

MENINGKATKAN KINERJA SISTEM ERP MODUL PENJUALAN DENGAN STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Verri Kuswanto

Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Buddhi Dharma
Jalan Imam Bonjol No. 41, Tangerang, Indonesia
Email: verri.kuswanto@ubd.ac.id

Abstrak

penulisan rangkuman singkat ini diambil dalam kegiatan operasional yang berjalan pada strategi bisnis yang saling berkompeten pada perkembangan teknologi di masyarakat, topik meningkatkan kinerja sistem erp modul penjualan dengan strategi customer relationship management dilatarbelakangi dengan adanya penggunaan yang sangat tinggi dalam kalangan masyarakat bisnis didalam meningkatkan kinerja sistem yang mereka implementasikan (dalam hal ini sistem aplikasi ERP), dengan adanya perkembangan sistem aplikasi ERP dalam pendekatannya kepada pelanggan yang mampu berinteraksi langsung antara penjual dengan pembeli, maka pada kesempatan mengembangkan strategi bisnis mereka melakukan adanya pendekatan tersendiri pada setiap masing-masing pelanggan yang dimiliki, tentu saja dengan pendekatan strategi customer relationship management yang diterapkan dengan sistem aplikasi ERP. Untuk berfokus kepada 1 tujuan yaitu kepuasan pelanggan, dalam penerapan strategi ini memerlukan adanya analisa kebutuhan pelanggan terhadap tingkat kepuasan pelanggan agar objek-objek dalam pendukung tingkat kepuasan pelanggan mampu menjadi strategi bisnis customer relationship management yang akan diterapkan pada setiap kegiatan organisasi / suatu perusahaan. analisa peningkatan dalam sisi kekuatan pada sebuah perusahaan juga didukung dengan adanya *focus group discussion* yang membantu para pemangku bisnis dalam melihat kebutuhan kepuasan pelanggan yang selalu mengalami perubahan perilaku terhadap peningkatan bisnis dalam sebuah organisasi yang mampu dicapai dengan penerapan strategi customer relationship management.

Kata Kunci

sistem ERP, Aplikasi ERP Modul, Customer Relationship Management, Focus group discussion.

Latar Belakang

Dalam penerapan industri 4.0 dikalangan masyarakat luas berdampak bukan saja bagi sipemilik bisnis, melainkan kepada pelanggan atau pengguna akhir pada suatu *product* yang akan dibeli atau diperlukan kebutuhannya, dalam persaingan bisnis terdapat strategi bisnis yang mampu memberikan daya saing pada keberlangsungan sebuah perusahaan/organisasi bisnis[1], terdapat banyak sekali penerapan strategi bisnis yang dilakukan oleh pemangku kepentingan dalam menjalankan bisnis mereka namun masih banyak juga yang belum berhasil dalam melakukannya, dengan kata lain banyak sekali organisasi bisnis / perusahaan melakukan restruktur pada bisnis proses internal, strategi dalam melakukan penjualan, ataupun media yang digunakan dalam melakukan promosi *product* yang dihasilkan.

Dalam perilaku perubahan pelanggan yang selalu mengarah pada tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan atau sebuah organisasi menjadi titik balik bagi pemangku kepentingan dalam melakukan strategi bisnis mereka agar mampu bersaing didunia bisnis global[2], adapun nilai-nilai yang menjadi acuan dalam perilaku pelanggan dalam melakukan transaksi bisnisnya antara lain : melihat pada contoh *product* yang akan dibeli, menunggu beberapa respon dari pelanggan lain dalam memilih *product* dan menggunakan *product* yang dihasilkan oleh sebuah organisasi bisnis, melakukan transaksi disaat yang tepat (menunggu adanya hari/tanggal yang biasa dijadikan sebagai bulan promosi sebuah organisasi bisnis, melihat dan mempelajari ulasan yang diberikan oleh pelanggan lainnya, menjalin

hubungan kedekatan dengan anggota organisasi bisnis dengan harapan mampu memberikan loyalitas kepada pelanggan tersebut, dan masih ada beberapa *point* yang masih belum terjabarkan.

dengan melihat banyaknya organisasi bisnis yang menerapkan konsep pendekatan *customer relationship management* kepada setiap sektor pasar yang masih dalam cakupan strategi bisnis, maka dengan pendekatan ini diharapkan mampu memberikan arahan atau melihat langsung perubahan perilaku yang dilakukan oleh pelanggan dalam aktivitasnya melakukan transaksi kegiatan bisnis ini, kemudian dengan konsep pendekatan *customer relationship management* ini yang menitikberatkan pada hubungan yang dijalin antara pelanggan dengan organisasi bisnis diharapkan mampu memberikan tingkat kepuasan yang tinggi bagi para pelanggan dalam menjalin hubungan jangka panjang guna meningkatkan penjualan bisnis disebuah organisasi / perusahaan[3].

