



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan

PT Summarecon Agung berdiri pada tanggal 26 November 1975 dan didirikan oleh Ir. Soetjipto Nagaria. Summarecon sendiri berasal dari kata *Summa* yang berarti terbaik, *Re* dari kata *real estate*, dan *Con* dari kata *corporation*. Sehingga Summarecon berarti perusahaan *real estate* yang terbaik. Bidang usaha dari PT Summarecon Agung yaitu pengembang dan pengelolaan properti hunian maupun komersil. Pada 7 Mei 1976, PT Summarecon Agung resmi mencatatkan sahamnya di bursa saham jakarta dengan kode SMRA. Hingga per tahun 2012 PT Summarecon Agung telah memiliki ± 3059 karyawan dari seluruh unit yang ada.



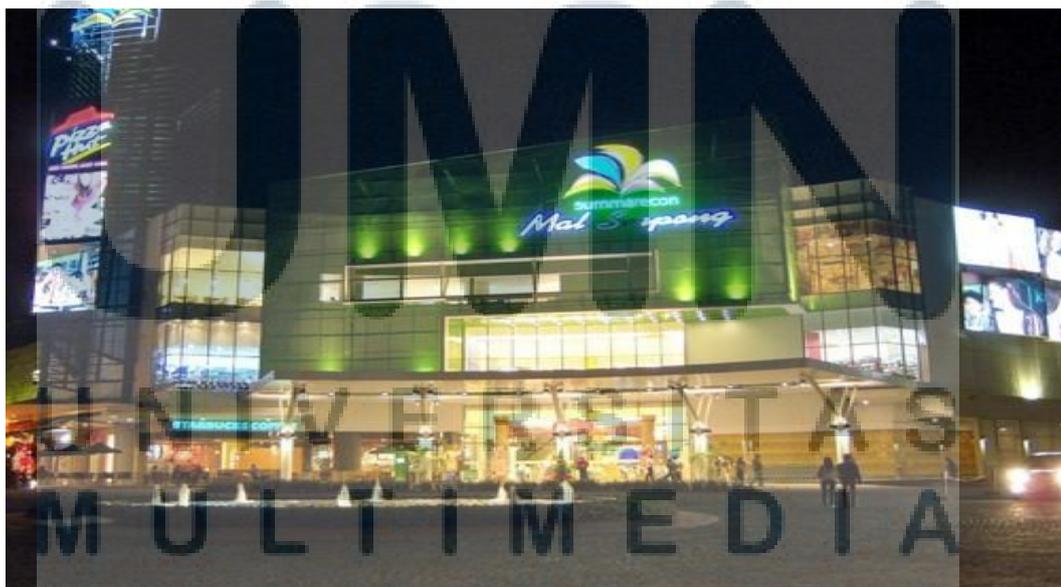
Gambar 2.1 Gambar Bapak Soetjipto Nagaria

PT Lestari Mahadibya atau yang lebih dikenal dengan Summarecon Mal Serpong adalah salah satu unit usaha dari PT Summarecon Agung, Tbk. yang terletak di Jalan Boulevard Raya Gading Serpong, Tangerang. Dalam pengembangannya, PT Lestari Mahadibya terbagi menjadi 2 tahap

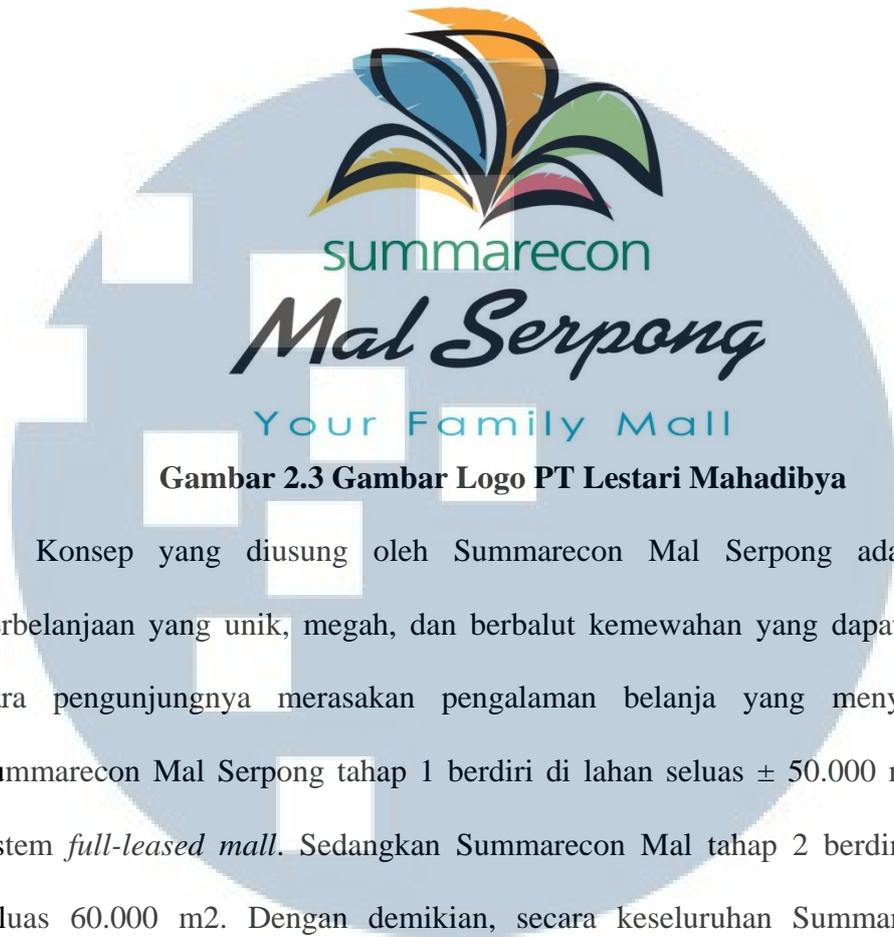
pengembangan. Tahap 1 diresmikan pada tanggal 28 Juni 2007, kemudian tahap 2 yang merupakan perluasan dari Summarecon Mal Serpong tahap 1 resmi dibuka pada 27 Oktober 2011.

