



## Pemodelan dan Implementasi Proses Bisnis Berbasis E-CRM Menggunakan Aplikasi VTiger CRM

I Wayan Widianana<sup>1</sup>, Putu Wira Buana<sup>2</sup>, I Putu Agung Bayupati<sup>3</sup>

<sup>1, 2, 3</sup>Program Studi Teknologi Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Udayana

<sup>1</sup>iwayanwidiana0@gmail.com, <sup>2</sup>wirabuana@it.unud.ac.id, <sup>3</sup>bayupati@it.unud.ac.id

### Abstract

*Good relationship between company and customers needs to be managed to maintain continuity of the company's business considering that business competition is very competitive. CV. Tirta Tamanbali is industrial company that manufactures bottled water products located in Bali. Seeing existence of various competitor makes the company's business processes gradually decline. Examples of decreased business processes experienced by companies that must be closed distributors outside the region. After conducting research, it was found several business processes related to customers that were still not optimally. Some of these business processes are marketing processes that are not carried out by companies, sales processes that have not been integrated where transactions that occur between companies and customers still utilize phones and supporting processes like complaints and questionnaire services that are still done manually and unscheduled. Based on these problems, the development of business processes starting from modeling stage to implementation is carried out by utilizing the E-CRM application VTiger CRM. Results of this research are in the form of new business process modeling, implementation using VTiger CRM, and recapitulation of technology acceptance questionnaires from company employees. Specifically for the questionnaire, an additional module was developed because the module was not available in VTiger CRM.*

*Keywords: e-crm, vtiger, modelling, business process, questionnaire.*

### Abstrak

Hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan perlu dikelola untuk menjaga kelangsungan bisnis perusahaan mengingat persaingan bisnis di era sekarang sangat kompetitif. CV. Tirta Tamanbali merupakan sebuah perusahaan industri yang memproduksi produk air minum kemasan yang berlokasi di Bangli, Bali. Melihat keberadaan berbagai merek pesaing membuat proses bisnis yang dilakukan perusahaan berangsur menurun. Contoh penurunan proses bisnis yang dialami perusahaan yakni harus ditutupnya distributor-distributor diluar daerah sehingga pasar yang dimiliki menyempit. Setelah dilakukan penelitian, ditemukan beberapa proses bisnis terkait pelanggan yang masih belum berjalan optimal. Beberapa proses bisnis tersebut yakni proses pemasaran yang tidak dilakukan perusahaan, proses penjualan yang belum terintegrasi dimana transaksi yang terjadi antara perusahaan dan pelanggan masih memanfaatkan telepon seluler, hingga proses pendukung seperti layanan pengaduan keluhan dan kuesioner yang masih dilakukan manual dan tidak terjadwal. Berdasarkan permasalahan tersebut, dilakukan pengembangan proses bisnis mulai dari tahap pemodelan hingga implementasi yang dilakukan dengan memanfaatkan aplikasi E-CRM yakni VTiger CRM. Hasil dari penelitian yakni berupa pemodelan proses bisnis baru, implementasi menggunakan modul-modul VTiger CRM serta rekapitulasi kuesioner penerimaan teknologi dari pegawai perusahaan. Khusus kuesioner, dilakukan pengembangan modul tambahan melihat modul tersebut tidak tersedia pada VTiger CRM.

Kata kunci: e-crm, vtiger, pemodelan, proses bisnis, kuesioner.

## 1. Pendahuluan

CV. Tirta Tamanbali merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi, dengan menggunakan merek Nonmin perusahaan memproduksi air minum kemasan dengan berbagai ukuran, mulai dari kemasan *cup* hingga galon. CV. Tirta Tamanbali berlokasi di kabupaten Bangli, provinsi Bali dan sudah berdiri sejak tahun 2003. Proses bisnis yang dijalankan oleh perusahaan dilakukan dengan menyusun rantai usaha dengan menjalin kerjasama dengan distributor guna memasarkan produk yang diproduksi.

Menghadapi era persaingan, berbagai permasalahan dihadapi perusahaan. Terbukti dengan distribusi yang sebelumnya mampu menjangkau pulau Jawa, kini akibat bermunculan berbagai merek serupa mengalami penurunan dan mengakibatkan perusahaan kini berfokus berbisnis di pulau Bali. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, perusahaan masih perlu memaksimalkan proses bisnis yang dilakukan, sebagai contoh kegiatan pemasaran yang tidak dilakukan dengan baik hingga kegiatan pendukung yang masih dilakukan secara manual yakni menyebarkan selebaran kuesioner kepada pelanggan sebagai upaya pemantauan kepuasan pelanggan terhadap produk dan pelayanan dari perusahaan.

*Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) merupakan sebuah sistem yang dikembangkan untuk mengelola kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pelanggan seperti pemasaran, penjualan, hingga layanan pendukung yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mulai menerapkan sistem yang berorientasi pelanggan demi terjadinya peningkatan bisnis. Penelitian ini memiliki beberapa acuan sebagai berikut.

Penelitian pertama berjudul, Implementasi ERP menggunakan modul *sales* dan CRM Odoo studi kasus PT Ecosains Hayati yang merupakan salah satu distributor peralatan laboratorium di Indonesia. Data pelanggan yang tidak terintegrasi mengakibatkan penjualan memiliki basis data masing-masing sehingga tumpang tindih pelanggan dan mengakibatkan seorang pelanggan dapat dihubungi oleh penjualan yang berbeda. Berdasarkan penelitian tersebut dilakukan menggunakan sebuah aplikasi CRM yakni Odoo, dimana penelitian difokuskan pada pengoptimalan kegiatan pemasaran dan penjualan. Hasil dari penelitian menyimpulkan adanya peningkatan efisiensi yang diperoleh dari proses bisnis yang mampu memenuhi kebutuhan dari perusahaan [1].

Penelitian berikutnya berjudul, E-CRM Berbasis Web pada Sistem Informasi Penjualan Funitur. Penelitian ini dilakukan di PT. Karya Satya Utama Internasional yang bergerak dalam bisnis furnitur dengan tujuan mengolah data pelanggan hingga promosi yang mengacu pada CRM operasional, analitik dan kolaboratif dalam mengembangkan sistem CRM yang sesuai dengan kebutuhan. Adapun permasalahan yang ditemukan

dalam penelitian ini adalah kegiatan pemasaran dan penjualan yang dilakukan perusahaan masih terbatas melalui brosur, proses pemesanan masih memanfaatkan telepon atau harus langsung ke *took*. Hasil akhir yang diperoleh adalah berupa peningkatan kemudahan bagi perusahaan dan pelanggan dalam bertransaksi dan pengolahan data [2].

Penelitian berikutnya berjudul, Pemodelan *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) pada Rumah Sakit. Penelitian ini dilakukan di rumah sakit Krakatau Medika, dengan tujuan untuk membantu rumah sakit dalam membangun sistem pelayanan pelanggan berbasis E-CRM. Setelah diteliti loyalitas pasien terjadi bukan karena pelayanan dari rumah sakit melainkan keadaan yang mendesak dan merupakan pasien rujukan sehingga pihak rumah sakit diharapkan mampu mengoptimalkan pelayanan. Penelitian ini menghasilkan model sistem yang mencakup reservasi *online*, *customer service*, layanan pelanggan berbasis SMS yang mampu meningkatkan pelayanan rumah sakit [3].