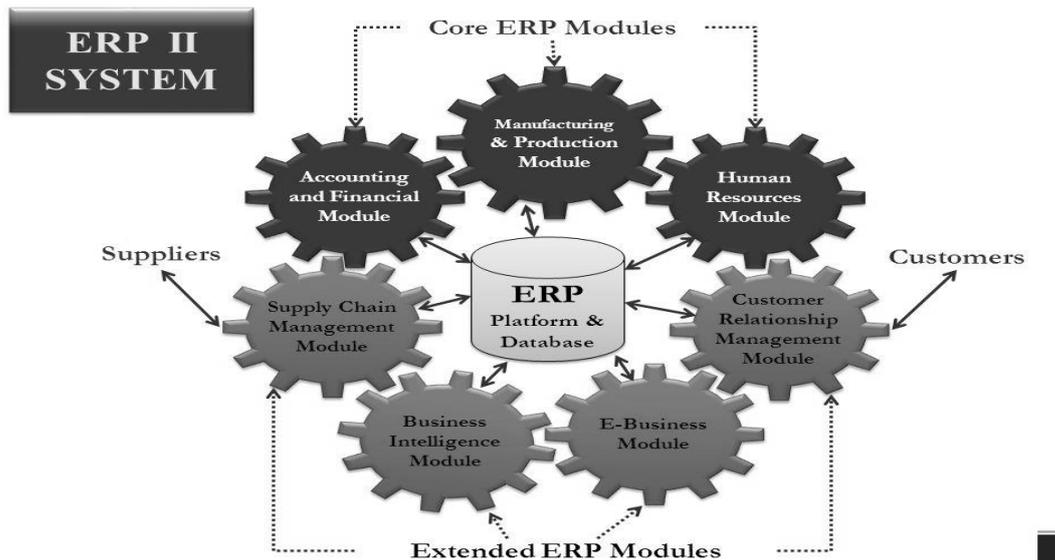
Dari berbagai macam organisasi bisnis yang sudah menerapkan konsep pendekatan *customer relationship management* dalam penerapannya, namun masih banyak yang belum merasakan manfaat ataupun tercapainya tujuan bisnis dalam melakukan analisa perubahan perilaku pelanggan[4], hal ini menjadi kendala dalam organisasi bisnis untuk melanjutkan atau mengembangkan pendekatan *customer relationship management* dengan cepatnya perubahan teknologi yang ada dalam era industri 4.0 ini, untuk itu diharapkan kepada para pemangku kepentingan dalam organisasi bisnis bisa memberikan pandangan atau usulan taktis didalam memberikan ide/gagasan yang mampu melakukan daya dobrak tinggi atau terobosan yang tajam agar persaingan bisnis terus berlanjut dan penerapan pendekatan *customer relationship management* ini dengan aplikasi sistem ERP yang sudah tersedia mampu berperan secara efektif sehingga memberikan nilai efisiensi yang tinggi kepada setiap organisasi bisnis yang berjalan agar mampu mencapai pada tujuan utama melakukan terapan konsep pendekatan *customer relationship management*.

