

## **ANALISIS PENERAPAN ENTERPRISE SYSTEMS (ERP, CRM, SCM) SEBAGAI PILAR TRANSFORMASI DIGITAL DI PT. DESIGN JAYA INDONESIA**

**Astari Cipta Rahma<sup>1</sup>, Chelsea Azzahra<sup>2</sup>, Jelita Regina Putri<sup>3</sup>, Martsya Adillah<sup>4</sup>, Naurah Andhari Putri<sup>5</sup>**

[astariciptarahma@gmail.com](mailto:astariciptarahma@gmail.com)<sup>1</sup>, [cchelsea676@gmail.com](mailto:cchelsea676@gmail.com)<sup>2</sup>, [angellitaregina7@gmail.com](mailto:angellitaregina7@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[martsyaadillah@gmail.com](mailto:martsyaadillah@gmail.com)<sup>4</sup>, [naurahndhri@gmail.com](mailto:naurahndhri@gmail.com)<sup>5</sup>

**Universitas Gunadarma**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana sistem Enterprise Resource Planning (ERP), Customer Relationship Management (CRM), dan Supply Chain Management (SCM) mempengaruhi strategi transformasi digital di PT. Design Jaya Indonesia (KIOSBANK). Pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus digunakan, dan data dikumpulkan melalui wawancara daring dengan staf internal perusahaan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa adopsi sistem ERP dan CRM internal telah berhasil meningkatkan efisiensi operasional serta mutu layanan pelanggan. Selain itu, prinsip-prinsip SCM diterapkan melalui pengelolaan mitra digital yang baik, meskipun perusahaan tidak menangani distribusi produk secara fisik. Integrasi ketiga sistem ini membantu menyelaraskan proses bisnis dan mempercepat tanggapan terhadap perubahan pasar.

**Kata Kunci:** ERP, SCM, CRM, PT. Design Jaya Indonesia.

### **ABSTRACT**

*This study was conducted to understand how Enterprise Resource Planning (ERP), Customer Relationship Management (CRM), and Supply Chain Management (SCM) systems influence the digital transformation strategy at PT. Design Jaya Indonesia (KIOSBANK). A descriptive qualitative approach with a case study method was used, and data were collected through online interviews with internal company staff. The findings reveal that the adoption of internal ERP and CRM systems has successfully improved operational efficiency and the quality of customer service. Additionally, SCM principles are implemented through effective management of digital partners, even though the company does not handle physical product distribution. The integration of these three systems helps align business processes and accelerates responses to market changes.*

**Keywords:** ERP, SCM, CRM, PT. Design Jaya Indonesia.

### **PENDAHULUAN**

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif dan terus berubah, setiap perusahaan dituntut untuk cepat beradaptasi dengan modifikasi pasar dan keinginan konsumen. Salah satu langkah strategis yang banyak diambil untuk mencapai keunggulan kompetitif adalah dengan menggunakan sistem informasi yang terpadu. Dengan fondasi sistem seperti Enterprise Resource Planning (ERP), Customer Relationship Management (CRM) dan Supply Chain Management (SCM) diharapkan berfungsi dalam meningkatkan efisiensi operasional serta pelayanan kepada pelanggan.

ERP berfungsi sebagai sistem utama yang mengintegrasikan berbagai proses bisnis utama, mulai dari keuangan, produksi, hingga manajemen sumber daya manusia dalam satu platform yang saling terhubung. Dengan adanya sistem ini, perusahaan dapat menghindari duplikasi data, meningkatkan keakuratan informasi, dan proses pengambilan keputusan menjadi lebih cepat. Sementara CRM memiliki peranan penting dalam membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Sehingga dapat menggali informasi agar dapat menawarkan produk dan layanan yang lebih tepat dan personal

berdasarkan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Ini tidak hanya akan meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga mendorong loyalitas dan kesetiaan mereka.

Di sisi lain, SCM lebih berfokus pada pengelolaan aliran barang dan informasi di seluruh rantai pasok, dari pemasok sampai konsumen akhir. Sistem SCM yang efisien akan membantu perusahaan mengurangi biaya operasional, mempercepat pengiriman, dan menjaga ketersediaan produk secara lebih efektif.

Saat ketiga sistem ini, yaitu ERP, CRM, dan SCM, disatukan dengan baik, terbentuklah sebuah ekosistem informasi yang saling mendukung. Informasi dapat mengalir dengan mulus di antara departemen, memungkinkan perusahaan untuk segera dan tepat merespons perubahan pasar.

PT. Design Jaya Indonesia (KIOSBANK), sebuah perusahaan yang berfokus pada teknologi finansial dan menyediakan jasa, adalah contoh nyata dari organisasi yang menghadapi tantangan dalam kompleksitas operasional seiring dengan perkembangan bisnisnya. Oleh karena itu, penerapan ERP, CRM, dan SCM dianggap sangat krusial dengan harapan sistem-sistem ini dapat membantu perusahaan mencapai efisiensi dalam proses bisnis sekaligus meningkatkan pengalaman pelanggan.