Penelitian berikutnya berjudul, Penerapan E-CRM dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Penjualan pada PT. Cipta Aneka Buah. Penelitian ini dilakukan berdasarkan berbagai macam permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan seperti, banyak keluhan pelanggan yang tidak ditanggapi, pelanggan tidak mendapatkan detail informasi produk, dan kendala pengiriman produk. Sehingga dengan menerapkan E-CRM dapat mengatasi permasalahan tersebut untuk dapat meningkatkan penjualan oleh perusahaan [4].

Penelitian berikutnya berjudul, Pemodelan Aplikasi Layanan Informasi Berbasis *Customer Relationship Management* di IBI Darmajaya. Penelitian ini dilakukan untuk menunjang visi dan misi dari IBI Darmajaya untuk meningkatkan kreatifitas dalam berbagai bentuk. Penyebaran informasi kegiatan kampus dilakukan melalui web dan spanduk informasi yang masih dirasa kurang efektif sehingga dilakukan pemodelan layanan baru. Pemodelan layanan informasi ini dapat meningkatkan pelayanan dan mengakomodasi kepentingan IBI Darmajaya serta mampu mengidentifikasi setiap aspek informasi yang diperlukan mahasiswa, dengan melakukan perencanaan, analisis, hingga pemodelan dapat menghasilkan layanan informasi berbasis CRM yang baik [5].

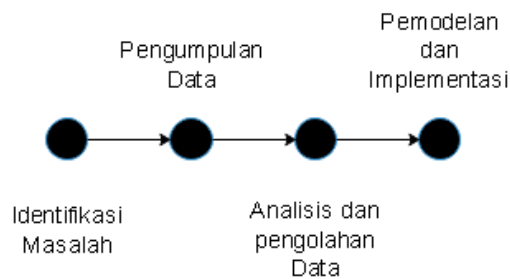
Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan mampu meningkatkan kembali pelayanan dan penjualan dari CV. Tirta Tamanbali. Adapun penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi VTiger CRM dalam rangka implementasi hasil dari pemodelan proses bisnis dan pengembangan modul. Pemodelan proses bisnis dikelompokkan berdasarkan tipe-tipe CRM seperti Operasional CRM yang berkaitan dengan proses otomatisasi proses bisnis, Analitik CRM untuk pengolahan data seperti data pelanggan hingga

data produk dan penjualan, terakhir Kolaboratif CRM yang berkaitan dengan sarana interaksi pelanggan dengan perusahaan [6].

VTiger CRM merupakan salah satu dari sekian aplikasi CRM berbasis *web*, yang memiliki berbagai macam modul yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk menerapkan sistem E-CRM, seperti modul *campaign*, *sales*, *support*, hingga modul hasil kembangan yakni kuesioner untuk menyesuaikan dengan proses bisnis yang sedang berjalan pada studi kasus CV. Tirta Tamanbali agar implementasi yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

## 2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan dapat dibagi menjadi beberapa tahap yakni identifikasi permasalahan, pengumpulan data, analisis dan pengolahan data hingga proses pemodelan dan implementasi proses bisnis.



Gambar 1. Metode Penelitian

Proses pengumpulan data dilakukan melalui kegiatan penelitian langsung dan wawancara dengan beberapa pegawai CV. Tirta Tamanbali terkait proses bisnis yang sedang berjalan di perusahaan dan kegiatan terkait pelanggan lainnya, selain wawancara dengan pegawai dilakukan juga wawancara dengan pelanggan untuk memberikan persepsi mengenai tanggapan terhadap pelayanan dan produk perusahaan.

Proses analisis dan pengolahan data dilakukan terhadap hasil dari wawancara yang dilakukan, adapun data yang berhasil diperoleh berupa model proses bisnis yang sedang berjalan seperti proses bisnis penjualan dan pemantauan kepuasan pelanggan, struktur organisasi perusahaan, data distributor, hingga data produk. Berdasarkan data yang diperoleh, dilakukan pengolahan untuk menghasilkan pemodelan dan implementasi proses bisnis yang lebih efektif dan efisien.

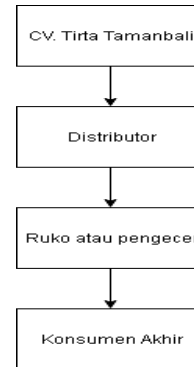
Proses implementasi proses bisnis selanjutnya dilakukan pada aplikasi VTiger CRM, khususnya untuk kegiatan pemasaran yang sebelumnya tidak dilakukan oleh perusahaan dilakukan pemodelan baru yang menyesuaikan dengan fitur aplikasi VTiger CRM, yang mampu melakukan kegiatan pemasaran melalui e-mail. Proses pemodelan dan implementasi dikelompokkan berdasarkan tipe CRM untuk menghasilkan implementasi sistem berbasis E-CRM yang baik.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Menurut hasil pengumpulan dan analisis data yang dilakukan di CV. Tirta Tamanbali, terdapat beberapa bagian penting yang dapat dijadikan acuan untuk melakukan pemodelan dan implementasi proses bisnis berbasis E-CRM.

### 3.1. Alur Bisnis Perusahaan

Alur bisnis perusahaan merupakan tahapan-tahapan bagaimana alur perjalanan produk sebelum sampai kepada konsumen akhir sebagai proses transaksi penjualan.

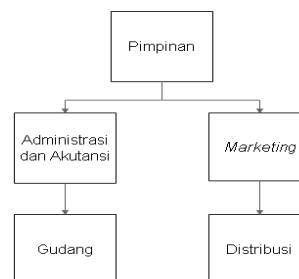


Gambar 2. Alur Bisnis Perusahaan

Gambar 2 menjelaskan bagaimana tahapan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan, yang dimana didalamnya terdapat distributor yang berkomunikasi langsung dengan perusahaan, ruko atau pengecer yang memperoleh produk dari distributor hingga pada akhirnya sampai ketangan konsumen akhir. Sehingga kesimpulan yang diperoleh adalah bahwa perusahaan memiliki tiga tingkatan pelanggan yang harus dikelola dengan baik untuk mewujudkan bisnis yang sehat. Pada penelitian ini, pemodelan dan implementasi E-CRM dilakukan agar perusahaan dapat menjangkau tiap tingkatan pelanggannya.

### 3.2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu cara menata organisasi sesuai dengan tugas yang dijalankan dan untuk mencapai target yang ditetapkan [7]. Struktur organisasi berkaitan dengan pembagian tugas, hingga mekanisme dan pola interaksi yang dapat dijadikan acuan dalam melakukan pekerjaan.



Gambar 3. Struktur Organisasi

Gambar 3 merupakan struktur organisasi yang dimiliki oleh CV. Tirta Tamanbali yang mana ditampilkan sesuai dengan kebutuhan penelitian yang berorientasi kepada pelanggan, dimana posisi tertinggi diduduki oleh seorang direktur, serta wakil direktur. Selanjutnya divisi yang ada yakni, administrasi dan akutansi, *purchasing*, pemasaran, *quality control*, produksi, *engineering*, dan personalia yang dimana juga memiliki sub-sub divisi tersendiri.

