

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

- 1) Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UD. Sari Manis dan hasil analisa peneliti terhadap proses bisnis UD. Sari Manis diketahui bahwa UD. Sari Manis menghadapi 3 tantangan utama. Tantangan pertama berkaitan dengan manajemen pembelian di mana UD. Sari Manis belum memiliki standar pemesanan pembelian yang baku. Hal ini menyebabkan UD. Sari Manis sering salah (kelebihan atau kekurangan) memesan barang ke pemasok sehingga beban operasional menjadi meningkat. Tantangan yang kedua berkaitan dengan manajemen persediaan yang mana segala pengalokasian barang untuk penjualan hanya diketahui pemilik UD. Sari Manis. Hal ini juga menyebabkan beban operasional meningkat karena pegawai administrasi di UD. Sari Manis harus menelepon pemilik untuk memastikan jumlah persediaan tertentu bila ada pelanggan yang memesan barang di saat pemilik tidak ada. Tantangan yang ketiga berkaitan dengan pengelolaan hubungan dengan pelanggan yang mana saat ini UD. Sari Manis belum memanfaatkan data pelanggan yang ada sehingga belum mampu memaksimalkan penjualan barangnya ke pelanggan. Sistem yang dibutuhkan oleh UD. Sari Manis adalah sistem yang mampu menyelesaikan

permasalahan pembelian, persediaan dan pengelolaan hubungan dengan pelanggan.

- 2) Sistem PICR Management adalah sistem yang dirancang untuk membantu UD. Sari Manis menyelesaikan tantangannya yang berkaitan dengan manajemen pembelian, manajemen persediaan, dan manajemen pengelolaan hubungan dengan pelanggan. Berdasarkan analisa menggunakan MIT 90's Framework, aliran strategi yang dibutuhkan oleh UD. Sari Manis untuk mendukung sistem PICR Management adalah *configuration schools*. *Configuration schools* tersebut terdiri dari *entrepreneurial schools*, *planning schools*, dan *cognitive schools*. *Entrepreneurial schools* menunjukkan bahwa setiap hasil pengelolaan data oleh sistem masih memerlukan persetujuan dari *owner-manager* yang merupakan pemegang kekuasaan tertinggi di UD. Sari Manis. Jika *owner-manager* tidak ada, maka perusahaan UD. Sari Manis tidak dapat berjalan. *Planning schools* ditunjukkan antara lain melalui peramalan penjualan menggunakan teknik proyeksi tren, sedangkan pemesanan pembelian menggunakan metode EOQ juga *dummy variable*. *Cognitive schools* ditunjukkan melalui sistem PICR Management yang melakukan pencatatan terhadap segala aktivitas pelanggan sehingga diketahui selera pelanggan. Hal ini berguna agar kepuasan pelanggan UD. Sari Manis dapat meningkat.

Sistem PICR Management membantu manajemen pembelian UD. Sari Manis dalam hal (1) meramalkan pemesanan pembelian, (2) *auto-*

correction terhadap peramalan pemesanan pembelian yang telah dihitung sebelumnya dan (3) pengelompokkan barang. Sistem PICR Management membantu UD. Sari Manis mengatur persediaan dengan memprioritaskan pengalokasian barang (penjualan) kepada pelanggan utama. Sistem PICR Management membantu UD. Sari Manis mengelola hubungan dengan pelanggan antara lain dengan : (1) mengelompokkan pelanggan UD. Sari Manis, (2) membuat kriteria pelanggan, (3) mengelompokkan *key customers*, (4) mencatat dan mengategorikan selera pelanggan dan (5) menawarkan interaksi yang disesuaikan dengan selera pelanggan.

- 3) Pemilik UD. Sari Manis menyetujui rancangan sistem PICR Management ini, namun masih beberapa hal yang perlu dipertimbangkan. Hal tersebut terutama berkaitan dengan kebutuhan individu tambahan untuk menjalankan sistem ini dan mengawasi agar sistem ini dapat berjalan optimal. Di samping itu, dibutuhkan waktu untuk mempelajari sistem yang baru.