B. Profil Perusahaan

PT Lestari Mahadibya merupakan anak usaha dari PT Summarecon Agung, Tbk. yang telah dikenal sebagai *developer real estate* dan komersil ternama yang telah berhasil mengembangkan kawasan Kelapa Gading. Kesuksesan ini kemudian dilanjutkan oleh PT Summarecon Agung, Tbk. dalam membangun kawasan Gading Serpong. Salah satu bukti nyata kesuksesan tersebut adalah dengan adanya PT Lestari Mahadibya yang berfokus pada pengembangan dan pengelolaan industri ritel dan jasa. Di dalam kawasan PT Lestari Mahadibya sendiri terdapat sejumlah kawasan komersil, seperti Salsa *Food City* dan juga Pasar Modern Sinpasa.



Gambar 2.2 Gambar Summarecon Mal Serpong



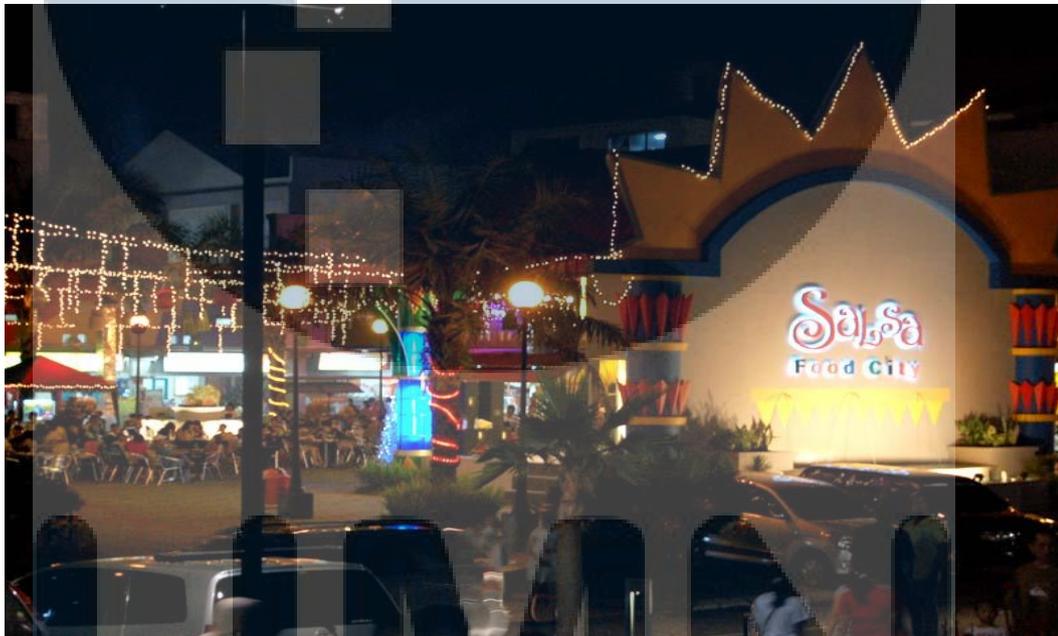
Gambar 2.3 Gambar Logo PT Lestari Mahadibya