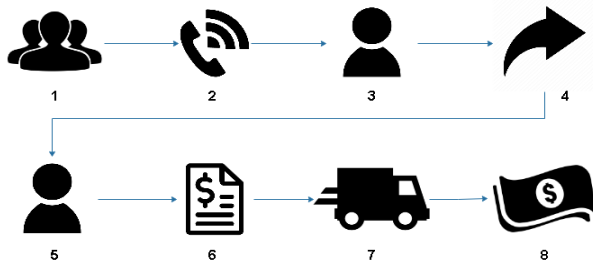
### 3.3. Proses Bisnis Existing

Proses bisnis adalah rangkaian alur kegiatan yang saling terkait, yang dilakukan oleh manusia maupun sistem untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan [8].

Proses bisnis *existing* merupakan proses bisnis yang sedang berjalan pada suatu perusahaan dalam melakukan pekerjaan sehari-hari. Proses bisnis yang sedang berjalan di CV. Tirta Tamanbali yang berkaitan dengan pelanggan.

#### 3.3.1. Proses Penjualan

Proses penjualan *existing* merupakan rangkaian proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka penjualan produk kepada pelanggan, jika dikaitkan dengan alur bisnis perusahaan maka, pelanggan pada proses ini adalah distributor yang saat ini tersebar di seluruh kabupaten di provinsi Bali.



Gambar 4. Proses Bisnis Penjualan Existing

Proses bisnis penjualan *existing* pada perusahaan bergantung pada media komunikasi yakni telepon, sehingga Gambar 4 dapat dijelaskan lebih detail sebagai berikut.

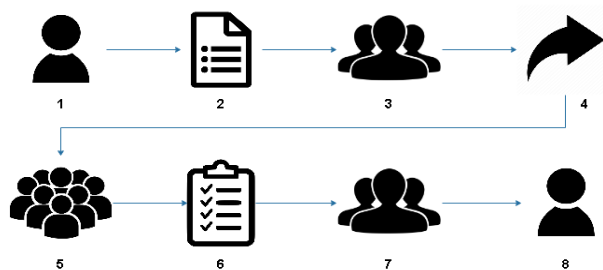
- Gambar satu merupakan distributor yang hendak melakukan transaksi dengan perusahaan.
- Gambar dua adalah proses pemesanan yang dilakukan oleh distributor, distributor menghubungi pihak perusahaan secara langsung dengan telepon.
- Gambar tiga adalah pihak dari perusahaan yang bertugas menerima pesanan yakni divisi *marketing*.
- Gambar empat merupakan pemrosesan pesanan lebih lanjut, pihak *marketing* melakukan pengecekan stok produk dan mencatat pesanan sebelum pesanan diteruskan ke pihak administrasi dan akutansi.
- Gambar lima merupakan pihak administrasi dan akutansi yang dimana ketika mendapat terusan pesanan dari pihak *marketing*, bertugas untuk membuat nota dari pesanan tersebut.

- Gambar enam merupakan hasil nota yang dibuat, yang selanjutnya diberikan kepada pihak distribusi bersamaan dengan dilakukannya pengiriman barang pada gambar tujuh.
- Gambar delapan merupakan proses pembayaran yang langsung dibayarkan distributor dan diterima oleh pihak distribusi ketika proses pengiriman produk pesanan.

Proses penjualan *existing* di CV. Tirta Tamanbali masih memanfaatkan telepon sebagai media penghubung antara distributor dan perusahaan, apabila cakupan bisnis perusahaan masih sempit proses ini masih bisa dilakukan, namun untuk jangkauan yang luas tentunya dibutuhkan sebuah sistem yang mampu secara otomatis mengelola proses penjualan, baik dari proses pemesanan hingga pencatatan transaksi yang berhasil.

#### 3.3.2. Proses Pemantauan Kepuasan Pelanggan

Proses pemantauan kepuasan pelanggan *existing*, merupakan kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mengukur kepuasan pelanggan terhadap produk dan pelayanan yang diberikan, dalam realisasinya proses ini dilakukan oleh perusahaan dengan menyusun formulir keluhan dan kuesioner sebelum diberikan kepada distributor yang nantinya ditugaskan untuk menyebarkan formulir tersebut kepada konsumen akhir untuk diisi dan dikumpulkan kembali untuk mendapatkan data jawaban yang nantinya dapat dijadikan acuan dalam membaca tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk maupun layanan yang diberikan oleh perusahaan.



Gambar 5. Proses Bisnis Pemantauan Kepuasan Pelanggan Existing

Pada gambar 5 dijelaskan bahwa pemantauan kepuasan pelanggan dilakukan perusahaan dengan target konsumen akhir, sehingga setelah dilakukan wawancara terhadap distributor dan ruko yang juga merupakan pelanggan dari perusahaan proses pemantauan ini tidak dilakukan. Adapun penjelasan lebih lengkap dari Gambar 5 adalah sebagai berikut:

- Gambar satu merupakan pihak *marketing* perusahaan yang mengawali proses pemantauan pelanggan dengan menyusun sebuah kuisisioner dan formulir keluhan.
- Gambar dua adalah kuisisioner dan formulir keluhan yang disusun, dan selanjutnya diberikan kepada distributor.

- c. Gambar tiga merupakan distributor, tugas distributor dalam proses ini adalah untuk mengedarkan kuisioner dan formulir keluhan sembari mengedarkan produk ke pengecer.
- d. Gambar empat merupakan proses dimana distributor mengedarkan kuisioner dan formulir keluhan.
- e. Gambar lima merupakan konsumen yang menjadi target dari proses pemantauan kepuasan pelanggan.
- f. Gambar enam adalah proses pengisian kuisioner dan formulir keluhan oleh konsumen, sebelum diberikan kembali kepada distributor.
- g. Gambar tujuh merupakan pihak distributor yang telah mendapatkan hasil kuisioner yang telah disebar dan diberikan kembali kepada pihak *marketing* pada gambar delapan.

Proses pemantauan kepuasan pelanggan *existing* di CV. Tirta Tamanbali masih dilakukan secara manual. Mulai dari penyusunan kuesioner hingga tahap penyebaran dan pengumpulan hasil. Kekurangan yang dapat ditemukan pada proses *existing* ini yakni memerlukan tenaga dan waktu yang lebih banyak, untuk menjangkau pelanggan di setiap daerah bahkan juga membutuhkan biaya operasional yang besar.

### 3.4. Pemodelan dan Implementasi Proses Bisnis *Best Practice*

Setelah melakukan pengumpulan, analisis dan pengolahan data, tahap selanjutnya adalah proses pemodelan dan implementasi proses bisnis berbasis CRM menggunakan aplikasi VTiger CRM. Berdasarkan tipe-tipe CRM, adapun pengelompokan proses pada aplikasi VTiger CRM meliputi *marketing*, *sales* dalam Operasional CRM, *report* dalam Analitik CRM, dan *support* dalam Kolaboratif CRM. Beberapa proses bisnis utama tersebut tidak berjalan maksimal pada proses bisnis *existing* perusahaan seperti proses *marketing* dan *support* sehingga dapat dikatakan proses bisnis yang sedang berjalan masih dapat dimaksimalkan menjadi *best practice*.

