

E-commerce vs ERP

E-Commerce as a resulting set of E-Business by integrating an organization's key applications and extending them to suppliers and customers

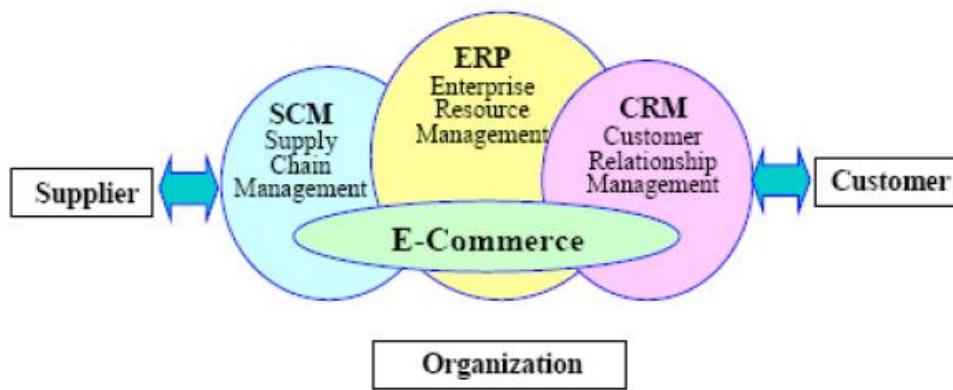
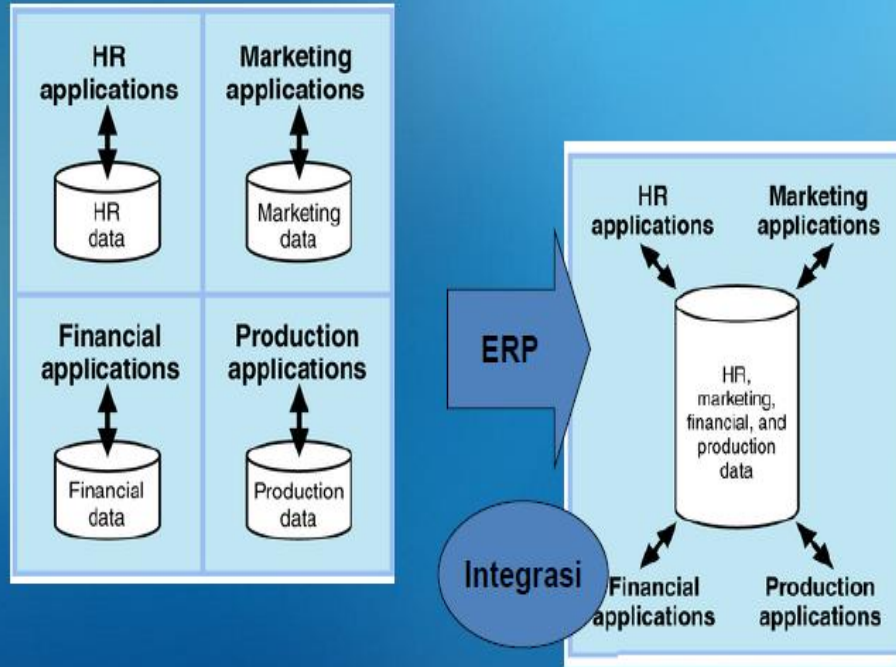
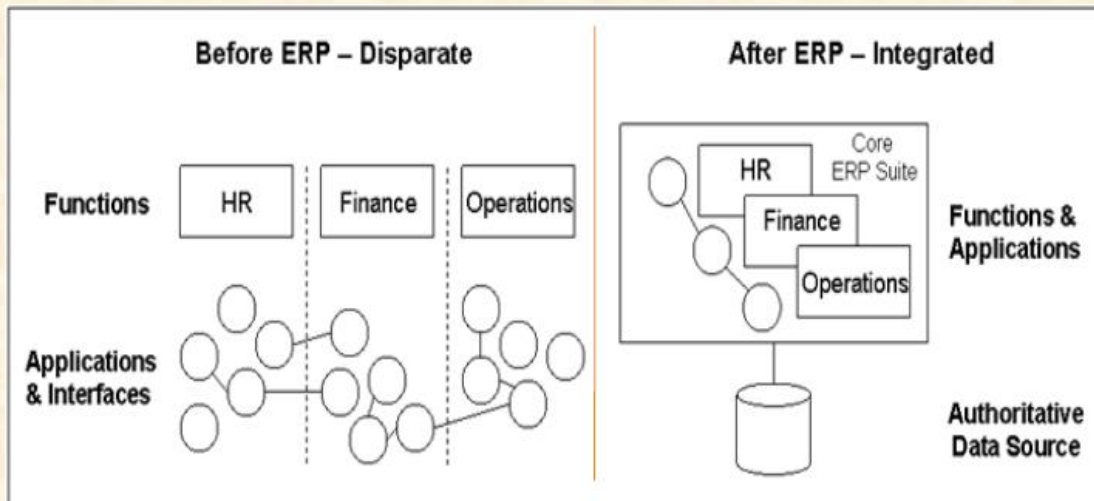


Figure 4: The relation ERP, SCM, CRM, E-Commerce and E-Business

Pengertian Integrasi(1)



