

**APLIKASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
PADA SOFTWARE OPEN-ERP**

Budi Maryanto

Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer LIKMI

Jl. Ir. H. Juanda 96 Bandung 40132

E-mail : budimailyanto@gmail.com

ABSTRAK

Customer Relationship Management (CRM) adalah bidang ilmu manajemen yang secara khusus menangani semua aspek yang terkait dengan relasi pelanggan. Untuk mengimplementasikan CRM secara efisien, dibutuhkan dukungan teknologi informasi. Saat ini telah dikembangkan beberapa aplikasi CRM, salah satunya berupa modul dalam perangkat lunak OpenERP. Aplikasi CRM terintegrasi dengan modul-modul lainnya dalam OpenERP. Dalam artikel ini akan dipaparkan secara singkat langkah-langkah untuk mengelola CRM dalam OpenERP.

Kata kunci : *Customer Relationship Management, Leads, Opportunity, Quotation, Sales Order, OpenERP.*

1 PENDAHULUAN

Peran pelanggan bagi sebuah perusahaan bisnis sangat penting, karena bisa menunjukkan eksistensi perusahaan tersebut. Pada era bisnis yang sangat kompetitif ini, maka upaya perusahaan tidak cukup hanya sampai mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya. Upaya berikutnya yang tidak kalah penting adalah *me-maintain* hubungan dengan pelanggan agar mereka tetap loyal.

Dalam ilmu manajemen telah dikembangkan kajian yang secara khusus menangani relasi terhadap pelanggan, yaitu *Customer Relationship Management* (CRM). Dalam implementasinya, CRM sangat membutuhkan dukungan teknologi informasi, terutama berupa manajemen data untuk mendokumentasikan seluruh aktivitas yang berkaitan dengan pengelolaan relasi pelanggan.

2 CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Menurut Kristin Anderson dan Carol Kerr [2], “*Customer Relationship Management (CRM) is a comprehensive approach for creating, maintaining and expanding customer relationships.*” Kedua pakar CRM ini menguraikan lebih lanjut mengenai definisi tersebut. Kata *comprehensive* digunakan untuk menegaskan bahwa CRM bukan hanya menjadi tanggung-jawab bagian penjualan dan pemasaran, bukan juga menjadi tanggung-jawab tim IT saja, tetapi CRM adalah cara untuk menjalankan bisnis yang menyentuh semua bidang. Dalam definisi juga digunakan kata *approach*, karena CRM adalah cara berfikir dan cara mengelola relasi terhadap pelanggan. Lebih tepatnya CRM merupakan sebuah strategi, karena melibatkan perencanaan yang jelas. Kemudian rangkaian kata “*creating, maintaining and expanding customer relationships*” dimaksudkan bahwa CRM mengelola seluruh siklus pelanggan (*the entire customer cycle*). Jadi yang diupayakan tidak sekedar mendatangkan pelanggan baru, tetapi juga bagaimana menjaga para pelanggan agar tetap loyal, bahkan dari waktu ke waktu semakin meningkat sikap loyalnya.

Dengan CRM dapat dibentuk hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, karena perusahaan dapat mengetahui kebutuhan pelanggan dan menyediakan pilihan produk atau layanan yang sesuai dengan permintaan mereka. Dengan demikian maka diharapkan akan terbangun suatu hubungan yang baik yang berjangka panjang dengan pelanggan.

Mengingat luasnya cakupan kerja CRM, maka banyak hal yang perlu diperhatikan untuk mencapai keberhasilan dalam implementasi CRM. Kristin Anderson dan Carol Kerr memaparkan faktor-faktor pendukung keberhasilan CRM [2] sebagai berikut :

1. Kerjasama internal yang kuat dalam menjalankan strategi CRM.
2. Para karyawan dari seluruh level dan seluruh bidang memberikan informasi yang akurat untuk sistem CRM.
3. Perangkat bantu CRM (*CRM tools*) harus mudah digunakan oleh para pelanggan dan karyawan yang terkait (*customer-and employee-friendly*).
4. Buat laporan dari data-data yang anda gunakan, serta gunakan (manfaatkan) data-data yang anda laporkan.
5. Jangan gunakan teknologi tinggi (*high-tech*), jika dengan yang *low-tech* pun bisa ditangani.

Menurut Scott Kostojohn et al. [3], langkah awal implementasi CRM adalah mempersiapkan organisasi untuk melakukan **perubahan**. Seringkali perubahan –

meskipun untuk tujuan perbaikan – mengundang timbulnya resistensi dari kalangan internal, terutama dari mereka yang telah merasa nyaman dengan kondisi sistem saat ini. Melalui persiapan yang baik, resistensi dapat dihindarkan, bahkan membantu para karyawan untuk melihat sisi positif dari perubahan yang akan dilakukan.

