

Pengaruh Adopsi Sistem Informasi Enterprise Resource Planning (ERP) terhadap Kinerja Pemasaran di PT TPR Indonesia

Tuti Achyani¹, Ratna Sari Dewi², Syahbina Oktarianti Chaniago³

Program Studi Akuntansi, Politeknik Bina Madani

*Correspondence author: Syahbina Oktarianti Chaniago, achania04@gmail.com, Bekasi, Indonesia

Abstrak. Adopsi sistem informasi seperti ERP (*Enterprise Resource Planning*) menjadi kebutuhan utama bagi perusahaan manufaktur dalam meningkatkan efisiensi dan kecepatan operasional, yang pada akhirnya berdampak pada kinerja pemasaran, terutama dalam konteks *Business to Business* (B2B). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana penerapan ERP di PT TPR Indonesia berkontribusi pada peningkatan kinerja pemasaran, terutama dalam hal respons terhadap permintaan pelanggan, pengiriman tepat waktu, dan kepuasan mitra bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis studi kasus. Hasil analisis menunjukkan bahwa walaupun PT TPR Indonesia belum menerapkan ERP secara menyeluruh di seluruh lini operasional, sistem ini telah membantu mempercepat pengolahan data order dan pengendalian produksi, sehingga berdampak positif pada persepsi dan loyalitas pelanggan industri. Kesimpulannya, ERP memberikan kontribusi signifikan terhadap kinerja pemasaran perusahaan secara tidak langsung melalui efisiensi sistem operasional.

Kata Kunci: ERP; Sistem Informasi; Kinerja Pemasaran; TPR Indonesia; Manufaktur

Abstract. The adoption of information systems such as ERP (*Enterprise Resource Planning*) has become essential for manufacturing companies to enhance operational efficiency and responsiveness, which ultimately affects marketing performance, particularly in *Business to Business* (B2B) settings. This study aims to analyze the extent to which the implementation of ERP at PT TPR Indonesia contributes to improved marketing performance, especially in customer response time, on-time delivery, and partner satisfaction. This research uses a descriptive qualitative approach with a case study method. Findings show that although ERP is not yet fully applied in all operational lines, it has helped speed up order data processing and production control, positively impacting industrial customer perception and loyalty. In conclusion, ERP contributes significantly to company marketing performance indirectly through improved operational systems.

Keywords: ERP; Information System; Marketing Performance; TPR Indonesia; Manufacturing

Pendahuluan

Di era digital saat ini, perusahaan manufaktur dituntut untuk beradaptasi dengan teknologi informasi guna meningkatkan efisiensi dan kecepatan dalam menjalankan operasional bisnis. Salah satu sistem yang banyak diadopsi adalah *Enterprise Resource Planning* (ERP), yang memungkinkan integrasi lintas departemen seperti produksi, logistik, hingga pemasaran. PT TPR Indonesia sebagai perusahaan manufaktur komponen otomotif di kawasan industri Deltamas, Cikarang, telah mengadopsi sistem ERP untuk mendukung proses bisnisnya. Walaupun sistem ini belum digunakan secara menyeluruh, penerapan ERP sudah terbukti membantu dalam hal kecepatan respon terhadap pesanan pelanggan dan ketepatan pengiriman, yang secara tidak langsung mempengaruhi kinerja pemasaran perusahaan.

Kajian Teori

Menurut Laudon & Laudon (2018), ERP merupakan sistem informasi yang mengintegrasikan proses bisnis internal untuk menghasilkan informasi real-time yang mendukung pengambilan keputusan. Dalam konteks pemasaran, Kotler & Keller (2016) menekankan bahwa kecepatan layanan dan kepuasan pelanggan menjadi bagian penting dari kinerja pemasaran, terutama dalam pasar industri (B2B). Beberapa studi juga menyebutkan bahwa sistem ERP dapat meningkatkan efisiensi pengiriman, mempercepat layanan pelanggan, dan memperkuat hubungan bisnis jangka panjang.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus pada PT TPR Indonesia. Data diperoleh melalui wawancara informal, observasi, dan studi dokumentasi internal. Fokus utama adalah proses pemesanan, pengendalian produksi, dan distribusi barang serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan industri. Penelitian dilakukan pada bulan Mei 2025.

