

Implementasi Customer Relationship Management (Crm) di Industri Kecil Menengah (Ikm) Furnitur Menggunakan Microsoft Excel dan Visual Basic For Application (VBA)

Yessi Nasia Ulfia

Manajemen Bisnis Industri Furnitur, Politeknik Industri Furnitur dan Pengolahan Kayu, Jalan Wanamarta Raya No. 20 Kawasan Industri Kendal, Kendal, Jawa Tengah, Indonesia
yessi.ulfia@poltek-furnitur.ac.id, yessinasia@gmail.com

Fitri Indah Puspitaningsih

Manajemen Bisnis Industri Furnitur, Politeknik Industri Furnitur dan Pengolahan Kayu, Jalan Wanamarta Raya No. 20 Kawasan Industri Kendal, Kendal, Jawa Tengah, Indonesia
fitri.puspitaningsih@poltek-furnitur.ac.id, fitriindah1402@gmail.com

Fesa Putra Kristanto

Manajemen Bisnis Industri Furnitur, Politeknik Industri Furnitur dan Pengolahan Kayu, Jalan Wanamarta Raya No. 20 Kawasan Industri Kendal, Kendal, Jawa Tengah, Indonesia
fesa.putra@poltek-furnitur.ac.id, pputra139@gmail.com

Article's History:

Received 3 Maret 2023; Received in revised form 14 Maret 2023; Accepted 16 Maret 2023; Published 1 April 2023. All rights reserved to the Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET).

Suggested Citation:

Ulfia, Y. N., Puspitaningsih, F. I., & Kristanto, F. P. (2023). Implementasi Customer Relationship Management (Crm) di Industri Kecil Menengah (Ikm) Furnitur Menggunakan Microsoft Excel dan Visual Basic For Application (Vba). JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 9 (2), 363–375. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i2.1029>

Abstrak

Small and Medium Furniture Industry is one of the leading commodities of Kendal Regency and has important role in regional economy. Furniture IKM, which was only focused on products, must now change its strategy to focus on customers and implement modern management and be able to build relationships with customers. Consumers need more than just the value offered and have unique needs so companies need to think about creating marketing concepts that not only rely on the company's internal capabilities, but also involve consumer feelings. Maintaining good relation with customers and increasing their loyalty through the development and fulfillment of customer needs is one of IKM furniture strategies in developing business. From the description, the author took the initiative to help design an information system based on Customer Relationship Management (CRM) as an industry 4.0 technology to digitize marketing, especially for managing customers. The implementation of CRM-based information systems starts from collecting data, then analyze business processes, and using case diagrams. The next step is to implement a CRM system using Microsoft Excel VBA. Finally analyze and evaluate CRM implementations in Furniture IKM. From this research we get a CRM system that is suitable for furniture IKM business processes.

Keyword: Customer Relationship Management (CRM), Industrial Technology 4.0, and Furniture IKM.

PENDAHULUAN

Saat ini para pelaku Industri Kecil dan Menengah (IKM) di kabupaten Kendal pada umumnya masih melakukan transaksi bisnis secara manual atau melalui tatap muka secara langsung (offline). Hal ini dirasa kurang efektif karena mengharuskan pelaku IKM untuk aktif dalam memperluas jaringan penawaran kepada customer sehingga kesulitan dalam memasarkan produk dan proses transaksi yang tidak berjalan secara efektif. Untuk itu peneliti melakukan observasi dan wawancara kepada beberapa pelaku IKM Furnitur di kabupaten Kendal. Hasil dari temuan di lapangan akan digunakan untuk merumuskan metode yang tepat dalam meningkatkan hubungan antara pelaku IKM dengan customer.

Latar Belakang

Pelaku Industri Kecil dan Menengah (IKM) merupakan pelaku bisnis yang wajib diberikan pendampingan untuk membantu mereka meningkatkan usaha nya agar mampu bersaing dan bertahan pada era digital seperti saat ini. Salah satu kelemahan dalam pengembangan IKM yaitu bagaimana pelaku IKM dapat memperluas customer (pemasaran) dan juga membina hubungan yang baik dengan customer. Untuk menggali informasi terkait kinerja IKM dalam berhubungan dengan customer, peneliti melakukan observasi dan wawancara kepada beberapa pelaku IKM Furnitur di kabupaten Kendal. Dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan terhadap kegiatan penjualan produk maka dapat disimpulkan bahwa sistem penjualan masih perlu dimaksimalkan sehingga nantinya diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk (Alfarisi & Mahendra, 2021).

