

Setiap pengajuan inquiry itu dinilai kualitasnya, kualitas tersebut dinilai dengan menggunakan clickScoring. Jadi dengan mengkoneksikan fitur inquiry dan clickScoring, penentuan prioritas pemrosesan inquiry dapat dilakukan dengan lebih efektif dan transparan.

Sebagian dari teman-teman mungkin bertanya-tanya, dari mana sumber penilaian/score yang didapatkan dalam penilaian inquiry tersebut? Tentunya berdasarkan ketentuan yang dibuat oleh perusahaan.

Kira-kira apa saja penilaian kualitas inquiry yang sudah ditentukan? yuk simak penjelasan selengkapnya berikut ini!

Penjelasan Kriteria Penilaian Kualitas Inquiry

Note : *“Kriteria penilaian ini dibuat berdasarkan ketentuan perusahaan dan bisa berubah sewaktu-waktu jika ada pembaruan ketentuan penilaian kualitas pada inquiry”*

Perlu teman-teman ketahui bahwa kualitas inquiry dilihat dari 3 kriteria, apa saja ? Kita bahas satu persatu yuk.

1. Kelengkapan Data (Completeness of Data)

Kelengkapan data menjadi salah satu kriteria penilaian, karena semakin lengkap data yang diberikan maka akan membantu kita dalam melakukan pengadaan produk. Selain itu, supaya pihak-pihak yang terlibat di proses inquiry ini punya pengetahuan product yang kuat. Jadi marketing harus paham produk seperti apa yang diinginkan customer, dan purchasing juga harus paham/bisa memenuhi produk sesuai ekspektasi customer tersebut.

Dari kriteria kelengkapan data ini, ada 3 aspek yang menjadi pembobotan yaitu :

- Customer : dengan mengisi field customer pada inquiry ini akan memudahkan kita untuk mengetahui informasi data customer tersebut. Dalam kriteria kelengkapan data customer, pembobotan untuk customer Company lebih diunggulkan dibanding customer individu. Kenapa? Ini dipertimbangkan lebih ke arah prospek kerjasama B2B.

Apa itu B2B? Yaitu proses penjualan yang dilakukan oleh satu perusahaan lainnya. jadi ketika customernya company, ekspektasinya bisa mendatangkan leads dan penjualan yang lebih besar.

Tapi tidak menutup kemungkinan kalau customer perorangan bisa menghasilkan penjualan yang besar juga ya. Hanya saja lebih difokuskan pada prospek kerjasama, seperti pengadaan di dinas/instansi.

- Product : dengan mengisi kelengkapan data pada produk yang diajukan, ini akan memudahkan dan mempercepat proses pencarian produk yang diajukan. Untuk aspek penilaian produk disini terbagi menjadi 2 kategori yaitu :

→ Penilaian produk yang berasal dari katalog produk.
Dalam kategori ini, ada 2 aspek penilaian pada produk yang berasal dari katalog yaitu "Sales Description" dan "**Attachment**".

→ Penilaian produk untuk pencarian produk baru
Untuk kategori pencarian produk baru, ada 2 aspek yang dinilai yaitu "Product Specification" dan "Attachment (product visualization)".

Jika spesifikasi produk pada halaman request inquiry diisi dengan lengkap dan jelas, tentu ini akan membantu mempercepat proses pengadaan barang yang dibutuhkan.

Selain itu, dengan melampirkan file/gambar pada bagian "Attachment (product visualization)" ini akan membantu menspesifikasikan dengan jelas produk yang dibutuhkan.

- Warrant Attachment : dengan melampirkan file/gambar yang menjadi jaminan adanya kebutuhan pengajuan produk, ini menjadi salah satu pembobotan karena untuk memastikan apakah file/ gambar yang dilampirkan tersebut sesuai dengan kebutuhan produk yang diajukan atau tidak.

