

IMPLEMENTASI CRM DI UMKM KOTA BANDUNG UNTUK MENINGKATKAN PELAYANAN PELANGGAN

R. Wahjoe Witjaksono^{1*}, Warih Puspitasari², Muhandi Saputra³

^{1,2,3} Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

*E-mail: wahyuwicaksono@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Salah satu manfaat teknologi informasi adalah meningkatkan kemampuan perusahaan dalam persaingan di dunia usaha. KADIN Kota Bandung dalam membina UMKM binaannya, memandang perlu pengetahuan mengelola hubungan dengan pelanggan, melalui pelatihan Customer Relationship Management (CRM) menggunakan Odoo. CRM adalah strategi bisnis yang fokus pada interaksi dan hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggannya. Odoo adalah platform perangkat lunak sumber terbuka yang menyediakan modul CRM yang lengkap dan dapat disesuaikan. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan interaktif yang melibatkan para pemilik UMKM anggota KADIN Kota Bandung. Peserta diberikan pemahaman mendalam tentang pentingnya CRM dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, merencanakan kampanye pemasaran yang efektif, serta memantau dan mengelola hubungan dengan pelanggan secara efisien. Selama pelatihan, para peserta diberikan pengetahuan dasar tentang konsep CRM, termasuk pengelolaan data pelanggan, analisis data, dan penggunaan alat CRM untuk mengoptimalkan interaksi dengan pelanggan. Mereka juga dilatih untuk menggunakan platform Odoo CRM dengan menggunakan fitur-fitur penting seperti pengelolaan kontak pelanggan, pelacakan prospek, manajemen penawaran, dan pelaporan. Hasil dari pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa pelatihan CRM menggunakan Odoo memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM anggota KADIN Kota Bandung. Para peserta menjadi lebih mampu dalam mengorganisir dan memanfaatkan data pelanggan dengan lebih efektif, meningkatkan kualitas hubungan dengan pelanggan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka dan berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung. Tulisan ini juga menyoroti pentingnya pelatihan dan pengembangan keterampilan dalam meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengadopsi teknologi dan strategi bisnis yang inovatif. Implementasi CRM menggunakan Odoo dapat menjadi langkah penting dalam memajukan sektor UMKM dan memperkuat ekosistem bisnis lokal di Kota Bandung..

Kata Kunci: *Enterprise Resource Planning, ERP, Kadin, CRM, UMKM Go Digital*

1. Pendahuluan

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sudah berkembang demikian pesat dan menjadi kebutuhan utama manusia untuk mempermudah dalam melakukan proses komunikasi dan proses pengolahan data terutama data untuk bisnis. Tidak hanya di belahan bumi lain di Indonesia TIK sudah menjadi *enabler* baik bagi organisasi pemerintah maupun swasta. TIK mempunyai kemampuan yang bisa diandalkan untuk

memberikan dan mendistribusikan informasi secara cepat, tepat dan akurat sehingga para pengambil keputusan di organisasi mau tidak mau harus memanfaatkannya dalam proses bisnis. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan meningkatkan kemampuan SDM di bidang Teknologi Informasi atau digital agar bisa bersaing di dunia bisnis.

Customer Relationship Management (CRM) adalah suatu proses dalam membangun dan meningkatkan hubungan perusahaan dan pelanggan dengan tujuan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap

pembelian[1]. Dengan CRM pelaku bisnis mengharapkan bisa memahami pelanggan dengan lebih baik lagi sehingga bisa meningkatkan omset penjualan karena dipicu oleh peningkatan pembelian. CRM yang dulunya hanya diimplementasikan di Perusahaan-perusahaan besar lambat laun mulai diimplementasikan di perusahaan menengah dan kecil dengan adanya aplikasi bisnis yang siap digunakan seperti odoo dengan harga yang lebih terjangkau.