#### 3.4.1. Proses Bisnis *Reengineering*

Proses Bisnis *Reengineering* merupakan sebuah proses mengembangkan bahkan merombak proses bisnis yang kurang efektif hingga bermasalah, menjadi lebih baik dan menghasilkan hasil yang diharapkan. Proses Bisnis *Reengineering* adalah sebuah aktivitas merancang kembali sebuah proses bisnis yang sedang berjalan yang bertujuan untuk memperbaiki kinerja [9].

Pada tahap ini, proses-proses bisnis *existing* dikembangkan dengan mengadopsi dan memanfaatkan modul-modul yang dimiliki aplikasi VTiger CRM untuk membuat alur proses bisnis *best practice*. Berikut pemodelan dan contoh implementasi dari proses bisnis *best practice* yang berhasil dikembangkan.

#### 1). Pemodelan dan Implementasi *Operational CRM*

Langkah pemodelan dan implementasi proses bisnis Operasional CRM terdiri dari tiga proses yakni *Marketing Automation* dan *Sales-force Automation*.

#### A. *Marketing Automation*

*Marketing Automation* merupakan proses otomatisasi pemasaran, kegiatan pemasaran merupakan kegiatan utama yang harus dilakukan perusahaan untuk menginformasikan produk air minum kemasan yang mereka hendak tawarkan kepada pelanggan. Apabila pada proses bisnis *existing* proses ini tidak dilakukan oleh perusahaan, pada penelitian ini dimodelkan sebuah proses bisnis pemasaran *email marketing*. Adapun proses bisnis dari proses pemasaran pada aplikasi VTiger CRM terdapat pada Gambar 6.



Gambar 6. Proses Bisnis Pemasaran *Best Practice*

Gambar 6 menunjukkan alur dari proses bisnis pemasaran, dimana pada aplikasi VTiger CRM proses pemasaran dapat memanfaatkan modul *campaigns*. Adapun penjelasan lengkap dari proses-proses yang ada pada pemodelan proses pemasaran yaitu sebagai berikut:

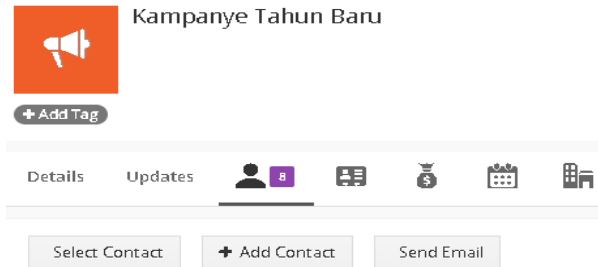
- a. Gambar satu merupakan pihak *marketing* yang bertugas dalam mengelola proses pemasaran.
- b. Gambar dua adalah aplikasi VTiger CRM, pihak *marketing* perlu masuk kedalam aplikasi dan mengakses modul *campaign*.
- c. Gambar tiga adalah modul *campaign* yang berguna dalam mengelola proses pemasaran. Proses pemasaran yang mampu dilakukan langsung pada modul *campaign* adalah *email marketing*.
- d. Gambar empat adalah proses menentukan target pelanggan yang nantinya menerima penawaran-penawaran sebagai hasil dari proses pemasaran.
- e. Gambar lima dan enam adalah proses mengirim email kepada target pelanggan.

Setelah melakukan proses-proses dari *marketing automation*, berikut merupakan contoh tampilan dari modul *campaign* beserta *campaign* yang berhasil dibuat.

| Campaign Name       | Campaign Type | Campaign Status |
|---------------------|---------------|-----------------|
| Kampanye Tahun Baru | Direct Mail   | Active          |
| Kampanye Natal      | Direct Mail   | Active          |
| Campaign 2          | Direct Mail   | Active          |
| Pemasaran 1         | Direct Mail   | Active          |

Gambar 7. Modul *Campaigns*

Gambar 7 menunjukkan contoh implementasi *campaign* yang berhasil dibuat menggunakan aplikasi VTiger CRM, yakni Kampanye Penjualan Natal dan Kampanye Tahun Baru dengan beberapa informasi yang ditampilkan seperti *type*, *status*, ekspektasi pendapatan, tanggal berlaku.



Gambar 8. Detail Campaign

Proses pemasaran dapat dilakukan perusahaan dengan mengumpulkan e-mail dari pelanggan agar dapat digunakan sebagai alamat untuk memberikan informasi dan penawaran dari perusahaan.

### B. Sales-force Automation

*Sales-force Automation* merupakan proses otomatisasi penjualan, jika dikaitkan dengan studi kasus maka kegiatan penjualan dilakukan antara distributor dan perusahaan. Apabila pada proses bisnis *existing* proses penjualan masih menggunakan telepon seluler, pada proses bisnis *best practice* proses ini sudah terintegrasi dengan modul-modul lain seperti *campaigns*, *invoices*, hingga *products*.



Gambar 9. Proses Penjualan Penjualan Best Practice

Proses penjualan pada aplikasi VTiger CRM dilakukan dengan memanfaatkan modul *Sales Orders*, keuntungan yang diperoleh dengan adanya pemodelan dan implementasi proses bisnis berbasis CRM menggunakan VTiger CRM adalah *history* transaksi disimpan dalam aplikasi sehingga memudahkan perusahaan untuk melakukan pengecekan untuk kepentingan laporan tahunan dan prediksi penjualan di masa depan. Adapun penjelasan lengkap dari pemodelan proses penjualan yaitu sebagai berikut:

- Gambar satu merupakan pihak distributor yang hendak melakukan pemesanan.
- Gambar dua menunjukkan pihak distributor perlu masuk ke dalam aplikasi VTiger CRM, dan mengakses modul *sales order*.
- Gambar tiga merupakan modul *sales order*, pihak distributor membuat *sales order* baru, atau juga dapat

mengkonversi *quote* atau penawaran yang diberikan perusahaan untuk dijadikan pesanan.

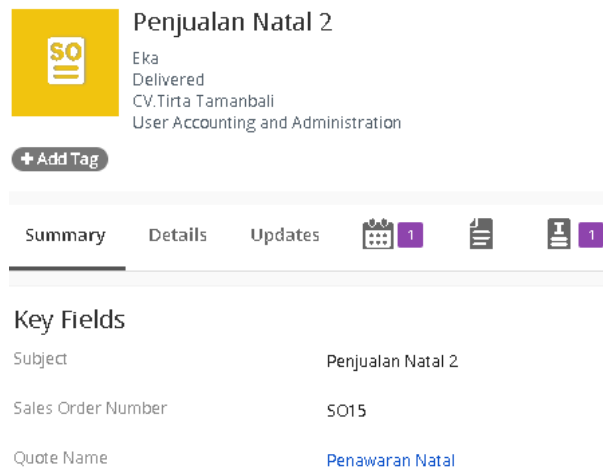
- Gambar empat merupakan pihak *marketing* yang menerima pesanan.
- Gambar lima adalah proses pembuatan nota oleh pihak *marketing*, pada proses *existing* yang bertugas membuat nota adalah pihak administrasi dan akutansi, sedangkan pada *best practice* dapat dilakukan oleh pihak *marketing* dan melaporkan kepada pihak administrasi dan akutansi.
- Gambar enam dan tujuh merupakan proses pengiriman produk dan pembayaran dari pihak distributor.