Berikut ini adalah beberapa persiapan untuk mengkondisikan organisasi agar siap menghadapi perubahan [3] :

1. *Data-Driven Culture*

Mengejar budaya *data-driven* berarti mendokumentasikan proses, mengumpulkan data efektivitas mereka, membuat perubahan berdasarkan data, kemudian mengevaluasi keberhasilan perubahan berdasarkan data.

2. *Executive support*

Memperoleh dukungan eksekutif untuk implementasi secara keseluruhan, khususnya untuk perubahan yang akan dilakukan. Pihak eksekutif harus cukup terlibat dalam pengambilan keputusan dan dalam mengkomunikasikan visi pelaksanaan proyek serta manfaat yang ingin dicapai.

3. *Communication*

Peran komunikasi sangat penting, sehingga semua pihak mengetahui apa yang diharapkan, kemudian membantu mereka mempersiapkan diri terhadap perubahan yang akan datang.

4. *Training*

Pelatihan merupakan bagian dari penerapan teknologi. Melalui program pelatihan, karyawan menyesuaikan diri dengan teknologi baru. Pelatihan juga merupakan proses untuk mengurangi resistensi.

5. *Feedback*

Adalah penting untuk menyediakan wadah bagi karyawan untuk menyampaikan umpan-balik. Memang tidak mungkin untuk selalu mewujudkan setiap item umpan-balik, namun bagaimanapun telah terbukti bahwa tersedianya wadah ini mampu merangkul semua pihak dalam menjalani perubahan.

6. *Recognition*

Mempublikasikan personil yang telah melaksanakan tanggung-jawab dengan benar dalam penerapan sistem CRM sebagai contoh positif bagi yang lain. Bentuk-bentuk *reward* lainnya dapat diberikan sebagai wujud apresiasi terhadap personil tersebut.

3 PERANGKAT LUNAK OPEN-ERP

OpenERP adalah sistem aplikasi bisnis terpadu (*Enterprise Resource Planning – ERP*) berbasis *open source* yang memiliki fitur modul yang sangat lengkap. Saat ini tersedia lebih dari 2000 modul yang siap digunakan. Program ini menggunakan arsitektur MVC (*Model View Controller*).

Dengan *workflow* yang fleksibel, tampilan grafis (GUI) di komputer klien yang sangat dinamis dan sistem pelaporan (*report*) yang terintegrasi dengan Open-Office membuat OpenERP lebih mudah diterapkan pada berbagai skala perusahaan, baik perusahaan kecil, menengah atau besar, tentunya dengan melakukan beberapa penyesuaian dengan apa yang dibutuhkan organisasi. OpenERP dibangun dengan sistem modular, sehingga memudahkan pengguna untuk menentukan modul yang dibutuhkan. Beberapa keunggulan yang dimiliki *software* OpenERP :

1. Program aplikasinya gratis.
2. *Source code*-nya dapat diperoleh secara bebas, sehingga programnya dapat dimodifikasi, dikembangkan dan di-distribusikan dengan versi baru, asal memenuhi aturan lisensi GPL.
3. Memiliki modul aplikasi yang sangat lengkap.
4. Dapat di-*install* baik menggunakan sistem operasi Windows atau Linux.
5. Menggunakan antar-muka berbasis web (*web based interface*), sehingga mudah penggunaannya.
6. Tersedia dukungan yang luas dari mitra perusahaan OpenERP S.A. (lebih dari 90 perusahaan mitra di 18 negara, termasuk Indonesia) yang dapat membantu pemakai OpenERP untuk mendapatkan layanan *training*, konsultasi dan *maintenance*.
7. Jumlah *market* pemakai *software* ini menempati ranking no.1 dalam kategori *open source* ERP.
8. Seluruh rancangan *screen* dan *report* dapat di-*custom* (di-desain ulang) untuk disesuaikan dengan kebutuhan pemakai.
9. Adanya dukungan *multi-currency*, *multi-lingual*, dan *multi-company*.
10. Pemilihan modul yang akan digunakan bersifat fleksibel, bisa diambil hanya modul-modul tertentu sesuai kebutuhan.
11. Tersedia fitur untuk mengatur otoritas pemakai berikut susunan menu yang bisa diakses oleh pemakai yang bersangkutan.
12. Tersedia fitur untuk ekspor dan impor dokumen ke format Word dan Excel.

13. Tersedia sistem manajemen dokumen terintegrasi yang dapat membantu tim dalam berkolaborasi.

Beberapa aplikasi yang tersedia dalam OpenERP [4] antara lain adalah :

1. *Human Resource*

Modul yang digunakan untuk mengelola salah satu aset penting dalam perusahaan yaitu sumber daya manusia. Dengan modul ini, kita dapat mengelola informasi kepegawaian, cuti, kontrak (*outsourcing*), kehadiran (absensi), evaluasi kinerja dan rekrutmen.