5.2 Saran

- 1) Agar sistem PICR Management dapat berjalan dengan optimal, dibutuhkan ketersediaan data yang terstruktur. Dengan adanya data yang terstruktur, UD. Sari Manis akan mampu untuk meramalkan permintaan penjualan, meramalkan pemesanan pembelian dan memaksimalkan kepuasan pelanggannya. Sistem PICR management membutuhkan data yang terstruktur antara lain sebagai acuan rumus proyeksi tren dan dasar perhitungan EOQ. Di samping itu, data yang ada juga dibutuhkan untuk

mengkoreksi rumus yang ada saat ini. Semakin banyak data yang dimiliki perusahaan akan semakin akurat rumus yang dibentuk untuk mendukung peramalan permintaan dan pemesanan pembelian UD. Sari Manis.

- 2) Sistem PICR Management dapat berjalan dengan optimal bila perusahaan melakukan evaluasi terus-menerus terhadap sistem ini. Hal ini berguna agar sistem tersebut sesuai dengan kebutuhan internal perusahaan dan kondisi eksternal perusahaan seiring dengan berjalannya waktu. Oleh sebab itu, diperlukan edukasi mengenai sistem informasi kepada pihak UD. Sari Manis. Edukasi sistem informasi tersebut berkenaan dengan penggunaan sistem dan manfaat sistem informasi. Edukasi ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan sistem PICR Management yang telah dirancang agar dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan perusahaan selanjutnya. Hal ini berguna agar perusahaan dapat mengefisiensikan seluruh sumber daya yang ada di perusahaan dengan memanfaatkan sistem informasi tersebut.
- 3) Perusahaan membutuhkan tambahan individu baru agar dapat menjalankan sistem PICR Management. Namun dengan penambahan individu baru tersebut diperlukan penambahan biaya yang harus dipertimbangkan oleh UD. Sari Manis. Di samping itu, pemilik UD. Sari Manis dan bagian administrasi memerlukan pelatihan agar dapat mendukung jalannya sistem PICR Management tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, F., Abdurahman, A., & Hamali, J. (2011). Identifying the Dimensions of Customer Preference in the Foodservice Industry. *2011 International Conference on Innovation, Management and Service* (pp. 352-357). Singapore: IACSIT Press.
- Ahlstrand, B., Lampel, J., & Mintzeberg, H. (2005). *Strategy Safari - A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management*. The Free Press: New York.
- Anderson, K., & Kerr, C. (2002). *Customer Relationship Management*. McGraw-Hill.
- Anita, D., & Puspika, J. (2013). Inventory Control dan Perencanaan Persediaan Bahan Baku Produksi Roti pada Pabrik Roti Bobo Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*.
- Blattberg, R. C., Kim, B.-D., & Neslin, S. (2008). *Database Marketing - Analyzing and Managing Customers*. New York: Springer.
- Caroline, A. (2015). *Merancang Sistem Perencanaan Pembelian untuk Usaha Distributor Makanan UD. Sari Manis (Skripsi)*. UNPAR, Ilmu Administrasi Bisnis, Bandung.
- Caroline, A. (2016). MERANCANG SISTEM PERENCANAAN PEMBELIAN UNTUK USAHA DISTRIBUTOR MAKANAN UD. X. *MARANATHA ECONOMICS & BUSINESS CONFERENCE 2016 - Global Networking : Build Up Business Competitiveness*. Bandung: Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha.
- Chen, I., & Popovich, K. (2003). Understanding Customer Relationship Management. *Business Process Management Journal*, 9(5), 672-688.
- Chitale, A., & Gupta, R. (2006). *Materials Management : Test and Cases*. New Delhi: Prantice Hall of India.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design*. London: Sage Publication, Inc.
- Curtis, G., & Cobham, D. (2005). *Business Information Systems - analysis, design and practice fifth edition*. Harlow: Prentice Hall.
- David, F. R. (2008). *Strategic Management : Concepts and cases*. Upper Saddle River,: Pearson Education, Inc.