2. Prioritas Permintaan (Inquiry Priority)

Selain kelengkapan data, kualitas inquiry juga dinilai dari prioritas permintaannya. Hal ini bersumber dari konversi inquiry menjadi sales order yang cenderung rendah. Salah satunya kita lihat parameter histori order dari masing-masing customer.

Contoh kasus : ada customer yang banyak banget inquiry tapi tidak pernah deal order, ada juga customer yang sedikit inquiry tapi selalu menghasilkan penjualan. Jadi kita perlu menilai performa dari sisi customernya juga.

Dari kriteria penilaian kualitas inquiry, ada 3 aspek yang menjadi pembobotan yaitu :

1. Order History (YTD), yang dimaksud dengan Order History Year-to-date (YTD) adalah semua transaksi baik ukur dan uji maupun jasa ukur dan uji dalam rentang waktu 12 bulan terakhir. Transaksi ukur dan uji dan transaksi jasa ukur dan uji meliputi jasa service, sparepart, dan order lainnya yang menghasilkan pendapatan.

Untuk repair yang bergaransi dengan tag "garansi service" maksudnya memiliki garansi service, serta repair yang tasknya berstatus cancelled tidak termasuk kedalam transaksi Order History (YTD)

Yang dimaksud sebagai transaksi yang dihitung dalam Order History yaitu :

- Semua Sales Quotation yang sudah terkonfirmasi menjadi Sales Order
- Semua Repair Order yang dikategorikan berdasarkan jasa service atau memiliki tags "jasa service", serta task dengan jasa service yang berstatus "End Repair" atau sudah selesai dalam perbaikan.

Kriteria “ *Order History (YTD)*” terbagi menjadi 4 aspek, diantaranya :

- Potential loyalist
Merupakan customer yang melakukan transaksi pembelian minimal sebanyak dua kali dalam dua belas bulan terakhir.
- About to sleep/hibernating
Merupakan customer yang melakukan transaksi pembelian sebanyak satu kali dalam dua belas bulan terakhir.
- New customer
Merupakan customer dengan yang belum ada history penawaran dan pembelian dengan data contact yang baru dibuat satu bulan terakhir
- Inactive existing customer
Merupakan customer yang dalam periode enam bulan terakhir sudah ada penawaran tapi belum ada history pembelian.

2. **Inquiry Conversion Rate Year-to-date (YTD)**, merupakan persentase inquiry yang terkonsversi menjadi transaksi (sales order) oleh pemohon inquiry. Hal ini menggambarkan seberapa efektif pemohon mengkonversi inquiry yang diminta menjadi penjualan.

Adapun untuk rumus perhitungan persentase konversi inquiry to sales order yaitu :
$$(\text{Jumlah SO} / \text{Jumlah Inquiry}) \times 100$$

Keterangan :

- Jumlah SO adalah jumlah quotation yang dihasilkan dari inquiry oleh pemohon inquiry dan quotationnya berstatus "Sales Order"
- Jumlah Inquiry adalah jumlah inquiry yang dibuat oleh pemohon inquiry dan inquirynya berstatus "Done".

Kriteria “*Inquiry Conversion Rate (YTD)*” terbagi menjadi 4 aspek pembobotan, diantaranya :

- Persentase konversi inquiry to sales order yang nilainya $\geq 75\%$
- Persentase konversi inquiry to sales order yang nilainya $50\% \leq x < 75\%$
- Persentase konversi inquiry to sales order yang nilainya $25\% \leq x < 50\%$
- Persentase konversi inquiry to sales order yang nilainya $< 25\%$

3. Procurement Purpose, dalam kriteria penilaian kualitas inquiry, informasi tujuan pengadaan menjadi salah satu bagian penting, karena dengan adanya informasi tujuan pengadaan barang tersebut kita dapat memastikan kebutuhan dapat terpenuhi dengan sesuai, selain itu memudahkan juga dalam pemilihan supplier.
Untuk kriteria penilaian “Procurement Purpose” terbagi menjadi 4 aspek pembobotan yaitu :

