BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

PT. Lintas Dunia merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam dunia industri pariwisata pada layanan jasa Tour dan Travel yang salah satu fungsi nya untuk mendukung pariwisata dan memberi kemudahan serta kepuasan masyarakat terhadap pelayanan jasa Tour dan Travel. Dalam pelaksanaannya PT. Lintas Dunia bekerja secara profesional mencakup wilayah yang luas dengan pelayanan yang prima sebagai tujuan utama dari PT. Lintas Dunia.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Herman selaku pihak *marketing manager* di PT. Lintas Dunia dalam mengelola hubungan dengan pelanggan, *marketing manager* sering mendapat keluhan dari pelanggan mengenai tempat wisata yang di tawarkan oleh perusahaan tidak sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dikarenakan paket tour yang ada di PT. Lintas Dunia masih mengambil paket tour dari travel lain sehingga harga paket tour yang dijual lebih mahal dikarenakan menjual paket tour travel lain. Dalam menentukan tempat wisata untuk umrah plus dilakukan berdasarkan kebijakan perusahaan namun hal ini menyebabkan tempat wisata tidak sesuai dengan keinginan pelanggan. Permasalahan selanjutnya adalah *marketing manager* mengalami kesulitan dalam menentukan harga paket tour yang sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan baru dikarenakan pelanggan baru belum mengetahui paket dan harga tour yang dimiliki oleh PT. Lintas Dunia sehingga dilakukan penentuan harga untuk group. Oleh karena itu, dengan melihat kondisi dan permasalahan pada PT. Lintas Dunia perlu adanya suatu media yaitu berupa sistem yang dapat menganalisa kebutuhan pelanggan sesuai dengan data-data pelanggan dengan menggunakan konsep *Customer Relationship Management* (CRM). Adanya aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) yang berbasis *website* diharapkan dapat menjadi solusi perusahaan dalam mengelola manajemen pelayaanan perusahaan dan dapat digunakan untuk menganalisa kebutuhan para pelanggannya.

Customer Relationship Management (CRM) adalah strategi bisnis yang terdiri dari *software* dan layanan yang didesain untuk meningkatkan keuntungan (*profit),* pendapatan (*revenue*) dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction)* [1]. Konsep dasar CRM diawali dengan mengenal, mengetahui dan menggali apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggan, sehingga perusahaan dapat lebih mudah untuk mewujudkan apa yang dibutuhkan oleh pelanggannya. Hal tersebut sangat bermanfaat untuk menciptakan kesan yang baik terhadap perusahaan dengan perlakuan yang membahagiakan pelanggan yang hasilnya adalah kesetiaan yang diberikan pelanggan pada perusahaan. Jenis CRM yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Analitycal* CRM. Pengambilan keputusan dengan penelitian ini dilakukan setelah melalui proses analisis, pemodelan dan evaluasi terhadap data yang tersimpan untuk menghasilkan sebuah hubungan yang menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan [2]. Adapun *framework* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Dynamic* CRM. *Framework* ini menjelaskan tahapan pada pembangunan atau penerapan CRM yang berfokus pada tiga informasi, yaitu informasi mengenai pelanggan, informasi untuk pelanggan dan informasi oleh pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka ditarik kesimpulan untuk melakukan penelitian sekaligus mengangkat topik ini sebagai bahan tulis skripsi yang berjudul. **“PENGELOLAAN PAKET UMRAH DAN WISATA DENGAN PENDEKATAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI PT. LINTAS DUNIA”.**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah pada PT. Lintas Dunia yaitu bagaimana membangun sistem yang dapat merekomendasikan paket tour yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan membangun sistem informasi *Customer Relationship Management.*

1.3. Maksud dan Tujuan

Maksud dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengelola paket umrah dan wisata dengan pendekatan *Customer Relationship Management* di PT. Lintas Dunia.

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membantu *marketing manager* dalam menentukan tempat wisata yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
2. Membantu Pelanggan dalam memilih tempat wisata yang sesuai dengan kebutuhan.
3. Membantu *marketing manager* dalam menentukan harga paket tour yang sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan baru.