- Dobbs, M. E. (2014). Guidelines for applying Porter's five forces framework: a set of industry analysis templates. *Competitiveness Review*, 24(1), 32-45.
- Drejer, A. (2000). Integrating product and technology development. *European Journal of Innovation Management*, 3(3), 125-136.
- Grunert, K. G., & Ellegaard, C. (1992). The Concept of Key Success Factors : Theory and Method. *MAPP Working paper no 4*.
- Gunawan, A. (2012). *Information access for SME's in Indonesia: A study on the business performance of garment manufacturers*. Enschede: Ipskamp Drukkers.
- Gunawan, A., Wahdan, M. A., Herik, H. v., & Kornarius, Y. P. (2011). What can be learned from a Knowledge-intensive System. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 118-130.
- Han, J., Kamber, M., & Jian, P. (2012). *Data Mining*. Elsevier.
- Hardcastle, E. (2008). *Business Information Systems*. Ventus Publishing ApS.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. (2010). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy - eleventh edition*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Heizer, J., & Render, B. (2014). *Operation Management*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Herjanto, E. (2007). *Manajemen Operasi*. Grasindo.
- Hinterhuber, A., & Hinterhuber, G. (2012). An empirical analysis of the role of industrial brands for industrial distributors. *Journal of Strategy and Management*, 5(3), 252-265 .
- Jones, G. R. (2013). *Organizational Theory, Design, and Change - 7th edition*. Pearson Education, Inc.
- Juariyah, S., & Basrowi . (2013, April). ANALISIS KONDISI SOSIAL EKONOMI DAN TINGKAT PENDIDIKAN MASYARAKAT DESA SRIGADING, KECAMATAN LABUHAN MARINGGAI, KABUPATEN LAMPUNG TIMUR. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 7(1).
- Kalubanga, M. (2012). SUSTAINABLE PROCUREMENT: Concept, and Practical Implications for the Procurement Process. SUSTAINABLE PROCUREMENT: Concept, and Practical Implications for the Procurement Process. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1(7), 1-7.
- Kamauff, J. (2010). *Managers Guide to Operation Management*. McGraw-Hill.

- Karagiannopoulos, G., Georgopoulos, N., & Nikolopoulos, K. (2005). Fathoming Porter's five forces model in the internet era. *INFO*, 7(6), 66-76.
- Kardes, F., Cronley, M., & Cline, T. (2011). *Customer Behaviour*. Canada: Cengage Learning.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14e*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotzab, H., Seuring, S., Muller, M., & Reiner, G. (2005). *Research Methodologies in Supply Chain Management*. Heidelberg: Physica, Verlag.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2014). *Managing Information System - Managing the Digital Firm*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Lee, H. -H., & Kleiner, B. (2001). "Inventory Management in The Women's Retail Clothing Industry". *Management Research News*, 24(3/4), pp. 40-44.
- Levy, M., & Powell, P. (2005). *Strategies for Growth in SMEs*. Burlington: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Lodree jr, E. J. (2011). Pre-storm Emergency Supplies Inventory Planning. *Journal of Humanitarian Logistics Vol.1 No.1*, 50-77.
- Minarro-Viseras, E., Baines, T., & Sweeney, M. (2005). Key Success Factors when Implementing Strategic Manufacturing Initiatives. *International Journal of Operations and Production Management*, 25(2), 151 - 179.
- Monczka, R., Handfield, R., Giunipero, L., & Patterson, J. (2011). *Purchasing and Supply Chain Management, Fifth Edition*. Mason: South-Western, Cengage Learning.
- Muller, M. (2011). *Essentials of Inventory Management*. New York: AMACOM.
- O'Brien, J. A. (2011). *Management Information Systems*. New York: McGraw-Hill.
- Paim, R., Caulliraux, H. M., & Cardoso, R. (2008). Process Management Tasks : A Conceptual and Practical View. *Business Process Management Journal*, 14(5), 694-723.
- Parvatiar, A., & Sheth, J. N. (2001). Customer Relationship Management : Emerging Practice, Process, and Discipline. *Journal of Economics and Social Research*, 1-34.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2011). *Strategic Management : Strategy Formulation and Implementation*. McGraw Hill.

- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behaviour and Marketing Strategy - ninth edition*. New York: McGraw-Hill.
- Petti, C., & Zhang, S. (2013). Technological entrepreneurship and absorptive capacity in Guangdong technology firms. *Measuring Business Excellence*, 17(2), 61-71.
- Pikiran Rakyat. (2013). *Pemerintah Terus Tekan Pengangguran*. Retrieved from pikiran-rakyat: <http://www.pikiran-rakyat.com/serial-konten/21050/feed/feed/feed>
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Simon and Schuster.
- Purch. (2016). *inFlow Regular v3 Review*. Retrieved 7 29, 2016, from toptenreviews: <http://www.toptenreviews.com/business/software/best-inventory-software/inflow-review/>
- Purch. (2016). *InventoryPower Bronze Package Review*. Retrieved 7 29, 2016, from [toptenreviews: http://www.toptenreviews.com/business/software/best-inventory-software/inventory-power-review/](http://www.toptenreviews.com/business/software/best-inventory-software/inventory-power-review/)
- Purch. (2016). *Salesforce Review: Best CRM Software for Small Business*. Retrieved from [businessnewsdaily: http://www.businessnewsdaily.com/7840-best-crm-software-small-business.html](http://www.businessnewsdaily.com/7840-best-crm-software-small-business.html)
- Purch. (2016). *Small Business Inventory Control 8 Review*. Retrieved from toptenreviews: <http://www.toptenreviews.com/business/software/best-inventory-software/small-business-inventory-control-review/>
- Rajpurohit, R., & Vasita, M. (2011). Consumer preferences and satisfaction towards various mobile phone service providers. *Gurukul Business Review*, 7, 1-11.
- Robbins, S. P., & Judge, T. (2015). *Organizational Behavior 16th edition*. Pearson Education, Inc.
- Saarijarvi, H., Karjaluoto, H., & Kuusela, H. (2013). Customer relationship management: the evolving role of customer data. *Marketing Intelligence & Planning*, 584-600.
- Soliman, H. S. (2011). Customer Relationship Management and Its Relationship to the Marketing Performance. *International Journal of Business and Social Science*, 2(10), 166-182.

