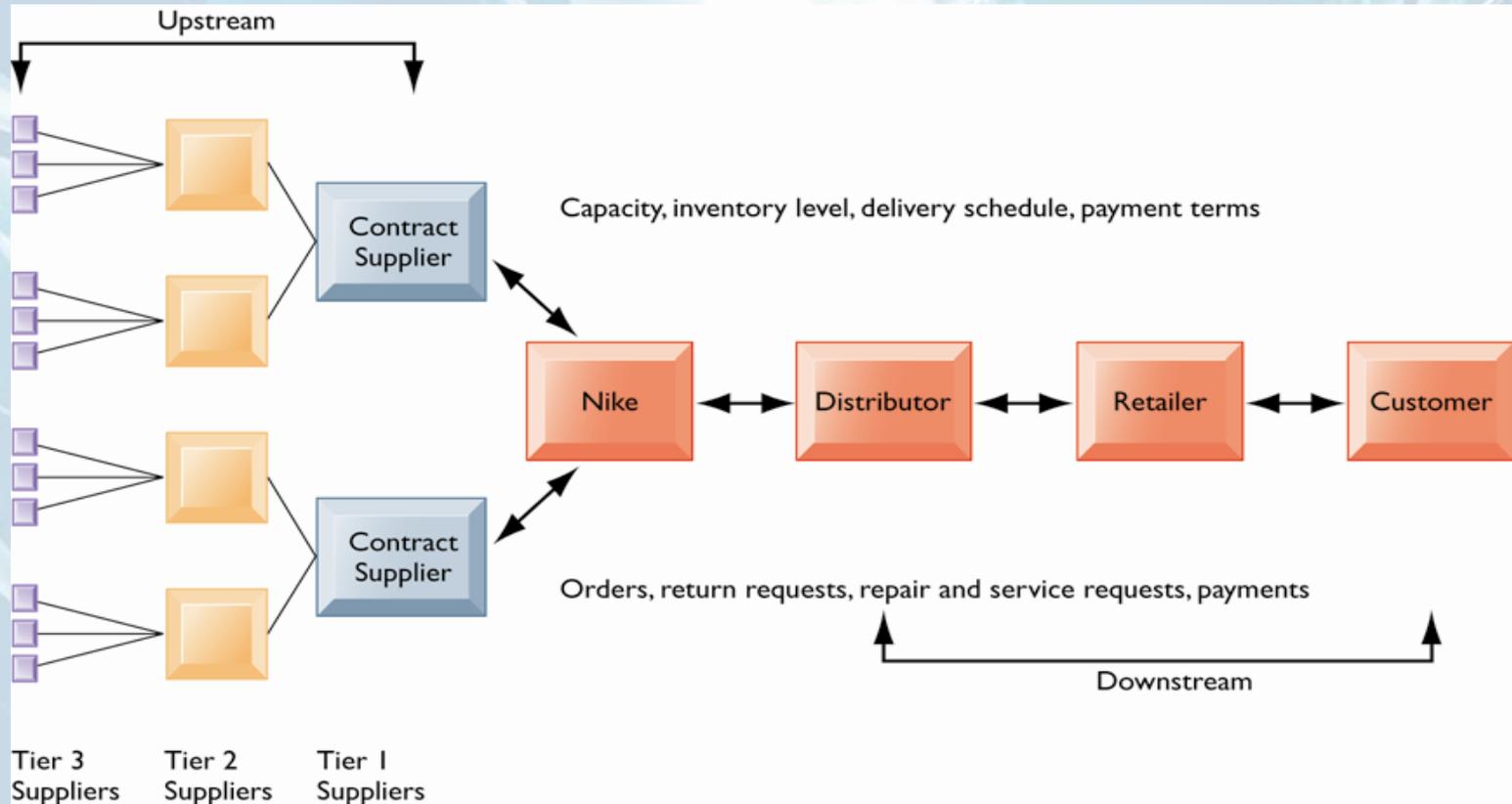
## Nilai bisnis sistem perusahaan

- Meningkatkan efisiensi operasional
- Memberikan perusahaan informasi yang luas untuk mendukung pembuatan keputusan
- Memungkinkan mempercepat respon terhadap permintaan pelanggan untuk informasi produk
- Termasuk menganalisis untuk mengevaluasi keseluruhan kinerja organisasi

# Sistem Manajemen Rantai Pasokan

- Rantai pasokan
  - Organisasi internet dan proses untuk:
    - Memperoleh bahan, mengubah bahan menjadi produk, dan mendistribusikan produk
  - Urutan atas rantai pasokan:
    - Perusahaan pemasok, pemasok adalah proses memasok untuk mengelola hubungan Bersama mereka
  - Urutan bawah Rantai Pasokan:
    - Organisasi dan proses yang bertanggung jawab untuk mengantarkan produk ke pelanggan
  - Rantai Pasokan Internal