Tinjauan Pustaka

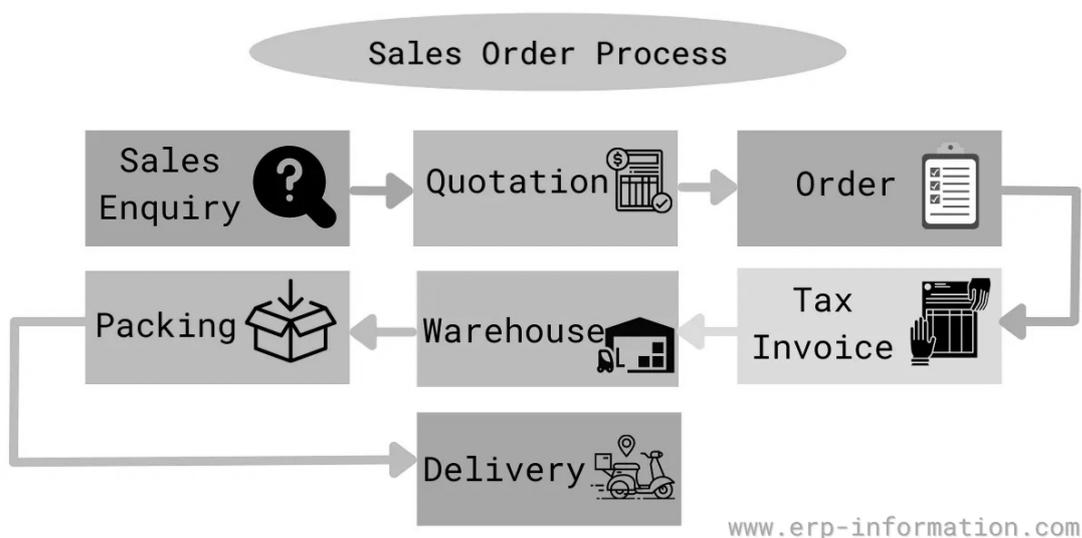
Data Master

Teknologi aplikasi Enterprise Resources Planning (ERP) yang sudah terimplementasi merupakan sebuah sistem yang terintegrasi secara penuh dalam mengelola seluruh proses bisnis yang terdapat banyak anggota bisnis serta unit-unit bisnis dalam suatu perusahaan dengan menggunakan input data modul[5]. Aplikasi internal ERP / aplikasi vendor ERP - CRM adalah aplikasi ERP-CRM yang sudah dibuat atau dirancang untuk kebutuhan bisnis sebuah organisasi yang mudah untuk digunakan baik untuk kebutuhan usaha kecil, menengah, maupun skala besar [6].

Proses yang menjadi perhatian khusus dalam penerapan konsep *customer relationship management* adalah modul penjualan dalam aplikasi ERP, penjualan bisnis kepada pelanggan adalah suatu usaha yang dilakukan oleh organisasi bisnis untuk mengembangkan strategi bisnis yang diarahkan pada kebutuhan pelanggan dengan bertujuan pada tingkat kepuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan guna meningkatkan daya jual dan memenangkan persaingan global[7].



Gambar 1. Aplikasi ERP *Extented* modul CRM



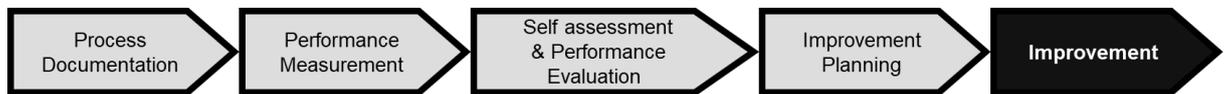
Gambar 2. List of sales modul on ERP application

Sales order modul yang sudah diterapkan dengan baik dan efektif bisa membantu dalam perencanaan strategi penjualan secara baik, perencanaan strategi penjualan menentukan tingkat penjualan atau capaian penjualan yang harus dipertahankan perusahaan agar produknya memenuhi rencana strategis[8].

Sebagian besar aplikasi sistem ERP yang tersedia di pasar global saat ini memiliki *sales modul application*. Modul ini bekerja dengan sistem logistik yang saling terkordinasi dengan yang lainnya. Hal ini menjadi salah satu point interaksi antara aplikasi ERP dengan pendekatan sistem CRM. *Sales modul application* juga menangani pemasaran dan distribusi suatu product dari satu lokasi ke lokasi yang lainnya. Dalam kasus perusahaan yang menerapkan aplikasi ERP, bisa memberikan pendekatan CRM dalam meningkatkan penjualan dan distribusi komponen dari modul logistik[9].

Banyak modul penjualan dalam aplikasi ERP yang terintegrasi dengan berbagai macam situs web e-commerce yang memiliki organisasi bisnis maupun mobile bisnis. Banyak vendor aplikasi ERP yang menawarkan pengembangan sistem aplikasi ERP dengan mendekati penerapan *customer relationship management* sebagai bagian dari *sales modul*.

Bisnis Proses *best practice* yang diseragamkan oleh para pemangku kepentingan bisnis menjadi bentuk prioritas yang wajib diterapkan dalam menggunakan strategi CRM pada langkah awal ini, Ketika process menjadi sebuah keseragaman yang konsisten dan terintegrasi maka tingkat optimalisasi dalam menerapkan strategi CRM ini menjadi lebih terlihat/berdampak dan mampu dijadikan sebagai strategi bisnis oleh perusahaan [10],