2. *Accounting and Finance*

OpenERP bukan hanya menyediakan aplikasi untuk mencatat transaksi, namun menyediakan berbagai alat kontrol agar perusahaan terhindar dari kerugian akibat kelalaian karyawan maupun akibat kecurangan. OpenERP mendukung sistem pembukuan dan perpajakan Indonesia sesuai dengan peraturan pemerintah.

3. *Warehouse*

Dengan mengadopsi konsep *double-entry* seperti yang diterapkan dalam sistem akuntansi, pengelolaan stok dan gudang menjadi sangat mudah dan akurat. Selain itu, fitur-fitur penting lainnya adalah pelacakan produk, nomor seri produk, perencanaan stok, pengorderan otomatis, dan lain-lain.

4. *Manufacturing*

Dengan modul manufacturing, kita dapat membuat perencanaan produksi, rencana kebutuhan material, proses produksi, *bill of material*, perhitungan kapasitas mesin, dan sebagainya. Selain itu modul ini juga sudah dilengkapi dengan berbagai *tools* untuk menganalisa data produksi secara *real-time*.

5. *Point of Sale*

OpenERP telah menyediakan berbagai aplikasi untuk kebutuhan mesin kasir (*Point of Sale - POS*). Salah satu POS terbaru dari OpenERP adalah POS yang mendukung mesin layar sentuh (*touch screen*) yang sangat cocok untuk rumah makan atau restoran. Sedangkan untuk kasir ritel, bisa menggunakan POS dengan GTK.

6. *Project Management*

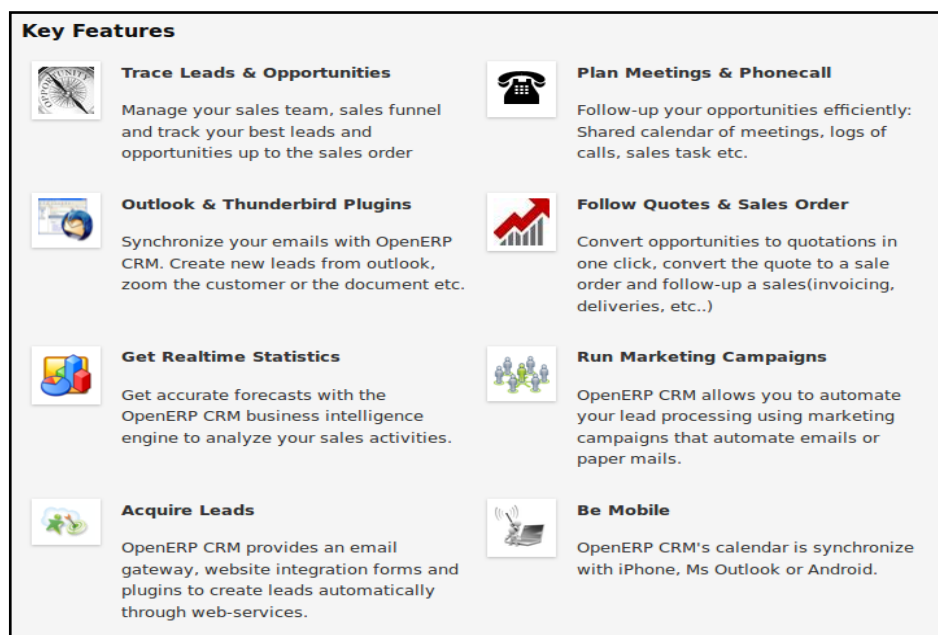
Project Management OpenERP dilengkapi dengan berbagai *tools* untuk membantu pengelolaan proyek dengan mudah, terstruktur, analisis data *real-time*, penanganan masalah, pengingat (*reminder*), delegasi, tahapan proyek, dan lain-lain. Sangat cocok digunakan untuk mengelola berbagai kegiatan proyek termasuk proyek konstruksi.

7. *Purchase Management*

Anda akan dimanjakan dengan berbagai fitur untuk mengelola proses pembelian, termasuk pembelian secara otomatis (berdasarkan jumlah stok sisa), pembelian dengan *budget*, pembelian secara tender, *multi approval*, proses pembayaran, penerimaan dan pengembalian barang, pelacakan berdasarkan nomor seri produk, dan lain-lain.