Penulis menggunakan metode wawancara kepada pihak terkait untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi. Pertama, penulis melakukan wawancara dengan IKM furnitur di daerah kebondalem Kendal. Pemilik IKM menjelaskan bahwa saat ini telah memasarkan produknya melalui media sosial salah satunya adalah facebook. Menurutnya saat ini facebook media yang lebih efektif dibandingkan media online lainnya, karena hingga saat ini kebanyakan calon pembeli yang berasal dari Tenaga Kerja Indonesia (TKI) yang bekerja dari luar negeri membeli produknya dari media sosial facebook. Akan tetapi kendala yang dihadapi oleh IKM furnitur ini adalah tidak adanya database pencatatan konsumen, preferensi konsumen, dan interaksi konsumen. Untuk pemasaran furnitur melalui facebooknya hanya satu arah, IKM tersebut memposting produknya jika ada pembeli maka produk tersebut akan dikirim.

Selanjutnya penulis juga melakukan wawancara kepada IKM furnitur yang berada di kaliwungu Kendal. Hasil dari wawancara tersebut menunjukkan bahwa pemasaran dari IKM Furnitur yang berada di kaliwungu dilakukan pada website E-Commerce olx.id. Namun, penjualan online yang telah dilakukan masih belum sesuai harapan. Salah satu yang menjadi kendala penjualan melalui E-Commerce adalah pengetahuan pemilik IKM yang tidak terlalu paham tentang E-Commerce sehingga produk mereka jarang terlihat oleh banyak konsumen.

Terakhir penulis melakukan wawancara dengan IKM Furnitur yang berada di Sukoredjo Kendal. Mekanisme pemasaran di IKM furnitur Sukoredjo Kendal masih dilakukan secara langsung atau offline. Sehingga penjualan masih sebatas di wilayah Sukoredjo Kendal saja. Pemilik IKM tersebut meminta bantuan dalam pembuatan media pemasaran secara online dan sistemnya serta pengajaran tentang pemasaran produk secara online.

Dari hasil wawancara dengan IKM Kendal, IKM Kendal membutuhkan peningkatan interaksi, penyimpanan database, dan strategi terkait preferensi konsumen khususnya dipasar online. Oleh karena itu aplikasi Customer Relationship Management (CRM) sangat dibutuhkan oleh IKM Furnitur Kendal. CRM merupakan sebuah aplikasi bisnis yang mengintegrasikan proses bisnis yang bersentuhan langsung dengan para konsumen (pemasaran, penjualan, dan pelayanan) dengan pelaku bisnis, proses bisnis dan teknologi pendukung guna memperoleh customer retention (Eko budiardjo Faldy Irwiansyah, 2008). Manfaat aplikasi CRM ini adalah mendorong loyalitas pelanggan, mengurangi biaya, meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan time to market dan meningkatkan pendapatan (Choudhury & Harrigan, 2014).

Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti mengimplementasikan CRM pada IKM furnitur kendal menggunakan microsoft excel dan visual basic application (VBA) sehingga dapat terintegrasi dengan pemasaran online baik melalui E-Commerce dan media sosial.

METODOLOGI

Conceptual Framework / Research Methodology

Customer Relationship Management (CRM)

Adapun beberapa pengertian CRM menurut para ahli, yaitu: Menurut Kalakota & Robinson (2001), CRM sebagai integrasi dan startegi penjualan, pemasaran dan pelayanan yang terkoordinasi. Menurut Laudon (2017), CRM menyimpan informasi pelanggan dan merekam seluruh kontak yang terjadi antara pelanggan dan perusahaan, serta membuat profil pelanggan untuk staff perusahaan yang memerlukan informasi tentang pelanggan tersebut. CRM merupakan strategi untuk menjalin hubungan dengan costumer dan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan. CRM mendukung perusahaan atau IKM untuk menyediakan pelayanan kepada pelanggan secara real time dengan menjalin hubungan dengan tiap pelanggan yang berharga melalui penggunaan informasi tentang pelanggan. Berdasarkan apa yang diketahui dari pelanggan, perusahaan dapat membuat variasi penawaran, pelayanan, program, pesan dan media (Rowe & Clark, 1927).

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa: CRM merupakan jenis manajemen yang secara khusus membahas teori mengenai penanganan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya, yang mana tujuannya untuk meningkatkan hubungan dengan tiap pelanggan demi mencapai pertumbuhan yang sehat.