INTEGRASI ERP DALAM ORGANISASI



MANFAAT ERP DAN CARA MENDAPATKANNYA

Manfaat	Cara Mendapatkannya
Akses informasi yang handal	DBMS yang fleksibel, data yang konsisten dan akurat, sistem pelaporan yang lebih baik
Menghindari duplikasi data dan operasi	Modul-modul yang mengakses data dari satu database terpusat sehingga menghindari duplikasi
Mempercepat waktu pemrosesan data	Menimalisasi waktu pengambilan data dan pembuatan laporan
Mengurangi biaya	Menghemat waktu dalam pengambilan keputusan organisasi karena analisis yang dilakukan didalamnya
Kemudahan adaptasi	Perubahan pada proses bisnis dapat diadaptasi dengan mudah
Meningkatkan skalabilitas	Struktur sistem yang bersifat modular dan mudah dikustomisasi
Kemudahan pemeliharaan	Dukungan purnajual sistem berjangka panjang
Pengembangan global	Ekstensi modul hingga meliputi SCM dan CRM
E-Commerce	Bisnis internet dan kultur kolaborasi



PENDEKATAN IMPLEMENTASI ERP



○ **Key Succes Factor dalam Implementasi ERP**

Organizational	Strategis	Dukungan dari Manajemen secara berkelanjutan
		Manajemen Perubahan yang efektif
		Definisi Project Scope yang baik
		Komposisi Tim Proyek yang handal
		BPR secara komprehensif
		Pelibatan user
	Taktis	Adanya peran dari Project Champion
		Ada saling percaya diantara partner
		Staf dan konsultan yang berdedikasi
		Jadwal dan rencana proyek yang formal
Technological	Strategis	Training Program yang cukup
		Preventive Trouble shooting
		Penggunaan konsultan yang berpengalaman
	Taktis	Kewenangan yang cukup untuk pengambil keputusan
		Strategi implementasi yang baik
		Hindari customisasi
		Versi dari ERP yang layak
		Konfigurasi Software yang layak
Pengetahuan tentang legacy system yang cukup		

PENGERTIAN PSDP

Perencanaan Sumber Daya Perusahaan (*Enterprise Resource Planning*) adalah **sistem informasi** yang diperuntukkan bagi perusahaan **manufaktur** maupun **jasa** yang berperan **mengintegrasikan** dan **mengotomasikan** proses bisnis yang berhubungan dengan aspek **operasi, produksi** maupun **distribusi** di perusahaan bersangkutan.

KARAKTER SISTEM

- ERP merupakan *Back Office System* yang mengindikasikan bahwa pelanggan dan publik secara umum tidak dilibatkan dalam sistem ini.
- Sistem ERP secara modular biasanya menangani *proses* manufaktur, logistik, distribusi, persediaan, *shipping, invoice*, dan akuntansi perusahaan.

MODUL ERP

- Modul utama :
 - Operasi
- Modul pendukung :
 - Finansial dan Akuntansi
 - Sumber Daya Manusia

MODUL ERP

- Modul Operasi
 - *General Logistics*
 - *Sales and Distribution*
 - *Materials Management*
 - *Quality Management*
 - *Customer Service*
 - *Production Planning and Control*
 - *Project System*
 - *Environment Management*

MODUL ERP

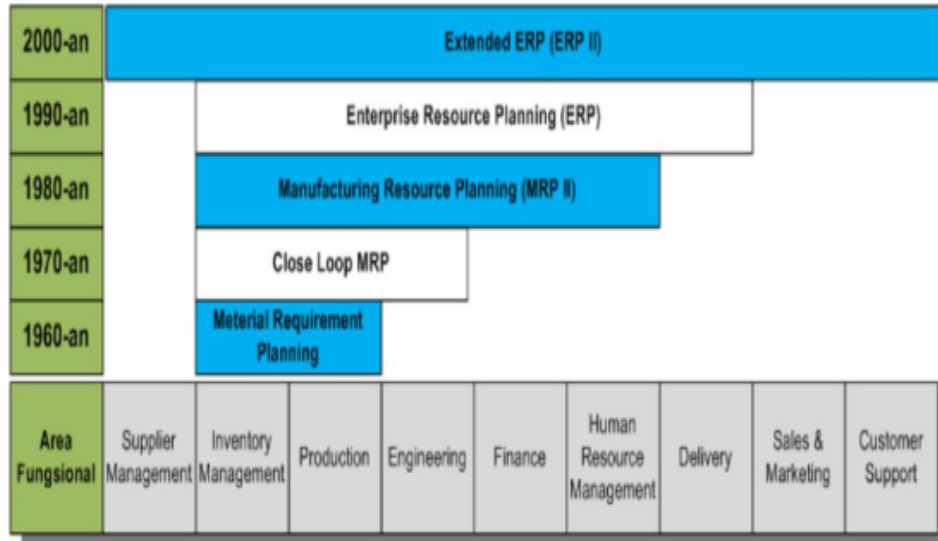
- Modul Finansial dan Akuntansi
 - *General Accounting*
 - *Financial Accounting*
 - *Controlling*
 - *Investment Management*
 - *Treasury*
 - *Enterprise Controlling*