Konsep yang diusung oleh Summarecon Mal Serpong adalah pusat perbelanjaan yang unik, megah, dan berbalut kemewahan yang dapat membuat para pengunjungnya merasakan pengalaman belanja yang menyenangkan. Summarecon Mal Serpong tahap 1 berdiri di lahan seluas ± 50.000 m² dengan sistem *full-leased mall*. Sedangkan Summarecon Mal tahap 2 berdiri di lahan seluas 60.000 m². Dengan demikian, secara keseluruhan Summarecon Mal Serpong memiliki total lahan seluas 110.000 m². Summarecon Mal Serpong dilengkapi dengan 3 buah atrium yang biasa digunakan untuk berbagai penyelenggaraan *event* besar, *exhibition*, maupun *product launching*. (sumber : www.summareconserpong.com)



Gambar 2.4 Gambar Area Downtown Walk

Summarecon Mal Serpong juga dilengkapi dengan fasilitas *outdoor*, yaitu *Downtown Walk* yang menjadi destinasi kuliner para pengunjung yang terbentang dari ujung Summarecon Mal Serpong tahap 1 hingga Summarecon Mal Serpong tahap 2. *Downtown Walk* memiliki 3 buah panggung pentas yang biasa digunakan untuk *live music*, *event*, dan lain sebagainya. *Downtown Walk* juga dilengkapi dengan fasilitas *F&B Pad* yang merupakan bangunan 2 lantai yang memberikan *best view* untuk menikmati beragam *event* yang diselenggarakan di *Downtown Walk*.



Gambar 2.5 Gambar *Salsa Food City*

Salsa Food City merupakan sebuah area makan *outdoor* yang unik dan bernuansa kekeluargaan yang diresmikan pada 23 September 2004. *Salsa Food City* mengusung konsep *family food court* yang menyajikan lebih dari 50 variasi menu. *Salsa Food City* menampilkan desain bangunan yang unik dan menarik sehingga sangat cocok bagi para pengunjung yang ingin menikmati santapan malam sambil bersantai dan berkumpul dengan keluarga maupun kerabat.

Pasar Modern Sinpasa adalah pasar tradisional yang memiliki konsep modern yang berdiri di atas lahan seluas 5.500 m². Pasar ini diresmikan pada 23 September 2004 dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari warga di kawasan Gading Serpong. Pasar Modern Sinpasa ini dilengkapi dengan beberapa fasilitas seperti toilet dan area parkir. Di dalamnya pengunjung juga dapat menemukan beragam produk, mulai dari kebutuhan sehari-hari, pakaian, mainan, dan lain sebagainya. Pasar Modern Sinpasa mengacu pada standar pasar modern yang bersih dan aman sehingga dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya untuk berbelanja.

C. Visi dan Misi Perusahaan

Sebagai salah satu perusahaan pengembang yang terkemuka, PT Summarecon Agung memiliki visi misi sebagai berikut,

Visi

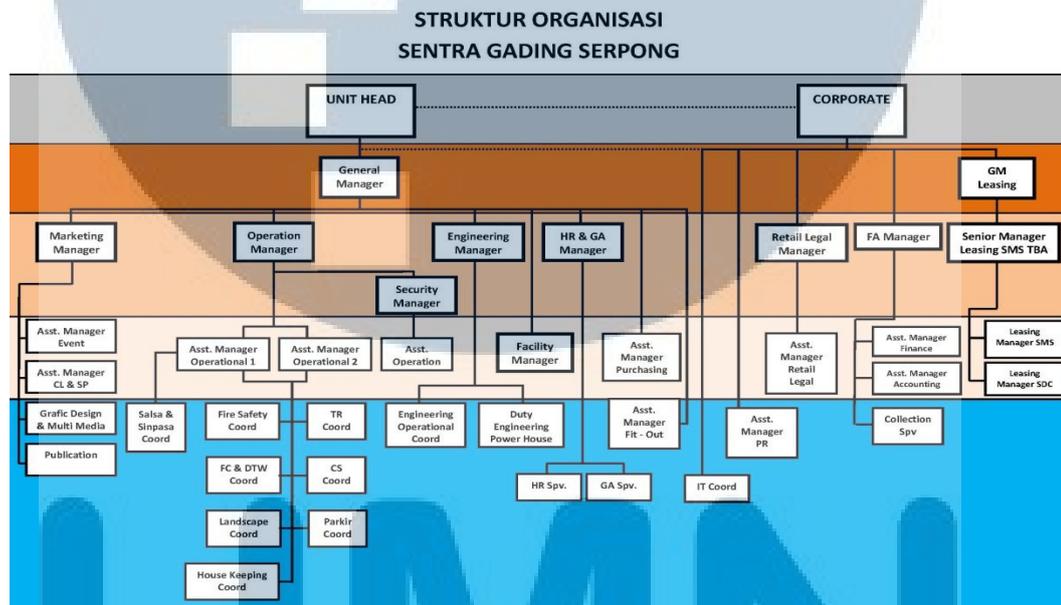
Menjadi "*Crown Jewel*" dari pengembang properti di Indonesia yang terus memberikan nilai ekonomi yang optimal kepada pelanggan, karyawan, pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya, serta memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungannya.