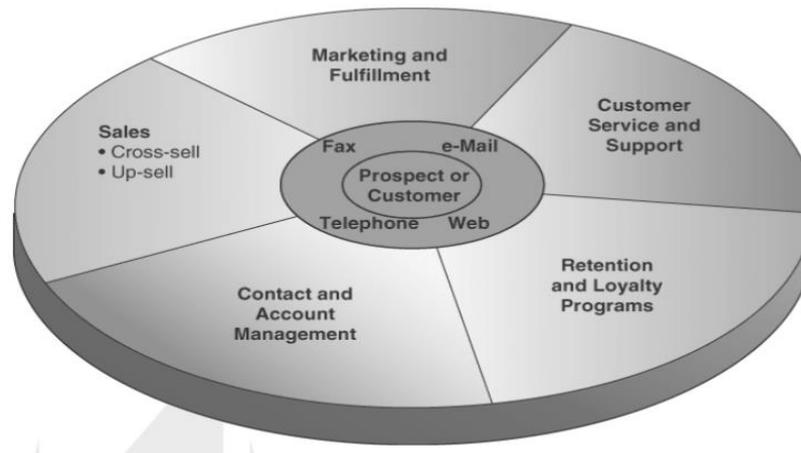


Gambar 3. Proses integrasi dalam bisnis proses

Aliran Kerja bisnis (*business workflow*) yang diterapkan oleh setiap perusahaan menjadi acuan dasar dalam penerapan strategi CRM pada sebuah aplikasi ERP yang berjalan baik pada sebuah perusahaan[11], dalam hal ini setiap proses yang ada pada aplikasi ERP perlu memberikan informasi yang *uptodate* dimulai dari modul penjualan yang terdiri dari *sales order*, *delivery order*, surat jalan keluar, *invoice*, sampai modul finance pembayaran. Proses pekerjaan penginputan data yang dilakukan pada sistem ERP diwajibkan tepat waktu dan selalu berkordinasi dengan departemen lainnya, menjaga integritas data didalam aplikasi ERP, melakukan *review* / analisa dari hasil yang diberikan aplikasi ERP dalam mendukung strategi bisnis[12].

Enterprise Resource Planning With Extended CRM

Enterprise Resource Planning (ERP) adalah sebuah terapan sistem yang berupa aplikasi digunakan bagi perusahaan *retail*, industrial, maupun jasa yang berperan mengintegrasikan dan mengotomasikan proses bisnis yang berkaitan dengan departemen operasional, produksi, maupun sales distribusi di perusahaan yang bersangkutan[13]. Aplikasi ERP sendiri terus mengalami perkembangan yang sangat cepat didalam penggunaanya untuk berbagai macam jenis bisnis perusahaan yang berjalan sekarang ini, terdapat pada modul penjualan yang menjadi target utama bagi para pemangku kepentingan bisnis dalam melakukan manajemen hubungan pelanggan atau *customer relationship management* (CRM) pada dasarnya berfokus penting untuk mengembangkan hubungan atau kerjasama yang baik dalam benetuk usaha yang berorientasi pada kebutuhan pelanggan, hal ini ditujukan dalam strategi perusahaan untuk mampu memberikan kepuasan pelanggan dari berbagai faktor yang ada untuk menjalin hubungan baik melalui aplikasi ERP[14]. Menjaga loyalitas mereka dengan melakukan pengembangan sistem aplikasi ERP yang sudah berjalan baik tentu saja sangat memberi nilai tambah bagi pelanggan yang mencari kebutuhan bagi mereka sendiri. Sistem aplikasi CRM yang dibutuhkan pada aplikasi ERP yang berjalan adalah menyediakan penjualan dengan alat dan sumber data yang dibutuhkan oleh pelanggan atau pihak ketiga untuk mendukung dan mengelola aktivitas penjualan oleh para pemilik bisnis, kemudian peningkatan yang akan mungkin dicapai oleh CRM method dalam aplikasi ERP adalah dengan *optimis cross* dan *up-selling* pada sebuah perusahaan tersebut, sistem CRM juga menyediakan pengertian *chec* pada status *customer's account* dan *history transaction* sebelum melakukan hubungan kerjasama dengan setiap pelanggan yang berkaitan agar tetap terus terkoneksi baik walaupun dalam pertemuan tatap muka yang jarang dilakukan antara pelanggan dengan pemilik bisnis.



Gambar 4. *Application Clusters in CRM Method*

Kebutuhan pelanggan dalam aplikasi ERP

Kebutuhan penerapan dalam sistem CRM yang bertujuan untuk membantu penjualan dalam perusahaan bisnis, pemasaran global, dan pelayanan profesional yang memiliki informasi yang tepat dan akurat kemudian mampu menangkap dan melacak data yang relevan mengenai setiap aktivitas pelanggan pada kegiatan transaksi sebelumnya dan perencanaan hubungan ke depannya yang baik dengan prospek pada pelanggan dalam waktu jangka panjang dan kepada pelanggan Bisnis lainnya, setia *life cycle events of customers* data ditangkap melalui *customer touch points* pada : telephone, fax, e-mail Websites, retail stores, application ERP[15].

Sistem CRM membantu dengan melakukan pemasaran langsung dengan otomatis secara terus menerus seperti berikut ini :

1. Prospek yang memenuhi syarat untuk pemasaran yang ditargetkan
2. Penjadwalan dan pelacakan surat
3. Menangkap dan mengelola tanggapan
4. Menganalisis nilai bisnis pada hasil pemasaran yang sudah di evaluasi
5. Memenuhi tanggapan dan permintaan setiap kebutuhan pelanggan.