Berdasarkan Undang Undang Nomor 1 Tahun 1987 tentang Kamar Dagang dan Industri yang menyatakan bahwa seluruh pengusaha Indonesia baik itu di bidang usaha swasta, negara, dan koperasi secara bersama-sama membentuk organisasi Kamar Dagang dan Industri[2]. Organisasi ini merupakan tempat untuk komunikasi pembinaan, representasi, konsultasi, informasi fasilitasi dan advokasi pengusaha Indonesia, sehingga bisa mewujudkan dunia usaha Indonesia yang kuat dan berdaya saing tinggi. KADIN berkewajiban membina anggotanya agar bisa berkembang dan memajukan usahanya sehingga bisa keinginan menuju ekonomi Indonesia yang tangguh dan berkeadilan bisa terwujud. Secara organisasi KADIN tidak hanya berdiri di pusat saja, tetapi juga ada di tingkat provinsi dan kabupaten atau Kota.

KADIN kota Bandung yang berdiri karena untuk memenuhi amanat UU tersebut menjadi tempat komunikasi pengusaha-pengusaha yang ada di kota Bandung baik pengusaha mikro, kecil, menengah dan pengusaha besar. KADIN kota Bandung sebagai mitra pelatihan merupakan lembaga yang sangat aktif dalam pelaksanaan pengembangan perusahaan Kecil dan Menengah di kota Bandung. Sehingga KADIN bisa mendorong anggotanya untuk mempunyai pengetahuan tentang Teknologi Informasi (TI) untuk mendorong anggotanya bisa bersaing di era digital.

Dalam perkembangannya KADIN kota Bandung melalui lembaga dibawahnya yang bernama Badan Promosi dan Pengelola Keterkaitan Usaha (BPPKU) selalu melakukan pembinaan, pendampingan dan pemberdayaan usaha kecil dan menengah (UKM/UMKM) anggotanya dengan konsisten. Namun karena keterbatasan

sumber daya manusia BPPKU melakukan kerjasama dengan Laboratorium ERP Sistem Informasi Universitas Telkom (Lab ERP) untuk membantu program UKM/UMKM *Go Digital*.

Lab ERP sendiri berdiri karena melihat kebutuhan sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) dan *Enterprise System* untuk kebutuhan industri adalah sangat penting. Pengertian ERP sendiri adalah perangkat lunak yang mengintegrasikan dan mengkoordinasikan informasi bisnis di perusahaan database yang digunakan oleh sistem ERP bersifat tunggal dan dapat diakses oleh yang membutuhkan dalam proses bisnisnya, sehingga tidak terdapat duplikasi data dan informasi serta data dan informasi dapat termonitor dengan baik. Integrasi antar departemen atau divisi akan mempercepat pekerjaan dan membuat pekerjaan lebih efektif dan efisien meskipun dilakukan dalam satu departemen atau antar departemen [3]. Lab ERP tidak hanya melakukan riset untuk ERP tetapi juga sistem enterprise lainnya seperti CRM dan Supply Chain Management (SCM) atau Management Rantai Pasok.

Meningkatnya jumlah pengguna sosial media, dan semakin menjamurnya aplikasi-aplikasi sosial media berbasis chat dan video seperti tik tok, facebook, youtube dan yang sejenisnya yang digemari oleh semua lapisan masyarakat, telah menggeser cara dan kebiasaan Masyarakat dalam bertransaksi jual beli barang, selain sebagai tantangan hal ini juga membuka peluang bagi pengusaha terutama UMKM untuk mengembangkan pasarnya dengan memanfaatkan IT yang semakin murah dan tidak perlu menggunakan perangkat IT yang mahal tetapi cukup dan hanya dengan menggunakan smartphone [4].

Namun keterbatasan pengetahuan terhadap IT menjadikan UMKM belum tahu atau maksimal cara menggunakan Teknologi Informasi. Alasan tersebut yang menjadi landasan dari tim Pengabdian Masyarakat Lab ERP Program studi Sistem Informasi Universitas Telkom untuk berbagi pengalaman dalam memanfaatkan IT kepada UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung, agar peserta bisa ikut merasakan manfaat dari implementasi *IT* untuk

meningkatkan penjualan, ditengah semakin meningkatnya penggunaan media digital di Masyarakat.

Pelatihan yang dilakukan untuk kali ini adalah tentang implementasi CRM, dengan target peserta UMKM KADIN kota Bandung binaan BPPKU dengan tujuan agar bisa meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan sehingga bisa mempertahankan pelanggan dan meningkatkan pembelian melalui peningkatan pelayanan pelanggan sehingga pelanggan akan merasa puas dan loyal.