# Rantai Pasokan Nike



**Gambar 9-2**

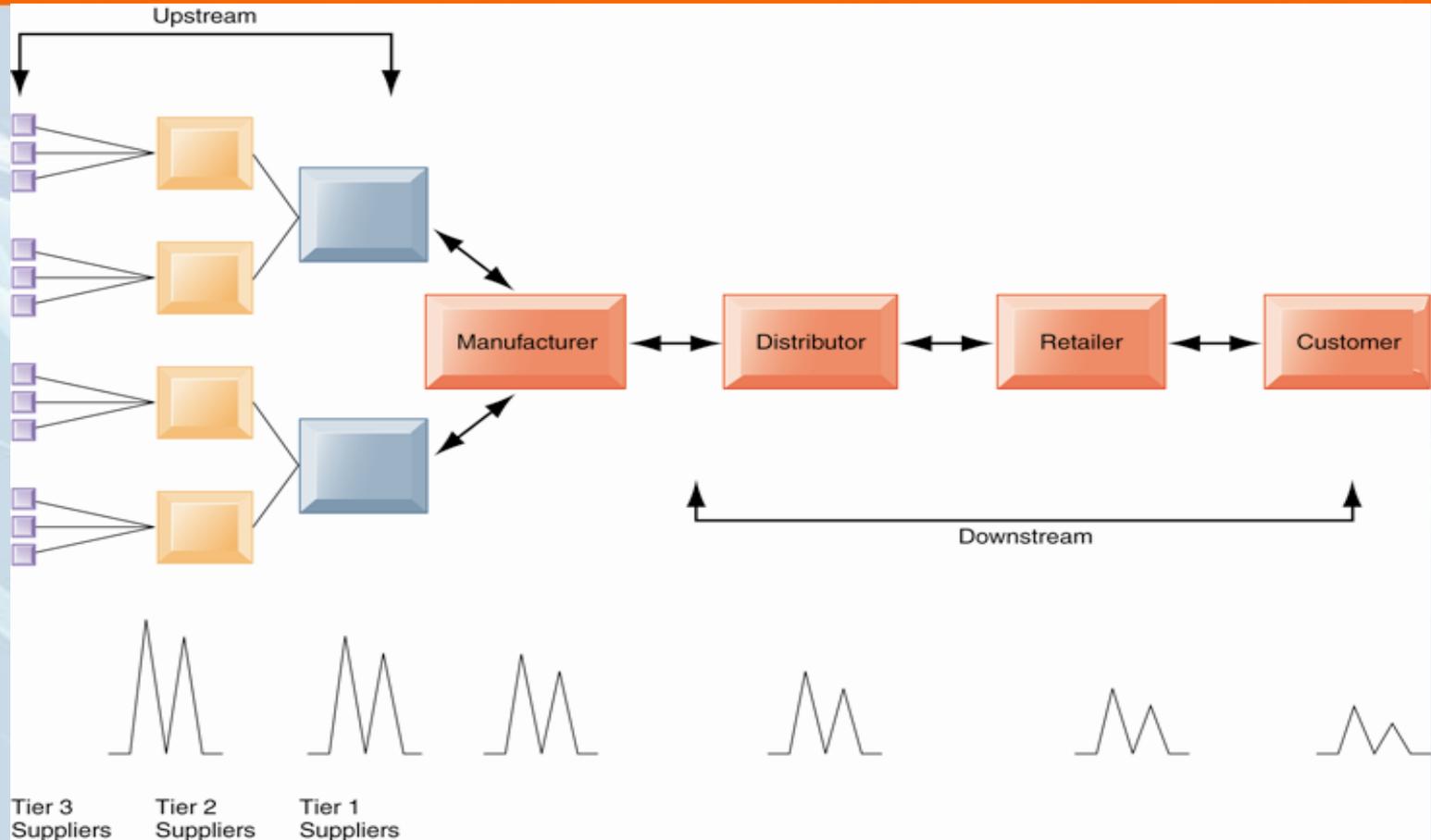
Gambar ini mengilustrasikan entitas-entitas utama dalam rantai pasokan Nike dan arus informasi pada bagian hulu dan hilir untuk mengkoordinasikan berbagai aktivitas yang mencakup pembelian, pembuatan dan perpindahan produk. Hal yang ditunjukkan disini adalah rantai pasokan yang disederhanakan, dengan bagian hulu yang hanya menitik beratkan kepada pemasok untuk sepatu dan sol sepatu.

# Sistem Manajemen Rantai Pasokan

## Manajemen Rantai Pasokan

- Inefisiensi mengurangi biaya operasional perusahaan
  - Bisa menyia-nyiaakan sebanyak 25% dari seluruh biaya operasional perusahaan.
- Strategi tepat waktu:
  - Komponen tiba sesuai kebutuhan
  - Barang jadi dikirim setelah meninggalkan jalur perakitan
- Persediaan keselamatan : Penyangga karena kurangnya fleksibilitas dalam rantai pasokan
- Efek bullwhip
  - Informasi tentang permintaan produk akan terdistorsi karena melewati satu entitas ke rantai pasokan berikutnya

# Efek Bullwhip



**Gambar 9.3**

Informasi yang tidak akurat dapat menyebabkan fluktuasi kecil permintaan akan produk yang diperkuat saat seseorang bergerak lebih jauh ke belakang dalam rantai pasokan. Fluktuasi kecil dalam penjualan eceran untuk suatu produk dapat menciptakan kelebihan persediaan bagi distributor, produsen, dan pemasok.

