

PERANCANGAN SISTEM *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)* BERBASIS WEB STUDI KASUS: MIKA TOUR INDONESIA

Luthfiah Musa'ad¹⁾, Yuliazmi²⁾

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
E-mail : luthfiamusaad@gmail.com¹⁾, yuliazmi@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Mika Tour Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pariwisata, khususnya bidang Tour & Travel dimana keberhasilan perusahaan tak hanya terletak pada produk dan jasa yang ditawarkan melainkan juga dari sejauh mana perusahaan mampu menjalin hubungan dengan pelanggannya dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Perusahaan bersaing dalam mendapatkan pelanggan ataupun mempertahankan pelanggan yang setia. Hal ini dapat diwujudkan dengan mengaplikasikan model Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) yaitu strategi bisnis mengenai layanan dan software berbasis website yang didesain untuk meningkatkan keuntungan, pendapatan perusahaan dan kepuasan pelanggan. Dalam pembuatan software ini menggunakan bahasa pemrograman laravel dan database yang digunakan yaitu MySQL Front. Pada dasarnya perusahaan belum maksimal dalam menerapkan Customer Relationship Management sehingga sulit untuk mengetahui hasil dari kinerja kerja selama ini. Salah satu faktornya adalah karena sulitnya meningkatkan jumlah pelanggan baru dan melayani komplain pelanggan masih belum maksimal. Untuk itu tujuan dari penulisan yaitu merancang sebuah sistem berbasis website yang dapat mendukung Customer Relationship Management perusahaan, sehingga hasil dari penelitian ini dapat menyelesaikan masalah yang dialami pada Mika Tour Indonesia.

Kata kunci: *Electronic Customer Relationship Management, e-CRM, Tour dan Travel.*

1. PENDAHULUAN

Dengan semakin bertambahnya ilmu teknologi informasi yang sangat cepat telah membawa pengaruh besar bagi banyak perusahaan terutama perusahaan tour dan travel. Dalam perkembangannya merupakan salah satu perusahaan Mika Tour Indonesia yang saat ini dalam memberikan informasi terhadap pelanggan masih menggunakan brosur sehingga memerlukan biaya lebih untuk mencetak brosur, serta pelanggan tidak mendapatkan informasi yang detail untuk melihat paket wisata, fasilitas dan biaya-biaya untuk tujuan yang diinginkan.

Dalam memberikan pelayanan yang melihat dari berbagai sudut biaya merupakan suatu hal yang paling penting sebagai bentuk kepuasan terhadap pelanggan. Jika pelanggan dapat memprediksikan biaya yang di miliki dengan kesesuaian fasilitas yang didapat dari jasa tour dan travel ini , maka pelanggan akan merasakan kepuasan pelayanan pada Mika Tour Indonesia. Pada Mika Tour Indonesia terdapat permasalahan seperti Cara mempromosikan paket tour kurang memadai, karena masih menggunakan brosur yang lama terupdate, Calon pelanggan tidak mengetahui testimonial dari pelanggan mika tour karena penyampaian testimonial masih melalui pesan singkat, Komplain pelanggan tidak tersimpan dengan baik, karena dalam penyampaian komplain hanya melalui lisan, Pelanggan sulit untuk mengetahui produk yang tersedia pada perusahaan dikarenakan kurangnya informasi.

Penulis menganalisa tentang pengaplikasian CRM ini karena ingin mengetahui lebih dalam sejauh mana perusahaan Mika Tour Indonesia dalam

menggunakan atau memanfaatkan teknologi sebagai proses bisnis, dan melakukan pendekatan terhadap pelanggan dan meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan.

Ada beberapa tujuan penulisan dalam membuat analisa dan perancangan *Customer Relationship Management* kepada pelanggan seperti merancang aplikasi Customer Relationship Management yang memiliki fitur pelayanan terbaru mengenai Mika Tour Indonesia, analisa masalah yang dihadapi Mika Tour Indonesia khususnya pelayanan terhadap pelanggan, Upaya meningkatkan pelayanan perusahaan Mika Tour Indonesia, dapat menghasilkan suatu sistem mengenai testimonial pelanggan guna untuk penilaian kepuasan pelanggan, suatu rancangan sistem promo paket wisata guna memudahkan perusahaan dalam upaya mengelola promo yang ingin diberikan kepada pelanggan.

Sedangkan manfaat penelitian ini seperti memudahkan pelanggan dalam mengakses informasi yang diperlukan dan juga dalam pendaftaran tour paket wisata, meningkatkan mutu kualitas perusahaan agar dapat bersaing dengan tour dan travel lainnya, membantu perusahaan dalam memberikan promo kepada pelanggan sehingga lebih efektif dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, hasil penelitian dapat digunakan oleh Mika Tour Indonesia sebagai sarana untuk menjalin hubungan yang berkelanjutan antara pihak perusahaan dan pelanggan yang sudah melakukan perjalanan.

Dalam hal ini penerapan *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* akan sangat membantu perusahaan dalam menjalani proses

mengumpulkan informasi untuk menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. *Customer Relationship Management* (CRM) sendiri merupakan landasan utama dari *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) ditekankan pada penggunaan media elektronik online dan offline untuk mengelola data pelanggan.