Dengan diadakan pengabdian masyarakat berupa pelatihan ini diharapkan bisa berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung tentang Implementasi CRM, mulai dari pengertian dan pemahaman CRM, cara implementasinya, dan cara menggunakan tools atau aplikasi yang bisa digunakan untuk implementasi CRM.

Kegiatan ini diharapkan bisa memberi beberapa manfaat kepada peserta seperti memberikan pemahaman yang sama tentang CRM, meningkatkan skill atau keahlian dalam memanfaatkan aplikasi CRM dan menciptakan hubungan yang erat dan berkelanjutan antara Universitas Telkom, Kadin kota Bandung dan peserta pelatihan yang terdiri dari UMKM anggota KADIN kota Bandung.

Strategi dan implementasi CRM merupakan bagian dari ERP dan menjadi hal yang harus dipahami terutama untuk memahami proses bisnis ERP modul *Sales*, *Distribution* dan *Marketing*. Sehingga menjadi sesuatu hal yang sangat penting bagi pengusaha UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung karena dengan diselenggarakan pelatihan ini, para pengusaha bisa memanfaatkan teknologi informasi sebagai salah satu hal yang sangat penting untuk meningkatkan penjualan melalui teknologi informasi.

Pelatihan CRM ini akan disampaikan oleh tim dari Program Studi Sistem Informasi Universitas Telkom dengan peserta dari UMKM dengan bermacam-macam usaha dengan latar belakang dan pendidikan yang berbeda. Tentu saja hal dibutuhkan pemahaman yang seragam tentang apa dan bagaimana CRM itu dan bagaimana caranya

agar bisa diterapkan di perusahaan, serta bagaimana penguasaan tools yang agar bisa membantu dalam mengelola dan mengotrol pelaksanaan berbagai aktivitas yang dilakukan dalam implementasi CRM yang nantinya akan menjadi bagian yang penting dalam penerapan ERP di modul *Sales & Distribution* terutama dalam memahami pelanggan lebih detil agar bisa meningkatkan pelayanan pelangga sehingga pelanggan merasa puas terhadap layanan dan produk yang dibeli dan bisa lebih loyal.

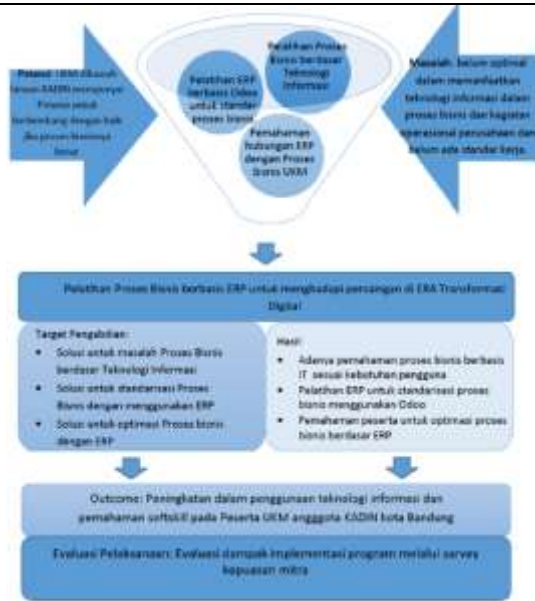
2. Metodologi

Agar tepat dengan sasaran yang ingin dicapai maka Pelatihan CRM yang akan dilakukan adalah pelatihan yang harus mengetahui kondisi mitra sesungguhnya seperti apa. Dalam pengembangan pelatihan CRM pada anggota KADIN kota Bandung nantinya akan terdiri dari:

- Analisa gap analisis antara kebutuhan user dan proses bisnis *existing*
- Perancangan proses bisnis usulan
- Model pelatihan yang akan dilaksanakan
- Membantu Implementasi proses bisnis yang akan digunakan dengan memanfaatkan Teknologi Informasi.

Sesuai dengan kebutuhan mitra KADIN Kota Bandung, penggunaan CRM menjadi pilihan terbaik dalam Pelatihan implementasi sistem CRM untuk pengabdian masyarakat. Karena yang berfokus pada pemanfaatan teknologi informasi untuk kebutuhan pemasaran produk UMKM. Yang nantinya CRM ini akan menjadi satu kesatuan dengan sistem ERP yang terintegrasi.