# Sistem Manajemen Rantai Pasokan

## Rantai pasokan perangkat lunak manajemen

- Sistem perencanaan rantai pasokan
  - Model rantai pasokan yang ada
  - Aktifkan perencanaan permintaan
  - Optimalkan sumber, rencana pembuatan
  - Menetapkan tingkat persediaan
  - Identifikasi mode transportasi
- Sistem eksekusi rantai pasokan
  - Mengelola arus produk melalui pusat distribusi dan gudang

# Tanah O'Lakes Butter Menjadi Fresher dengan Perencanaan Permintaan

- Mengapa manajemen persediaan dan perencanaan permintaan begitu penting bagi Land O'Lakes? Apa dampak bisnis dari tidak mampu mengelola persediaan atau memprediksi permintaan untuk perusahaan ini?
- Masalah manajemen, organisasi, dan teknologi apa yang harus dipertimbangkan saat memilih Demantra Oracle sebagai solusi untuk Land O'Lakes?
- Bagaimana penerapan keputusan manajemen perubahan Demantra dan bagaimana Land O'Lakes menjalankan bisnisnya?
- Jelaskan dua keputusan yang terpilih dengan menerapkan Demantra.

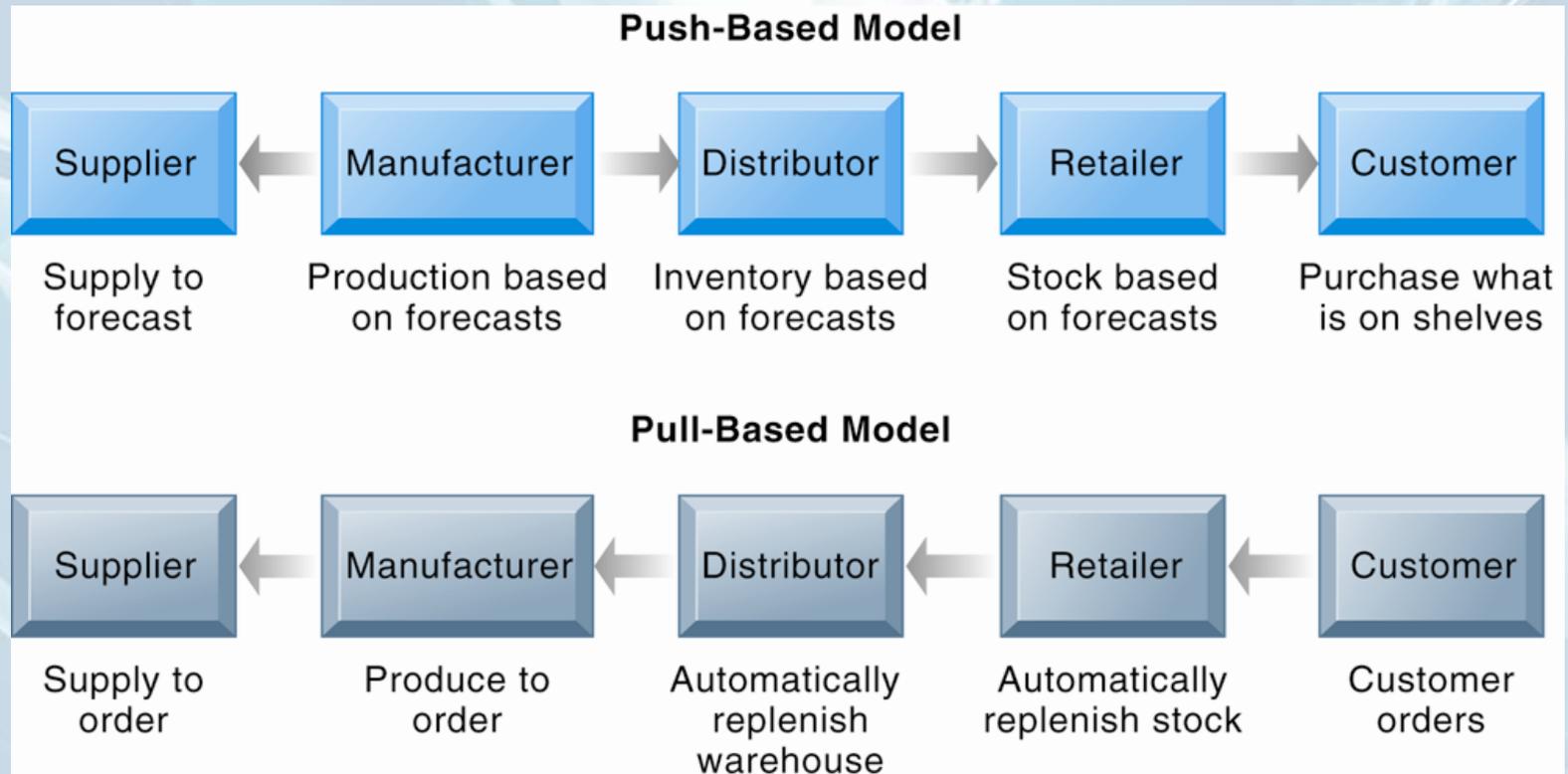
# Sistem Manajemen Rantai Pasokan

- Masalah rantai pasokan global
  - Jarak geografis yang lebih besar
  - Perbedaan waktu yang lebih besar
  - Peserta dari berbagai negara
    - Standar kinerja yang berbeda
    - Persyaratan hukum yang berbeda
- Internet membantu mengelola kompleksitas global
  - Manajemen gudang
  - Manajemen transportasi
  - Logistik
  - Outsourcing