Berikut beberapa contoh beberapa transaksi penjualan dengan menggunakan modul *sales orders* menggunakan VTiger CRM yang berhasil dibuat setelah mengikuti tahap-tahap proses *best practice* di atas.

| Subject               | Organization Name  |
|-----------------------|--------------------|
| Penawaran Akhir Tahun | CV.Tirta Tamanbali |
| Penawaran Akhir Tahun | CV.Tirta Tamanbali |
| Penawaran Akhir Tahun | CV.Tirta Tamanbali |
| Penjualan Natal 2     | CV.Tirta Tamanbali |

Gambar 10. Modul Sales Orders

Proses di atas merupakan *best practice* dari proses beberapa transaksi penjualan, namun dengan sedikit catatan untuk menyesuaikan dengan alur bisnis CV. Tirta Tamanbali, tidak semua jenis pelanggan dapat melakukan proses tersebut, hanya distributor yang memiliki hak akses ke dalam aplikasi yang mampu melakukan proses penjualan tersebut.

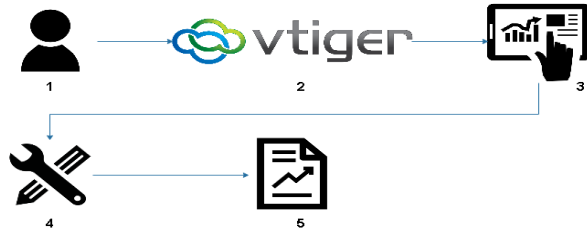


Gambar 11. Detail Sales Order

Gambar 11 merupakan tampilan detail dari *sales order*, informasi yang ditampilkan terkait dengan *sales order* ditampilkan lengkap termasuk juga aktivitas yang dilakukan seperti pada *icon* kalender hingga nota penjualan.

## 2). Pemodelan dan Implementasi *Analytical CRM*

Pemodelan dan implementasi Analitik CRM pada aplikasi VTiger CRM memanfaatkan modul *reports*, dalam modul *reports* perusahaan mampu menyusun laporan-laporan dengan data yang dapat dikustomisasi sesuai kebutuhan. Berdasarkan data yang dihimpun tersebut, perusahaan mampu melakukan analisa penjualan hingga peramalan pasar.

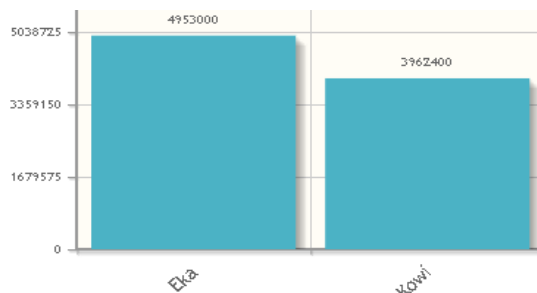


Gambar 12. Proses Bisnis *Best Practice*

Gambar 12 merupakan proses *best practice* dari *reports*, yang dimana pada aplikasi VTiger CRM memanfaatkan modul *reports* untuk membuat laporan perusahaan menjadi lebih tertata dengan fitur tambahan seperti dukungan diagram dan tabel. *Report* pada aplikasi VTiger CRM dapat dikustomisasi sesuai dengan kebutuhan informasi oleh perusahaan. Berikut penjelasan dari tiap proses yang dilakukan.

- Gambar satu merupakan pihak *marketing* atau administrasi dan akutansi yang berkepentingan membuat sebuah laporan atau *report*.
- Gambar dua adalah aplikasi VTiger CRM, pihak *marketing* dan administrasi dan akutansi perlu mengakses modul *report* pada aplikasi.
- Gambar tiga adalah modul *report*, modul ini mampu melakukan *report* secara otomatis, menyediakan banyak informasi *report* seperti laporan penjualan dan lainnya.
- Gambar empat merupakan proses konfigurasi *report* agar hasil informasi yang ditampilkan sesuai dengan keinginan.
- Gambar lima adalah hasil dari *report* yang nantinya dapat dijadikan sebagai acuan perusahaan dalam bisnis dimasa mendatang.

Apabila proses yang dilakukan benar dan sesuai, berikut contoh dari *report* yang berhasil dibuat dalam rangka memantau penjualan.



Gambar 13. Modul *Reports*

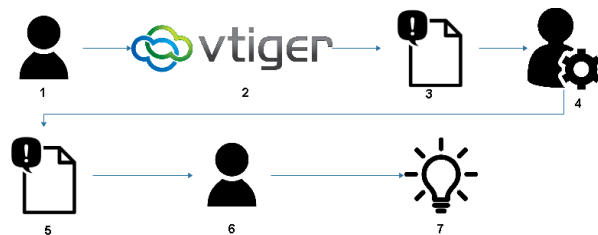
Gambar 13 merupakan contoh dari *report* mengenai penjualan yang berhasil dibuat untuk studi kasus CV.Tirta Tamanbali dimana diagram menampilkan beberapa distributor dengan jumlah transaksi yang dilakukan. Dalam kustomisasi *report*, *user* dapat memilih informasi yang ingin ditampilkan beserta bentuk penyajian. Dapat dilihat pada contoh yang menampilkan distributor beserta transaksi yang dilakukan kepada perusahaan. Data laporan tersebut dapat dijadikan acuan dalam segmentasi dan peramalan pasar.

## 3). Pemodelan dan Implementasi Kolaboratif CRM

Pemodelan dan implementasi Kolaboratif CRM pada aplikasi VTiger CRM memanfaatkan modul *tickets* dan sebuah modul kembangan yakni modul keluhan pelanggan dan kuesioner.

### A. *Tickets*

Proses pengaduan keluhan pada proses bisnis *existing* masih dilakukan secara manual dan berkala sedangkan keluhan merupakan hal yang tidak dapat diprediksi kemunculannya. *Tickets* merupakan modul pada aplikasi VTiger CRM yang berguna sebagai media pelanggan dalam menyampaikan keluhannya terhadap perusahaan. Berikut proses *best practice* dari *tickets*.



Gambar 14. Proses Bisnis *Tickets Best Practice*

Gambar 14 merupakan proses *best practice* dari *tickets*, yang dapat dijelaskan lebih lengkap sebagai berikut.