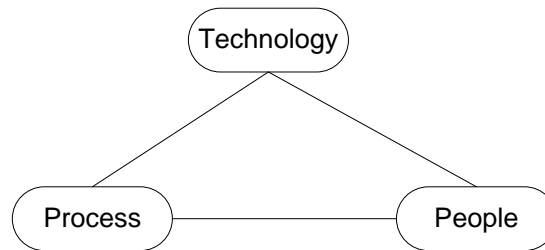
Tujuan dan Manfaat CRM

Keuntungan penerapan CRM dalam sebuah usaha atau perusahaan sangat bervariasi tergantung bisnis yang ditekuni oleh perusahaan tersebut. CRM menjadi sangat penting bagi perusahaan yang memiliki interaksi yang sangat sering dengan pelanggannya dan pelanggan memiliki ketergantungan untuk melakukan pembelian secara berulang, serta memiliki potensi untuk melakukan pembelian produk lain. Manfaat dari CRM menurut (Kalakota & Robinson, 2001) adalah:

1. Mendorong loyalitas pelanggan
2. Mengurangi Biaya
3. Meningkatkan Efisiensi Operasional
4. Peningkatan Time to Market
5. Peningkatan Pendapatan

Implementasi CRM

Hal terpenting dan mendasar pada CRM adalah integrasi semua data bisnis pelanggan ke dalam suatu sistem sehingga mempermudah perusahaan dalam mengolah, mengidentifikasi dan menjaga hubungan dengan konsumen. Dengan demikian dapat dilakukan pemetaan dan pelaksanaan pemasaran dengan efektif dan efisien yang sesuai dengan tujuan organisasi. Kesuksesan dan pemanfaatan aplikasi CRM dipengaruhi oleh banyak faktor baik secara teknis maupun non teknis. Perlu aspek lain selain aplikasi CRM itu sendiri. Menurut Chen dan Popovich dalam jurnal (Choudhury & Harrigan, 2014) terdapat tiga elemen utama yang menjadi kunci keberhasilan penerapan CRM yaitu people, process dan technology. Ketiga hal tersebut tidak dapat dilakukan secara sendiri-sendiri. Dimana ketiga hal ini akan bergantung satu sama lain sehingga tercipta suatu strategi bisnis yang baik. Secara ringkas dapat dilihat pada gambar berikut ini:

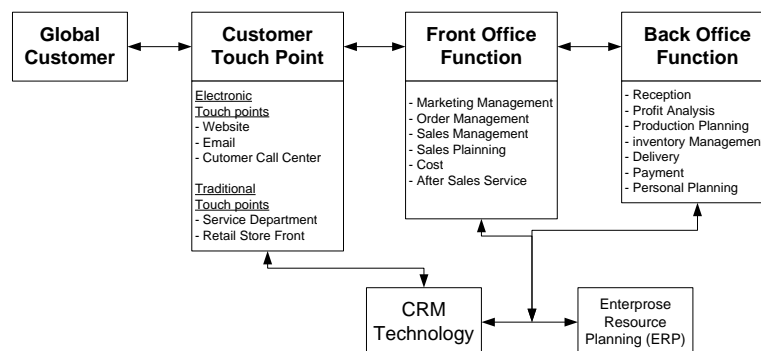


Gambar 1 Aspek-Aspek Proses Implementasi CRM

Adapun penjelasan terkait dengan aspek-aspek proses implementasi CRM adalah sebagai berikut:

1. **People : Aspek SDM**
Yaitu meliputi cara berfikir orang tentang bagaimana melayani pelanggan (profesionalisme). Semua orang yang berhubungan dengan pelanggan baik dari level tertinggi suatu perusahaan sampai dengan level yang berhubungan dengan pelanggan secara langsung harus memiliki pikiran sama yaitu bagaimana melayani pelanggan dengan sebaik-baiknya. Tujuan dari implementasi CRM harus jelas, sehingga mudah dipahami oleh karyawan.
2. **Process : Aspek Process**
Yaitu proses berlangsungnya kegiatan di suatu perusahaan yang diatur melalui sistem dan didefinisikan secara jelas melalui prosedur terstandarisasi sebagai acuan karyawan dalam melayani pelanggan (proses dan prosedur). Perusahaan harus kembali menata ulang proses bisnis yang telah ada agar sesuai dengan inisiatif CRM. Mendefinisikan secara jelas konsumen yang akan dibidik merupakan hal penting agar karyawan yang berinteraksi langsung dengan konsumen memiliki acuan yang jelas dan terstandarisasi bagaimana melayani pelanggan mereka.
3. **Technology**
Aspek technology yaitu strategi pengembangan teknologi CRM dan proses implementasi. Perusahaan harus memilih teknologi yang baik dan tepat mendukung aspek proses. Hal ini terkait dengan strategi pemilihan dan pengembangan teknologi CRM. Perlu dilakukan langkah-langkah implementasi yang berbentuk pilot project terlebih dahulu, agar kelak implementasi secara menyeluruh dapat berjalan dengan sukses seperti yang diharapkan.
4. **Aplikasi Teknologi CRM**
Menghubungkan front office (*sales, marketing dan customer service*) dan back office (*financial, operasional, logistik dan sumber daya manusia*) dengan touch point pelanggan perusahaan (Greenberg, 2010). Touch points perusahaan termasuk didalamnya adalah internet, email, penjualan, email, telemarketing, call center, iklan, fax, pagers, stores, dan kiosk. Sering kali, touch point perusahaan dikontrol oleh sistem informasi terpisah dari sistem informasi yang utama. CRM berfungsi untuk mengintegrasikan touch points kedalam sistem yang telah ada (Beck, B., Summer, 2001). Hubungan antara touch points dengan front dan back office digambarkan pada gambar berikut ini:

Gambar 2 Hubungan Teknologi Front office, back office dan Touch point



Sumber : Choudhury & Harrigan (2014)

Aplikasi Pengembang CRM

Microsoft excel adalah program aplikasi dari microsoft yang digunakan untuk mengolah data. Penyajian serta pengolahan data pada microsoft excel dilakukan secara cepat dan akurat untuk keperluan informasi kuantitatif seperti angka, tabel dan grafik. Saat ini Microsoft excel dilengkapi dengan fitur VBA, VBA merupakan singkatan dari Visual Basic for Application yang merupakan turunan dari Bahasa Visual Basic yang dikembangkan oleh Microsoft. Visual Basic sendiri merupakan turunan Bahasa pemrograman BASIC (Beginners all purpose Symbolic Instruction Code) yang dikembangkan pada tahun 1963 oleh John George Kemeny dan Thomas Eugene Kurtz yang berasal dari Dartmouth College. Dengan adanya VBA di excel ini memungkinkan untuk menjalankan tugas-tugas tertentu secara otomatis dan menambah fungsi-fungsi lainnya pada aplikasi excel. Oleh karena itu memungkinkan pembuatan CRM melalui Microsoft Excel dan VBA (Lestari et al., 2014).

METODE PENELITIAN

Sample

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif berbasis data sekunder dan primer dari hasil penelitian dan referensi kepustakaan mengenai data dan informasi terkait dengan penelitian. Interval waktu penelitian pada bulan Februari hingga Mei 2022. Penelitian ini dilakukan di IKM Furnitur Kendal. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara serta kuisioner. Terdapat 17 Populasi IKM Furnitur Kendal yang akan dilakukan observasi dan wawancara serta dilakukan sampling sebanyak 3 IKM untuk pelaksanaan implementasi serta evaluasi aplikasi CRM di IKM tersebut.

Data Collection

Dalam penelitian ini, Sumber data primer penelitian ini meliputi:

1. Media Promosi di Sosial Media

Sosial media yang digunakan IKM furnitur kendal untuk promosi.

2. Database Pelanggan

Database pelanggan dari IKM furnitur kendal baik dari pelanggan offline dan pelanggan online.

3. Data supply chain

Data supply chain terdiri dari data supplier, proses bisnis IKM furnitur dan alur proses supply chain dari supplier ke pelanggan.

Deskripsi Penelitian

Hasil dari penelitian ini berupa aplikasi CRM yang dapat diterapkan di IKM Furnitur Kendal sehingga dapat terintegrasi di media sosial untuk pemasaran produknya. Selanjutnya adalah mendapatkan evaluasi dan perbaikan dari penerapan aplikasi CRM di IKM Furnitur Kendal.