KADIN kota Bandung dalam kegiatan ini berpartisipasi dalam menyiapkan ruangan pelatihan, berkoordinasi dengan peserta binaan, menjadi hub yang menghubungkan Universitas Telkom dengan pengusaha selama pembinaan mulai dari pelatihan sampai dengan pendampingan hingga program pengabdian masyarakat ini dinyatakan selesai. Kedepannya pihak mitra akan menyiapkan dan melakukan training kepada user yang akan menggunakan aplikasi ini, dan melaporkan penggunaan aplikasi yang sudah dibuat secara berkala.



Gambar 1. Metodologi Pelaksanaan

Potensi UMKM/UKM dibawah binaan BPPKU Kadin Kota Bandung mempunyai potensi untuk berkembang dengan baik jika proses bisnisnya benar. Masalahnya UKM tersebut belum memanfaatkan teknologi informasi dalam proses bisnis dan kegiatan operasional perusahaan dan belum ada standar kerja. Untuk itu maka UKM perlu diberikan:

1. Pelatihan proses bisnis berdasar teknologi informasi.
2. Pelatihan CRM berbasis Odoo, karena odoo adalah aplikasi ERP yang murah dan bagus, untuk standar proses bisnis.
3. Pemahaman hubungan CRM dengan proses bisnis UKM.

Sehingga pelatihan proses bisnis berbasis ERP untuk menghadapi persaingan era transformasi digital ini bisa mewujudkan target Pengabdian masyarakat seperti:

1. Solusi untuk masalah proses bisnis berdasarkan teknologi informasi
2. Solusi untuk standarisasi proses bisnis dengan menggunakan CRM
3. Solusi untuk optimasi proses bisnis dengan CRM

Sehingga dari pengabdian masyarakat ini akan dihasilkan

1. Adanya pemahaman proses bisnis berbasis IT sesuai kebutuhan pengguna
2. Pelatihan CRM untuk standarisasi proses bisnis menggunakan odoo

3. Pemahaman peserta untuk optimasi proses bisnis berdasar CRM

Outcome yang diharapkan dari pengabdian masyarakat ini adalah peningkatan dalam penggunaan teknologi informasi dan pemahaman softskill pada peserta UMKM binaan BPPKU Kadin kota Bandung.

Setelah pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat perlu dilakukan evaluasi pelaksanaan dengan cara melakukan evaluasi dampak implementasi program pengabdian masyarakat melalui survey kepuasan mitra.

4. Hasil dan Pembahasan

Masyarakat sasaran dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung. BPPKU sendiri adalah Badan Promosi dan Pengelola Keterkaitan Usaha, salah satu Lembaga di bawah Kadin Kota Bandung yang selalu melakukan pembinaan, pendampingan dan pemberdayaan usaha kecil dan menengah anggotanya dengan konsisten.

Pendirian BPPKU bertujuan sangat strategis dan potensial dalam meningkatkan kualitas UKM untuk disiapkan menjadi UKM yang handal dan siap berkembang dengan memperkuat jiwa kewirausahaan dan kemampuan manajerial, kemudian membangun komunitas serta jaringan UKM sehingga UKM menjadi kuat bisa lebih mandiri dan berkembang. Disamping itu dengan berkembangnya UKM maka akan terbukalah lapangan kerja baru sehingga bisa meningkatkan kemampuan beli masyarakat sekitar dan ini juga akan bisa menambah omzet usaha dan bisa mengembangkan ekonomi wilayah tersebut.

BPPKU juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas manajemen dari usaha kecil sehingga usaha kecil bisa membuat rencana usaha dan system pelaporan, hal ini tentu saja akan membantu percepatan menuju UKM mandiri.

UKM/UMKM binaan BPPKU adalah UKM-UKM yang baru dalam tahap pengembangan usaha, calon pengusaha, pengusaha baru, atau UKM yang sudah berjalan dengan baik dan sedang dalam penguatan usaha.