Misi

- Mengembangkan daerah Summarecon Kelapa Gading, Summarecon Serpong, Summarecon Bekasi agar lebih lengkap dan berharga, serta antusias mengembangkan daerah baru dengan inovasi.
- Memberikan pelayanan terpadu yang terbaik bagi konsumen melalui sistem yang tepat, dan terus di tingkatkan.

- Fokus pada pengembangan dan pengelolaan perumahan ramah lingkungan, apartemen dan pusat perbelanjaan.
- Bekerja sama dengan mitra strategis dengan tata kelola perusahaan yang baik dan profesional.
- Fokus pada pengembangan dan memperkaya sumber daya manusia yang berkualitas, sesuai dengan nilai-nilai dan budaya perusahaan.

D. Struktur Organisasi Perusahaan

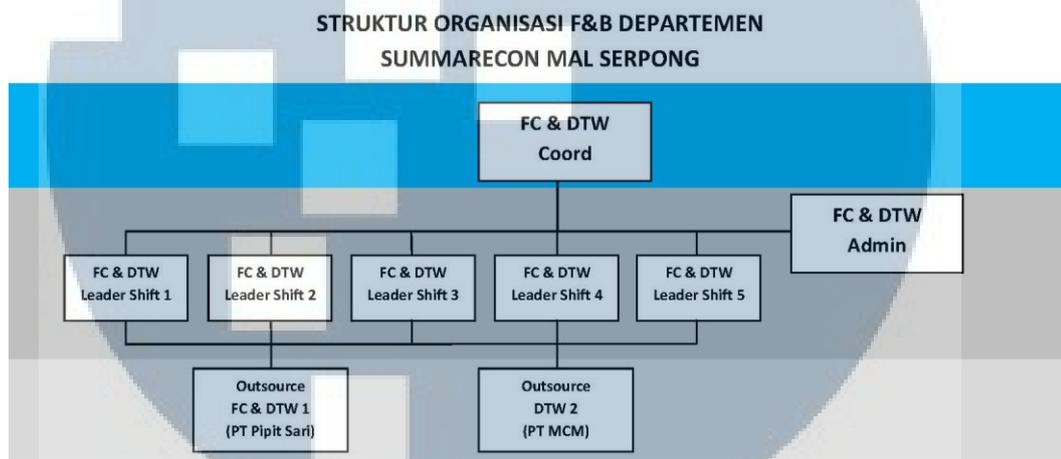


Gambar 2.6 Gambar Struktur Organisasi General PT Lestari Mahadibya

PT Lestari Mahadibya (Summarecon Mal Serpong) merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri jasa dan ritel. Dan berikut merupakan data terkait struktur organisasi secara umum dari PT Lestari Mahadibya,

1. Bapak Medy Suteja, selaku General Manager PT Lestari Mahadibya.
2. Bapak Hendra, selaku General Manager Leasing PT Lestari Mahadibya.
3. Ibu Indira Wardhani, selaku Manager HR & GA PT Lestari Mahadibya.
4. Bapak Kalsen Lie, selaku Manager Operation PT Lestari Mahadibya.

5. Ibu Surya Mentari , selaku Manager Marketing PT Lestari Mahadibya.
6. Ibu Renie Refie Tumiwa, selaku Asst. Manager Operation PT Lestari Mahadibya.
7. Bapak Aditya Rangga, selaku Asst. Manager Operation PT Lestari Mahadibya.



Gambar 2.7 Gambar Struktur Organisasi Departemen *F&B*

Departemen *Food & Beverage* merupakan salah satu departemen yang memegang peranan yang vital dalam operasional perusahaan. Dan berikut merupakan data anggota tim Departemen *Food & Beverage* yang disesuaikan dengan struktur organisasi PT Lestari Mahadibya (Summarecon Mal Serpong),

1. Bapak Suyanto, selaku Koordinator Departemen *Food & Beverage* dan juga selaku *Food & Beverage Leader Shift 1*.
2. Ibu Rury, selaku Admin Departemen *Food & Beverage* dan juga selaku *Food & Beverage Leader Shift 6*.
3. Bapak Suherman, selaku *Food & Beverage Leader Shift 2*.
4. Bapak Hervy, selaku *Food & Beverage Leader Shift 3*.
5. Bapak Chandra, selaku *Food & Beverage Leader Shift 4*.
6. Bapak Regeng, selaku *Food & Beverage Leader Shift 5*.