Prosedur Penelitian

Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan dalam pengimplementasian CRM pada IKM Furnitur di Kendal adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data pengembangan Modul CRM

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data dengan cara sebagai berikut:

- ✓ Observasi langsung di IKM Furnitur Kendal
- ✓ Wawancara dengan Pemilik IKM Furnitur
- ✓ Kompilasi kebutuhan data pengembangan modul CRM

2. Implementasi CRM

Dalam perancangan CRM pada IKM Furnitur Kendal ini penulis memilih menggunakan metode pengembangan (SDLC) atau yang biasa disebut siklus hidup pengembangan sistem. Secara umum fase-fase dari siklus hidup pengembangan sistem CRM dapat dikelompokkan menjadi 6 fase besar yaitu:

a. Planning

Tahapan perencanaan ini bertujuan untuk menyusun dan menentukan modul CRM. Pada tahap ini penulis mengumpulkan data-data sehingga dapat terumuskan template CRM yang digunakan.

b. Analysis

Pada tahapan ini akan dilakukan analisis dengan menggunakan *Business Process Modeling Notation* (BPMN). Dari analisis BPMN didapatkan gambaran dan alur proses bisnis IKM furniture Kendal.

c. Design

Langkah selanjutnya adalah mendesain CRM menggunakan aplikasi pengembang CRM yaitu Microsoft Excel dan VBA. Tahapannya untuk mendesain CRM yang pertama adalah penyusunan modul menggunakan aplikasi Excel kemudian mengintegrasikannya menggunakan VBA. Sehingga didapatkan modul yang telah tercustomisasi dan terintegrasi.

d. Implementasi

Setelah tersusunya sistem CRM selanjutnya mengimplementasikannya di IKM furnitur. Pengimplementasian ini terdiri dari tiga tahap. Tahap pertama adalah uji coba CRM di IKM furniture selanjutnya adalah memberikan training dan manual book untuk pengguna dan terakhir tahap penggunaannya.

d. Testing

Setelah tahap penggunaan oleh pengguna selanjutnya *testing* oleh pengguna dengan proses *testing* didapatkan penilaian terhadap aplikasi CRM dan integrasinya terhadap proses bisnis.

Gambar 3 Rencana Siklus Hidup Pengembangan Sistem

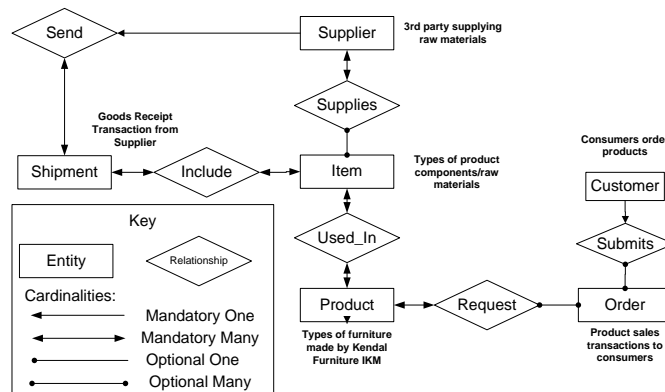


Fungsionalitas Aplikasi

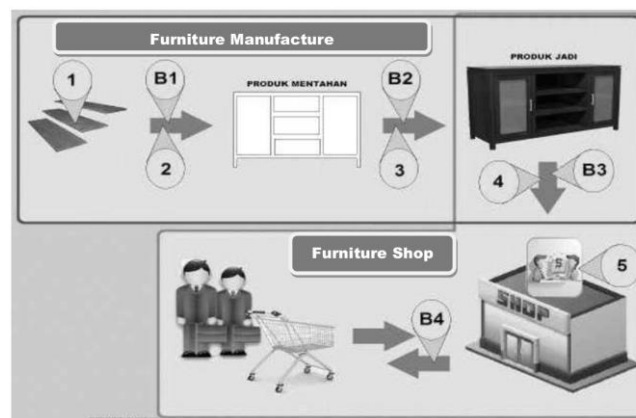
Proses Bisnis

IKM Furnitur Kendal adalah industri kecil dan menengah dibidang furniture dengan konsesntrasi produknya seperti kursi, meja, dan lemari. Bahan baku yang digunakan berasal dari kayu jati yang didapatkan di supplier TPK Subah Batang. IKM furniture Kendal memenuhi produksinya kebanyakan menggunakan sistem make to stock dari pada make to order. Untuk proses yang pertama dilakukan adalah IKM furniture Kendal akan menawarkan desain furniture yang bisa mereka buat kepada pelanggan. Desain furniture tersebut biasanya diperlihatkan dalam sebuah catalog furniture. Setelah semuanya sepakat maka selanjutnya IKM furniture mencatat pesanan dan waktu penyelesaiannya. Setelah itu pemilik akan melakukan pesanan bahan baku / material untuk pembuatan furniture yang akan dipesan. Ketika bahan baku telah sampai, maka bahan baku tersbut akan segera masuk kedalam berbagai macam proses produksi. Mulai dari pemotongan pengamplasan, perakitan hingga ke proses finishing dari furniture. Setelah barang selesai maka IKM Furnitur menghubungi pembeli untuk menginformasikan pesanan telah selesai dan segera melunasi pembayaran. Setelah pembayaran lunas maka funitur siap dikirim ke pelanggan (Alfarisi & Mahendra, 2021).