MODUL ERP

- Modul Sumber Daya Manusia
 - *Personnel Management*
 - *Personnel Time Management*
 - *Payroll*
 - *Training and Event Management*
 - *Organizational Management*
 - *Travel Management*

EVOLUSI SISTEM ERP



KEUNTUNGAN ERP

Keuntungan penggunaan ERP

- Integrasi data keuangan
 - Mengintegrasikan data keuangan sehingga Top management bisa melihat dan mengontrol kinerja keuangan perusahaan dengan lebih baik
- Standarisasi Proses Operasi
 - Menstandarkan proses operasi melalui implementasi *best practice* sehingga terjadi peningkatan produktivitas, penurunan inefisiensi dan peningkatan kualitas produk

KEUNTUNGAN ERP

Keuntungan

- Standarisasi Data dan Informasi
 - Menstandarkan data dan informasi melalui keseragaman pelaporan, terutama untuk perusahaan besar yang biasanya terdiri dari banyak unit bisnis dengan jumlah dan jenis bisnis yg berbeda-beda.

KEUNTUNGAN ERP

Keuntungan yg bisa diukur

- Penurunan inventori
- Penurunan tenaga kerja secara total
- Peningkatan service level
- Peningkatan kontrol keuangan
- Penurunan waktu yang di butuhkan untuk mendapatkan informasi

KElemahan ERP

- Terbatasnya kustomisasi dari software ERP
- Sistem ERP sangat mahal
- Perencanaan kembali proses bisnis untuk menyesuaikan dengan standar industri yang telah dideskripsikan oleh sistem ERP dapat menyebabkan hilangnya keuntungan kompetitif

KElemahan ERP

- ERP sering sulit beradaptasi dengan alur kerja dan proses bisnis tertentu dalam beberapa organisasi
- Sistem dapat terlalu kompleks jika dibandingkan dengan kebutuhan pelanggan
- Data dalam sistem ERP berada dalam satu tempat, sehingga meningkatkan resiko kehilangan informasi sensitif, jika terjadi pembobolan sistem keamanan

IMPLEMENTASI ERP

- Implementasi sistem ERP tergantung pada ukuran bisnis, ruang lingkup dari perubahan dan peran serta pelanggan.
 - Perusahaan membutuhkan jasa konsultasi, kustomisasi dan jasa pendukung
 - Migrasi data
-

implementasi ERP

- Langkah strategi migrasi data yang dapat menentukan kesuksesan implementasi ERP :
 - Mengidentifikasi data yang akan di migrasi
 - Menentukan waktu dari migrasi data
 - Membuat template data
 - Menentukan alat untuk migrasi data
 - Memutuskan persiapan yang berkaitan dengan migrasi
 - Menentukan pengarsipan data

KENDALA IMPLEMENTASI ERP

1. Teknis

- Masalah bahasa dan perubahan dari model hard copy menjadi model display.
 - Terminologi istilah yang sama sehingga istilah-istilah dalam produksi, penjualan, dll yang digunakan harus dirubah sesuai istilah dalam ERP.
 - Dalam manajemen tradisional Manajer menandatangani tumpukan kertas sebagai tanda persetujuan, sedangkan Approval dalam ERP dilakukan melalui media tersebut (model display)

KENDALA IMPLemENTASI ERP

2. Budaya

- Implementasi ERP yang berbasis penggunaan teknologi menuntut perubahan-perubahan yang harus dilakukan karyawan, diantaranya harus aware terhadap penggunaan software tersebut (contoh: selalu update data).

KENDALA IMPLemENTASI ERP

3. Politik

- Kendala berasal dari dalam / luar departemen IT
 - Karyawan IT merasa pekerjaannya akan hilang
 - Karyawan di luar departemen IT merasa terancam karena sebagian pekerjaan akan dilakukan oleh software ERP.
 - Keengganan user departemen lain karena adanya unsur "ketidakpercayaan" terhadap departemen IT.
Ketidakpercayaan timbul karena ketakutan bahwa data atau laporan rahasia akan diketahui oleh bagian IT selaku administrator.
-

Memilih sistem ERP

- Proses pemilihan software ERP sebaiknya dilakukan dengan melalui beberapa tahap analisis sbb:
 - analisis strategi bisnis
 - analisis sumber daya manusia
 - analisis infrastruktur
 - analisis software
-

Memilih sistem ERP

- Analisis Strategi Bisnis

- Bagaimana level kompetisi di pasar & apa harapan pelanggan?
- Adakah keuntungan kompetitif yang ingin dicapai?
- Apa strategi bisnis perusahaan dan obyektif yang ingin dicapai?
- Bagaimana proses bisnis yang sekarang berjalan & proses bisnis yang diinginkan?
- Adakah proses bisnis yang harus diperbaiki?
- Apa dan bagaimana prioritas bisnis yang ada, dan adakah rencana kerja untuk mencapai obyektif dan prioritas tersebut?
- Target bisnis seperti apa yang harus dicapai dan kapan?