7. Bapak Ade, selaku Kepala Pengawas tim *Outsource* PT Pipit Sari.

8. Bapak Selamat, selaku Kepala Pengawas tim *Outsource* PT MCM.

E. **Gambaran Umum Departemen F&B**

Departemen *F&B* merupakan salah satu departemen yang memegang peran vital dalam kegiatan operasional PT Lestari Mahadibya. Dalam aktifitas kesehariannya Departemen *F&B* dituntut untuk mampu berkoordinasi dengan baik dengan beberapa departemen lain yang terkait dengan operasional perusahaan seperti *Tenant Relation*, *House Keeping*, *Fire Safety*, dan juga *Security*. Disamping itu Departemen *F&B* juga dituntut untuk mampu berkomunikasi dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen langsung yaitu para tenant. Dalam kegiatan kesehariannya, Departemen *F&B* memiliki kewenangan dalam melakukan pengawasan langsung terhadap para tenant, melakukan sosialisasi terkait standar perusahaan, serta melakukan perijinan dalam segala bentuk aktifitas yang terkait operasional perusahaan khususnya di area *Downtown Walk 1*, *Downtown Walk 2*, dan *Food Court*.

Dalam pelaksanaan aktifitas operasional tersebut, Departemen *F&B* membawahi 2 *team outsource* yaitu *team outsource* dari PT Pipit Sari yang terdiri dari sekitar 41 orang dan *team outsource* dari PT MCM yang terdiri dari sekitar 16 orang.

F. **Landasan Teori**

Dalam Pembuatan laporan Kerja Magang ini, penulis menggunakan beberapa teori yang penulis peroleh selama perkuliahan. Berikut merupakan teori-teori yang penulis gunakan sebagai landasan dalam pembuatan laporan kerja magang ini,

1. *Quality Control*

Menurut Garvin dan Darvis, kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen (Garvin & Darvis, 1994:7).

Pengendalian mutu (*Quality Control*), atau QC untuk akronimnya, adalah suatu proses yang pada intinya adalah menjadikan entitas sebagai peninjau kualitas dari semua faktor yang terlibat dalam kegiatan produksi. Terdapat tiga aspek yang ditekankan pada pendekatan ini, yaitu:

- Unsur-unsur seperti kontrol, manajemen pekerjaan, proses - proses yang terdefinisi dan telah terkelola dengan baik, kriteria integritas dan kinerja, dan identifikasi catatan.
- Kompetensi, seperti pengetahuan, keterampilan, pengalaman, dan kualifikasi.
- Elemen lunak, seperti kepegawaian, integritas, kepercayaan, budaya organisasi, motivasi, semangat tim, dan hubungan yang berkualitas.

Total Quality Management merupakan sistem manajemen yang berfokus pada semua orang atau tenaga kerja, yang bertujuan untuk terus menerus meningkatkan nilai yang diberikan bagi pelanggan. *TQM* ini memerlukan komitmen semua anggota organisasi terhadap perbaikan seluruh aspek manajemen organisasi. Pada dasarnya konsep *TQM* mengandung 3 unsur (Bounds et al., 2003:77), yaitu sebagai berikut :

- Strategi nilai pelanggan

Nilai pelanggan adalah manfaat yang dapat diperoleh pelanggan atas penggunaan barang/ jasa yang dihasilkan perusahaan dan pengorbanan pelanggan untuk memperolehnya. Strategi ini merupakan perencanaan untuk memberikan nilai bagi pelanggan termasuk cara penyampaian, pelayanan, dan sebagainya.

- Sistem organisasi

Sistem organisasi berfungsi sebagai penyediaan nilai bagi pelanggan. sistem ini mencakup tenaga kerja, material, proses, metode, pelaksanaan kerja, aliran proses kerja, arus informasi dan pembuatan keputusan.

- Perbaikan kualitas berkelanjutan

Perbaikan kualitas diperlukan untuk menghadapi lingkungan eksternal yang selalu berubah. Konsep ini menuntut adanya komitmen untuk melakukan pengujian kualitas produk secara kontinu. Dengan perbaikan kualitas produk, maka akan dapat memuaskan pelanggan.

2. Customer Satisfaction

Menurut Kotler, Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas.

Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang. Kunci untuk menghasikan kesetian pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. (Kotler, 2001).