Gambar 4 Flow Chart Proses Bisnis IKM Furnitur Kendal



Gambar 5 Alur Proses Bisnis IKM Furnitur Kendal



Perencanaan Sistem

Perencanaan sistem dimulai dari observasi langsung di IKM Furnitur Kendal. Setelah itu melakukan wawancara dengan Pemilik IKM Furnitur. Data yang diperoleh dari wawancara tersebut berupa proses bisnis IKM Furnitur Kendal, kondisi bisnis, kondisi pemasaran, data pelanggan, biodata pelanggan. Selanjutnya data akan di olah dengan sistem VBA dan Microsoft Excel untuk menjadi aplikasi CRM. Setelah aplikasi selesai dibuat maka di implementasikan di IKM Furnitur Kendal selama satu minggu. Testing dan Evaluasi dilakuan setelah melakukan implementasi. Responden dari testing dan eveluasi ini adalah pemilik IKM Furnitur Kendal sekaligus pengguna CRM tersebut.

Analisis Sistem

Analisis sistem berguna untuk mendapatkan semua kebutuhan yang diperlukan untuk membangun sistem. Untuk mengidentifikasi kebutuhan sistem apa saja yang terlibat di dalamnya, analisis sistem CRM yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan Fungsional

Fungsi-fungsinya mencakup dalam sistem ini antara lain:

- Sistem mampu menyimpan informasi pelanggan
- Sistem memiliki fungsi untuk mengirim whatsapp
- Sistem dapat menampilkan daftar dokumen
- Sistem dapat menampilkan jadwal pengingat yang disimpan
- Sistem dapat menyimpan kontak

2. Kebutuhan Non Fungsional

Kebutuhan non fungsional antara lain:

- Sistem mudah dipahami oleh pengguna
- Sistem dapat memberikan informasi yang dibutuhkan
- Sistem dapat memberikan manfaat bagi pengguna (Husni et al., 2014)

Kebutuhan dalam membuat sistem aplikasi ini bagi IKM Furnitur Kendal ini yang menjadi acuan untuk membuat sistem ini dimana dapat membantu mempermudah dalam proses menyimpan informasi pada sebuah IKM dan nantinya akan meningkatkan loyalitas dan kuantitas pelanggan.

Desain Antarmuka

Desain antarmuka aplikasi CRM dimulai dari worksheet design (antarmuka) setiap halaman, mengatur halaman yang akan dibuat seperti halaman awal aplikasi, halaman whatsapp (WA), halaman kontak, halaman dokumen, halaman pengingat dan halaman database. Desain halaman awal terdapat 4 menu yaitu kontak, whatsapp, dokumen, dan pengingat jadwal. Masing masing menu mempunyai icon dan gambar yang berbeda, dan membuat beberapa fill box. Setelah membuat worksheet desain, selanjutnya membuat tombol perintah show yang gunanya untuk menampilkan setiap halaman yang nantinya akan di klik. Setelah itu membuat tombol simpan, baru, load, send, attachment pada perintah module VBA (Kansao et al., 2017).

Desain Antarmuka terdiri dari tampilan aplikasi yang sudah dibangun. Aplikasi dibuat dengan mengikuti perkembangan, salah satunya yaitu mudah dioperasikan/digunakan (*User Friendly*), dan tampilan yang menarik bagi pengguna.

1. Tampilan Halaman Utama

Gambar 6 Tampilan Halaman Awal



2. Tampilan Halaman Whatsapp

Halaman Wahtsapp merupakan halaman dimana pengguna bisa mengirimkan pesan WA yang nantinya akan diteruskan ke aplikasi whatsapp direct.

Gambar 7 Tampilan Halaman Whatsapp

3. Tampilan Halaman Kontak

Halaman Kontak merupakan halaman untuk menyimpan informasi kontak seperti nama, nomor telepon, whatsapp.