Sistem CRM memberikan pelayanan akses real-time kepada database yang sama digunakan oleh penjualan dan pemasaran pada sistem aplikasi ERP yang berjalan, dengan kebutuhan yang sudah diinformasikan oleh pelanggan berupa permintaan pelayanan ataupun product yang akan diproses produksi oleh perusahaan, diserahkan dan dikelola oleh PIC yang bertanggung jawab dalam aplikasi ERP, *Call center software* memberikan bantuan kepada pada pelanggan yang mengalami kendala dalam penggunaannya, menyediakan pelayanan data dan saran untuk pemecahan masalah pada fitur layanan mandiri berbasis web yang memungkinkan pelanggan mengakses informasi dukungan yang dibutuhkan dengan privasi yang terjaga dari pelanggan lainnya.

Trends method in CRM system

Operational CRM

Adalah bentuk yang mendukung interaksi pelanggan dengan perusahaan atau sebuah organisasi bisnis yang besar melalui channel yang bervariasi agar membantu dalam proses pencarian informasi, sinkronisasi interaksi pelanggan secara konsisten dalam setiap aktivitas yang dilakukan oleh pelanggan dalam sistem aplikasi ERP.

Analytical CRM

Melakukan ekstrak riwayat pelanggan yang sudah lama, preferensi, dan profitabilitas dari database Memungkinkan prediksi nilai dan perilaku pelanggan terhadap perkiraan permintaan kebutuhan dari pelanggan, membantu menyesuaikan informasi dan penawaran dengan kebutuhan pelanggan.

Collaborative CRM

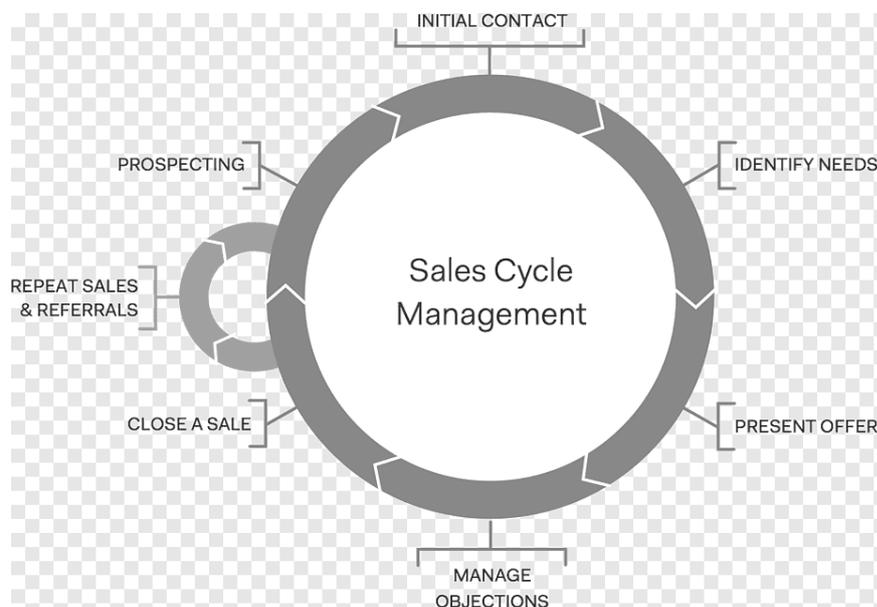
Kolaborasi yang mudah dilakukan dengan pelanggan, pemasok, dan pihak ketiga dengan tujuan meningkatkan efisiensi dan integrasi diseluruh rantai pasokan responsif yang lebih besar terhadap kebutuhan pelanggan melalui sumber produk dan layanan dari luar.

Portal-based CRM

Memberi pelanggan alat dan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan juga perusahaan terkait, dengan memberdayakan karyawan untuk menanggapi permintaan pelanggan agar lebih cepat membantu dalam menanggapi kebutuhan pelanggan dan benar-benar membantu pelanggan menyediakan akses instan ke semua informasi pelanggan internal dan eksternal

Peningkatan Kebutuhan Aplikasi ERP pada Sektor Pelanggan

Menanggapi hubungan timbal balik antara pelanggan dengan pemilik kepentingan bisnis dalam memenuhi kebutuhan pelanggan maka terbentuklah beberapa kebutuhan yang perlu dilakukan pada aplikasi ERP dalam sebuah organisasi bisnis dalam meningkatkan kebutuhan pelanggan untuk mendapatkan hasil yang maksimal[16], kebutuhan tersebut diantaranya : pelanggan mampu mengetahui secara *transparent* tentang proses ketersediaan *product* / barang yang dibutuhkan oleh pelanggan, pelanggan mampu mengetahui proses kesiapan dalam organisasi bisnis dalam memenuhi kebutuhan pelanggan baik dalam penyediaan *product* maupun proses dalam pembuatan *product* tersebut, pelanggan mampu mengetahui tentang jadwal pengiriman barang yang telah dipersiapkan oleh organisasi bisnis, pelanggan mampu mengetahui kualitas barang yang akan dikirim oleh organisasi bisnis.