- Steiner, C. (2001). A role for individuality and mystery in "managing" change. *Journal of Organizational Change Management*, 14(2), 150-167.
- Stiehl, V. (2014). *Process-Driven Applications with BPMN*. Walldorf: Springer.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Tseng, S.-M. (2016). Knowledge Management Capability, Customer Relationship Management and Service Quality. *Journal of Enterprise Information*, 29(2), 202-221.
- Vtiger. (2016). *Inventory Management*. Retrieved 7 29, 2016, from www.vtiger.com: <https://www.vtiger.com/ultimate/inventory-management/>
- Walliman, N. (2011). *Research Methods 'The Basics'*. London & New York: Taylor & Francis e-Library.
- Wallin, C., Rungtusanatham, M. J., & Rabinovich, E. (2006). What is The Right Inventory Management approach for a Purchased Item. *International Journal of Operations & Production Management*, 26(1), 50-68.
- Yin, R. K. (2011). *Qualitative Research from Start to Finish*. New York: The Guilford Press.
- Zulhibri, M., Naiya, I., & Ghazal, R. (2015). Structural change and economic growth in selected emerging economies. *International Journal of Development Issues*, 14(2), 98-116.
- Zunaidi, M. (2013, April). KEHIDUPAN SOSIAL EKONOMI PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL PASCA RELOKASI DAN PEMBANGUNAN PASAR MODERN. *Jurnal Sosiologi Islam*, 3(1), 51-64.
- Adani, D. (2013). Analisis Siklus Pembelian (Studi Kasus PT. Berkat Unggul Tama Indonesia). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2). Retrieved from <http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/262/211>
- Alameda County SBDC. (2005-2016). *"Customer Analysis | Marketing"*. Retrieved Juni 23, 2016, from acsbdc.org: <http://acsbdc.org/business-topics/customer-analysis>
- Archon Systems Inc. (n.d.). *Features*. Retrieved from www.inflowinventory.com: <https://www.inflowinventory.com/software-features>
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2016). *Kota Bandung dalam Angka 2015*. Retrieved 5 25, 2016, from Badan Pusat Statistik Kota Bandung: <https://ppid.bandung.go.id/wp-content/uploads/2016/04/Kota-Bandung-Dalam-Angka-2015.pdf>

- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2016). *Produk Domestik Regional Bruto Kota Bandung Menurut Lapangan Usaha 2011-2015*. Retrieved from Badan Pusat Statistik Kota Bandung: https://bandungkota.bps.go.id/website/pdf_publicasi/Produk-Domestik-Regional-Bruto--Kota-Bandung-Menurut-Lapangan-Usaha-2011--2015--.pdf
- Bappenas. (2016). Retrieved from Bappenas: <http://bappenas.go.id/files/rkp/rkp-2016/Narasi%20Per%20Bab/BAB%203%20PERPRES%20RKP%202016.pdf?&kid=2401435138557>
- BBC. (2016, February 5). *Pertumbuhan ekonomi Indonesia menurun lagi*. Retrieved May 2, 2016, from www.bbc.com: http://www.bbc.com/indonesia/majalah/2016/02/160205_indonesia_prtumbuhan_menurun
- bisnis liputan 6. (2016, April 28). *OJK: Pertumbuhan Ekonomi 6 Persen Tak Cukup Bagi Indonesia*. Retrieved May 2, 2016, from <http://bisnis.liputan6.com>: <http://bisnis.liputan6.com/read/2494546/ojk-pertumbuhan-ekonomi-6-persen-tak-cukup-bagi-indonesia>
- Biro Pusat Statistik Indonesia. (2016). *Produk Domestik Bruto*. Retrieved 5 30, 2016, from Biro Pusat Statistik Indonesia: <http://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1200>
- Capterra. (2016). *Vtiger CRM*. Retrieved 7 29, 2016, from www.capterra.com: <http://www.capterra.com/customer-relationship-management-software/spotlight/112491/vtiger%20CRM/vtiger>
- Customer Analysis in Marketing Plans*. (2006-2016). Retrieved Juni 23, 2016, from business.lovetoknow.com: http://business.lovetoknow.com/wiki/Customer_Analysis_in_Marketing_Plans
- customer analytics*. (n.d.). Retrieved Juni 23, 2016, from en.wikipedia.org: https://en.wikipedia.org/wiki/Customer_analytics
- Dewi, L. P., Indahyanti, U., & Hari S, Y. (2012, Juli 2). *Pemodelan Proses Bisnis Menggunakan Activity Diagram UML dan BPMN (Studi Kasus FRS Online)*. Retrieved 2 11, 2016, from Repository Petra: <http://repository.petra.ac.id/15746/>
- Five Forces*. (n.d.). Retrieved Juni 22, 2016, from QuickStart Indonesia: <http://quickstart-indonesia.com/five-forces-model/>
- Fourie, I. (2003). Retrieved from uir.unisa.ac.za: <http://uir.unisa.ac.za/bitstream/handle/10500/2187/dissertation.PDF>

- Indonesia Investment. (2016, Mei 7). *GDP Growth: Slowing Household Consumption in Indonesia is Worrisome*. Retrieved from indonesia-investments: <http://www.indonesia-investments.com/id/news/todays-headlines/gdp-growth-slowing-household-consumption-in-indonesia-is-worrisome/item6790>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2012-2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) : Peran*. Retrieved Juni 21, 2016, from KBBI.web.id: <http://kbbi.web.id/peran>
- kompasiana. (2014, November 25). *10 Peringkat Indonesia di Dunia*. Retrieved from Kompasiana: http://www.kompasiana.com/mulyady1688/10-peringkat-indonesia-di-dunia_54f934b0a333112c048b4a1a
- Lestari, D. (2007). *"Analisis Potensi"*. Retrieved Juni 2016, 22, from lib.ui.ac.id: <https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&ved=0ahUKEwjQmaGZI7vNAhUJR48KHQCxDSUQFgg5MAU&url=http%3A%2F%2Flib.ui.ac.id%2Ffile%3Ffile%3Ddigital%2F129565-T%252024796-Analisis%2520potensi-Metodologi.pdf&usq=AFQjCNGeYIZFZIGlkWE8pJShMz3hp>
- Materi Akuntansi. (2016). *Pengertian Efektif dan Efisien Menurut Para Ahli*. Retrieved from www.materiakuntansi.com: www.materiakuntansi.com/pengertian-efektif-dan-efisien-menurut-para-ahli/
- Purchasing Systems. (2016). *Expense Reduction, Inc - Management Systems*. Retrieved 7 29, 2016, from [purchasingsystems.com](http://www.purchasingsystems.com/): <http://www.purchasingsystems.com/>
- Republika. (2015, September 14). *BPS Prediksi Jumlah Usaha Meningkatkan pada 2016*. Retrieved from [republika](http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/15/09/14/nunuxx349-bps-prediksi-jumlah-usaha-meningkat-di-2016): <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/15/09/14/nunuxx349-bps-prediksi-jumlah-usaha-meningkat-di-2016>
- Salesforce.com,inc. (2016). *Sales Force* . Retrieved from www.salesforce.com: <https://www.salesforce.com/ap/?ir=1>
- SAS Institute, Inc. (n.d.). *"customer analytics"*. Retrieved Juni 23, 2016, from www.sas.com: http://www.sas.com/en_th/insights/marketing/customer-analytics.html
- Setiawan, E. (2012-2016). *teknologi*. Retrieved 6 29, 2016, from kbbi.web.id: <http://kbbi.web.id/teknologi>

Statanalytics.com. (2013). *Customer/ Market Intelligence Analytics*. Retrieved June 20, 2016, from <http://www.statanalytics.com/http://www.statanalytics.com/customer-market-analytics.php>