Namun, penerapan sistem informasi tersebut tidak selalu berjalan dengan lancar. PT. Design Jaya Indonesia (KIOSBANK) juga menghadapi berbagai tantangan, seperti memulai perubahan, kesulitan dalam menggabungkan sistem lama dengan yang baru, kesulitan beradaptasi serta diperlukan pelatihan bagi karyawan agar dapat beralih dari sistem yg lama dengan sistem baru yang diterapkan.

Melalui penelitian ini, kami ingin menyelidiki lebih dalam bagaimana implementasi ketiga sistem tersebut dilakukan di PT. Design Jaya Indonesia (KIOSBANK) dan menilai dampaknya terhadap kinerja operasional serta hubungan dengan pelanggan. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif, dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan berbagai pihak yang terlibat langsung dalam proses implementasi.

Hasil dari penelitian ini diharapkan tidak hanya bermanfaat bagi PT. Design Jaya Indonesia (KIOSBANK), tetapi juga dapat menjadi referensi yang berharga bagi perusahaan lain yang sedang atau akan menerapkan sistem informasi serupa.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan strategi studi kasus untuk mengeksplorasi dampak implementasi sistem Enterprise Resource Planning (ERP), Supply Chain Management (SCM), dan Customer Relationship Management (CRM) di PT. Design Jaya Indonesia (KIOSBANK). Fokus penelitian ditujukan untuk memahami kontribusi ketiga sistem tersebut dalam meningkatkan efisiensi operasional, integrasi data, serta mengidentifikasi hambatan yang dihadapi selama proses penerapan.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara daring yang berlangsung pada Februari hingga Maret 2025. Informan berasal dari pihak internal perusahaan yang memiliki pemahaman mendalam terkait implementasi ERP, SCM, dan CRM, serta proses bisnis yang relevan. Instrumen wawancara disusun dalam bentuk daftar pertanyaan tertulis yang dikirim melalui platform digital, dan respon diberikan oleh perusahaan dalam bentuk dokumen Microsoft Word.

Data yang diperoleh dianalisis secara tematik dengan cara mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menginterpretasikan pola-pola utama yang muncul, seperti manfaat sistem, kendala implementasi, serta strategi penanganan permasalahan dalam penerapan ERP, SCM, dan CRM.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil wawancara yang kami lakukan, terlihat bahwa PT. Design Jaya Indonesia (KIOSBANK) telah mencatat perkembangan digital yang cukup pesat sejak tahun 2008. Perusahaan ini dilaporkan telah mengadopsi sistem informasi yang meliputi Enterprise Resource Planning (ERP), Customer Relationship Management (CRM), serta Supply Chain Management (SCM), yang semuanya dirancang khusus agar sesuai dengan model bisnis jasa digital yang dijalankan. Awalnya, mereka fokus pada layanan pembayaran tagihan listrik PLN di Jawa Tengah, Yogyakarta, dan Bali, tetapi kemudian memperluas cakupannya menjadi Payment Point Online Bank (PPOB) yang mencakup beragam jenis tagihan dan bisa diakses di seluruh pelosok Indonesia. Transformasi ini mencerminkan betapa adaptifnya perusahaan dalam merespons perubahan regulasi dari luar (misalnya, kebijakan yang dikeluarkan oleh PLN) dan juga dinamika kebutuhan pasar yang terus berubah.

### **Penerapan ERP (Enterprise Resource Planning)**

PT. Design Jaya Indonesia (KIOSBANK) telah menciptakan dua sistem ERP internal: (1) E-Ledger untuk pengelolaan finansial, (2) HRIS Kiosbank untuk pengelolaan sumber daya manusia.

Penggunaan perangkat lunak yang dikembangkan secara mandiri mencerminkan pendekatan yang responsif dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Meskipun laporan keuangan memerlukan waktu 7 hingga 10 hari kerja, E-Ledger memungkinkan pengolahan informasi berlangsung lebih cepat dibandingkan dengan cara manual.

Beberapa tantangan utama yang dihadapi sehubungan dengan ERP adalah:

1. Kekurangan tenaga kerja yang terampil dalam pengelolaan sistem
2. Kualitas perangkat keras dari mitra atau agen yang masih di bawah standar

Namun, proses integrasi antar departemen telah berjalan dengan baik, menggunakan rekonsiliasi sebagai cara untuk menangani data yang terduplikasi. Di samping itu, seluruh unit operasional sudah menggunakan sistem yang seragam, yang membantu menjaga konsistensi data dan mempercepat proses pengambilan keputusan.

Tujuan utama penerapan ERP di PT. Design Jaya Indonesia (KIOSBANK) adalah untuk mengurangi biaya, mempercepat proses bisnis, dan mengintegrasikan data di berbagai fungsi, semua ini sejalan dengan prinsip transformasi digital.

### **Penerapan CRM (Customer Relationship Management)**

Dari sudut pandang CRM, PT. Design Jaya Indonesia (KIOSBANK) telah mengadopsi sistem pencatatan semua interaksi nasabah secara menyeluruh (melalui telepon, email, obrolan, dan kunjungan langsung). Program loyalitas berbasis poin juga telah diterapkan dan terbukti efektif dalam mempertahankan pelanggan.