# Sistem Manajemen Rantai Pasokan

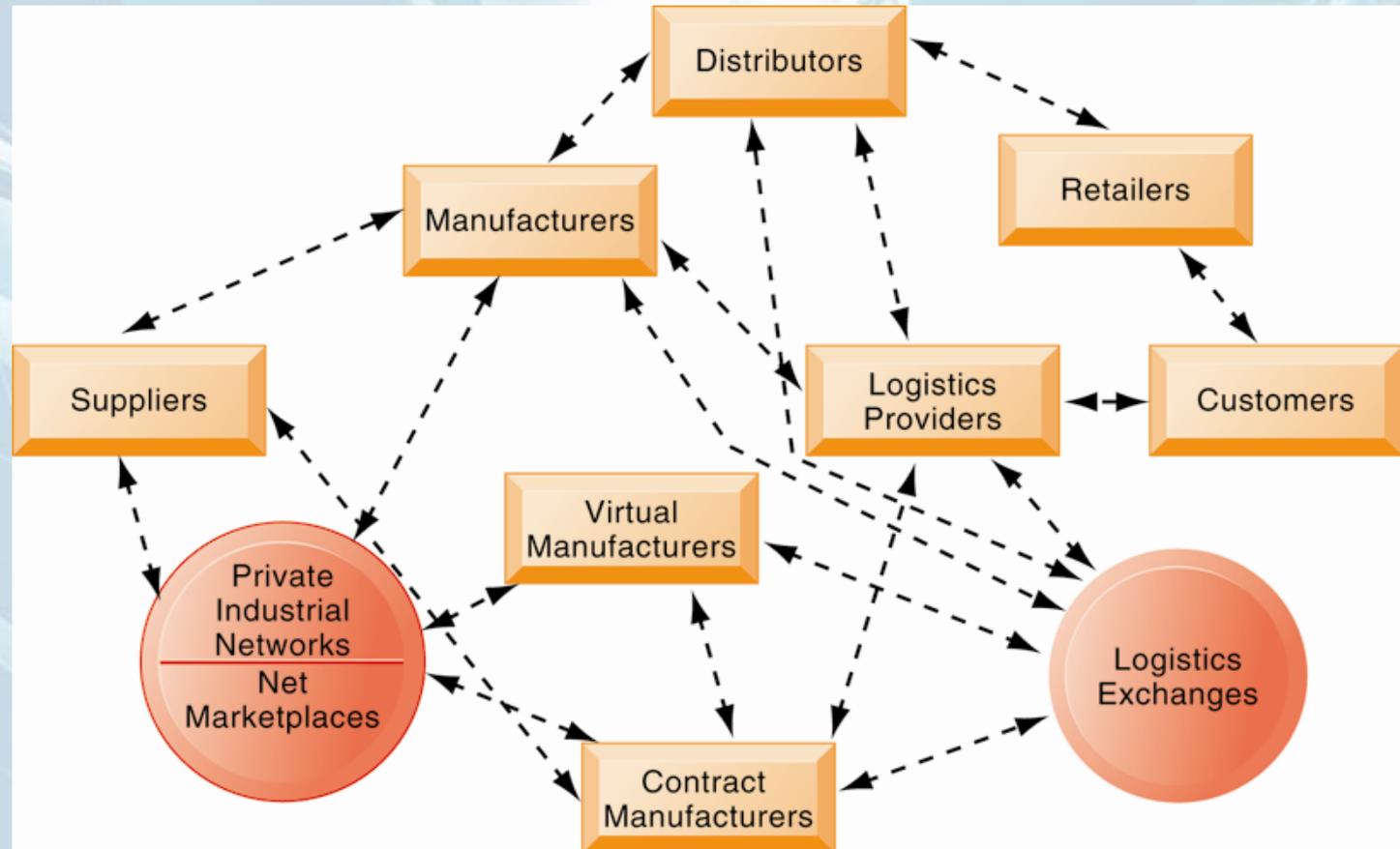
- Manajemen rantai persediaan
  - Model berbasis dorongan (persediaan untuk bangunan)
    - Sistem SCM sebelumnya
    - Jadwal berdasarkan tebakan permintaan terbaik
  - Model berbasis tarik (demand driven)
    - Berbasis web
    - Perintah pelanggan memicu kejadian dalam rantai pasokan
  - Internet memungkinkan berpindah dari rantai pasokan berurutan ke rantai pasokan bersamaan
    - Jaringan pemasok yang kompleks dapat segera menyesuaikan diri

# Model Rantai Pasok Berbasis Push-Lawan-Berbasis Pull



**Gambar 9-4** Perbedaan antara model push dan pull-based diringkas dengan slogan "Buat apa yang kita jual, tidak menjual apa yang kita buat."

# Rantai Pasokan Berbasis Internet Masa Depan



**Gambar 9-5**

Masa depan berbasis Internet supply chain beroperasi seperti sistem logistik digital saraf. Ini menyediakan komunikasi multidirectional antar perusahaan, jaringan perusahaan, dan pasar elektronik sehingga seluruh jaringan mitra rantai pasokan dapat segera menyesuaikan persediaan, pesanan, dan kapasitas.

