

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi seperti saat ini dunia teknologi dan informasi perkembangannya sangat pesat, khususnya dunia komputer. Komputer saat ini merupakan kebutuhan manusia di dalam melakukan berbagai kegiatan, ditambah dengan adanya teknologi informasi yang semakin berperan di dalam dunia pekerjaan. Dengan menggunakan piranti teknologi informasi yang tepat, maka akan dihasilkan informasi yang tepat dan akurat sesuai dengan kebutuhan sehingga keputusan dapat diambil dengan cepat.

Perkembangan teknologi informasi yang demikian pesat telah memberikan pandangan baru di segala bidang aktifitas manusia yang akan mengubah kebiasaan mereka dalam menjalankan kegiatannya. Salah satu teknologi informasi yang sangat terkenal di masyarakat adalah internet. Internet berkembang sangat cepat, hal ini dapat dilihat dari jumlah pengguna internet yang bertambah setiap waktunya.

Teknologi yang berkembang pada saat ini menuntut perusahaan untuk mengembangkan sistem informasi berbasis *online*, sistem informasi ini membuat sistem agar lebih mudah digunakan oleh organisasi serta mampu memenuhi kebutuhan informasi yang cepat dan akurat. Persaingan bisnis diberbagai sektor usaha didukung dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat juga. Seiring dengan perkembangan internet, banyak dibangun sistem yang bersifat *online*, yang memungkinkan seseorang dapat mengaksesnya dari mana saja dan mendapatkan informasi terkini. Salah satu bisnis jasa yang mengutamakan pelayanan tersebut adalah usaha travel yang merupakan salah satu bisnis yang memerlukan bantuan teknologi informasi yang tepat.

Dalam sebuah bisnis, *customer* merupakan faktor yang sangat penting. Untuk itu, diperlukan membina suatu hubungan yang baik antara perusahaan dengan *customer*. Dengan mempelajari perilaku *customer* dan keinginan *customer*, diharapkan perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang

tepat untuk meningkatkan pelayanan kepada *customer*, meningkatkan loyalitas *customer*, serta meningkatkan pendapatan perusahaan. Peningkatan pelayanan terhadap *customer* dapat dilakukan dengan beberapa cara, antara lain dengan memberikan fasilitas-fasilitas tertentu kepada *customer* atau dengan memberikan informasi yang cepat, akurat, dan memiliki jangkauan yang luas.

Penerapan strategi CRM dapat dikembangkan untuk memperoleh pelanggan baru (*Acquire*), meningkatkan hubungan dengan pelanggan (*Enhance*), dan mempertahankan pelanggan (*Retain*) yang pada akhirnya akan berujung pada terciptanya kesetiaan pelanggan. Berdasarkan perkembangan teknologi dan kebutuhan *customer* akan akses layanan yang cepat dan praktis, maka terdapat konsep CRM berbasis *web*. *Web CRM* adalah suatu aplikasi internet atau suatu teknologi yang berkaitan dengan pelanggan dalam suatu perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan akses yang lebih cepat, dan kualitas dari suatu proses bisnis yang melibatkan beberapa bidang, yaitu bidang pemasaran (*marketing*), bidang pemesanan (*order*), dan pelayanan konsumen (*customer service*).

Raja Tour merupakan sebuah perusahaan di Jember yang bergerak di bidang travel. Raja Tour memiliki beberapa divisi yang terkait dengan kepariwisataan seperti paket wisata dan pemesanan paket wisata. Namun sayangnya perusahaan ini belum memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan memaksimalkan fungsi manfaat komputer yang dimiliki. Dalam melakukan kegiatan pelayanannya saat ini, Raja Tour masih belum menggunakan aplikasi khusus untuk menampilkan informasi-informasi paket wisata beserta proses pemesanan paket wisatanya, sehingga paket-paket wisata yang menarik yang dimiliki oleh Raja Tour tidak banyak diketahui oleh para calon wisatawan. Serta pengelolaan data-data paket wisata tersebut tidak terkelola dengan baik dikarenakan masih dilakukan secara konvensional dan belum terintegrasi dengan *database*, sehingga hal ini terkadang menyebabkan ketidakakuratan data yang dapat mengakibatkan terhambatnya proses bisnis perusahaan.

Raja Tour menyadari adanya kesempatan untuk meraih keuntungan bisnis dengan memanfaatkan jaringan yaitu pemasaran melalui internet. Raja Tour masih menggunakan brosur/pamflet untuk melakukan pemasaran jasanya. Dengan adanya internet, Raja Tour dapat menawarkan produk atau jasa mereka selama 24 jam yang akan meningkatkan dan memperluas bisnis.

Sistem Informasi paket wisata dan pemesanan paket wisata ini dibangun dengan menggunakan PHP sebagai bahasa pemrograman dan MySQL sebagai pengelola basis data. Sistem Informasi ini berisi tentang profil obyek wisata, alat transportasi yang digunakan dan jarak yang ditempuh. Fasilitas lain yang juga bisa dinikmati adanya informasi tentang agen-agen travel yang bisa melayani perjalanan luar kota, serta tempat penginapan (hotel). Untuk mengimplementasikan sistem ini perlu pengujian sebelumnya yaitu pengujian program dan pengujian sistem kemudian dilakukan evaluasi.

Menurut Alfiaani (2012), sistem informasi yang masih manual pada biro wisata tour dan travel di Raja Tour membuat sistem menjadi tidak efektif, sehingga hal tersebut menimbulkan berbagai masalah. Masalah yang timbul pada sistem adalah masalah administrasinya. Masalah lainnya adalah jenis paket wisata yang ditawarkan, harga paket, sistem keuangan hingga laporan pendapatan dan pengeluaran yang membutuhkan data yang sesuai dan tepat. Untuk itu dibuatlah sistem aplikasi manajemen yang bertujuan agar pengelolaan dan pengolahan datanya tersimpan didalam sistem *database* untuk mencegah terjadinya penumpukan data yang sama sehingga menyebabkan kerugian. Penyimpanan data menggunakan *database* jenis MySQL. Untuk mengatasi permasalahan yang ada, maka dirancang sebuah sistem informasi pemesanan secara *online* dengan maksud untuk membantu memperluas jaringan dan meningkatkan laba perusahaan, serta memudahkan dalam mendapatkan informasi tentang data yang diolah baik untuk *customer* maupun Raja Tour itu sendiri.

Customer Relationship Management pada dasarnya merupakan kolaborasi dengan setiap konsumen yang mampu menciptakan keadaan yang tidak merugikan salah satu pihak. CRM memudahkan perusahaan dalam mengatur dan menjalin hubungan baik dengan para pelanggannya dengan cepat, murah, dan hemat melalui media elektronik atau internet (Alferoff, 2008). Penelitian-penelitian sejenis yang membahas tentang CRM sudah ada sebelumnya, Dery mengkaji tentang kaitan CRM dengan perjalanan umrah melalui pendekatan SLDC (Derry, 2011), Kafin membahas CRM tentang kaitannya dengan perjalanan *Tour* (M. Kafin, 2013), sedangkan Sharma membahas kaitan CRM dengan *Data Mining* (Sharma, 2008).

Raja Tour merupakan perusahaan yang bernaung pada bidang *tour* dan pariwisata. Dimana data pemesanan jenis *tour* dan pariwisata serta data *customer* masih menggunakan proses pencatatan sehingga memberikan pelayanan yang kurang cepat kepada para konsumen. Dengan demikian, CRM membantu manajemen untuk mengelola data pelanggan, meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan dengan kemudahan memberikan perhatian kepada pelanggan serta pengiriman informasi yang dibutuhkan. Selain itu, CRM juga membantu Dept. Sales & Marketing Raja Tour untuk kelancaran pemasaran dan promosi, maka penulis merancang sistem informasi reservasi paket wisata yang berbasis *web* untuk mengatasi masalah tersebut yaitu *SISTEM INFORMASI PENGELOLAAN PAKET TOUR MENGGUNAKAN CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) BERBASIS WEB DI "RAJA TOUR" JEMBER*. Dengan demikian, CRM membantu manajemen "Raja Tour" Jember untuk memberikan informasi tentang produk "Raja Tour" Jember, memberikan bukti testimonial terpercaya untuk pelanggan, juga memberikan kemudahan dalam memesan paket wisata sesuai dengan apa yang pelanggan inginkan, meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan dengan kemudahan memberikan perhatian kepada pelanggan serta pengiriman informasi yang dibutuhkan. Selain itu, CRM juga membantu manajemen "Raja Tour" Jember dalam kelancaran pemasaran dan promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, penulis dapat menarik rumusan masalah yaitu bagaimanakah implementasi sistem informasi pengelolaan paket *tour* menggunakan CRM (*Customer Relationship Management*) berbasis *web* di Raja Tour Jember ?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang aplikasi *Customer Relationship Management* berbasis *Web* pada Raja Tour Jember.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah untuk penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Raja Tour Di Jember.
2. Jadwal paket wisata telah ditentukan oleh Raja Tour Jember
3. Tidak melayani pembayaran *online*, mengingat pembayaran *online* memerlukan perhatian khusus.

1.5 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi pelanggan dapat memudahkan dan mempercepat dalam proses pemesanan paket wisata.
2. Bagi perusahaan diharapkan dapat memudahkan pihak Raja Tour Jember untuk mengoptimalkan keuntungan melalui kepuasan pelanggan dengan menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan secara terus menerus
3. Manfaat bagi peneliti lain dapat dijadikan sebagai sumber pemikiran dan tambahan informasi bagi peneliti, laporan ini diharapkan dapat berguna bagi penelitian selanjutnya maupun sebagai informasi lainnya tentang dunia travel.