Memilih sistem ERP

- Analisa Sumber Daya Manusia
 - Bagaimana komitmen top manajemen terhadap usaha untuk implementasi ERP?
 - Siapa yang akan mengimplementasikan ERP dan siapa yg akan menggunakannya?
 - Bagaimana komitmen dari tim implementasi?
 - Apa yang diharapkan para calon user terhadap ERP?
 - Adakah konsultan dari luar yang disiapkan untuk membantu proses persiapan?
-

Memilih sistem ERP

- Analisa Infrastruktur
 - Bagaimanakah kelengkapan infrastruktur yang sudah ada (*overall networks, permanent office systems, communication system* dan *auxiliary system*)
 - Seberapa besar budget untuk infrastruktur?
 - Apa infrastruktur yang harus disiapkan?

Memilih sistem ERP

- Analisa Perangkat Lunak
 - Apakah perangkat lunak tersebut cukup fleksibel dan mudah disesuaikan dengan kondisi perusahaan?
 - Apakah ada dukungan layanan dari penyedia, tidak hanya secara teknis tapi juga untuk kebutuhan pengembangan sistem di kemudian hari
 - Seberapa banyak waktu implementasi yang tersedia
 - Apakah perangkat lunak memiliki fungsi yang bisa meningkatkan proses bisnis perusahaan
-

Memilih sistem ERP

Gagalnya ERP

- Waktu dan biaya implementasi melebihi anggaran
- *Pre-implementation* tidak dilakukan dengan baik
- Strategi operasi tidak sejalan dengan *business process design* dan pengembangannya
- Orang-orang tidak disiapkan untuk menerima dan beroperasi dengan sistem yang baru
- Kurangnya edukasi dalam tahap implementasi akan memberikan kesulitan bagi user yang justru akan memperlambat proses bisnis



SUPPLY



CHAIN

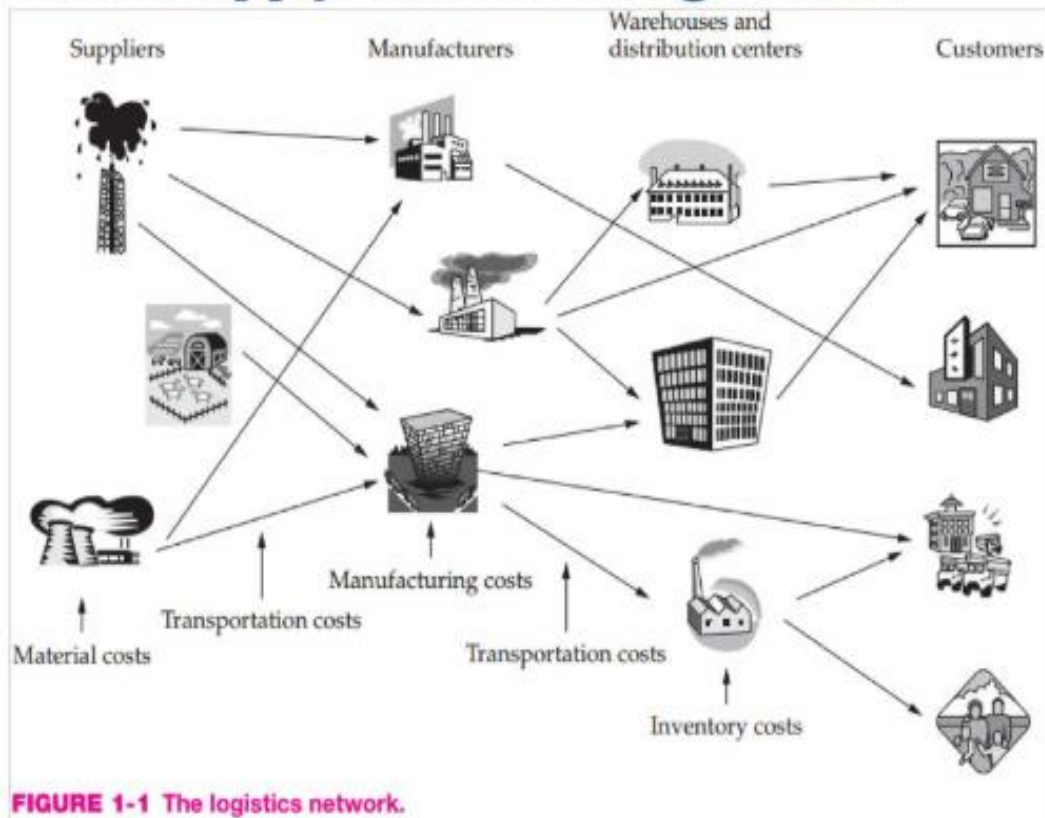


MANAGEMENT

What Is Supply Chain Management?

- Manajemen rantai pasokan (*Supply Chain Management*) merupakan konsep **perkembangan** dari **manajemen logistik** yang lahir seiring dengan perubahan paradigma persaingan bisnis dari *single alone competition* menjadi *network competition*.
- Kondisi ini menuntut organisasi untuk memfokuskan pada **strategi** baru melalui **pengelolaan koordinasi antar organisasi terkait** yang lebih dikenal dengan suatu rantai pasokan.

What Is Supply Chain Management?