Dengan dirancangnya web tersebut maka akan mempermudah pelanggan dalam mencari paket wisata dan melakukan pemesanan sesuai dengan biaya yang diinginkan, serta akan menambah pelanggan baru untuk menggunakan jasa tour pada Mika Tour Indonesia. pelanggan dapat menggunakan sistem pelayanan yang dibuat sehingga tidak memerlukan waktu dan biaya yang lebih hanya untuk mendapatkan informasi layanan tentang paket wisata dari jasa tour dan travel pada Mika Tour Indonesia.

Sistem memiliki karakteristik yaitu komponen sistem, batasan sistem, lingkungan luar sistem, penghubung sistem, masukan sistem, keluaran sistem, pengolahan sistem, dan sasaran sistem. [1]

CRM merupakan “Proses mengelola semua aspek interaksi perusahaan dengan customer termasuk pencarian customer, penjualan, layanan. Aplikasi *Customer Relationship Management* berusaha memberikan pemahaman serta meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan customer dengan menggabungkan semua pandangan tentang interaksi customer menjadi satu gambaran”. [2]

E-CRM adalah strategi bisnis yang menggunakan teknologi informasi yang memberikan perusahaan suatu pandangan pelanggannya secara luas, dapat diandalkan dan terintegrasi sehingga semua proses dan interaksi pelanggan membantu dalam mempertahankan dan memperluas hubungan yang menguntungkan secara bersamaan. [3]

Penelitian dalam jurnal yang berjudul Analisis dan Perancangan Sistem e-CRM pada PT Paramitra Media Perkasa. Tujuan utama penelitian ini yaitu memberikan solusi terhadap masalah yang ada pada perusahaan, seperti membantu perusahaan untuk menjaga hubungan dengan konsumen. Sehingga meningkatkan pelayanan perusahaan kepada pelanggan. [4]

Penelitian dalam jurnal yang berjudul Analisa dan Rancang Bangun *Customer Relationship Management* Pada BKAD Kecamatan Margorejo Kabupaten Pati. BKAD membutuhkan suatu sistem yang mampu. Hasil dari penelitian ini yaitu bagaimana merancang bangun *Customer Relationship Management* pada BKAD agar sistem yang dibuat bisa berfungsi dengan baik bagi masyarakat yang membutuhkan informasi, mengumpulkan data, mengelola dan menampilkan informasi untuk meningkatkan pelayanan kepada seluruh masyarakat yang membutuhkan BKAD. [5]

Penelitian yang dilakukan oleh Sigit Pratekto dalam jurnal Rancang Bangun CRM (*Customer Relationship Management*) Berbasis Web Dan SMS

Gateway Pada Percetakan PT. Puri Kreasi. Hasil dari penelitian tersebut yaitu membangun sebuah sistem informasi CRM (*Customer Relationship Management*) berbasis web, yang digunakan untuk membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. [6]

2. METODE PENELITIAN

Berikut ini merupakan urutan langkah penelitian yang dilakukan dalam kegiatan analisa dan perancangan di Mika Tour Indonesia. Terdapat pada Gambar 1. *Metode Penelitian*.



Gambar 1. *Metode Penelitian*

Penjelasan Metode Penelitian:

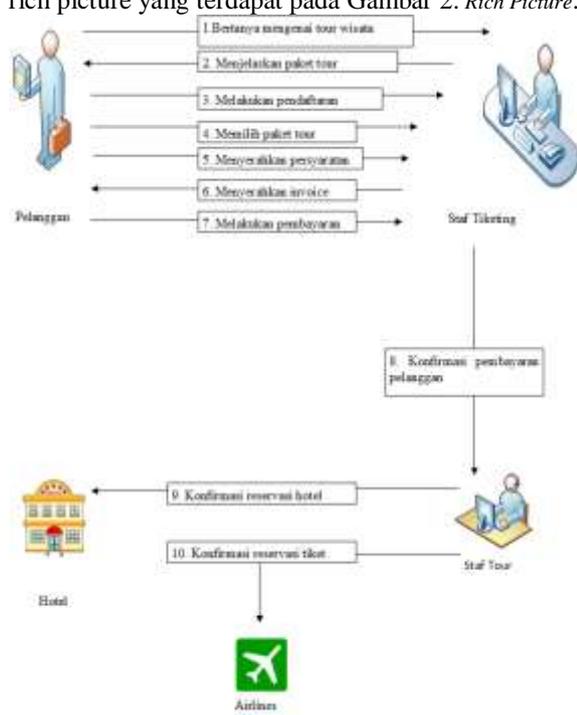
1. Wawancara dengan Ibu Sri Nuryati Maemanah selaku Manager Mika Tour Indonesia (PT. Usaha Wisata Mandiri) yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan untuk melakukan riset di tempat tersebut dan dapat diwawancarai.
2. Observasi lapangan dilakukan di Mika Tour Indonesia (Univ. Budi Luhur Area), Jalan Ciledug Raya, RT.10/RW.2, Petukangan Utara, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
3. Dalam Analisa Proses Bisnis menggunakan tools Red Koda dalam membuat *Activity Diagram*.
4. Identifikasi kebutuhan menganalisis semua proses bisnis yang sedang berjalan pada saat ini, data pelanggan, teknik promosi digunakan, dan mengkaji semua informasi terkait fitur yang dibutuhkan dengan proses bisnis.
5. Analisis dokumen berjalan yang digunakan *Invoice* perjalanan paket tour, Laporan Top Paket, Laporan Testimonial serta Laporan Top Pelanggan.
6. Hasil identifikasi masalah pada proses bisnis berjalan digambarkan dengan fishbone diagram, dimana pada diagram tersebut akan terlihat sebab akibat terjadinya masalah. Menganalisa masalah berdasarkan hasil wawancara dan dokumen yang berkaitan, yang kemudian digambarkan ke dalam rich picture. Hasil identifikasi kebutuhan digambarkan dengan menggunakan model data dengan *Use Case Diagram* dan *activity diagram*. Menggambarkan model sistem dengan ERD kemudian ditransformasi menjadi LRS.