# Sistem Manajemen Rantai Pasokan

- Nilai bisnis sistem SCM.
  - Cocokkan penawaran sesuai permintaan; mengurangi tingkat persediaan.
  - Perbaiki layanan pengiriman.
  - Kecepatan waktu produk ke pasar.
- Gunakan aset dengan lebih efektif.  
Reduced supply chain costs lead to increased profitability.
- Total biaya rantai pasokan bisa 75% dari anggaran operasional.
- Meningkatkan penjualan.

# Sistem Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM)

- Manajemen hubungan pelanggan (CRM)
  - Mengetahui pelanggan
  - Dalam bisnis besar, terlalu banyak pelanggan dan terlalu banyak cara pelanggan berinteraksi dengan perusahaan
- Sistem CRM:
  - Tangkap dan integrasikan data pelanggan dari seluruh organisasi
  - Mengkonsolidasikan dan menganalisa data pelanggan
  - Bagikan informasi pelanggan ke berbagai sistem dan titik sentuh pelanggan di seluruh perusahaan
- Menyediakan tampilan perusahaan tunggal pelanggan

# Sistem Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM)



**Gambar 9-6** Sistem CRM memeriksa pelanggan dari perspektif multifaset. Sistem ini menggunakan seperangkat aplikasi terintegrasi untuk menangani semua aspek hubungan pelanggan, termasuk layanan pelanggan,

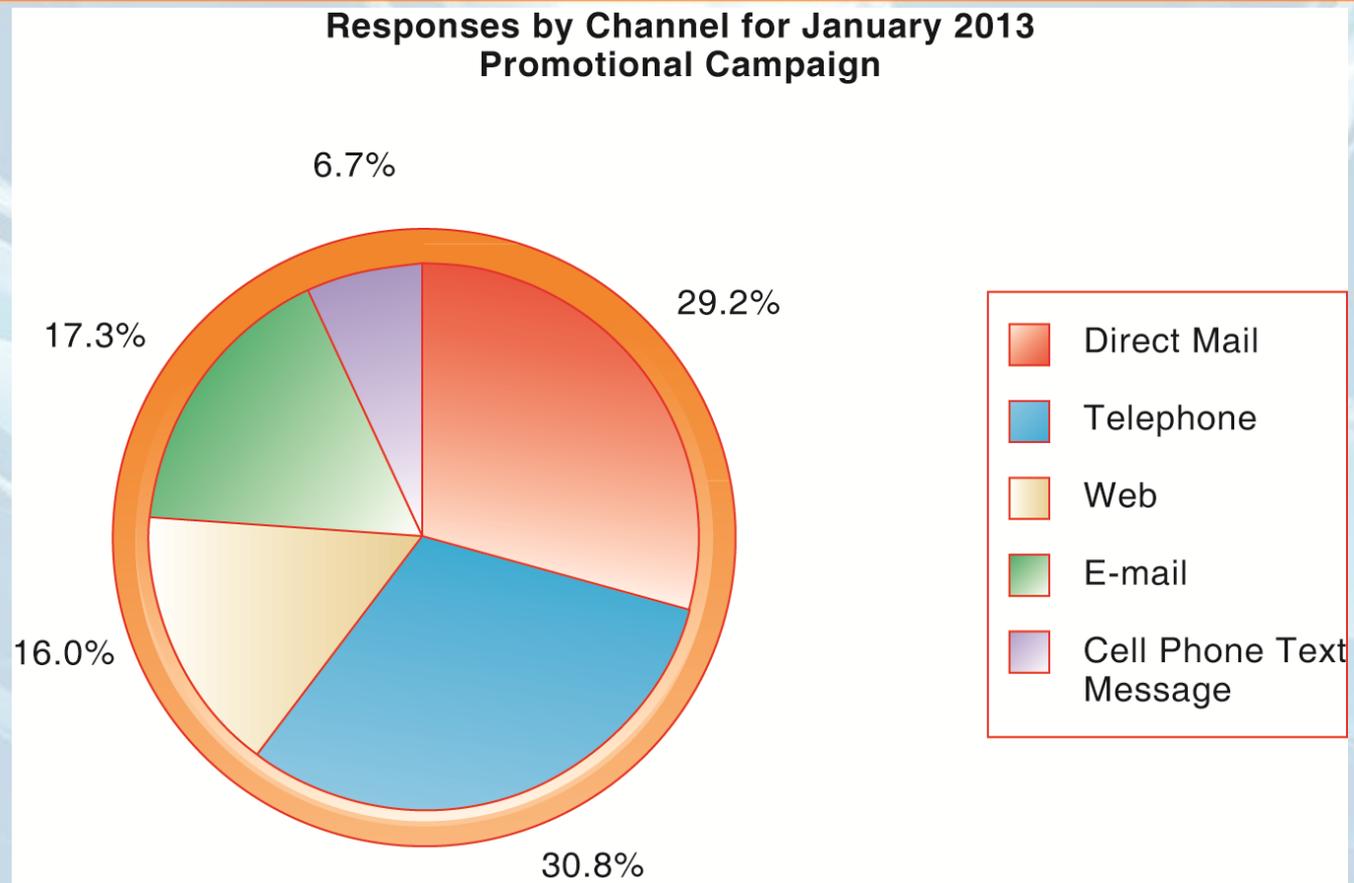
# Sistem Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM)

- Perangkat Lunak CRM
  - Paket berkisar dari alat niche hingga aplikasi perusahaan berskala besar.
  - Modul yang lebih komprehensif untuk:
    - Manajemen hubungan mitra (PRM).
      - Mengintegrasikan generasi, penetapan harga, promosi, konfigurasi pesanan, dan ketersediaan utama.
      - Alat untuk menilai kinerja mitra.
    - Manajemen hubungan karyawan (ERM).
      - Menetapkan tujuan, manajemen kinerja karyawan, kompensasi berbasis kinerja, pelatihan karyawan.