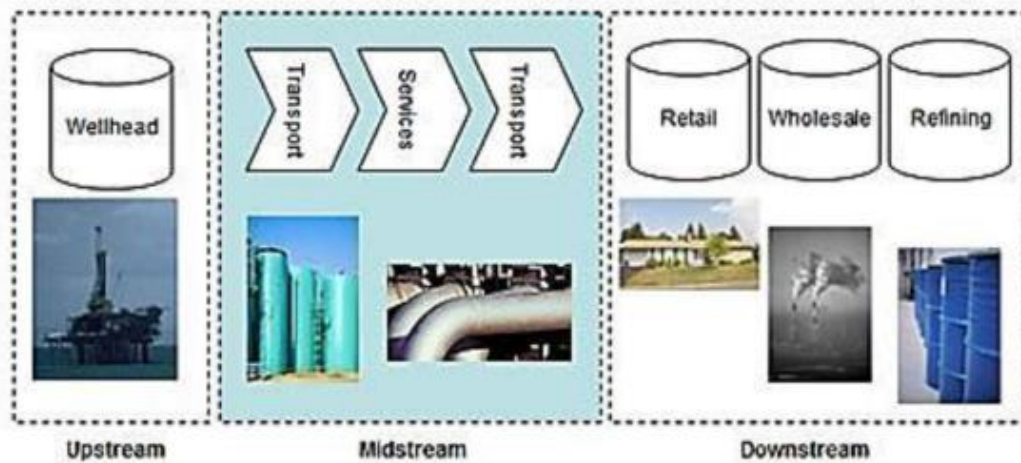
Definisi

Manajemen Rantai Pasokan adalah **rangkaian pendekatan** yang digunakan untuk **mengintegrasikan pemasok, produsen, gudang dan toko** secara efektif agar persediaan barang dapat **diproduksi dan didistribusi** pada **jumlah yang tepat**, ke **lokasi yang tepat**, dan pada **waktu yang tepat** sehingga **biaya** keseluruhan sistem dapat **diminimalisir** selagi berusaha **memuaskan kebutuhan dan layanan** .

Simchi-Levi, dkk (2004)

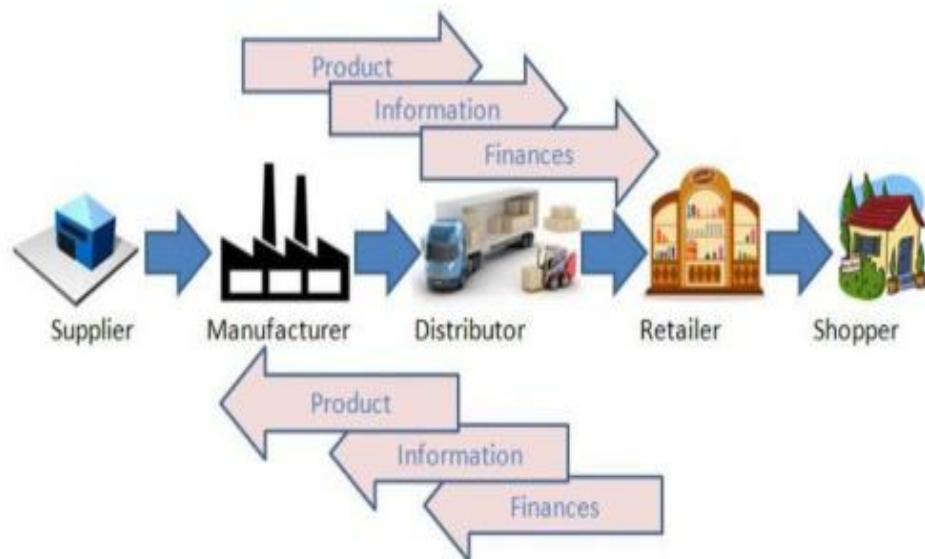
Komponen *Supply Chain Management*

Komponen SCM menurut Turban (2004) terdiri dari tiga komponen utama yaitu:



Proses *Supply Chain Management*

- *Supply Chain Management* adalah koordinasi dari material, informasi dan arus keuangan.



Proses *Supply Chain Management*

- Arus material melibatkan arus produk fisik dari pemasok sampai konsumen melalui rantai, dan sebaliknya arus balik dari retur produk, layanan, daur ulang dan pembuangan.
- Arus informasi meliputi ramalan permintaan, transmisi pesanan dan laporan status pesanan
- Arus keuangan meliputi informasi kartu kredit, syarat-syarat kredit, jadwal pembayaran, penetapan kepemilikan dan pengiriman.

Mengelola Supply Chains

- Mengelola rantai pasokan bisa menjadi kegiatan yang sulit karena melibatkan:
 - Beberapa mitra bisnis
 - Beberapa departemen internal perusahaan
 - Banyak proses bisnis
 - Banyak pelanggan

Mengelola e-Supply Chains

- *e- Supply Chains Management*
 - Penggunaan teknologi kolaboratif untuk meningkatkan kegiatan operasi rantai pasok serta manajemen rantai pasokan
- Keberhasilan e-SCM tergantung pada:
 - Kemampuan semua mitra rantai pasok untuk melihat kolaborasi mitra sebagai aset strategis
 - Visibilitas informasi sepanjang rantai pasokan
 - Kecepatan, biaya, kualitas, dan layanan pelanggan
 - Mengintegrasikan rantai pasokan yang lebih erat