4 APLIKASI CRM DALAM OPEN-ERP

Selain berbagai aplikasi yang telah diuraikan di atas, OpenERP sebagai perangkat lunak ERP yang sangat lengkap tentu saja menyediakan aplikasi untuk menangani CRM. Dengan CRM OpenERP, kita dapat mengelola hubungan secara komprehensif antara perusahaan dengan para pelanggan bahkan sebelum mereka jadi pelanggan. CRM OpenERP menyediakan berbagai fasilitas seperti *Leads*, *Opportunity*, *Phone Call*, *Meeting* hingga layanan bantuan pelanggan (*Customer Support*). Fitur utama CRM OpenERP dipaparkan secara singkat dalam Gambar 1 berikut ini :



Gambar 1
Fitur Utama CRM OpenERP

Aktivitas yang berkaitan dengan pelanggan [1] dimulai dari *campaign* (promosi pemasaran secara masal). Lalu berlanjut ke tahap *leads* untuk berhubungan dengan pelanggan secara personal. Pada tahap ini proposal penawaran produk/jasa biasanya disampaikan kepada pelanggan.

Gambar 2
Form Data Leads dalam CRM OpenERP

Bila pelanggan memberi respon yang baik terhadap penawaran produk/ jasa, maka kita bisa melangkah ke tahap *opportunity* dengan cara mengkonversi data *leads* menjadi *opportunity*.

Gambar 3
Form Data Opportunity

Berbagai upaya yang dilakukan *sales team* untuk memperbesar peluang keberhasilan pemasaran seperti mengadakan pertemuan dengan klien (*meeting*) atau mengkontak klien (*phone calls*) dapat didokumentasikan secara detil dalam OpenERP.

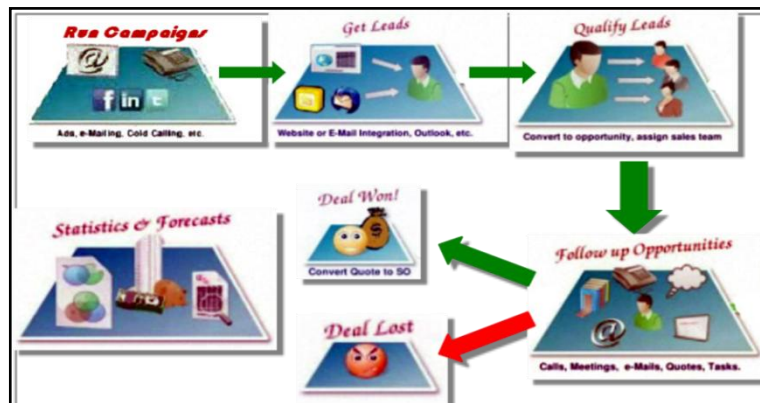
Gambar 4
Dokumentasi Phone Call

Gambar 5
Dokumentasi Meeting

Bila proses penawaran membuahkan hasil berupa kesepakatan untuk merealisasikan transaksi penjualan, maka data *opportunity* dikonversi menjadi *quotation*. Tahap akhir dari proses ini adalah realisasi pengiriman produk (atau pengerjaan jasa) yang disertai dengan dokumen *sales order*.

Gambar 6
Form *Sales Order*

Ringkasan siklus penanganan CRM dalam OpenERP ditampilkan dalam Gambar 7.



Gambar 7
Siklus CRM dalam OpenERP

5 KESIMPULAN

Menangani relasi perusahaan terhadap pelanggan tidaklah sederhana, karena yang perlu dilakukan bukan terbatas pada mengupayakan keberadaan pelanggan sebanyak-banyaknya saja, tetapi lebih dari pada itu yang jauh lebih penting adalah *me-maintain* para pelanggan agar tetap loyal.

Diawali dengan tahap *campaign* untuk promosi secara masal, kemudian berlanjut dengan tahap *leads* untuk membangun relasi terhadap pelanggan secara personal. Jika pelanggan memberikan respon yang baik, maka status relasi naik ke tahap *opportunity*. Setelah memperoleh informasi mengenai kecenderungan positif pelanggan ke arah kesepakatan transaksi, maka status *opportunity* dikonversi ke tahap *quotation*. Berbagai aktivitas pendukung seperti menemui klien dan menjalin kontak secara intens harus didokumentasikan secara lengkap dalam fitur *meeting* dan *phone-calls* agar mudah melakukan analisis data terhadap kemajuan proses transaksi. Apabila akhirnya dicapai kesepakatan untuk persetujuan transaksi, maka tinggal dieksekusi tahap terakhir yaitu pembuatan *sales order*. Seluruh rangkaian aktivitas CRM yang cukup kompleks tersebut dapat dikelola secara mudah dan efisien dengan bantuan perangkat lunak OpenERP.

6 DAFTAR PUSTAKA

- [1] Els Van Vossel and Fabien Pinckaers, *Drive your Sales and Marketing Activities with OpenERP*, Open Object Press, 2011.
- [2] Kristin Anderson and Carol Kerr, *Customer Relationship Management*, McGraw- Hill, 2002.
- [3] Scott Kostojohn, Mathew Johnson, and Brian Paulen, *Fundamentals CRM*, Apress, 2011.
- [4] Website Adsoft (OpenERP Partner), <http://wp.openerp.co.id>, diakses tanggal 1 Juli 2014.