Sistem CRM PT. Design Jaya Indonesia (KIOSBANK) mendukung kustomisasi layanan karena staf dapat dengan mudah mengakses informasi penting nasabah seperti nomor telepon, nama, dan IDPP. Selain itu, data nasabah dari berbagai cabang telah digabungkan, sehingga menghindari pemisahan informasi yang biasa terjadi pada organisasi yang belum sepenuhnya terdigitalisasi.

Promosi dilakukan baik secara daring maupun luring melalui aplikasi, media sosial, dan kolaborasi dengan mitra (biller/saluran pengiriman). Strategi promosi seperti diskon dan cashback terbukti berhasil meningkatkan jumlah transaksi.

PT. Design Jaya Indonesia (KIOSBANK) memanfaatkan CRM tidak hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai bagian integral dari pengalaman pelanggan yang menyeluruh.

### Penerapan SCM (Supply Chain Management)

Sebagai perusahaan yang berfokus pada layanan, PT. Design Jaya Indonesia (KIOSBANK) tidak memiliki proses distribusi barang yang rumit. Namun, prinsip-prinsip manajemen rantai pasok tetap diterapkan dalam pengelolaan operasional, terutama pada hal-hal berikut:

1. Pengawasan perangkat internal melalui sistem inventarisasi
2. Koordinasi yang erat dengan mitra digital dan keuangan, termasuk pertemuan berkala dan grup komunikasi setiap hari (Grup WhatsApp)
3. Peningkatan teknis yang berkelanjutan untuk memastikan kualitas layanan, seperti upgrade pusat data, bandwidth, sistem CRM, dan lainnya.

Walaupun tidak terlibat dalam distribusi fisik, PT. Design Jaya Indonesia (KIOSBANK) menerapkan metode manajemen rantai pasok yang berbasis hubungan dalam memastikan kelancaran layanan antara penyedia, mitra, dan pengguna akhir.

### **KESIMPULAN**

Dari apa yang ditemukan dalam studi ini, bisa kita lihat bahwa penerapan sistem ERP, CRM, dan SCM di PT. Design Jaya Indonesia (KIOSBANK) bukan hanya sekadar langkah menuju digitalisasi, tapi benar-benar membawa dampak yang terasa dalam keseharian operasional perusahaan. Sistem ERP buatan internal berhasil menjembatani berbagai proses bisnis yang sebelumnya berjalan sendiri-sendiri, menjadikan kerja antar divisi lebih rapi, terstruktur, dan efisien. Sementara itu, CRM memungkinkan perusahaan menjalin hubungan yang lebih dekat dan hangat dengan pelanggan, dibuktikan lewat pendekatan yang personal dan program loyalitas yang berhasil membangun keterikatan.

Meskipun tidak berkecimpung dalam distribusi fisik, prinsip-prinsip dalam SCM tetap dijalankan dengan baik, terutama dalam menjaga hubungan dan koordinasi dengan mitra digital. Ketika ketiga sistem ini berjalan bersama, tercipta sebuah ekosistem kerja yang saling terhubung, informasi bisa bergerak cepat, dan perusahaan dapat mengambil keputusan secara sigap saat pasar berubah arah.

Tentu saja, penerapan sistem seperti ini tidak selalu berjalan mulus. Masih ada tantangan yang harus dihadapi, mulai dari adaptasi budaya kerja, kebutuhan pelatihan untuk karyawan, hingga menyesuaikan sistem baru dengan sistem lama yang sudah lebih dulu digunakan. Hal-hal ini menjadi pekerjaan rumah yang perlu ditangani dengan serius jika ingin hasilnya benar-benar maksimal.

Melihat ke depan, kesuksesan dalam menjalani transformasi digital bukan hanya soal memiliki teknologi yang canggih, tapi juga soal kesiapan orang-orang di dalam organisasi untuk terus berkembang, terbuka terhadap perubahan, dan berani mencoba hal baru. Penelitian ini semoga bisa jadi cerminan bagi perusahaan lain yang sedang dalam perjalanan serupa, sekaligus membuka ruang diskusi yang lebih luas tentang bagaimana sistem informasi bisa benar-benar mendukung arah strategis sebuah bisnis.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Nguyen, T. H., Ngo, L. V., & Ruël, H. (2021). The dark side of digital transformation: The paradox of ERP systems. *Industrial Marketing Management*, 92, 195-208. ScienceDirect
- Al-Omoush, K. S., Simón-Moya, V., & Sendra-García, J. (2021). The impact of social CRM capabilities on firm performance: The mediating role of customer engagement. *Journal of Business Research*, 122, 335-346.
- Queiroz, M. M., Telles, R., & Bonilla, S. H. (2020). Blockchain and supply chain management integration: A systematic review of the literature. *Supply Chain Management: An International Journal*, 25(2), 241-254.

Ardito, L., Raby, S., Albats, E., Petruzzelli, A. M., & Frattini, F. (2021). The role of digital technologies in open innovation: A systematic literature review. *Technological Forecasting and Social Change*, 166, 120610.