Kegiatan dan Infrastruktur e-SCM

- Pengisian Rantai pasokan
- *E-procurement*
- Monitoring rantai pasokan dan pengendalian menggunakan RFID
- Perencanaan kolaboratif
- Desain kolaboratif dan pengembangan produk
- E-logistik
- Penggunaan pertukaran B2B dan jaring pasokan



Pengertian CRM

- CRM adalah **usaha** sebuah perusahaan untuk berkonsentrasi **menjaga pelanggan** (supaya tidak lari ke pesaing) dengan **mengumpulkan** segala bentuk **interaksi** pelanggan baik itu lewat telepon, email, masukan di situs atau hasil pembicaraan dengan staf *sales* dan *marketing*
-

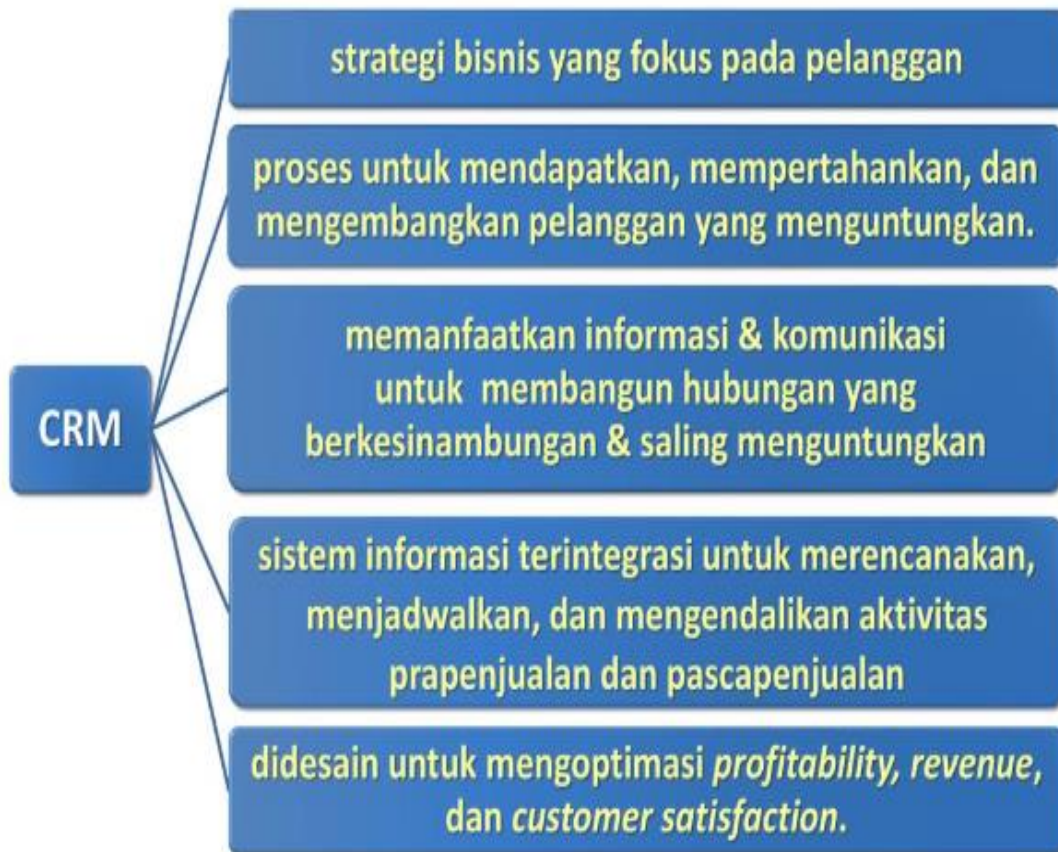
Pengertian CRM

- CRM adalah sebuah **strategi bisnis** menyeluruh dari suatu perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut **secara efektif** bisa **mengelola hubungan** dengan para pelanggan.



We are community member

Pengertian CRM





Pengertian CRM

- Tujuan utama: meningkatkan kepuasan pelanggan.
 - Tujuan akhir: memaksimalkan keuntungan & pendapatan.
-

Pentingnya CRM



"A customer is the most important visitor on our premises, he is not dependent on us. We are dependent on him.

He is not an interruption in our work. He is the purpose of it.

He is not an outsider in our business. He is part of it.

We are not doing him a favor by serving him. He is doing us a favor by giving us an opportunity to do so."

- Mahatma Gandhi.

Pentingnya CRM

- Tingkat **persaingan** global antar perusahaan semakin tinggi.
- Adanya perubahan paradigma yaitu *product driven company* menjadi *consumer driven company*.
- Fakta bahwa **biaya** untuk mendapatkan pelanggan baru bisa 10 kali lebih besar dibanding menjaga pelanggan yang sudah ada.
- Setiap pelanggan memiliki **kebutuhan yang berbeda-beda** sehingga perusahaan harus lebih peka.
- Banyaknya pelanggan yang menginginkan **pelayanan purna jual**.

Pentingnya CRM

- **Pelanggan** yang tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan **menceritakan pengalamannya** kepada 8 dari 10 orang yang ditemuinya
- **Tren** bisnis saat ini memiliki tujuan utama untuk meningkatkan loyalitas pelanggan ke perusahaan.
- Dalam CRM terdapat **database** yang menjadi senjata utama pelayanan dalam penyediaan informasi.