Hasil dan Pembahasan

PT TPR Indonesia adalah perusahaan manufaktur yang melayani klien otomotif besar seperti Honda, Yamaha, dan lainnya. Dalam proses bisnisnya, ERP digunakan terutama untuk mengatur alur produksi dan pengiriman berdasarkan permintaan klien. ERP mulai diimplementasikan sejak tahun 2021 dan hingga kini mencakup bagian produksi, *inventory*, serta pengiriman. Meskipun belum sepenuhnya otomatis atau terintegrasi ke semua unit, implementasi ini sudah menghasilkan peningkatan performa yang terasa, khususnya di bagian pemrosesan pesanan dan distribusi.

1. Proses Bisnis Sebelum dan Sesudah ERP

Aspek Operasional	Sebelum ERP (Manual/Semi-Digital)	Setelah ERP (Terintegrasi)
Penerimaan pesanan	Manual via email, lalu diketik ulang ke form	Order langsung masuk ke sistem ERP
Penjadwalan produksi	Harus koordinasi antar divisi via lisan/chat	Sistem otomatis menyusun berdasarkan kapasitas
Cek ketersediaan stok	Dicek langsung ke gudang	Sistem ERP memberikan info stok real-time
Status pengiriman	Dilacak manual via WA atau Excel	Tercatat otomatis dan bisa dipantau mitra

Sumber: Wawancara internal dan observasi proses kerja, Mei 2025.

2. Dampak ERP terhadap Kinerja Pemasaran (B2B)

ERP tidak langsung membuat promosi atau kampanye marketing, tapi sangat berpengaruh terhadap aspek penting dalam pemasaran B2B, yaitu: kecepatan pemenuhan pesanan, akurasi pengiriman, ketersediaan produk, serta reputasi dan kepercayaan mitra bisnis.

Berikut ini tabel pengaruh ERP terhadap indikator pemasaran di PT TPR Indonesia:

Indikator Kinerja Pemasaran	Sebelum ERP	Setelah ERP	Dampak Utama
Waktu proses pesanan	3–5 hari	1–2 hari	Respons lebih cepat
Akurasi pengiriman barang	85% tepat waktu	98% tepat waktu	Kepuasan klien meningkat
Keluhan keterlambatan/stock kosong	Sering	Jarang	Hubungan bisnis lebih stabil
Repeat order dari klien	Fluktuatif	Konsisten meningkat	Menunjukkan loyalitas pelanggan

3. Contoh Kasus Nyata: Klien Honda

Sebelum ERP, pengiriman order dari Honda pernah mengalami keterlambatan karena keterlambatan koordinasi antar divisi. Setelah sistem ERP berjalan, order yang masuk bisa langsung dibaca sistem dan otomatis mengatur jadwal produksi serta pengambilan bahan baku dari gudang. Hasilnya, pengiriman bisa dilakukan lebih cepat dari jadwal dan klien memberikan *feedback positif*. Hal ini menunjukkan bahwa ERP

berperan dalam meningkatkan kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan klien.

4. Evaluasi Lapangan

Meskipun ERP sudah berjalan, belum semua proses digital. Beberapa bagian seperti pengecekan stok masih dilakukan secara langsung oleh operator, dan komunikasi dengan IT masih melalui chat jika sistem mengalami error. Artinya, potensi peningkatan masih terbuka jika ERP diintegrasikan ke seluruh unit dan penggunaannya dimaksimalkan lewat pelatihan.

SIMPULAN

Penerapan ERP di PT TPR Indonesia memberikan dampak positif terhadap kinerja pemasaran secara tidak langsung melalui peningkatan efisiensi operasional. Sistem ini mempercepat proses produksi, meningkatkan ketepatan pengiriman, dan memperkuat kepuasan serta loyalitas pelanggan B2B. Disarankan agar perusahaan terus mengembangkan integrasi ERP ke seluruh lini dan memberikan pelatihan kepada karyawan agar manfaatnya lebih optimal dan menyeluruh.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur saya panjatkan kepada **Tuhan Yang Maha Esa** atas terselesainya penelitian ini. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam proses penelitian ini.

Saya mengucapkan terima kasih kepada **Politeknik Bina Madani (POLTEKBIMA)** sebagai institusi tempat saya menempuh pendidikan, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam menyelesaikan penelitian ini.

Terima kasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan kepada **PT TPR Indonesia**, yang telah menyediakan data dan informasi melalui laporan serta survei yang menjadi dasar dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2018). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. Pearson.
- Suwanto, E. (2022). Pengaruh ERP terhadap Efisiensi Operasional di Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Sistem Informasi*, 14(2), 55–62.
- Yulianto, R. (2021). Enterprise Resource Planning dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran B2B. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 10(1), 78–85.