Menurut Zeithaml dan Bitner definisi kepuasan adalah : Respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. (Zeithaml & Bitner, 2000)

Menurut Kotler kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai (Kotler, 2007:36). Dan berikut merupakan definisi serta hubungan dari kualitas, pelayanan, dan nilai yang dimaksud dalam hal pemenuhan kepuasan konsumen tersebut,

- a. Kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen pada akhirnya akan menciptakan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan mereka.
- b. Pelayanan konsumen tidak hanya sekedar menjawab pertanyaan dan keluhan konsumen mengenai suatu produk atau jasa yang tidak memuaskan mereka, namun lebih dari pemecahan yang timbul setelah pembelian.
- c. Menurut Kotler definisi nilai pelanggan adalah : Nilai yang dirasakan pelanggan adalah selisih antara jumlah nilai pelanggan dengan jumlah biaya pelanggan. Jumlah nilai pelanggan adalah sekelompok manfaat yang diharapkan dari produk dan jasa. Jumlah biaya pelanggan adalah

sekelompok biaya yang digunakan dalam menilai, mendapatkan, menggunakan dan membuang produk atau jasa. (Kotler, 2000:34)

Karena kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan, maka sebagai pemasok produk perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Zeithaml et.all terdapat empat faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan (Zeithaml & Bitner, 2000), yaitu sebagai berikut :

1. Apa yang didengar pelanggan dari pelanggan lainnya (*word of mounth communication*). Dimana hal ini merupakan faktor potensial yang menentukan ekspektasi pelanggan. Sebagai contoh, seorang pelanggan memiliki perusahaan yang di harapkan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi berdasarkan rekomendasi teman-teman atau tetangganya.
2. Ekspektasi pelanggan sangat bergantung dari karakteristik individu dimana kebutuhan pribadi (*personnel needs*).
3. Pengalaman masa lalu (*past experience*) dalam menggunakan pelayanan dapat juga mempengaruhi tingkat ekspektasi pelanggan.
4. Komunikasi dengan pihak eksternal (*external communication*) dari pemberi layanan memainkan peranan kunci dalam membentuk ekspektasi pelanggan. Berdasarkan *External communication*, perusahaan pemberi layanan dapat memberikan pesan-pesan secara langsung maupun tidak langsung kepada pelanggannya. Sebagai contoh dari pengaruh adanya *external communication* adalah harga di mana biaya

pelayanan sangat berperan penting dalam membentuk ekspektasi pelanggan.

3. *Flowchart*

Flowchart merupakan gambar atau bagan yang memperlihatkan urutan dan hubungan antar proses beserta pernyataannya. Gambaran ini dinyatakan dengan simbol, dengan demikian setiap simbol menggambarkan proses tertentu. Hubungan antar simbol proses tersebut digambarkan dengan garis penghubung (Zarlis et al., 2007).

Dalam pembuatan *flowchart* tidak ada rumus atau patokan yang bersifat mutlak. Karena *flowchart* merupakan gambaran hasil pemikiran dalam menganalisa suatu masalah dengan komputer. Sehingga *flowchart* yang dihasilkan dapat bervariasi antara seorang pemrogram dengan yang lain. Namun secara garis besar, setiap pengelolaan selalu terdiri dari 3 bagian utama yaitu,

1. *Input* berupa bahan mentah
2. Proses pengolahan
3. *Output* berupa bahan jadi

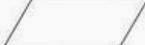
Sterneckert menyarankan untuk membuat model diagram alir yang berbeda sesuai dengan perspektif pemakai (*managers, system analysts and clerks*) sehingga dikenal ada 4 jenis diagram alir secara umum (Sterneckert, 2003):

1. Diagram Alir Dokumen, menunjukkan kontrol dari sebuah sistem aliran dokumen.
2. Diagram Alir Data, menunjukkan kontrol dari sebuah sistem aliran data.

3. Diagram Alir Sistem, menunjukkan kontrol dari sebuah sistem aliran secara fisik.
4. Diagram Alir Program, menunjukkan kontrol dari sebuah program dalam sebuah sistem.

Flowchart disusun dengan simbol-simbol. Simbol ini dipakai sebagai alat bantu menggambarkan proses di dalam program. Simbol-simbol yang dipakai antara lain :

Tabel 2.1 Tabel fungsi dan simbol *flowchart*

SIMBOL	NAMA	FUNGSI
	TERMINATOR	Permulaan/akhir program
	GARIS ALIR (FLOW LINE)	Arah aliran program
	PREPARATION	Proses inisialisasi/pemberian harga awal
	PROCESS	Proses perhitungan/proses pengolahan data
	INPUT/OUTPUT DATA	Proses input/output data, parameter, informasi
	PREDEFINED PROCESS (SUB PROGRAM)	Permulaan sub program/proses menjalankan sub program
	DECISION	Perbandingan pernyataan, penyeleksian data yang memberikan pilihan untuk langkah selanjutnya
	ON PAGE CONNECTOR	Penghubung bagian-bagian flowchart yang berada pada satu halaman
	OFF PAGE CONNECTOR	Penghubung bagian-bagian flowchart yang berada pada halaman berbeda

4. Enterprise Resource Planning

ERP adalah sebuah software lengkap yang terintegrasi yang mampu menjadi solusi bisnis. *ERP* terdiri dari modul dukungan perangkat lunak, seperti: pemasaran dan penjualan, layanan lapangan, desain produk Dan pengembangan, produksi dan pengendalian persediaan, pengadaan,

distribusi, fasilitas manajemen industri, desain proses dan pengembangan, manufaktur, kualitas, sumber daya manusia, keuangan dan jasa akuntansi, dan informasi (Anderegg Travis, 2007).