# Sistem Manajemen Hubungan Pelanggan

- Perangkat lunak CRM (lanjutan).
- Paket CRM biasanya mencakup alat untuk:
  - **Otomasi tenaga penjualan (SFA).**
    - Prospek penjualan dan informasi kontak, kemampuan penjualan kutipan generasi.
  - **Pelayanan Pelanggan**
    - Menetapkan dan mengelola permintaan layanan pelanggan, kemampuan self-service berbasis web.
  - **Pemasaran**
    - Menangkap prospek dan data pelanggan, penjadwalan dan pelacakan direct-marketing mail atau e-mail, cross-selling..

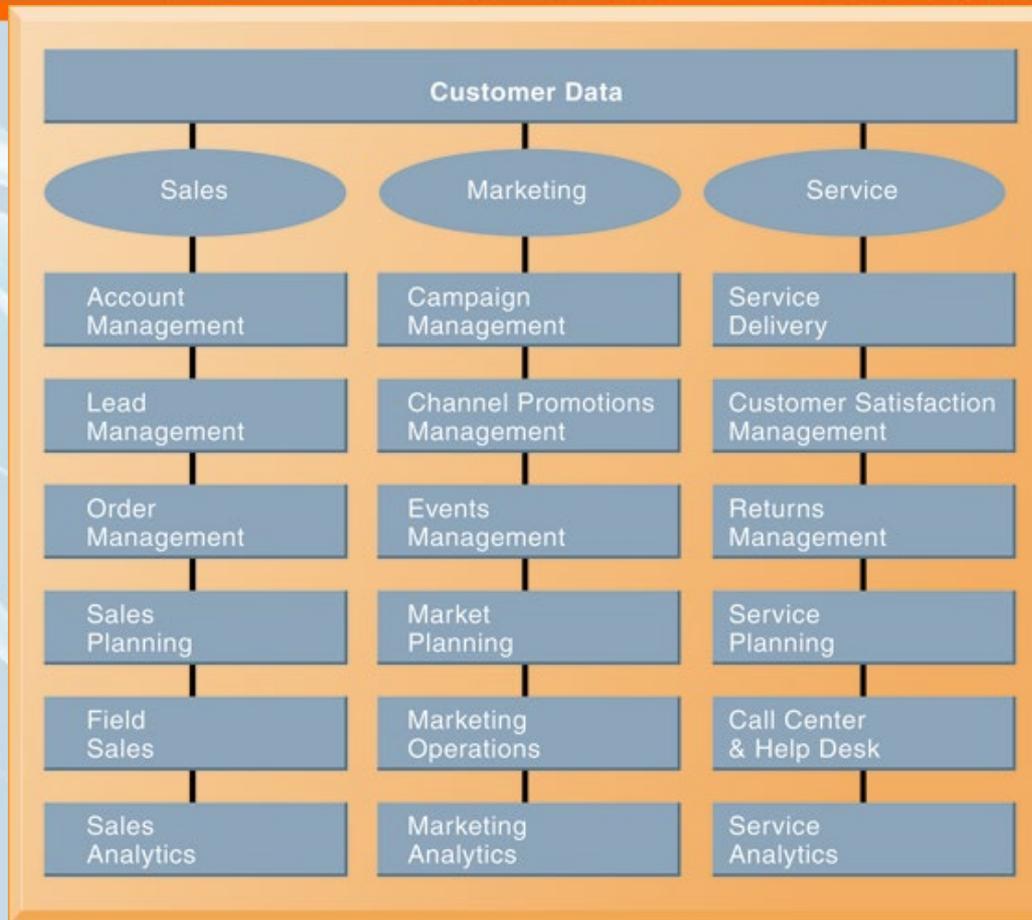
# Bagaimana Sistem CRM Mendukung Pemasaran



**Gambar 9-7**

Perangkat lunak manajemen hubungan pelanggan memberikan satu poin bagi pengguna untuk mengelola dan mengevaluasi kampanye pemasaran di beberapa saluran, termasuk e-mail, surat langsung, telepon, Web, dan pesan nirkabel.