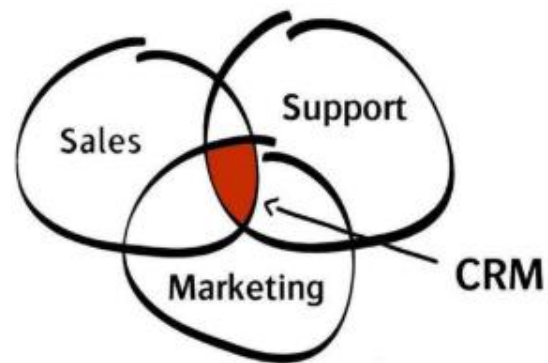
Konsep CRM

- Aktifitas CRM pada dasarnya bertujuan agar perusahaan dapat **mengenal** **pelanggan** secara lebih detail dan **melayani** mereka **sesuai kebutuhannya**.
- Secara umum, beberapa **aktifitas utama** dari konsep CRM adalah sebagai berikut:
 - **Membangun database** pelanggan yang kuat
 - **Membuat profil** dari setiap pelanggan
 - **Analisis Profitabilitas** dari tiap-tiap pelanggan
 - **Interaksi dengan pelanggan** yang lebih **tertarget** dan **terkustomisasi**

Modul - Modul CRM

Modul-modul utama yang harus ada di dalam CRM adalah :

- *Sales*
- *Direct Marketing And Fulfillment*
- *Customer Service And Support*



Modul - Modul CRM

- *Sales*

- Menelusuri kontak pelanggan dan siklus hidup dari pelanggan untuk *cross-selling* dan *up-selling*.
- Contoh : CRM akan mengingatkan *bank sales representative* untuk memanggil pelanggan yang membuat deposit yang besar untuk menawarkan kepadanya layanan investasi dan program kredit utama.

Modul - Modul CRM

- *Direct Marketing And Fulfillment*
 - CRM dapat mengotomatisasi tugas-tugas seperti manajemen respon, penjadwalan sales, menyediakan informasi terhadap calon pelanggan dan pelanggan.

Modul - Modul CRM

- *Customer Service And Support*

- CRM membantu manajer *customer service* secara cepat **membuat, menunjuk, dan mengelola permintaan** layanan.
- CRM membimbing *representative customer service* didalam membantu pelanggan yang mempunyai problem dengan suatu produk, dengan cara **menyediakan data layanan yang relevan** dan **usulan** bagi **pemecahan masalah**.



Manfaat CRM

- Meningkatkan Loyalitas Pelanggan;
 - **Konsistensi** dan **aksesibilitas informasi** tentang pelanggan memungkinkan penjualan & pelayanan yang lebih baik.
- Mengurangi Biaya;
 - CRM memungkinkan penjualan / pelayanan dengan **biaya lebih murah** dalam skema **program pemasaran yang spesifik dan terfokus**. Tertuju ke pelanggan yang tepat dan pada waktu yang tepat pula.

Manfaat CRM

- Meningkatkan Efisiensi Operasional;
 - Otomasi penjualan dan proses layanan dapat **mengurangi resiko** **turunnya kualitas pelayanan** dan mengurangi beban *cashflow*.
 - Penggunaan teknologi *web* dan *call center* misalnya, akan **mengurangi hambatan birokrasi** dan biaya serta proses administratif yang mungkin timbul.
- Peningkatan *Time to Market*;
 - Aplikasi CRM memungkinkan membawa produk ke pasar dengan lebih cepat dengan informasi pelanggan yang lebih baik, adanya **data trend pembelian** oleh pelanggan.

Manfaat CRM

- Peningkatan Pendapatan;
 - Dengan aplikasi CRM, perusahaan dapat melakukan penjualan dan pelayanan melalui **website** sehingga peluang dari **penjualan secara global** tanpa perlu menyediakan upaya khusus untuk mendukung penjualan dan pelayanan tersebut.

Manfaat CRM

- CRM membantu perusahaan untuk **mengembangkan produk baru** berdasarkan pengetahuan yang lengkap tentang **keinginan pelanggan, dinamika pasar dan pesaing** dengan cara:
 - **Menjaga pelanggan** yang sudah ada
 - Menarik **pelanggan baru**
 - *Cross Selling*: **menjual produk lain** yang mungkin dibutuhkan pelanggan berdasarkan pembeliannya
 - *Upgrading*: menawarkan **status pelanggan** yang lebih tinggi (*gold card vs silver card*)

Manfaat CRM

- **Identifikasi kebiasaan pelanggan** untuk menghindari penipuan
- **Mengurangi resiko operasional** karena data pelanggan tersimpan dalam satu sistem
- **Respon** yang lebih **cepat** ke pelanggan
- Meningkatkan **efisiensi** karena otomasi proses
- Meningkatkan **kemampuan melihat dan mendapatkan peluang**

Implementasi CRM

Untuk mengimplementasikan sebuah strategi CRM, diperlukan setidaknya 3 faktor kunci, yaitu :

- Orang-orang yang profesional (kualifikasi memadai)
- Proses yang didesain dengan baik
- Teknologi yang memadai

Implementasi CRM

Penguasaan, penyimpanan, peningkatan, perawatan, pendistribusian dan penggunaan informasi pelanggan

Kesiapan dari sisi pengetahuan dan keterampilan.
Perusahaan mengadakan pelatihan dan proses belajar yang membuat karyawan lebih siap dalam proses implementasi CRM.