Sistem *ERP* adalah desain sistem berbasis komputer untuk memproses transaksi organisasi dan memfasilitasi perencanaan terpadu dan *real-time*, produksi, dan respon pelanggan. Secara khusus sistem *ERP* akan diasumsikan memiliki karakteristik tertentu (O'Leary Daniel, 2007).

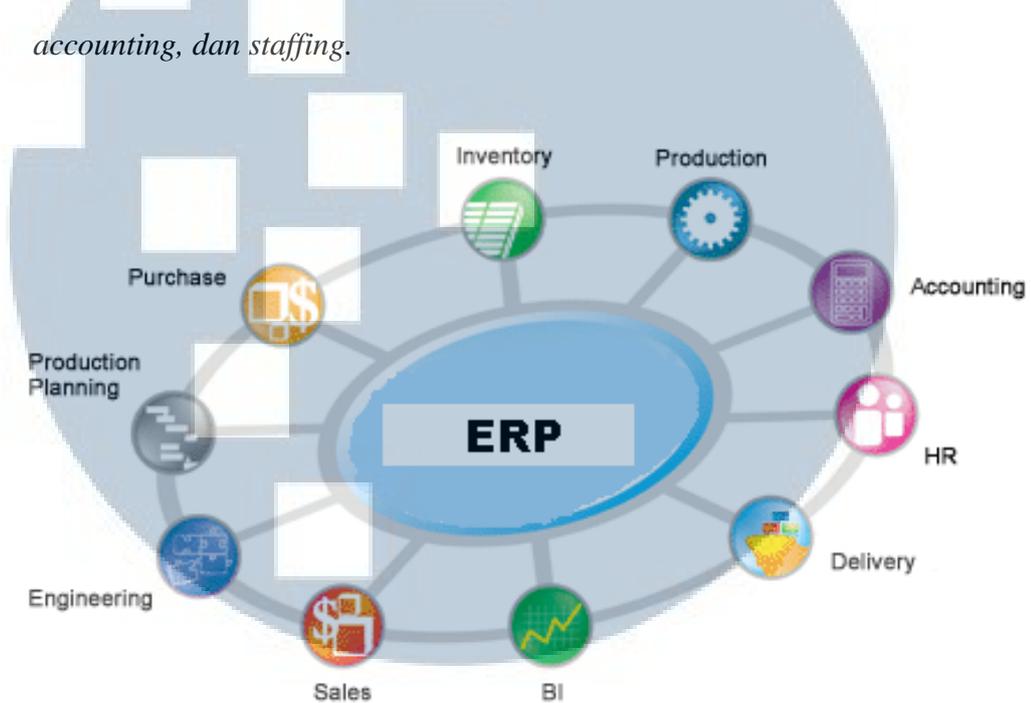
Dari beberapa definisi tersebut, dapat kiranya disampaikan beberapa kesamaan ide yang mengarahkan pada satu pemahaman bahwa *ERP* adalah suatu proses perencanaan yang terintegrasi dalam suatu organisasi, yang bersifat lintas fungsional, terdiri atas berbagai fitur dengan tujuan agar dapat merencanakan dan mengelola sumber daya organisasi dengan lebih efisien dan dapat merespon kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. *ERP* diyakini banyak pihak sebagai jawaban terhadap tantangan dalam persaingan di dunia bisnis semakin kompleks dimana perusahaan-perusahaan mencoba untuk meningkatkan jumlah konsumennya dengan melakukan pelayanan yang cepat dan biaya yang murah dibandingkan dengan kompetitornya. Sebagai suatu jawaban, *ERP* mewujudkan kesuksesan sebuah perusahaan dengan cara mengintegrasikan sistem informasi, peningkatan efisiensi dari sistem informasi untuk menghasilkan manajemen yang lebih efisien dalam business prosesnya. Ketika perusahaan menjadi lebih efisien akan maka daya saing perusahaanpun menjadi semakin meningkat.