1.4. Batasan Masalah

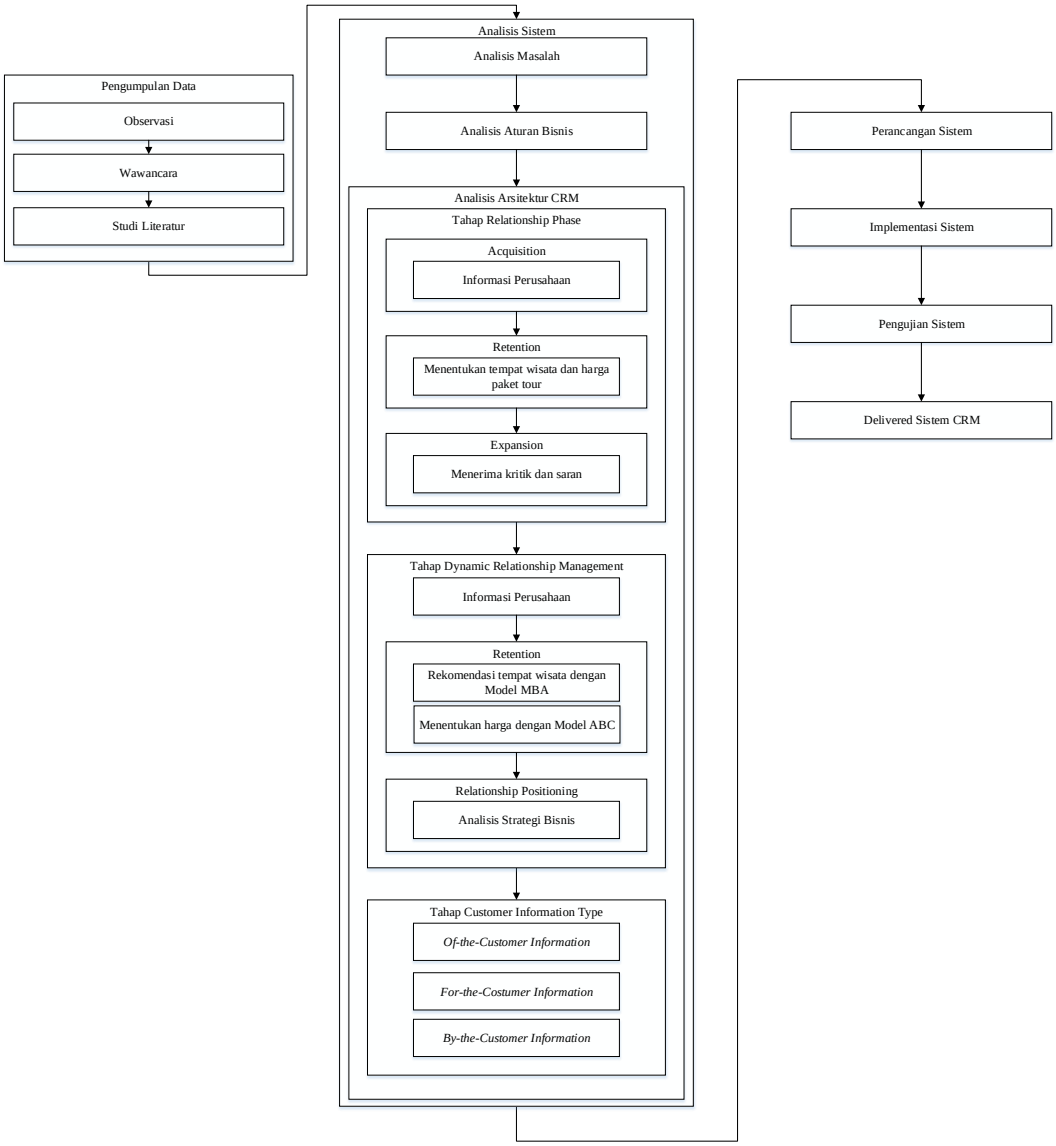
Batasan masalah bertujuan untuk mengarahkan kegiatan supaya kegiatan yang dilakukan tidak menyimpang dan menghindari pembahasan yang tidak sesuai dengan topik penelitian, adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data yang dijadikan landasan permasalahan penelitian adalah data pelanggan dan data paket tour (umrah dan wisata).
2. Paket tour yang direkomendasikan adalah tempat wisata.
3. Jenis CRM yang digunakan dalam pembangunan *Customer Relationship Management* ini adalah *analytical* CRM.
4. *Framework* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Dynamic* CRM.
5. Metode yang digunakan untuk merekomendasikan paket tour adalah metode MBA (*market basket analysis).* Metode yang digunakan untuk menentukan harga paket tour adalah metode ABC (*activity based costing*).
6. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis berorientasi objek dengan menggunakan UML (*unified modeling language*).
7. Sistem *Customer Relationship Management* yang akan dibangun berbasis web dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan menggunakan DBMS MySql.

8. Komunikasi antar perusahaan dengan para pelanggan melalui email dan situs *web*

1.5. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan suatu proses tahapan yang digunakan untuk memecahkan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Melalui metodologi penelitian jelas tergambar bagaimana penelitian tersebut dilaksanakan. Metode penelitian dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini.