Gambar 5. Proses pada organisasi bisnis sektor kebutuhan *customer*

Pembahasan

Hasil pada diskusi dari team organisasi bisnis dengan pelanggan dan dari berbagai sumber rangkuman para peneliti dalam pembahasan studi pustaka dan rangkuman jurnal terkait yang memberikan akan adanya dampak yang lebih baik pada kepuasan pelanggan tentu saja dalam penerapan sistem aplikasi ERP dalam memenuhi kebutuhan pelanggan berdasarkan strategi *customer relationship management*. dengan menerapkan banyak forum diskusi dan melihat kebutuhan pelanggan tentang pemanfaatan aplikasi ERP yang ada di dalam organisasi bisnis dengan harapan mampu dirasakan oleh pelanggan dan bisa menjadi alat bantu monitoring data antara pelanggan dengan pihak ketiga / pemangku kepentingan bisnis, untuk itu penyusunan kebutuhan yang perlu diketahui dalam mengakses aplikasi ERP menggunakan diskusi implementasi kebutuhan sebelumnya, lalu semua kebutuhan dilakukan uji tes dengan beberapa data laporan yang dihasilkan dan dianalisa, hasil tersebut diberikan kepada bagian sales marketing untuk memberikan informasi terkait objek yang menjadi point penting dalam aplikasi ERP dengan konsep *customer relationship management*, kemudian dengan berbagai macam proses dan situasi maka dilakukanlah rangkuman dalam menanggapi kebutuhan pelanggan ini.

Kebutuhan pelanggan pada aplikasi ERP yang berjalan.

Analisa yang dilakukan oleh organisasi bisnis dengan menerapkan berbagai macam diskusi kebutuhan dan juga melihat daya tarik kepuasan pelanggan pada objek sistem aplikasi ERP yang berjalan maka terjadilah hubungan timbal balik kebutuhan yang diperlukan dalam melakukan strategi *customer relationship management* pada penerapannya di aplikasi ERP, untuk membantu dalam rangkuman hasil kebutuhan maka dilakukan dengan tabel 1 yang memberikan penjelasan dan uraian detail terkait kebutuhan pelanggan ini. Berdasarkan pada proses bisnis yang sudah berjalan pada sistem aplikasi ERP maka diperlukan adanya mapping kebutuhan dengan aplikasi ERP dengan tujuan penerapan aplikasi ERP yang melakukan strategi CRM ini mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan melihat hasil yang maksimal pada departement sales/marketing. Berikut matrix kebutuhan strategi pelanggan yang dilakukan pengelompokkan dibawah ini :

Tabel 1. Kebutuhan pelanggan strategi *customer relationship management*

Topik	Pembahasan
Ketersediaan informasi product yang akan dibutuhkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelanggan mengharapkan adanya hubungan timbal balik atau respon yang cepat dalam ketersediaan product. 2. Pelanggan mengharapkan pengecekan product sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan 3. Pelanggan mengharapkan adanya konfirmasi yang aktual dari department penjualan pada organisasi bisnis
Konsistensi dan akurat dalam melakukan perjanjian sales order pelanggan dengan pihak organisasi bisnis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelanggan mengharapkan semua informasi perjanjian dalam kontrak tersedia pada aplikasi ERP yang berjalan 2. Pelanggan mengharapkan semua harga dan jangka waktu kontrak sudah akurat dan mampu dimonitoring. 3. Pelanggan mampu melihat informasi ketersediaan setiap kontrak yang dibuat oleh organisasi bisnis
<i>Flexibilitas</i> sistem aplikasi ERP dalam melakukan pencatatan perubahan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelanggan mengharapkan semua perubahan perjanjian tercatat dalam sistem dan terlihat jejak perubahannya. 2. Pelanggan mengharapkan mampu melakukan interaksi dengan aplikasi ERP yang digunakan oleh organisasi bisnis 3. Pelanggan mengharapkan keterbukaan informasi yang diberikan oleh organisasi bisnis sudah sesuai dengan informasi yang ditarik oleh pelanggan.

<p>Penilaian kegiatan penjualan dalam melakukan hubungan dengan pelanggan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelanggan mengharapkan adanya fasilitas dalam memberikan penilaian pada setiap product yang diberikan kepada pelanggan. 2. Pelanggan mengharapkan adanya proses konfirmasi terhadap setiap barang yang dikirim kepada pelanggan sampai diterima dengan kondisi baik 3. Pelanggan mengharapkan adanya proses pengembalian barang apabila ada barang yang tidak sesuai dengan yang diharapkan.
<p>Kegiatan analisa penjualan dengan menggunakan dashboard sistem aplikasi ERP.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelanggan mengharapkan adanya pemberian training sistem aplikasi ERP yang dilakukan kepada setiap pelanggan oleh organisasi bisnis. 2. Pelanggan mengharapkan adanya dukungan yang baik kepada penggunaan dashboard sistem aplikasi ERP 3. Pelanggan mengharapkan adanya bantuan dari team IT organisasi bisnis dalam menangani masalah perubahan data, pengkinian data, hingga perbaikan data atas kesalahan – kesalahan user yang dilakukan secara tidak sengaja.