- Kebutuhan perusahaan (apakah pengajuan inquiry yang dibuat itu produknya untuk kebutuhan perusahaan)
- Kebutuhan perorangan (apakah pengajuan inquiry yang dibuat itu produknya untuk penggunaan pribadi atau kebutuhan pribadi)
- Reseller/dijual kembali (apakah pengajuan inquiry yang dibuat itu untuk produknya akan dijual kembali)
- Program Lelang (apakah pengajuan inquiry yang dibuat itu bertujuan sebagai program lelang)

3. Kualitas Permintaan (Inquiry Quality)

Dalam melakukan penilaian kualitas inquiry, kualitas permintaan (inquiry) menjadi kriteria dalam penilaiannya yang bertujuan untuk menilai kualitas produk yang dicari. Dalam penilaian kriteria kualitas permintaan, terdapat 2 aspek pembobotan didalamnya, yaitu :

1. Product Status

Dalam menentukan kualitas permintaan, status produk menjadi salah satu aspek pembobotan dalam penilaian inquiry. Jadi, request inquiry dapat dilakukan di beberapa kondisi, salah satunya ketika produk sudah ada di katalog tetapi statusnya invalid, contohnya seperti :

- Harga penawaran sudah tidak sesuai
- Atau melakukan perpanjangan masa berlaku (validity date) produk

Dalam kondisi invalid seperti yang disebutkan tadi, maka akan diprioritaskan karena dari sisi ketersediaan produk sudah bisa dipastikan, hanya perlu validasi informasi ulang dari pihak purchasing ke marketing supaya bisa langsung membuat penawaran.

Sedangkan untuk pencarian produk baru (new produk), kondisinya masih banyak yang perlu dicari tahu, apakah ini produk JVM, atau apakah produk tersebut termasuk alat ukur uji atau termasuk random product.

2. Product Type

Dalam kriteria kualitas permintaan, tipe produk menjadi aspek pembobotan dalam penilaian inquiry. Ini untuk mengelompokkan apakah produk yang diajukan pada inquiry tersebut tergolong dalam kategori berikut :

- Produk Main Supplier/Top Selling Product
Artinya, apakah produk yang diajukan untuk pengadaan merupakan produk andalan atau produk dengan tingkat penjualan yang tinggi. Contohnya produk yang menjadi andalan atau produk dengan tingkat penjualan tinggi di JVM yaitu seperti AMTAZ, NOVOTEST, TELEAD, MITECH, HANNA.
- Alat Ukur dan Uji di Luar Main Supplier
Artinya, apakah produk yang diajukan untuk pengadaan adalah alat ukur dan uji yang bukan merupakan produk Main Supplier seperti yang disebutkan

diatas (AMTAZ, NOVOTEST, TELEAD, MITECH, HANNA). Contohnya bisa jadi supplier lokal.

- Random Product
Artinya, apakah produk yang diajukan untuk pengadaan bukan termasuk alat ukur dan uji? Contohnya : ada permintaan keyboard, genset, mouse, dan lain sebagainya. Tentu permintaan seperti itu sudah melenceng dari proses bisnis utamanya. Maka dari itu kenapa nilai pembobotan random product lebih rendah dibanding dengan pembobotan produk main supplier/top selling product dan alat ukur dan uji di luar main supplier

Sekian untuk *Penjelasan Tentang Penilaian Kualitas Inquiry*. Semoga dapat membantu teman-teman JVM dalam bekerja dan berkarya.

Untuk menambah informasi terkait clickERP, teman-teman juga dapat membaca artikel lainnya pada [Jagokomputer](#) .Boleh juga di *share* untuk teman sebelahnya, siapa tahu juga membutuhkan. Ingat, *sharing is caring*.

Sampai ketemu lagi di panduan Jagopedia lainnya yang sudah ditulis dengan penuh dedikasi untuk JVM dari tim kami di Jagokomputer.