Gambar 1. 1 Metode Penelitian

Adapun keterangan dari langkah-langkah yang terdiri pada gambar diatas adalah sebagai berikut:

1. **Pengumpulan Data**

   Pada pengumpulan data ini dibagi menjadi dua pengumpulan data, yaitu observasi dan wawancara.

   a. **Observasi**

      Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara pengamatan obyek penelitian secara langsung di PT. Lintas Dunia Tour & Travel.

   b. **Wawancara**

      Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pihak *Marketing Manager* PT. Lintas Dunia.

   c. **Studi Literatur**

      Pada tahap ini peneliti mengumpulkan teori-teori yang berhubungan dengan *Customer Relationship Management* yang akan dibahas dalam penelitian ini melalui buku-buku, internet dan jurnal ilmiah yang berkaitan dengan *Customer Relationship Management.*

2. **Analisis Sistem**

   Pada tahap ini dilakukan analisis sistem *Customer Relationship Management* yang meliputi sub tahapan berikut ini.

   a. **Analisis Masalah**

      Tahap ini merupakan sebuah asumsi dari masalah yang akan diuraikan dari hasil sebuah penelitian.

   b. **Analisis Aturan Bisnis**

      Analisis aturan bisnis yang dimaksud merupakan aturan bisnis yang sedang berjalan di PT. Lintas Dunia seperti kondisi, syarat dan ketentuan untuk pelanggan.

c. Analisis Arsitektur CRM

Analisis arsitektur *Customer Relationship Management* dimana pada tahap ini meliputi tahap-tahap yang digunakan dalam aplikasi yang akan dibangun dengan menggunakan *framework Dynamic* CRM. Pada *Dynamic* CRM ini terdapat tiga tahapan,di antara nya adalah sebagai berikut:

1) Relationship Phase

Pada tahap *relationship phase* ini dibagi lagi menjadi tiga tahapan, diantarnya adalah sebagai berikut:

a) Acquisition

Merupakan tahapan yang digunakan untuk menarik minat calon pelanggan baru agar tertarik untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

b) Retention

Merupakan tahapan yang digunakan untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

c) Expansion

Merupakan tahap yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan agar terus menerus menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

2) Dynamic Relationship Management

Dynamic Relationship Management terbagi lagi kedalam tiga tahapan, diantaranya adalah sebagai berikut:

a) Relationship Initation

Pada tahap ini, perusahaan menyediakan data-data yang dibutuhkan untuk dilakukan rekomendasi produk, yaitu berupa data paket tour.

b) Relationship Value Analysis

Pada tahap ini akan dilakukan rekomendasi produk dengan menggunakan metode MBA dan penentuan harga paket tour dengan metode ABC.

c) Relationship Positioning

Tahap ini merupakan tahap yang digunakan untuk menindaklanjuti rekomendasi produk yang akan dilakukan pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini akan dilakukan analisis penentuan jenis promosi dan akan dilakukan analisis arsitektur. *mail server* yang akan digunakan sebagai media penyampaian informasi kepada pelanggan.

3) Customer Information Type

Merupakan tipe-tipe informasi pelanggan. pada tahap ini terdapat tiga informasi pelanggan, diantaranya: o*f-the-customer information, for-the-customer information* dan *by-the-customer information*.

4. Perancangan sistem

Proses menangkap kebutuhan pada tahap sebelumnya untuk perancangan sistem yang akan dibangun.

5. Implementasi sistem

Pada tahap ini merupakan penerapan dari hasil perancangan ke dalam bahasa pemrograman.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penulisan tugas akhir yang akan dilakukan. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas uraian mengenai latar belakang masalah yang diambil, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai tinjauan umum mengenai PT Lintas Dunia dan pembahasan berbagai konsep dasar mengenai Sistem Informasi Customer Relationship Management dan teori-teori pendukung lainnya yang berkaitan dengan topik pembangunan perangkat lunak.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi analisis kebutuhan dalam membangun aplikasi ini, analisis sistem yang sedang berjalan pada aplikasi ini sesuai dengan metode pembangunan perangkat lunak yang digunakan, selain itu juga terdapat perancangan antarmuka untuk aplikasi yang dibangun sesuai dengan hasil analisis yang telah dibuat.

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Bab ini membahas implementasi dalam bahasa pemograman yaitu implementasi kebutuhan perangkat keras dan perangkat lunak, implementasi basis data, implementasi antarmuka dan tahap-tahap dalam melakukan pengujian perangkat lunak.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas tentang kesimpulan yang sudah diperoleh dari hasil penulisan tugas akhir dan saran mengenai pengembangan aplikasi untuk masa yang akan datang.