Dalam topik pembahasan yang perlu diperhatikan, antara lain: proses bisnis sistem aplikasi ERP yang sudah berjalan perlu adanya kebutuhan tersendiri dari strategi *customer relationship management*, dukungan management yang wajib sekali dalam memberikan inovasi dan pengarahan terkait strategi CRM ini, proses hubungan yang melibatkan eksternal (pelanggan) maka perlu adanya pembuatan proyek aplikasi sistem informasi yang memberikan ruang dan arahan dalam menggabungkan strategi CRM ini agar operasional yang sudah berjalan baik ini tetap berjalan baik dan tidak menimbulkan kesalahan yang fatal.

Peningkatan kinerja ERP modul

setelah melalui implementasi dan memenuhi kebutuhan umum dari pelanggan, analisa hasil penerapan strategi *customer relationship management* memberikan nilai tambah pada penggunaan aplikasi ERP yang berjalan pada sebuah organisasi bisnis, perubahan terjadi pada modul penjualan / *sales order* dalam hal ini kepuasan pelanggan terhadap aktivitas atau peran dalam pengambilan input data, pengecekan data, dan monitoring laporan memberikan dampak yang positif bagi pelanggan dalam menjaga hubungan timbal balik pelanggan dengan pemangku bisnis, adapun hasil yang dicapai oleh modul kinerja ERP dalam strategi bisnis management adalah :

1. improvement aplikasi ERP dalam implementasinya

Memberikan inovasi bisnis proses dalam aplikasi modul dengan berinteraksi langsung antara pelanggan dengan pemegang bisnis

2. meningkatkan kualitas komunikasi bisnis

Memberikan kepercayaan atas data dan perubahan yang terjadi melalui informasi yang sudah tersedia di aplikasi ERP.

3. menjaga keberlangsungan hubungan antara pelanggan

Memberikan kepuasan pelanggan dalam memberikan layanan yang menjadi point dalam keberlangsungan jangka panjang

4. meningkatkan sumber daya manusia dalam penggunaan aplikasi ERP didalamnya

Memberikan hubungan interaktif yang transparan antara pelanggan dengan administrasi bisnis

Keterbatasan dalam studi pustaka

Artikel jurnal analisa ini hanya memberikan informasi terkait penjelasan *customer relationship management* strategi dengan terapanya pada aplikasi ERP yang ada dalam sebuah organisasi bisnis, kemudian hasil aktivitas perilaku pelanggan dengan aplikasi ERP pada sebuah organisasi bisnis, dan belum melihat dampak jangka panjang yang perlu diperhatikan oleh pemangku bisnis. Oleh karena itu, peneliti memahami sekali bahwa artikel strategi CRM ini masih perlu dikembangkan dan diimplementasikan langsung pada setiap sektor bisnis agar terlihat perbedaan cara strategi setiap bisnis yang menerapkannya, seperti: proses strategi bisnis industri dengan teknologi aplikasi *LAN based*, juga bentuk implementasi waktu dalam melakukan pelatihan kepada setiap pelanggan yang berbeda-beda karakteristiknya.

Kesimpulan

Setelah melakukan analisa studi kasus kebutuhan pelanggan terhadap *feedback* yang harus dilakukan oleh organisasi bisnis sebagai alat untuk membuat strategi dalam persaingan pasar global dunia industri ini, dengan melakukan *review* bisnis proses berjalan dalam sistem aplikasi ERP yang sudah diterapkan diharapkan mampu memberikan inovasi atau perkembangan aplikasi ERP kearah yang lebih baik dalam hal ini adalah sektor modul penjualan, kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh team penjualan mampu menjadikan hal yang baru dan komunikatif antara pelanggan dengan penjual, dengan menerapkan poin – poin kebutuhan yang sudah masuk menjadi kebutuhan umum pelanggan dalam mencapai tingkat kepuasan pada sebuah organisasi bisnis maka organisasi bisnis diharapkan mampu melakukan persiapan implementasi strategi *customer relationship management* dengan perencanaan yang matang dan sistematis agar bisnis proses *improvement* organisasi bisnis dengan tujuan memberikan peningkatan kepuasan pelanggan di dunia pasar global terus berkelanjutan di masa yang akan datang.

Ucapan Terima Kasih

Terima Kasih kepada rekan rekan kerja yang sudah berpengalaman dalam memberikan informasi terkait kebutuhan pelanggan secara general maupun spesifik dan memberikan pandangan tentang perkembangan bisnis proses sistem aplikasi ERP dengan strategi *customer relationship management* yang terjadi pada aplikasi ERP yang sudah berjalan baik, dan juga kepada Kaprodi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Buddhi Dharma telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian dalam menguraikan strategi CRM dalam aplikasi ERP.