- Gambar satu merupakan distributor yang hendak menyampaikan keluhan kepada perusahaan.
- Gambar dua merupakan aplikasi VTiger CRM. Pihak distributor perlu masuk kedalam aplikasi dan mengakses modul *tickets*, dan untuk pelanggan dibuatkan sebuah *link* khusus pada halaman *login* aplikasi untuk mengakses fitur keluhan.
- Gambar tiga adalah modul *tickets*, yang berfungsi sebagai wadah penyampaian keluhan dan saran kepada perusahaan. Pihak distributor dan pelanggan lainnya dapat membuat *tickets* baru dan mengisi isian sesuai dengan apa yang ingin disampaikan kepada perusahaan.
- Gambar empat merupakan pihak administrator yang menerima *ticket*, tugas seorang administrator adalah memilah *ticket* sesuai dengan maksud dan tujuan *ticket* tersebut.
- Gambar lima, enam dan tujuh adalah proses dimana *ticket* telah sampai kepada pihak perusahaan yang bersangkutan untuk dapat diatasi dengan segera. Solusi dari *ticket* dapat diselesaikan secara langsung

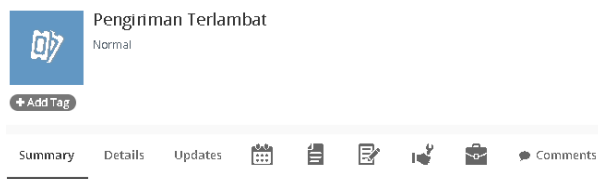
atau juga apabila permasalahannya terlalu serius maka dapat diadakan rapat terlebih dahulu untuk mencari solusi terbaik.

Adapun contoh dari beberapa *ticket* yang telah dibuat sebelumnya oleh pelanggan kepada perusahaan untuk mendapatkan penanganan.

| Title                | Organization Name | Status |
|----------------------|-------------------|--------|
|                      |                   |        |
| Pengiriman Terlambat | --                | Open   |
| Segel Kemasan Rusak  | --                | Open   |
| Galon Kotor          | --                | Open   |
| Kemasan Cup Bocor    | --                | Open   |

Gambar 15. Modul *Tickets*

Pada Gambar 15 dapat dilihat beberapa *ticket* sebagai contoh implementasi *ticket* sebagai layanan keluhan terhadap keterlambatan pengiriman hingga galon yang rusak serta terdapat informasi dari pelanggan pengirimnya. Modul *tickets* mampu membantu perusahaan dalam mengelola keluhan dan saran dari pelanggan, sehingga berdasarkan data yang dikirimkan perusahaan mampu untuk melakukan evaluasi kinerja dan produk air minum kemasan.



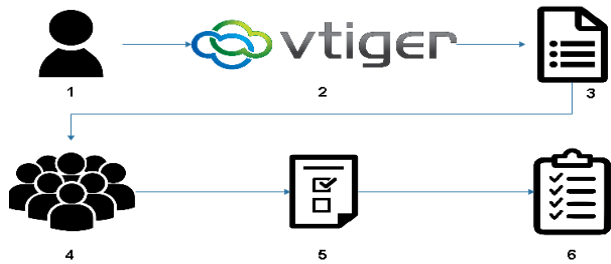
Gambar 16. Modul *Tickets*

Gambar 16 merupakan tampilan detail dari *ticket*, terdapat beberapa *icon* fungsi yang dapat diakses oleh perusahaan seperti menyusun kegiatan baik kegiatan penanganan langsung untuk permasalahan ringan, hingga menyusun jadwal rapat untuk membahas solusi dari permasalahan berat. Perusahaan juga dapat menyusun *services* hingga *projects* dari keluhan yang diajukan, serta ada fitur *comments* untuk media komunikasi antara perusahaan dan pihak pengadu.

## B. Modul Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan perusahaan untuk memantau tingkat kepuasan pelanggan yang masih dilakukan manua dan tidak terjadwal dengan baik. Modul Kuisisioner merupakan modul kembangan, yang dimana ditujukan sebagai pelengkap dari proses pemantauan kepuasan terhadap pelanggan. Pada modul kuisisioner perusahaan mampu membuat kuisisioner hingga menyusun daftar pertanyaan yang nantinya dapat diisi oleh pelanggan baik distributor atau konsumen akhir, modul kuisisioner menampung jawaban dari pelanggan terhadap kuisisioner. Serupa dengan modul *tickets*, pihak distributor yang memiliki hak akses dapat mengakses modul ini melalui *dashboard* mereka

masing-masing, dan untuk pelanggan yang tidak memiliki hak akses dapat masuk melalui *link* pada halaman *login* aplikasi.



Gambar 17. Proses Bisnis Kuesioner *Best Practice*

Gambar 17 merupakan proses *best practice* dari proses kuisisioner, apabila pada proses bisnis lama kuisisioner dilakukan dengan menyebarkan selebaran, pada *best practice* dapat dilakukan secara *online* pada aplikasi VTiger CRM sehingga dapat menghemat waktu, tenaga dan biaya operasional.

- Gambar satu merupakan pihak *marketing* yang bertugas menyusun kuisisioner.
- Gambar dua adalah proses masuk ke dalam aplikasi VTiger CRM, dan pihak *marketing* perlu mengakses modul kuisisioner.
- Gambar tiga merupakan proses penyusunan kuisisioner pada modul kuisisioner, proses ini berisi penyusunan pertanyaan, target kuisisioner dan lain isian seperti judul kuisisioner, tanggal dan lainnya.
- Gambar empat adalah kuisisioner sampai kepada pihak target.
- Selanjutnya gambar lima adalah proses mengisi kuisisioner yang dilakukan secara *online*, untuk distributor dan pegawai dapat mengakses dengan masuk kedalam *dashboard* VTiger CRM mereka masing-masing. Sedangkan untuk konsumen yang tidak memiliki hak akses kedalam aplikasi dapat mengisi kuisisioner yang pada *dashboard* pelanggan yang terdapat di halaman *login* aplikasi VTiger CRM.
- Gambar enam adalah hasil dari kuisisioner telah diisi, dengan melakukan penyebaran kuisisioner proses pemantauan pelanggan dapat dilakukan dengan lebih sederhana.

Contoh dari tampilan form kuisisioner yang diberikan kepada pelanggan terdapat pada Gambar 18.

| Form Kuisisioner     |                                                                      |                                                                                                                                                                           |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nama                 |                                                                      |                                                                                                                                                                           |
| <input type="text"/> |                                                                      |                                                                                                                                                                           |
| Nomor Telepon        |                                                                      |                                                                                                                                                                           |
| <input type="text"/> |                                                                      |                                                                                                                                                                           |
| NO                   | Pertanyaan                                                           | Jawaban                                                                                                                                                                   |
| 1                    | Nonmin bermanfaat dalam melepaskan dahaga dan menyehatkan tubuh saya | <input type="radio"/> Sangat Setuju <input type="radio"/> Setuju <input type="radio"/> Cukup <input type="radio"/> Tidak Setuju <input type="radio"/> Sangat Tidak Setuju |
| 2                    | Nonmin memiliki kandungan ekstra yang bermanfaat bagi tubuh saya     | <input type="radio"/> Sangat Setuju <input type="radio"/> Setuju <input type="radio"/> Cukup <input type="radio"/> Tidak Setuju <input type="radio"/> Sangat Tidak Setuju |

Gambar 18. Form Kuesioner

Selanjutnya contoh jawaban dari seorang responden yang merupakan pelanggan CV. Tirta Tamanbali yang tersimpan di modul kuesioner pada aplikasi VTiger CRM sebagai gambaran implementasi proses kuesioner.

