

SOAL DARI MINGGU-9 - MINGGU-11 : SCM

1. Istilah industri TI untuk metodologi, strategi, perangkat lunak (software) dan atau aplikasi berbasis web lainnya yang mampu membantu sebuah perusahaan (enterprise, kalau besar ukurannya) untuk mengelola hubungannya dengan para pelanggan.
B A. ERP C. SCM
B. CRM D. MRP
2. Suatu usaha sebuah perusahaan untuk berkonsentrasi menjaga pelanggan (supaya tidak lari ke pesaing) dengan mengumpulkan segala bentuk interaksi pelanggan baik itu lewat telepon, email, masukan di situs atau hasil pembicaraan dengan staf sales dan marketing, dikenal dengan istilah
B A. ERP C. SCM
B. CRM D. MRP
3. Sebuah strategi bisnis menyeluruh dari suatu perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut secara efektif bisa mengelola hubungan dengan para pelanggan, dapat dinamakan dengan istilah
B A. ERP C. SCM
B. CRM D. MRP
4. Salah satu manfaat menggunakan Customer Relationship Management, adalah :
C A. Mendapatkan keuntungan dari para customer dengan cara dialog
B. Menggunakan pelanggan (customer) secara maksimal
C. Menggunakan informasi untuk memberikan pelayanan yang memuaskan.
D. Memberikan pelayanan kepada para pelanggan
5. Mendesain dan melaksanakan *marketing campaign* untuk mengoptimalkan efektifitas *marketing*, merupakan salah satu dari
C A. Kerugian CRM C. Kegunaan CRM
B. Masalah CRM D. Tujuan CRM
6. Proses dari kegiatan yang berperan dalam otomatisasi kegiatan yang terintegrasi dari seluruh proses bisnis (pemasaran, penjualan, pelayanan), merupakan salah satu bentuk klasifikasi CRM :
C A. CRM Aktifitas C. CRM Operasional

- B. CRM Analitik
D. CRM Didatik
7. CRM yang fokus terhadap kegiatan nilai jangka panjang pelanggan, menekankan dan mempertahankan loyalitas pelanggan, merupakan ciri dari
- C** A. CRM Aktifitas
B. CRM Operasional
C. CRM Analitik
D. CRM Didatik
8. Proses dari kegiatan yang berperan dalam melaksanakan analisis dari pelanggan dan pasar (trend pasar, perilaku pelanggan), merupakan CRM :
- C** A. CRM Aktifitas
B. CRM Operasional
C. CRM Analitik
D. CRM Didatik
9. Database pelanggan yang kuat merupakan kunci utama pelaksanaan CRM, hal tersebut merupakan salah satu dari :
- C** A. Tujuan CRM
B. Manfaat CRM
C. Aktifitas CRM
D. Masalah CRM
10. Pemakaian software/aplikasi CRM sekarang ini sudah cukup banyak beredar di pasaran, kebanyakan dibuat oleh perusahaan Amerika dan Eropa yang lebih dulu mengimplementasikan aplikasi CRM di perusahaan mereka. Salah satunya adalah
- C** A. XAMPP
B. Dac Easy
C. Crystal Report
D. LaTeX
11. Aplikasi CRM berguna bagi perusahaan dalam banyak hal, diantaranya adalah :
- C** A. Menjadikan salah satu DBMS
B. Membuat pelanggan tertarik
C. Membangun database pelanggan
D. Menciptakan banyak pelanggan baru
12. Terdapat 3 aspek penting yang perlu dibenahi perusahaan dalam proses implementasi CRM, dan yang **bukan** bagian dari aspek tersebut adalah :
- C** A. Manusia
B. Proses dan Prosedur
C. Perangkat Keras
D. Sistem dan Teknologi
13. Strategi pemilihan dan pengembangan teknologi CRM. Perusahaan perlu membuat cetak biru tentang teknologi CRM seperti apa yang akan digunakan, bagaimana proses implementasinya, training, dan juga penerapannya yang berhubungan dengan sistem yang sudah ada sekarang, merupakan aspek :
- C** A. Manusia
B. Proses dan Prosedur
C. Sistem dan Teknologi
D. Perangkat Keras

14 **Decision Support System (DSS)**, dimana pihak manajemen tidak lagi direpotkan pada urusan teknis dalam membuat laporan dan menyusun informasi yang dibutuhkan, merupakan salah satu hasil dari peran :

- C
- | | |
|------------------------|-------------------------|
| A. Manusia | C. Sistem dan Teknologi |
| B. Proses dan Prosedur | D. Prosedur |

15. Proses kegiatan dari **otomatisasi** CRM, diantaranya adalah untuk membuat suatu proses otomatisasi dari :

- C
- | | |
|--------------|---------------|
| A. Pelanggan | C. Pemasaran |
| B. Hubungan | D. Permintaan |