Referensi :

- [1] Wijaya, Santo & Prabowo, Harjanto & Meyliana, & Kosala, Raymond. (2018). "Impact of IT governance framework in post-implementation for ERP performance: Literature review". 1-6. 10.1109/ICTSS.2017.8288868
- [2] Rosmayani (2016), "Customer Relationship Management", Jurnal Valuta Vol 2 No 1, April 2016, 83-98; ISSN : 2502-1419.
- [3] Eka Komalasari, Nurmasari (2020). "Analisis Pelaksanaan Customer Relationship Management Pada Usaha Kecil dan Menengah Di Kota Pekanbaru". Jurnal Valuta Vol. 6 No 1, April 2020; ISSN: 2502-1419.
- [4] Waluyo Adeyaksa, Aknuranda Ismiarta, Setiawan Nanang (2018). "Analisis Proses Bisnis Pada Toko Buku Galuh Menggunakan Business Process Improvement Framework", Vol. 2, No. 12, e-ISSN: 2548-964X.
- [5] Nadziroh Faridatun (2019). Analisa proses bisnis sistem erp (enterprise resource planning) pada perusahaan distributor batu bara, Vol. 2, No. 1, ISSN(e) : 2655-5646.

- [6] Rahajeng Dwi Permatasari, Nurul Fajrin Ariyani, dan Abdul Munif (2019), "Rancang Bangun API untuk Odoo ERP pada Modul CRM (Customer Relationship Management)", *JURNAL TEKNIK ITS* Vol. 8, No. 2, (2019) ISSN: 2337-3539.
- [7] Nofri Tania, Rispianda, Liansari Gita (2015). Rancangan implementasi enterprise resource planning (erp) pt world yamatex spinning mills bandung menggunakan openbravo, Vol. 03, No. 01, ISSN: 2338-5081
- [8] Dhani Adiatma Rimen, Ricky Akbar (2016). Penerapan Enterprise Resource Planning (Erp) Dan Pengelolaan Hubungan Dengan Pelanggan Untuk Sistem Informasi Penjualan Pada Toko Soviah. *TEKNOSI*, Vol. 02, No. 02, Agustus 2016; ISSN 2476 – 8812.
- [9] Anugrah Putra Eko Wibowo, Alifiandri Haidir Ismanto, Safitra Aditya Bagaskara. (2021). Implementasi Enterprise Resource Planning (Erp) Pada Sistem Pembelian, Persediaan, Penjualan, Dan Crm Menggunakan Dolibarr (Studi Kasus : Pt Karya Tani Indonesia). *Nusantara Journal of Community Engagement* Vol. 2 No. 1 Maret 2021; E-ISSN : 2722-2411.
- [10] Pratiwindya, Ricky Akbar. (2016). Implementasi Enterprise Resource Planning (Erp) Pada Sistem Pembelian, Persediaan, Penjualan Dan Customer Relationship Management (Crm) (Studi Kasus : Jaya Utama Motor), jurnal.umj.ac.id/index.php/semnastek e-ISSN : 2460 – 8416.
- [11] Lena Magdalena, Muhammad Hatta. (2020). Aplikasi E-Crm (Customer Relationship Management) Berbasis Web Pada Belle Studio Cirebon. *Sigma-Mu* Vol.12 No.1; <https://doi.org/10.35313/sigmamu.v12i1>.
- [12] Tania Rama Nofri, Rispianda, Gita Permata Liansari (2015). Rancangan Implementasi Enterprise Resource Planning (Erp) Pt World Yamatex Spinning Mills Bandung Menggunakan Openbravo, *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional* No.01 | Vol.03. ISSN: 2338-5081.
- [13] Tri Retnasari (2021). "Pemodelan Enterprise Resource Planning Pada Perusahaan Ritel". *Jurnal Informatik Edisi ke-17, Nomor 1*. ISSN : 2655-139X (ONLINE)
- [14] Elma Tiana, Eka Prasetyaningrum (2020). Pengembangan Teknologi ERP Modul Customer Relationship Management Studi Kasus Gudang AC Sampit, *Journal of Computer System and Informatics (JoSYC)* Volume 1, No. 4, Page 381-388. ISSN 2714-8912 (media online).
- [15] Wijaya, Santo & Prabowo, Harjanto & Meyliana, & Kosala, Raymond. (2017). Identification of key success factors and challenges for ERP systems — A systematic literature review. 1-6. 10.1109/COMCOM.2017.8167091.
- [16] Hani Fitria Rahmani. (2018). Pengaruh Penerapan Enterprise Resource Planning (Erp) Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Indonesia Membangun* Vol. 17, No. 3. ISSN : 2579-8189 (media online).