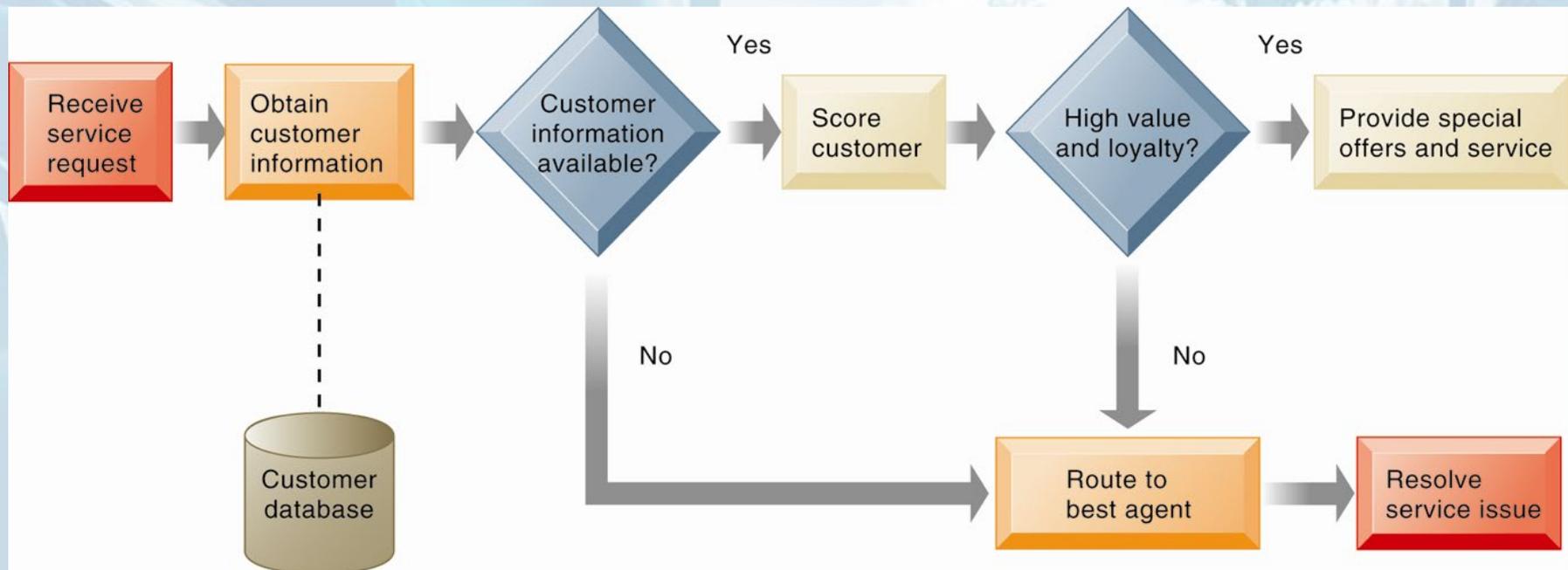
# Kemampuan Perangkat Lunak CRM



**Gambar 9-8**

Produk perangkat lunak CRM utama mendukung proses bisnis dalam penjualan, layanan, dan pemasaran, mengintegrasikan informasi pelanggan dari berbagai sumber. Termasuk adalah dukungan untuk aspek operasional dan analisis CRM.

# Peta Proses Manajemen Loyalitas Pelanggan

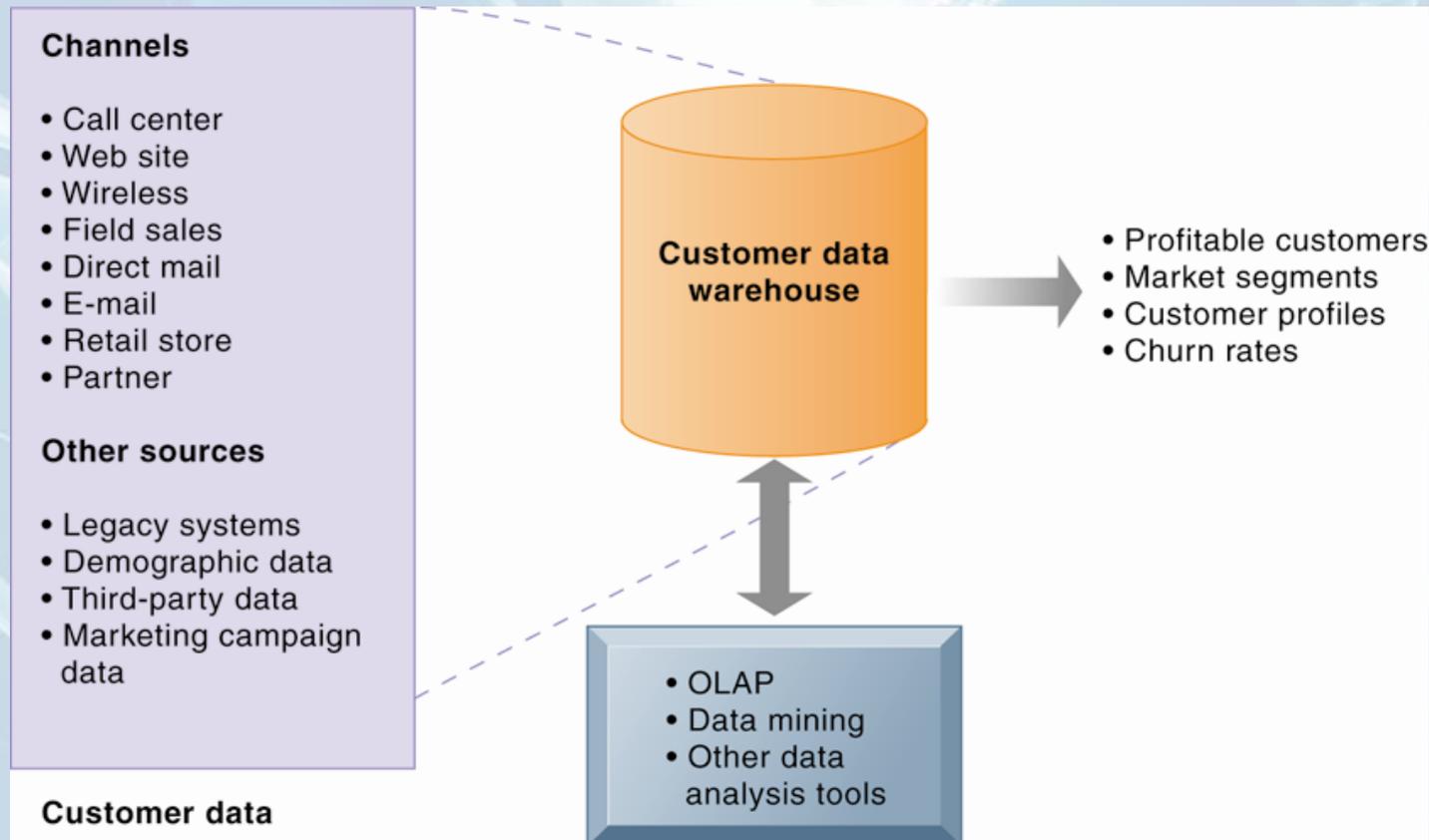


**Gambar 8-9** Peta proses ini menunjukkan bagaimana praktik terbaik untuk mempromosikan loyalitas pelanggan melalui layanan pelanggan akan dimodelkan oleh perangkat lunak manajemen hubungan pelanggan. Perangkat lunak CRM membantu perusahaan mengidentifikasi pelanggan bernilai tinggi untuk perlakuan istimewa.

# Sistem Manajemen Hubungan Pelanggan

- Operasional CRM:
  - Aplikasi yang dihadapi pelanggan seperti otomatisasi tenaga penjualan, call center dan dukungan layanan pelanggan, dan otomatisasi pemasaran
- CRM Analitis:
  - Berdasarkan data warehouse yang dihuni oleh sistem CRM operasional dan customer touch point
  - Analisis data pelanggan (OLAP, data mining, dll)
    - Nilai seumur hidup pelanggan (CLTV)

# Analisis CRM Gudang Data



**Gambar 9-10**

Analisis CRM menggunakan gudang data pelanggan dan alat untuk menganalisis data pelanggan yang dikumpulkan dari titik kontak pelanggan perusahaan dan dari sumber lain.

# Sistem Manajemen Hubungan Pelanggan

- Nilai bisnis sistem CRM
  - Meningkatnya kepuasan pelanggan
  - Mengurangi biaya pemasaran langsung
  - Pemasaran lebih efektif
  - Turunkan biaya untuk akuisisi / retensi pelanggan
  - Meningkatnya pendapatan penjualan
- Churn rate:
  - Jumlah pelanggan yang berhenti menggunakan atau membeli produk atau layanan dari perusahaan
  - Indikator pertumbuhan atau penurunan basis pelanggan perusahaan

# Aplikasi Perusahaan: Peluang dan Tantangan Baru

- Tantangan aplikasi enterprise
  - Sangat mahal untuk membeli dan menerapkan aplikasi enterprise
    - Sistem "besar" rata-rata - \$ 12 juta +
    - Rata-rata sistem "kecil / menengah" - \$ 3,5 juta
  - Perubahan proses bisnis
  - Pembelajaran organisasi, perubahan
  - Beralih biaya, ketergantungan pada vendor perangkat lunak
  - Standardisasi data, manajemen, pembersihan

# Aplikasi Perusahaan: Peluang dan Tantangan Baru

- Aplikasi perusahaan generasi penerus
  - Solusi / suite perusahaan:
    - Buat aplikasi lebih fleksibel, Web-enabled, terintegrasi dengan sistem lain
  - Standar SOA
  - Aplikasi open-source
  - Solusi on-demand
  - Versi berbasis cloud
  - Fungsionalitas untuk platform mobile

# Aplikasi Perusahaan: Peluang dan Tantangan Baru

- **Aplikasi perusahaan generasi mendatang (lanjutan)**
  - CRM Sosial
  - Menggabungkan teknologi jejaring sosial
    - Jaringan sosial perusahaan
    - Interaksi pelanggan via Facebook
    - Misalnya: platform Buzzient mengintegrasikan media sosial dengan aplikasi perusahaan
  - Intelijen bisnis
    - Pencantuman BI dengan aplikasi enterprise
    - Pelaporan fleksibel, analisis ad hoc, skenario "bagaimana-jika", dasbor digital, visualisasi data

## Manajemen Hubungan Pelanggan menuju Cloud

- Jenis perusahaan mana yang paling mungkin mengadopsi layanan perangkat lunak CRM berbasis cloud? Perusahaan apa yang mungkin tidak cocok untuk jenis perangkat lunak ini?
- Apa kelebihan dan kekurangan penggunaan aplikasi enterprise berbasis cloud?
- Isu manajemen, organisasi, dan teknologi apa yang harus ditangani dalam menentukan apakah akan menggunakan sistem CRM konvensional versus versi berbasis cloud?