Namun demikian pada kenyataannya sampai saat ini banyak perusahaan yang belum mengintegrasikan sistem informasi, dimana dalam

prosesnya hanya didukung oleh aktivitas individual pada fungsi kerja masing-masing. Kondisi ini menyebabkan terjadinya kesalahpahaman dalam komunikasi data antara fungsi satu dengan fungsi lainnya, sehingga membutuhkan waktu yang lebih banyak untuk koordinasi dalam penyediaan data dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang telah mengintegrasikan fungsi-fungsinya. Padahal data yang terintegrasikan dengan baik dapat membantu proses bisnis yang efisien dan memudahkan pengambilan keputusan oleh manajemen perusahaan. Dengan diterapkan *ERP* pada suatu perusahaan. Maka fungsi *marketing*, fungsi produksi, fungsi logistik, fungsi keuangan, fungsi sumber daya, fungsi produksi, dan fungsi lainnya dapat diintegrasikan dengan baik. Dalam hal ini *ERP* telah berkembang sebagai alat integrasi, memiliki tujuan untuk mengintegrasikan semua aplikasi perusahaan ke pusat penyimpanan data dengan mudah diakses oleh semua bagian yang membutuhkan.

ERP merupakan suatu cara untuk mengelola sumber daya perusahaan dengan menggunakan teknologi informasi. Penggunaan *ERP* yang dilengkapi dengan *hardware* dan *software* untuk mengkoordinasi dan mengintegrasikan data informasi pada setiap area *business processes* untuk menghasilkan pengambilan keputusan yang cepat karena menyediakan analisa dan laporan keuangan yang cepat, laporan penjualan yang *on time*, laporan produksi dan *inventori*. Program *ERP* sangat membantu perusahaan yang memiliki bisnis proses yang luas, dengan menggunakan *database* dan *reporting tools management* yang terbagi. *Business processes* merupakan sekelompok aktivitas yang memerlukan satu jenis atau lebih input yang akan

menghasilkan sebuah output dimana output ini merupakan *value* untuk konsumen. *Software ERP* mendukung pengoperasian yang efisien dari *business processes* dengan cara mengintegrasikan aktivitas-aktivitas dari keseluruhan bisnis termasuk *sales, marketing, manufacturing, logistic, accounting, dan staffing*.



Gambar 2.8 Gambar Contoh Sistem ERP

Sebagaimana dijelaskan pada bagian awal, tujuan dari implementasi *ERP* adalah untuk menjalankan bisnis dengan lebih baik. Oleh Karena itu, implementasi harus dilakukan oleh orang yang menjalankan bisnis itu sendiri. Bagaimana implementasi *ERP* dapat dilakukan dengan baik tentunya membutuhkan beberapa prasyarat dan kondisi sebagai berikut :

- a. Implementasi *ERP* merupakan proyek besar yang mencakup proses pengambilan keputusan dan melibatkan banyak orang di perusahaan, termasuk manajemen.
- b. Implementasi *ERP* dapat berjalan apabila melibatkan pihak / orang yang kelak akan mengoperasikan sistem tersebut. Oleh karenanya

tidak dapat dipisahkan antara implementator dengan *user*. Mereka harus menjadi bagian yang menyatu dalam sebuah tim.

- c. Implementasi *ERP* membutuhkan pengorbanan waktu dari serangkaian pekerjaan rutin yang dilakukan oleh orang yang terlibat dalam bisnis dan operasional sehari-hari. Proses implementasi memang tidak dapat dijadikan prioritas utama, tetapi tidak boleh dijadikan prioritas kedua dibawah prioritas rutin dalam menjalankan bisnis dan operasional. Dalam hal ini dibutuhkan kerelaan untuk meluangkan waktu.
- d. *ERP* adalah bukan sekedar suatu sistem komputer. *ERP* merupakan 'people system' yang dijalankan dengan dukungan *software* dan *hardware*. Sehingga membutuhkan dukungan dan partisipasi dan manajemen. Dukungan dan keterlibatan manajemen inilah yang sangat menentukan keberhasilan.
- e. *ERP* memerlukan serangkaian nilai baru dalam menjalankan bisnis. Jika perusahaan yang menerapkan *ERP* tidak mampu mengubah proses kerja, maka implementasi *ERP* akan berakibat buruk. Karena aliran data antar fungsi akan terjadi dengan sangat cepat.

Secara umum, modul yang tersedia dalam software *ERP* terbagi atas modul utama yakni Operasi serta modul pendukung yakni Finansial dan Akunting serta Sumber Daya Manusia:

- Modul Operasi, terdiri dari :

General logistics, sales and distribution, materials management, logistics execution, quality management, plant maintenance, customer service, production planning and control, project system,

environment management.

- Modul Financial & Akuntansi, terdiri dari :

General accounting, financial accounting, controlling, investment management, treasury, enterprise controlling.

- Modul Sumber Daya Manusia, terdiri dari :

Personnel management, personnel time management, payroll, training and event management, organizational management, travel management.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA