

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

The Majesty Hotel merupakan hotel yang berada di jalan Surya Sumantri, Bandung, dengan berkonsep hotel dan apartemen. Mulai beroperasi pada tahun 2005, dengan menjadi primadona saat itu dikarenakan menjadi apartemen pertama yang hadir di kota Bandung. Tentunya hal itu menjadikan The Majesty Hotel mempunyai daya tarik tersendiri pada masa itu untuk menarik tamu yang datang. Ada dua kategori tamu, yakni *FIT (Free Independent Travellers)* dan *GIT (Group Inclusive Tours)*. *FIT* merupakan tamu individu biasanya sebuah keluarga, sedangkan *GIT* adalah tamu yang bersifat rombongan biasanya ada jalinan kerja sama dengan sales untuk melakukan acara di hotel. Tamu *FIT* biasanya melakukan reservasi secara langsung, booking *online* melalui *OTA (Online Travel Agent)* ataupun website The Majesty Hotel. Untuk tamu *GIT*, biasanya pihak sales akan melakukan *sales call*, *sales call* merupakan cara untuk mempromosikan secara tatap muka dengan pelanggan, dengan mempromosikan apa saja yang dimiliki oleh hotel.

Berdasarkan data *sales call* terhadap instansi yang menjalin kerja sama dengan hotel untuk menyelenggarakan acara pada Oktober 2018 berjumlah 21 instansi. Kerja sama pihak hotel dengan instansi bertujuan agar hotel memiliki *customer value*, agar instansi yang sebelumnya menyelenggarakan acara dapat kembali menyelenggarakan acara di The Majesty Hotel. Namun terdapat permasalahan ketika pihak hotel akan melakukan kerja sama kembali terhadap instansi yang sebelumnya menyelenggarakan acara. Pada Oktober 2018 hanya 23% dari total 21 instansi yang berhasil kerja sama kembali dengan The Majesty Hotel. Dari 23% tersebut banyak pihak instansi yang enggan menjalin kerja sama kembali, hal tersebut dipicu oleh beberapa keluhan yang dilontarkan oleh pihak instansi, keluhan tersebut antara lain, harga yang terlalu mahal dibandingkan hotel lain, tetapi fasilitas dan *service* kurang. *Guaranteed Price* yang terlalu tinggi, *slow response* terhadap *service* saat penyelenggaraan acara berlangsung, kebutuhan instansi yang terlalu pas-pasan, sehingga penganggulan kebutuhan tersebut

berkesan lama. Pihak hotel ingin mempertahankan instansi yang sebelumnya menyelenggarakan acara karena ingin mendapatkan kepercayaan lebih atau *customer value* agar dapat menjalin kerja sama lebih panjang dengan instansi tersebut, hal tersebut akan meningkatkan kepercayaan dan *revenue* hotel dari sisi *sales call* karena banyaknya instansi yang telah bekerja sama dengan hotel.

Selain permasalahan keluhan yang dilontarkan oleh pihak instansi, pihak sales memiliki kendala dalam menentukan target *revenue* dari hasil *sales call* setiap bulannya. *Revenue* yang didapatkan sering mengalami naik turun yang tidak tentu. Pihak sales tidak mempunyai target *revenue* yang khusus ditargetkan untuk pencapaian setiap bulannya, dampaknya *revenue* menjadi tidak terkendali dan menentu apakah bulan ini mengalami kenaikan ataupun penurunan.

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijabarkan, maka diperlukan suatu sistem yang dapat membantu pihak sales dalam memaksimalkan promosi yang diberikan kepada instansi ataupun tamu. Sistem yang fokus pada permasalahan promosi dengan memberikan solusi seperti mengarahkan pihak sales untuk melakukan *sales call* mana grup yang diprioritaskan, menentukan promosi di website yang lebih diminati oleh tamu dalam menentukan harga. Sistem juga fokus terhadap evaluasi dari keluhan yang dikemukakan oleh tamu sehingga dapat meningkatkan tamu tersebut untuk kembali menginap atau menyelenggarakan acara di hotel.

Oleh karena itu akan dibuat sebuah sistem dengan menerapkan Customer Relationship Management di The Majesty Hotel sehingga promosi yang dilakukan akan lebih optimal dengan meningkatkan *revenue* yang maksimal. Maka akan dilakukan **“PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* UNTUK MENINGKATKAN *REVENUE* BERDASARKAN PROMOSI DI THE MAJESTY HOTEL”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dijabarkan di latar belakang. Maka dapat diidentifikasi masalah tersebut sebagai berikut.

1. Pihak hotel kesulitan dalam mendapatkan kembali instansi yang sebelumnya menyelenggarakan acara di hotel dikarenakan adanya keluhan yang dilontarkan oleh pihak instansi.
2. Pihak sales terutama Direktur Sales dan Marketing kesulitan dalam menentukan target estimasi *revenue* untuk bulan-bulan selanjutnya.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud diterapkannya *Customer Relationship Management* di The Majesty Hotel adalah untuk menciptakan Sistem Informasi *Customer Relationship Management* dalam penerapannya terhadap promosi.

Adapun tujuan diterapkannya *Customer Relationship Management* di The Majesty Hotel, antara lain.

1. Membantu pihak hotel terutama *Executive Asst. Manager* untuk melakukan evaluasi dan memberikan solusi yang terukur terhadap keluhan yang diberikan oleh instansi baik untuk jangka waktu pendek maupun jangka waktu panjang.
2. Membantu bagian sales terutama Direktur Sales dan Marketing dalam menentukan target estimasi *revenue* instansi yang akan diajak kerja sama kedepannya.

1.4 Batasan Masalah

Penerapan *Customer Relationship Management* sangat luas dalam penerapannya, maka dari itu batasan masalah diperlukan agar penerapannya meruncing terhadap permasalahan yang ada di The Majesty Hotel. Berikut batasan masalah berdasarkan permasalahan diatas.

1. Input utama dalam sistem adalah.
 - a. Data *sales call* Januari 2017 – November 2018.
 - b. Data keluhan Januari 2017 – November 2018.
 - c. Data *revenue* Januari 2017 – November 2018.

2. Proses utama dalam sistem adalah melakukan perhitungan untuk mendapatkan nilai target estimasi *revenue* berdasarkan instansi yang akan diajak kerja sama kembali.
3. Output utama dalam sistem adalah.
 - a. Memberikan informasi perhitungan jumlah tamu atau *pax* dalam *sales call* dengan nama grup yang sering menyelenggarakan acara di hotel.
 - b. Memberikan informasi *presentase* keluhan jenis *service*.
4. Promosi yang dianalisa adalah promosi yang berasal dari *sales call*.
5. Jenis Promosi *sales call* yang dianalisa adalah instansi yang telah menyelenggarakan acara di hotel.
6. Perhitungan estimasi *revenue* untuk rekomendasi *sales call* menggunakan harga *sales call* sebesar Rp250,000.
7. Keluhan yang dianalisa adalah keluhan yang berasal dari *front office*.
8. Sistem CRM akan dibangun berbasis *website*.
9. Menggunakan sistem *Modern Admin* yang disiapkan oleh The Majesty Hotel sebagai *template* atau tema untuk membangun sistem CRM.
10. Sistem yang dibangun akan berbasis *web*, dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan *Database Management System* (DBMS) menggunakan *MySQL*.
11. Jenis CRM yang digunakan adalah *Analytical CRM* dengan menggunakan *Dynamic Framework*.
12. Analisis dan pemodelan yang digunakan dalam pembangunan sistem ini adalah metode analisis terstruktur. Menggunakan *Entity Relationship Diagram* (ERD) dan *Data Flow Diagram* (DFD).

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan proses langkah-langkah atau tata cara bagaimana suatu penelitian akan dilaksanakan. Metode penelitian yang sesuai dengan permasalahan yang terjadi di The Majesty Hotel adalah metode penelitian *deskriptif*, metode tersebut bertujuan untuk mengumpulkan informasi secara rinci

dengan memaparkan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau kondisi dan membuat perbandingan atau evaluasi dari masalah yang ada. Tahapan yang akan dilalui dapat dilihat pada gambar 1.1.



Gambar 1.1 Tahapan Metodologi Penelitian

Metode pembangunan perangkat lunak yang akan diterapkan untuk membangun sistem CRM diatas adalah sebagai berikut.

1. Identifikasi Masalah

Mengidentifikasi permasalahan yang muncul baik dari promosi atau keluhan yang terjadi di The Majesty Hotel.

2. Maksud dan Tujuan

Melakukan perumusan maksud dan tujuan sesuai dengan perumusan masalah. Tujuan ini dijadikan sebagai acuan dalam penelitian yang dilakukan

3. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut.

a. Menganalisa Permasalahan

Menganalisa permasalahan yang muncul berdasarkan data atau informasi dari pihak yang terkait.

b. Studi Pustaka

Mempelajari teori atau materi yang dapat memberikan informasi sesuai dengan permasalahan dalam membuat sistem CRM, sehingga pembuatan sistem tersebut sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan.

c. Studi Literatur

Pengumpulan data dengan cara mendapatkan informasi dari buku, jurnal atau *paper* untuk mendapatkan metode yang sesuai dengan permasalahan yang terjadi.

d. Melakukan Observasi

Melakukan pengamatan dan analisa langsung ke The Majesty Hotel terhadap permasalahan yang muncul.

e. Wawancara

Melakukan pengumpulan data dari wawancara langsung yang dilakukan kepada karyawan The Majesty Hotel. Mengadakan tanya jawab terkait permasalahan yang terjadi.

4. Analisis *Customer Relationship Management*

Menganalisis permasalahan yang ada pada sistem yang sedang berjalan di The Majesty Hotel, antara lain.

a. Analisa Sistem

Analisis masalah dan sistem yang sedang berjalan di The Majesty Hotel.

b. Analisa Aturan Bisnis

Merupakan aturan bisnis yang sedang berjalan di The Majesty Hotel.

c. Analisis *Relationship Phase*

Menganalisa promosi dan keluhan terhadap *framework* CRM yang digunakan.

1. Tahap *Acquisiton*

Menganalisa tahap mendapatkan tamu baru.

2. Tahap *Retention*

Menganalisa tahap memberikan hubungan atau promosi terhadap tamu yang telah menginap.

3. Tahap *Expansion*

Menganalisa hubungan baik dengan tamu terhadap keluhan yang ada.

d. Analisis *Dynamic Relationship Management*

Menganalisis terhadap permasalahan yang ada dengan *framework Dynamic Relationship Management*.

1. *Relationship Initiation*

Menganalisa hubungan dengan tamu berdasarkan data.

2. *Relationship Value Analysis*

Menganalisa dari data yang tersedia untuk membuat promosi kedepannya.

3. *Relationship Positioning*

Menganalisa hubungan jangka pendek atau jangka panjang dengan tamu

e. *Analisis Customer Information Type*

Menganalisa jenis *customer* dalam penyampaian informasi yang ada.

1. *of-the-Customer Information*

Menganalisa informasi mengenai data personal dan data transaksi pelanggan

2. *for-the-Customer Information*

Menganalisa informasi mengenai produk, layanan dan informasi perusahaan yang dianggap penting oleh pelanggan.

3. *by-the-Customer Information*

Menganalisa informasi *feedback nontransacsional* dari pelanggan yang meliputi komplain, usulan, klaim, kebutuhan pelanggan dan lain-lain.

5. Perancangan sistem CRM

Tahapan perancangan sistem CRM ini bertujuan untuk menggambarkan proses kerja sistem. Pihak The Majesty Hotel telah menyiapkan wadah sistem CRM berupa tema atau template yang akan dikembangkan berdasarkan permasalahan dan kebutuhan yang sebelumnya dianalisa.

a. Skema Relasi

Membuat rancangan *database* dimana setiap tabelnya akan direlasikan.

b. Struktur Tabel

Membuat rancangan tabel *database* yang akan dijelaskan struktur tabelnya.

c. Perancangan Struktur Menu

Membuat rancangan struktur menu yang akan ada pada sistem.

d. Perancangan Antar Muka

Membuat antarmuka yang akan ada pada sistem.

e. Perancangan Pesan

Membuat tampilan pesan yang akan muncul pada halaman ketika melakukan sebuah aksi.

6. Implementasi Sistem CRM

Melakukan proses pembuatan kode pada sistem CRM. Tahap penerjemahan data berupa kode dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL sebagai wadah untuk menampung data dari sistem yang dibangun dan sebagai implementasi DBMS.

7. Pengujian Aplikasi

Melakukan pengujian terhadap sistem yang dibangun, apakah sistem yang dibangun sudah mampu menyelesaikan permasalahan yang ada di The Majesty Hotel. Pengujian juga mencakup fungsi dari sistem tersebut apakah berjalan baik atau tidak. Metode pengujian yang akan digunakan untuk menguji sistem tersebut menggunakan dua cara, pengujian dengan menggunakan *blackbox* dan pengujian langsung kepada pengguna sistem dengan melakukan wawancara.

8. Kesimpulan

Tahap akhir adalah menarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Kesimpulan tersebut dengan cara membandingkan sejauh mana peningkatan *revenue* di The Majesty Hotel sebelum dan sesudah diterapkannya *Customer Relationship Management*. Berdasarkan hasil perbandingan tersebut dapat ditarik kesimpulan apakah hasil yang didapatkan sesuai dengan tujuan yang ditentukan sebelumnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan proposal ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang kasus yang akan dianalisa. Sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut.

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan asumsi dasar dan konsep yang berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metode

penelitian dan sistematika penulisan yang ada dalam penelitian di The Majesty Hotel.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas berbagai konsep dasar dan teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian yang dilakukan dan hal-hal yang berguna dalam proses penelitian di The Majesty Hotel.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang analisis deskripsi sistem, analisis perancangan fungsional, analisis kebutuhan non fungsional dan perancangan antarmuka dari sistem yang dibangun.

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab ini membahas implementasi antarmuka perangkat lunak, pengujian perangkat lunak (secara subjektif dan objektif) beserta kesimpulan dari hasil pengujian sistem yang dibangun.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil penyusunan tugas akhir mengenai “PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) UNTUK MENINGKATKAN *REVENUE* BERDASARKAN PROMOSI DI THE MAJESTY HOTEL”.