Gambar 8 Tampilan Halaman Kontak

4. Tampilan Halaman Pengingat

Halaman pengingat merupakan halaman untuk menyimpan catatan pengingat seperti jadwal bertemu klien.

Gambar 9 Tampilan Halaman Pengingat

5. Tampilan Halaman Dokumen

Halaman dokumen merupakan halaman untuk menyimpan dokumen yang nantinya digunakan dalam mengirim WA.

Gambar 10 Tampilan Halaman Dokumen

Ada beberapa pembahasan dalam sistem ini yang menunjukkan suatu layanan untuk para pengguna yang terdapat pada aplikasi ini, contohnya :

1. Menyimpan Kontak Pelanggan

Gambar 11 Fitur Dalam Menu Kontak

2. Mengirim Pesan Whatsapp

Gambar 12 Fitur Dalam Menu Whatsapp

3. Pengingat Jadwal Penting

Gambar 13 Fitur Dalam Menu Pengingat

Pada tahap ini desain antarmuka dirancang menggunakan VBA dan Fitur yang ada dalam Microsoft Excel dengan memasukan perintah – perintah tertentu. Masing-masing perintah tersebut memiliki kegunaan yang berbeda-beda tetapi saling berinteraksi yang artinya saling bekerja-sama membentuk sebuah sistem yang berjalan. Seperti kode/script, module, procedures, function, object, variable, events.

Implementasi

Setelah aplikasi CRM selesai maka dilakukan penginstalan di komputer IKM Furnitur Kendal, selanjutnya memindahkan data-data yang ada pada IKM Furnitur Kendal ke aplikasi CRM seperti informasi customer/klien yang akan memesan produk IKM Furnitur Kendal baik secara offline maupun online, data informasi seperti nama, nomor telepon, kebutuhan pemesanan, nomor whatsapp lalu jadwal pengingat bertemu dengan klien. Nantinya data ini akan disimpan ke dalam database aplikasi CRM dan semua fitur itu juga diintegrasikan dengan media sosial sehingga mendekatkan IKM Furnitur Kendal dengan klien. Implementasi ini dilakukan selama satu minggu dengan penggunanya adalah pemilik IKM Furnitur Kendal, lalu selanjutnya akan dilakukan testing dan evaluasi.

Gambar 14 Implementasi aplikasi CRM pada IKM Furnitur Kendal



Testing dan Evaluasi

Testing dan evaluasi aplikasi CRM dilakukan untuk mengetahui dimana letak kelemahan suatu sistem sebagai berikut:

1. Proses Pengujian

Pada bagian pengujian ini akan menggunakan black box setting apakah sudah berfungsi atau belum serta memberikan gambaran terhadap fitur yang tersedia dalam aplikasi CRM pada IKM Furnitur Kendal. Untuk pengujiannya hanya satu bagian yaitu database customer. Pada pengujian database customer terdapat fitur biodata customer, catatan kebiasaan customer, pengingat jadwal, dan pengiriman pesan. Dari fitur-fitur ini kita dapat memetakan keinginan customer serta memberikan reminder kepada customer akan kebutuhannya. Sehingga customer akan terus memesan ke IKM Furnitur apabila ada kebutuhan untuk furniture. Dari aplikasi CRM ini IKM Furnitur akan dapat menyamakan supply dan demand dengan customernya serta adanya integrasi media social yang dapat memudahkan dalam berkomunikasi.

2. Evaluasi

Untuk sistem aplikasi CRM yang sudah dirancang, akan dilakukan evaluasi dengan tujuan mengetahui apakah CRM yang dibuat telah memenuhi kebutuhan dari user atau tidak. Pada evaluasi ini dideskripsikan mengenai kelebihan dari sistem CRM jika dibandingkan dengan pencatatan customer secara manual (Utomo et al., 2016). Responden dalam evaluasi CRM ada 3 IKM Furnitur dengan skala penilaian 1-10. Berikut ini hasil perbandingan dan nilai dari responden:

Tabel 1 Perbandingan Sistem Manual dengan CRM.