Target ini sangat sesuai dengan pelatihan ini, yaitu ikut menumbuhkembangkan UMKM agar melek digital. Sehingga anggota Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung dipilih sebagai mitra pelatihan. Pelatihan CRM dengan topik ***“Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Untuk meningkatkan Pelayanan kepada Pelanggan”*** ini dilaksanakan di Graha KADIN Kota Bandung Jalan Talagabodas no. 31 Kota Bandung.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat telah dilaksanakan pada tanggal 25 Mei 2023. Sebelum diadakan pelatihan pihak pelaksana yang terdiri dari 3 dosen dan mahasiswa mengadakan pertemuan dengan pihak Kadin dalam hal ini BPPKU untuk melihat pelatihan apa yang sesuai dan peserta yang cocok untuk mengikuti pelatihan, kemudian ditentukan target yaitu 20 peserta dan maksimum adalah 25 peserta.

Pihak Kadin akan menyebarkan undangan, menyediakan ruangan, dan membantu operasional pelaksanaan pelatihan, sedangkan pihak Universitas Telkom menyiapkan materi pelatihan, sebagai pembicara utama dan menyiapkan semua keperluan anggaran untuk operasional pelatihan.

Target peserta adalah 20 UMKM, dari 27 yang diundang, jumlah peserta yang hadir sebanyak 20 orang, Setiap peserta wajib membawa produk yang nantinya akan didemokan untuk dibuat brandnya dan konten videonya. karena masih pandemi covid-19 dan pelaksanaannya dilakukan offline di kantor KADIN Kota Bandung, maka pelaksanaan pelatihan ini dibatasi jumlah pesertanya dan waktunya serta dilakukan dengan protokol kesehatan yang berlaku sehingga kegiatan ini meski terbilang sukses tetapi kurang maksimal dari sisi peserta.

Pelatihan implementasi CRM yang merupakan program pengabdian masyarakat idealnya dilakukan selama 2 hari dan dibagi menjadi 2 tahap. Tahap pertama yang disampaikan di hari pertama merupakan teori dan pemahaman CRM dan aplikasi CRM dan tahap kedua berupa implementasi aplikasi CRM, untuk hari kedua akan dilakukan pendampingan ke peserta pelatihan yang

berminat untuk implementasi CRM dan pendampingan ini rencananya akan terus dilakukan setelah pelatihan berlangsung sampai masyarakat sasar paham dan bisa melakukan semua tahapan dengan benar.

Kegiatan Acara yang direncanakan adalah sebagai berikut:

1. Registrasi ulang
2. Upacara Pembukaan Kegiatan
3. Strategi Marketing
4. Pengertian CRM
5. Implementasi CRM
6. Odoo dan aplikasi CRM
7. Merancang dan membuat Materi CRM dengan Odoo
8. Penutupan

Karena keterbatasan dana dan waktu maka kegiatan yang rencananya adalah 2 hari dipersingkat menjadi 1 hari. Dari 8 agenda acara yang direncanakan akhirnya dipangkas menjadi beberapa saja yang penting dan paling sesuai dengan kondisi peserta UMKM yaitu:

1. Registrasi ulang
2. Upacara Pembukaan Kegiatan
3. Strategi Marketing
4. Pengertian CRM
5. Implementasi CRM
6. Demo odoo dan aplikasi CRM
7. Penutupan

Acara dibuka oleh ketua Kadin Kota Bandung Pak Iwa Gartiwa, beliau mengharapkan kerjasama dengan Telkom University tidak berhenti di sekedar pelatihan saja tetapi juga dilakukan pendampingan dan implementasi CRM di lingkungan UKM sehingga bisa mengangkat UKM di kota Bandung dengan memanfaatkan teknologi informasi. Ketua Kadin juga memberikan motivasi berbisnis dan strategi pemasaran bagi UKM dengan selalu mengikuti kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh Kadin yang bekerjasama dengan pihak lain termasuk dengan Universitas Telkom.

Setelah pembukaan maka dilakukan pemamparan materi. Seharusnya dari Kadin Kota Bandung ada 1 sesi pemaparan materi yaitu Strategi Marketing, namun karena pembicaranya berhalangan hadir, akhirnya materi ini dibawa oleh pihak Universitas

Telkom dan disatukan dengan judul Strategi Marketing dan Pengantar CRM.