Proses layanan pelanggan menjadi sistem yang harus dijalankan oleh seluruh karyawan.

Perusahaan mendefinisikan aturan yang jelas tentang bagaimana melayani pelanggan.



Implementasi CRM

Implementasi CRM setidaknya harus memiliki elemen-elemen berikut :

- **Otomatisasi pemasaran**

- pemasaran dapat dilakukan secara otomatis tanpa perlu bertransaksi langsung antara *customer* dengan produsen, atau cara pembayaran yang tidak perlu langsung membawa uang *cash*.

- **Pusat pelayanan (*Call Center*)**

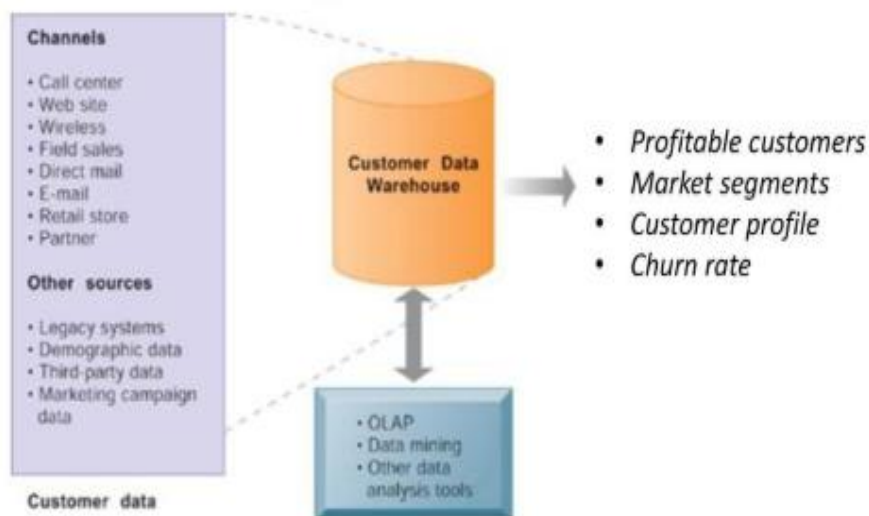
- fungsinya antara lain untuk mengetahui kebiasaan konsumen, menerima keluhan dari para pelanggan sehingga data tersebut bisa digunakan untuk memperbaiki kualitas pelayanan dan produknya serta mengumpulkan *customer history*.

Implementasi CRM

Implementasi CRM

- **Penggudangan Data (*Data Warehousing*)**

- informasi tentang pelanggan harus dilakukan dalam satu sistem terpadu.



Implementasi CRM

Implementasi CRM

- **Pencarian Data Dan Analisa Proses Secara Online**
 - data akan diklasifikasi menurut kualifikasinya, kemudian disimpan dalam sistem yang bisa diakses secara online, sehingga bila sewaktu-waktu data tersebut diperlukan dapat bisa segera diperoleh.
- **Pengambilan keputusan dan alat pelaporan**
 - proses pengambilan keputusan dapat dilakukan secara lebih bijak karena perusahaan telah memiliki data lengkap.
 - misalnya penjualan dengan system cross selling dan hasil penjualannya dapat dilihat apakah sesuai dengan keinginan konsumen dan bisa menaikkan keuntungan perusahaan.

Representatif Vendor CRM

- SAP CRM
- Salesforce.com
- CRM dari Oracle
- Siebel Systems
- PeopleSoft
- Sugar CRM (*open source*)



Contact us.

Questions? Call us at 800 1301 448 (Singapore),
800 967 655 (Hong Kong) or +65 6302 5700
(Intl)



Email, mobile, social and website
marketing.

Tell us a little about yourself, and
we'll be in touch right away.

Please complete all fields.

Representatif Vendor CRM

The screenshot displays the SUGAR CRM dashboard interface. At the top, a navigation menu includes: Accounts, Contacts, Opportunities, Leads, Calendar, Reports, Quota, Documents, Email, and Campaigns. A search bar and user profile icon are also present. Below the navigation is the "My Dashboard" section with a "Create" button. The dashboard is divided into three main panels:

- History:** Shows activity for the "Last 7 Days". It includes a summary with 1 Meeting, 0 Emails, and 2 Calls. A card below shows a "Review needs" task for "One Oliver in email".
- Active Tasks:** Shows tasks categorized as "Due Now", "Upcoming", and "To Do", all with a count of 0. A message states "No data available".
- Planned Activities:** Shows activities categorized as "Today" and "Future". It includes a summary with 0 Meetings and 1 Call. A message states "No data available".

At the bottom, there are sections for "Process Definitions" (with tabs for "My Process Definitions" and "All Process Definitions") and "Processes" (with tabs for "Current" and "Overdue"). The footer contains the SUGAR CRM logo and links for Mobile, Shortcuts, Your, Feedback, Help, and Support.