Usur	Dampak Adanya CRM	Score
Kecapatan	Semua data pelanggan terkumpul menjadi satu. Habbit pelanggan terhadap produk kita sudah terpetakan sehingga ketika mereka akan memesan kembali kepada kita, kita sudah memprediksikan sehingga dapat menstok produknya dan mengingatkan ke pelanggan untuk melakukan pesanan.	8,33

Fleksibilitas	Proses bisnis pada aplikasi CRM lebih fleksibel, karena data yang dibutuhkan untuk mendapatkan informasi telah terintegrasi baik data dari customer memesan ataupun customer yang tertarik di media social.	7
Ketepatan	Pada aplikasi CRM ini adanya ketepatan dalam memberikan informasi habits customer tanpa terkecuali tentang adanya promosi.	9

Berdasarkan penjelasan tersebut, terbukti bahwa aplikasi CRM yang dibuat mampu mempermudah IKM Furnitur Kendal dalam mengelola data pelanggan, memberikan informasi yang cepat dan dapat memprediksi order dari pelanggan secara tepat sehingga pihak customer merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Hal ini juga didukung dengan adanya user interface yang bersifat user friendly karena mudah digunakan dan dipahami oleh pengguna. Dengan kelebihan tersebut diharapkan aplikasi ini mampu memenuhi kebutuhan penggunaan dan merupakan alternative solusi yang lebih baik daripada sistem lama yang masih menggunakan proses manual.

KESIMPULAN

Dengan adanya aplikasi CRM, mempermudah IKM Furnitur Kendal dalam mengelola semua proses bisnis yang berjalan, seperti pengelolaan database customer dan integrasinya dengan akun media sosial.

1. Dengan adanya sistem aplikasi CRM ini, memudahkan IKM Furnitur Kendal dalam berkomunikasi dengan customer dengan adanya pemetaan habit/preferensi customer sehingga dapat memprediksi dan mempersiapkan order customer lebih cepat.
2. Perancangan aplikasi CRM ini menggunakan Microsoft Excel dan VBA hal ini membuat user interfacenya lebih friendly dan simple dalam menggunakannya. Hal ini sangat cocok dengan kondisi bisnis IKM Furnitur yang masih akan beralih ke database digital dan digital marketing.

Beberapa saran yang diharapkan dapat dikembangkan pada penelitian selanjutnya adalah dilakukannya penelitian lebih lanjut kearah aplikasi CRM dapat diakses melalui smartphone dan dapat didownload di google playstore.

REFERENSI

- Alfarisi, A. M., & Mahendra, D. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Berbasis Crm Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Kabupaten Jepara. *Journal of Information System and Computer*, 01, 43–48.
- Beck, B., Summer, J. (2001). *Data warehousing horizons CRM: Not just operational and collaborative*.
- Choudhury, M. M., & Harrigan, P. (2014). CRM to social CRM: the integration of new technologies into customer relationship management. *Journal of Strategic Marketing*, 22(2), 149–176.
- Eko budiardjo Faldy Irwiensyah. (2008). Analisis Fitur CRM Untuk Meningkatkan Kepuasan Pasien Berbasis Pada Framework Of Dynamic CRM Studi Kasus: Departemen Obstetri Dan Ginekologi FKUI-RSCM Jakarta. *Seminar Nasional Informatika*, 349.
- Greenberg, P. (2010). CRM at the Speed of Light , Fourth Edition : for Engaging Your Customers. In *New York: Mc Graw Hill*.
- Husni, I., Amin, A., & Kristanto, A. (2014). Aplikasi Customer Relationship Management (Crm) Di Cv . Matahari Digital Printing Semarang. *Dinamika Teknik*, 8, 49.
- Kalakota, D. R., & Robinson, M. (2001). e-Business 2.0. In *EAI Journal*.

- Kansao, R., Yrigoyen, A., Haris, Z., & Saputelli, L. (2017). Waterflood performance diagnosis and optimization using data-driven predictive analytical techniques from capacitance resistance models CRM. *Society of Petroleum Engineers - SPE Europec Featured at 79th EAGE Conference and Exhibition*, 1545–1571.
- Laudon, K. C. (2017). *E-commerce 2017: business, technology, society*.
- Lestari, E., Sabri, L., & Yuwono, B. (2014). Pembuatan Program Perataan Parameter Jaring Poligon Dengan Menggunakan Visual Basic for Application (Vba) Microsoft Excel. *Jurnal Geodesi Undip*, 3(1), 83411.
- Rowe, J. W. F., & Clark, F. E. (1927). Principles of Marketing. *Economica*, 19, 118.
- Utomo, Y. B., Winarno, W. W., & Amborowati, A. (2016). PERANCANGAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA KLINIK (Studi Kasus: Klinik Pratama Nusa Medika Meritjan). *Multitek Indonesia*, 10(1), 57.