| Jawaban Responden |                                                                                                                  |                  |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Nama              | Murtini                                                                                                          |                  |
| Nomor Telepon     | 081529378132                                                                                                     |                  |
| NO                | Pertanyaan                                                                                                       | Jawaban          |
| 1                 | Nonmin bermanfaat dalam melepaskan dahaga dan menyehatkan tubuh saya                                             | Setuju (4)       |
| 2                 | Nonmin memiliki kandungan ekstra yang bermanfaat bagi tubuh saya                                                 | Setuju (4)       |
| 3                 | Saya tidak pernah menemukan produk Nonmin dalam keadaan yang kurang layak                                        | Setuju (4)       |
| 4                 | Saya merasa Nonmin telah memenuhi standar air minum nasional dan telah memiliki sertifikasi dari lembaga terkait | Setuju (4)       |
| 5                 | Nonmin mudah disimpan dimana saja tanpa mengalami kerusakan yang berarti                                         | Setuju (4)       |
| 6                 | Menurut saya kemasan air minum Nonmin sangat menarik                                                             | Tidak Setuju (2) |
| Jumlah            |                                                                                                                  | 22               |

Gambar 19. Detail Jawaban Responden

Terdapat informasi berupa nama beserta nomor telepon dari responden, sebagai informasi yang dapat digunakan perusahaan dalam mengelola hubungan yang lebih panjang terhadap pelanggan. Juga terdapat jawaban atas pertanyaan yang diberikan oleh responden yang dilengkapi dengan skor yang diperoleh.

Adapun fitur-fitur yang dimiliki modul kuesioner yakni, kategori kuesioner sebagai *folder* awal pengelompokan kuesioner, penyusunan daftar pertanyaan, edit kuesioner, data responden untuk melihat daftar responden lengkap dengan jawaban masing-masing, rekapitulasi untuk merangkum jawaban hingga hapus kuesioner untuk proses hapus.

#### 3.4.2. Rekapitulasi Kuesioner Penerimaan Teknologi

Uji coba modul kuisisioner dilakukan dengan menyusun kuisisioner penerimaan teknologi, yang ditujukan kepada pegawai perusahaan sebagai upaya memantau tingkat penerimaan terhadap implementasi E-CRM yang dilakukan. Kuisisioner yang disusun, telah dijawab oleh empat pegawai perusahaan.

Pertanyaan-pertanyaan yang dibuat, disusun berdasarkan indikator-indikator TAM (*Technology Acceptance Model*) seperti, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *attitude toward using*, *perceived acceptance of IT* [10].

Tabel 1. Tabel Pertanyaan Kuisisioner Implementasi E-CRM

| Pertanyaan ke- | Pertanyaan                                          |
|----------------|-----------------------------------------------------|
| 1              | VTiger CRM mudah dipahami                           |
| 2              | VTiger CRM mudah dioperasikan                       |
| 3              | VTiger CRM mampu meningkatkan kinerja perusahaan    |
| 4              | VTiger CRM bermanfaat dalam mengorganisir pekerjaan |
| 5              | Saya menyukai fitur-fitur yang dimiliki VTiger CRM  |

|    |                                                                        |
|----|------------------------------------------------------------------------|
| 6  | Saya menyukai tampilan dari VTiger CRM                                 |
| 7  | Saya berharap perusahaan mampu mengimplementasikan konsep CRM          |
| 8  | Saya berniat untuk menyarankan VTiger CRM kepada perusahaan            |
| 9  | VTiger CRM memiliki fitur yang dibutuhkan perusahaan                   |
| 10 | VTiger CRM memiliki proses bisnis yang mumpuni untuk diimplementasikan |
| 11 | Saya merasa puas dengan fitur VTiger CRM                               |
| 12 | Saya merasa puas dengan kinerja VTiger CRM                             |

Pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner tersebut diberikan kepada pegawai untuk mengukur tingkat penerimaan atas implementasi CRM yang digunakan. Setelah kuisisioner tersebut diisi, selanjutnya merupakan proses perhitungan rekapitulasi menggunakan metode Skala Likert.

Skala Likert merupakan sebuah skala psikometrik yang telah umum digunakan didalam sebuah *survey* atau kuisisioner. Kuisisioner yang disusun memiliki lima skala sebagai dasar perhitungan, yakni.

Tabel 2. Skala dalam Perhitungan Likert

| Nilai | Keterangan                |
|-------|---------------------------|
| 1     | Sangat Tidak Setuju (STS) |
| 2     | Tidak Setuju (TS)         |
| 3     | Cukup (C)                 |
| 4     | Setuju (S)                |
| 5     | Sangat Setuju (SS)        |

Selanjutnya berdasarkan tabel pertanyaan dan skala, diperoleh hasil rekapitulasi pada fitur rekapitulasi di modul kuisisioner sebagai berikut.

| No | Pertanyaan                                          | SS | S     | C | T       | STS |        |   |       |   |       |
|----|-----------------------------------------------------|----|-------|---|---------|-----|--------|---|-------|---|-------|
| 1  | VTiger CRM mudah dipahami                           | 0  | 0.00% | 3 | 75.00%  | 1   | 25.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| 2  | VTiger CRM mudah dioperasikan                       | 0  | 0.00% | 2 | 50.00%  | 2   | 50.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| 3  | VTiger CRM mampu meningkatkan kinerja perusahaan    | 0  | 0.00% | 4 | 100.00% | 0   | 0.00%  | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| 4  | VTiger CRM bermanfaat dalam mengorganisir pekerjaan | 0  | 0.00% | 4 | 100.00% | 0   | 0.00%  | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| 5  | Saya menyukai fitur-fitur yang dimiliki VTiger CRM  | 0  | 0.00% | 3 | 75.00%  | 1   | 25.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| 6  | Saya menyukai tampilan dari VTiger CRM              | 0  | 0.00% | 3 | 75.00%  | 1   | 25.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |

Gambar 20. Hasil Rekapitulasi Kuisisioner

Gambar 20 merupakan hasil dari rekapitulasi kuisisioner pada modul kuisisioner, fitur rekapitulasi berguna untuk merangkum data jawaban dari kuisisioner. Selanjutnya dilakukan perhitungan Skala Likert untuk mendapatkan hasil rekapitulasi menggunakan rumus.

$$\text{Total Skor} / y * 100 \quad (1)$$

Rumus diatas dapat dijelaskan lebih lengkap sebagai berikut.

Total skor pada rumus diatas diperoleh melalui perhitungan.

$$Total\ Skor = T * Pn$$

T merupakan total jumlah responden yang memilih, dan Pn merupakan nilai dari jawaban likert pada tabel 2 dari tiap pertanyaan, misalkan untuk pertanyaan nomor 1 adalah  $3*4=12$  untuk jawaban setuju dan  $1*3=3$  untuk jawaban cukup, sehingga  $12+3=15$ .

Y merupakan skor tertinggi yang diperoleh dengan mengalikan nilai tertinggi jawaban likert dan total responden, yakni  $5*4=20$ .