Materi yang disampaikan dalam strategi marketing adalah langkah langkah yang mesti diambil melakukan pemasaran produk dengan menggunakan rumus 5P yaitu *Product, Price, Place, People, dan Promotion*. Komponen 5P ini sangat penting dan jika dirumuskan dengan benar maka kemungkinan bisa memasarkan produk dengan baik akan bisa tercapai karena pemasaran adalah posisi strategis untuk keberhasilan suatu bisnis. Produk mesti dipasarkan dengan strategi yang baik yaitu dengan memastikan produk sesuai dengan target pelanggan, harga yang optimum, distribusi yang yang cepat dan tepat, pelanggan yang sesuai dan memang memerlukan produk tersebut, dan promosi untuk memberitahu dan membujuk pelanggan membeli produk.

Materi selanjutnya adalah pengertian CRM, dimana pembahasannya disesuaikan dengan strategi Marketing berupa 5P yang berhubungan dengan CRM. Data-data yang ada di 5P harus disimpan, diolah dan dianalisis, sehingga bisa diketahui setiap karakteristik dari pelanggan, dan yang terpenting apakah setiap komponen 5P itu bisa menghasilkan feedback yang bagus bagi Perusahaan dengan memanfaatkan CRM.

Materi Implementasi CRM yaitu menjelaskan bagaimana suatu pelaku bisnis mulai menerapkan CRM dengan menggunakan peralatan IT yang ada. Implementasi CRM bisa dilakukan dengan sederhana dengan menggunakan excel atau menggunakan aplikasi opensource atau menggunakan odoo. Sangat penting dipahami adalah setiap kegiatan yang berhubungan dengan pelanggan harus dicatat dan dimonitor setiap hari, apakah ada transaksi dari pelanggan baru yang berarti ada penambahan pelanggan, transaksi dari pelanggan lama yang berarti ada pembelian ulang untuk produk yang sama atau produk lainnya, atau tidak ada pembelian dari pelanggan lama dalam jangka waktu yang lama. Dari catatan itu juga bisa diketahui produk-produk apa yang laku dan kenapa bisa laku serta produk produk apa yang tidak laku dan kenapa kurang menarik.

Merancang dan membuat materi CRM merupakan demo membuat konten CRM menggunakan odoo dan upload produk yang dijual. Untuk demo odoo dan aplikasi CRM ini dilakukan oleh dosen dan dibantu oleh mahasiswa sistem Informasi.

Setiap sesi presentasi berakhir diberikan waktu untuk diskusi dan tanya jawab antara tim pengabdian masyarakat dan peserta, hal ini bisa lebih memperdalam pemahaman peserta dan bisa mengetahui maslah-masalah yang muncul dari peserta.

Untuk mendapatkan feedback dari kegiatan ini maka tim pengmas meminta para peserta untuk mengisi kuesioner dan sebagai bonusnya diberikan souvenir berupa tumbler.

Penyerahan semacam plakat kerjasama antara Universitas Telkom dan Kadin Kota Bandung dan kemudian dilanjutkan dengan foto bersama dengan tetap menjaga protokol kesehatan dan maka berakhirilah acara pengabdian masyarakat dengan tema “Implementasi CRM Untuk Anggota Kadin Kota Bandung (Pelatihan Enterprise Resource Planning Dan Pemanfaatan Aplikasi Opensource)”. Kegiatan selanjutnya adalah menjalin kerjasama jangka panjang dengan peserta pelatihan melalui pembinaan implementasi CRM, dan berikutnya adalah pelatihan pemanfaatan CRM untuk menembus pasar yang sudah berbasis digital.



Gambar 2. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Feedback kegiatan

Setelah dilakukan pelaksanaan kegiatan, maka

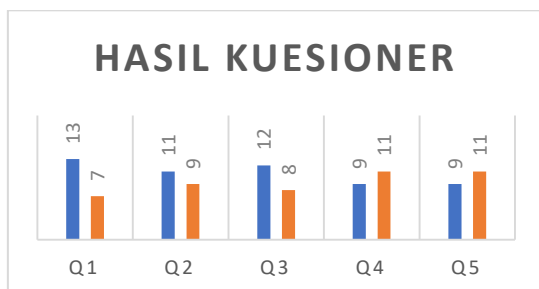
Disebarkan kuesioner dengan butir-butir penilaian seperti yang terlihat di Tabel 1.

Tabel 1. Feedback Peserta Pelatihan

No	Feedback	Kode
1	Program pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan tujuan kegiatan itu sendiri	Q1
2	Program pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasaran	Q2
3	Waktu pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini relative telah mencukupi sesuai	Q3
4	Dosen dan mahasiswa Universitas Telkom bersikap ramah, cepat dan tanggap membantu selama	Q4
5	Masyarakat setempat menerima dan mengharapkan program pengabdian masyarakat Universitas Telkom saat ini dan masa yang akan datang	Q5

Dari hasil kuesioner yang disebarakan ke peserta, didapatkan feedback dari 20 peserta yang mengisi dan mengembalikan feedback tersebut, dengan hasil seperti gambar 3. Dari hasil kuesioner terlihat bahwa:

1. Program pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan tujuan kegiatan itu sendiri 13 setuju 7 sangat Setuju
2. Program pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasaran 11 setuju 9 sangat setuju
3. Waktu pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini telah mencukupi sesuai kebutuhan 12 setuju 8 sangat setuju
4. Dosen dan mahasiswa universitas telkom bersikap ramah, cept, dan tanggap membantu selama kegiatan 9 setuju 11 sangat setuju
5. Masyarakat setempat menerima dan mengharapkan program pengabdian masyarakat universitas Telkom saat ini dan di masa mendatang 9 setuju dan 11 sangat setuju



Gambar 3. Hasil Kuesioner

Dari hasil kuesioner terlihat bahwa masyarakat sasaran bisa menerima kegiatan ini, hanya butir Q1-Q3 perlu ditingkatkan lagi agar hasilnya lebih banyak yang sangat setuju, sedangkan butir Q4-Q5 sebagian besar masyarakat sasaran puas dengan program pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh Universitas Telkom.

5. Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah tim pengabdian masyarakat yang terdiri dari Dosen dan mahasiswa program studi Sistem Informasi Universitas Telkom telah mengenalkan Program studi Sistem informasi Universitas Telkom dan kegiatan kegiatan yang dilakukan kepada masyarakat luas, memberikan wawasan bagi UMKM anggota Kadin kota Bandung tentang implementasi CRM, dengan materi strategi marketing dan pengantar CRM berbasis digital, Implementasi CRM, dan demo odoo dengan aplikasi CRM, sebagai bagian dari pengembangan ERP.

Hasil yang diperoleh adalah mitra masyarakat sasaran sangat puas dengan pelaksanaan pengabdian masyarakat dibuktikan dengan hasil kuesioner yang sebagian besar sangat setuju dan setuju, namun masih perlu dilakukan pendampingan dalam mengimplementasikan CRM dan ERP.

Akhirnya masih perlunya diadakan pelatihan dan pembinaan secara berkesinambungan di bidang teknologi informasi untuk menuju UMKM Go Digital.

6. Referensi

- [1] D. Ari Suryaningsih, "Customer Relationship Management PT Agravana Wukir Panca," *J. Res. Soc. Sci. Econ. Manag.*, vol. 1, no. 11, pp. 1851–1857, 2022, doi: 10.36418/jrssem.v1i11.197.
- [2] U. U. no. 1 tahun 1987, "Undang Undang No.1 Tahun 1987 Tentang Kamar dagang dan Industri," *Synthesis (Stuttg.)*, vol. 1, pp. 70–71, 1987.
- [3] D. Pratama, W. Witjaksono, and N. Ambarsari, "Penerapan Sistem Informasi Berbasis Enterprise Resource Planning Menggunakan SAP Modul Plant Maintenance di PT. Len Industri," *Sisfo*, vol. 06, no. 01, pp. 37–50, 2016, doi: 10.24089/j.sisfo.2016.09.003.
- [4] R. Ratna Gumilang, "Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri," *Coopetition J. Ilm. Manaj.*, vol. 10, no. 1, pp. 9–14, 2019, doi: 10.32670/coopetition.v10i1.25.