Sehingga perhitungan untuk pertanyaan nomor 1 menggunakan rumus (1) menjadi sebagai berikut.

$$15/20 * 100 = 75\% \quad (3)$$

Adapun hasil perhitungan menggunakan rumus di atas dilakukan pada tiap pertanyaan adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Perhitungan

| Pertanyaan ke- | Hasil | Keterangan |
|----------------|-------|------------|
| 1              | 75%   | S          |
| 2              | 70%   | S          |
| 3              | 80%   | SS         |
| 4              | 80%   | SS         |
| 5              | 75%   | S          |
| 6              | 75%   | S          |
| 7              | 90%   | SS         |
| 8              | 80%   | SS         |
| 9              | 80%   | SS         |
| 10             | 80%   | SS         |
| 11             | 85%   | SS         |
| 12             | 75%   | S          |

Tabel 3 merupakan hasil dari perhitungan dengan Skala Likert, dengan keterangan SS (Sangat Setuju) dan S (Setuju), dan seterusnya yang dimana keterangan tersebut diperoleh dari perhitungan interval yakni.

Tabel 4. Interval

| Nilai       | Keterangan |
|-------------|------------|
| 0% - 19,9%  | STS        |
| 20% - 39,9% | TS         |
| 40% - 59,9% | C          |
| 60% - 79,9% | S          |
| 80% - 100%  | SS         |

Interval Tabel 4 diperoleh melalui perhitungan skala yang dimiliki kuisioner yakni  $100/5=20$ , yang dimana lima skala tersebut adalah sangat tidak setuju, tidak setuju, cukup, setuju dan sangat setuju.

#### 4. Kesimpulan

Adapun simpulan dari penelitian ini yaitu, pemodelan dan implementasi E-CRM dapat menjadi sebuah solusi untuk mulai menerapkan sistem berbasis E-CRM pada perusahaan. Permasalahan yang diidentifikasi beserta solusi penyelesaian dapat digambarkan pada Tabel 5.

Pemodelan dan implementasi proses bisnis berbasis E-CRM menggunakan aplikasi VTiger CRM pada perusahaan CV. Tirta Tamanbali berhasil dilakukan,

adapun proses bisnis *existing* di perusahaan dapat dimaksimalkan misalkan dimodelkannya proses bisnis untuk kegiatan pemasaran, mengalihkan proses transaksi penjualan yang sebelumnya menggunakan telepon menjadi *online* melalui VTiger CRM hingga kegiatan pendukung seperti keluhan dan kuesioner dikembangkan otomatis untuk menghemat waktu apabila dilakukan secara manual. Selanjutnya aplikasi VTiger CRM mampu memberikan modul-modul yang dapat dimanfaatkan perusahaan, seperti modul untuk mengelola proses pemasaran, penjualan, dan layanan pendukung.

Tabel 5. Korelasi Permasalahan dan Penyelesaian

| No. | Permasalahan                                                                                                  | Penyelesaian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | Proses bisnis pemasaran <i>existing</i> tidak berjalan.                                                       | Memodelkan proses bisnis pemasaran <i>best practice</i> menggunakan modul <i>campaigns</i> .                                                                                                                                                                                                                                |
| 2   | Proses bisnis penjualan <i>existing</i> belum terintegrasi dan masih menggunakan telepon.                     | Memodelkan proses bisnis penjualan <i>best practice</i> yang telah terintegrasi dengan modul <i>campaigns</i> , <i>products</i> , hingga <i>invoices</i> .                                                                                                                                                                  |
| 3   | Tidak ada proses bisnis yang menangani keluhan pelanggan.                                                     | Dimodelkan sebuah proses bisnis <i>best practice</i> yang terintegrasi dan mampu mengelola keluhan pelanggan dan menjangkau seluruh tingkatan pelanggan.                                                                                                                                                                    |
| 4   | Penyebaran kuesioner sebagai upaya pemantauan kepuasan pelanggan dilakukan secara manual dan tidak terjadwal. | Dengan pemodelan proses bisnis <i>best practice</i> dan mengembangkan sebuah modul tambahan kuesioner pada VTiger CRM dapat membuat proses penyebaran kuesioner lebih efektif dan efisien.                                                                                                                                  |
| 5   | Proses bisnis <i>Report</i> tidak berjalan.                                                                   | Dengan pemodelan proses bisnis <i>best practice</i> , memungkinkan bagi perusahaan untuk mengelola <i>report</i> dengan mudah. <i>Report</i> dapat dikustomisasi sesuai kebutuhan laporan yang diperlukan. Sehingga informasi diperoleh maksimal dan diharapkan mampu menghasilkan perencanaan program kerja di masa depan. |

Namun, sebuah modul tambahan diperlukan perusahaan untuk mengelola kuesioner, sehingga dilakukan pengembangan modul tambahan yang memiliki kemampuan untuk membuat kuesioner, menambahkan pertanyaan, hingga merekapitulasi hasil yang diperoleh. Selanjutnya proses penerimaan pemodelan dan implementasi proses bisnis *best practice* berdasarkan hasil kuesioner yang disusun menggunakan metode *Technology Acceptance Model* dan Skala Likert yang diberikan kepada pegawai CV. Tirta Tamanbali terkait,

menghasilkan hasil dengan perolehan persentase 75% (Setuju) - 90% (Sangat Setuju).

#### Daftar Rujukan

- [1] Terminanto, A., Hidayat, R., & Hidayanto, A. N., 2017. Implementation of Enterprise Resource Planning Using Odoo Module Sales and CRM, Case Study: PT Ecosains Hayati, *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 277.
- [2] Purwanto, H., Sumbaryadi, A., & Sarmadi, 2018. E-CRM Berbasis Web pada Sistem Informasi Penjualan Furniture, *Jurnal PILAR Nusa Mandiri*, 14 (1), pp. 15-20.
- [3] Rosalina, V., & Nurhadiyan, T., 2018. Pemodelan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) pada Rumah Sakit, *Jurnal PROSISKO*, 5 (2).
- [4] William, W., & Andah, B. D., 2020. Penerapan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Penjualan pada PT. Cipta Aneka Buah, *Jurnal IDEALIS*, 3 (1), pp. 20-25.
- [5] Kamila, S., 2014. *Prosiding Seminar Bisnis & Teknologi*. IBI Darmajaya, 15-16 Desember 2014, Lembaga Pengembangan Pembelajaran, Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat: Bandar Lampung.
- [6] Hidayat, R., 2014. Sistem Informasi Ekspedisi Barang dengan Metode E-CRM untuk Meningkatkan Pelayanan Pelanggan, *Jurnal Sisfotek Global*, 4(2).
- [7] Gammahendra, F., 2014. Pengaruh Struktur Organisasi Terhadap Efektivitas Organisasi (Studi pada Persepsi Pegawai Tetap Kantor Perwakilan Bank Indonesia Kediri), *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2).
- [8] Ramdhani, M. A., 2015. Pemodelan Proses Bisnis Sistem Akademik Menggunakan Pendekatan Business Process Modelling Notation (BPMN) (Studi Kasus Institusi Perguruan Tinggi XYZ), *Jurnal Informasi*, 7(2).
- [9] Wimpertiwi, D., Sasongko A. H., & Kurniawan, A., 2014. Konsep Business Process Reengineering untuk Memperbaiki Kinerja Bisnis Menjadi Lebih Baik: Studi Kasus Perusahaan Susu Kedelai "XYZ", *Binus Business Review*, 5(2).
- [10] Mulyani A., & Kurniadi, D., 2015. Analisis Penerimaan Teknologi Student Information Terminal (S-IT) dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM), *Jurnal Wawasan Ilmiah*, 7(12).