7. Membuat rancangan sistem dengan membuat prototype *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisa dan Proses Bisnis

Pada tahap ini analisa proses bisnis yang sedang berjalan pada Mika Tour Indonesia berdasarkan wawancara dan observasi yang telah dilakukan penulis secara langsung, dan digambarkan dengan rich picture yang terdapat pada Gambar 2. *Rich Picture*.



Gambar 2. Rich Picture

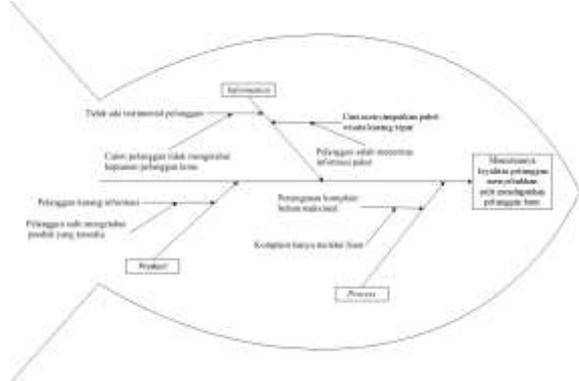
Uraian proses bisnis:

1. Calon Pelanggan bertanya mengenai paket tour wisata
2. Divisi tiketing menjelaskan daftar paket wisata beserta harga dan fasilitas yang tersedia
3. Calon pelanggan melakukan pendaftaran
4. Lalu calon pelanggan memilih perjalanan paket wisata
5. Calon pelanggan menyerahkan berkas persyaratan yang dibutuhkan
6. Divisi tiketing akan membuat invoice sebagai tagihan keseluruhan paket wisata yang harus dibayar calon pelanggan.
7. Setelah menerima invoice, calon pelanggan melakukan pembayaran sesuai dengan jumlah nominal yang tertera
8. Setelah semua proses dilakukan oleh calon pelanggan dan paket wisata telah memenuhi kuota, maka divisi tiketing menginformasikan kepada divisi tour untuk melakukan reservasi
9. Divisi tour melakukan reservasi hotel
10. Divisi tour melakukan reservasi tiket pesawat untuk calon pelanggan sesuai dengan tanggal keberangkatan.

3.2. Analisa Sistem Usulan

a. Fishbone Diagram

Berikut adalah fishbone diagram pada Mika Tour Indonesia berdasarkan masalah-masalah yang ada. Dapat dilihat pada Gambar 3. *Fishbone* sebagai berikut ini:



Gambar 3. Fishbone

Berikut penjelasan gambar fishbone diatas :

1. Faktor Information
 - a. Cara menyampaikan paket wisata kurang memadai sehingga paket tour pada brosur lama terupdate
 - b. Cara menyampaikan testimonial masih menggunakan pesan singkat sehingga calon pelanggan tidak mengetahui testimonial pelanggan.
2. Faktor Product
 - 1) Pelanggan sulit mengetahui produk yang tersedia, pelanggan kurang informasi.
3. Faktor Process

Penyampaian komplain pelanggan hanya melalui lisan, komplain pelanggan tidak tersimpan dengan baik.

b. Analisis As Is system dan To Be System dengan Tahapan CRM

Setelah melakukan wawancara kepada pihak terkait, Mika Tour Indonesia. Mendapatkan analisis *As Is System* dan *To Be System* dengan tahapan CRM. Dapat dilihat pada Tabel 1. *As Is* dan *To Be System*.

Tabel 1. *As Is* dan *To Be System*

	Aquire (Mendapatkan)	
	(as is system)	(to be system)
Mekanisme	Membuat brosur paket wisata	Menggunakan website sebagai media promosi paket wisata pelanggan
People	Staf mencetak brosur	Adanya fitur entry yang mana bisa sebagai media untuk promosi bagi perusahaan
Process	Staf membuat brosur yang berisi paket wisata	Menawarkan paket wisata terbaru melalui website kepada calon pelanggan

	pelanggan lalu mencetak brosur	
Technology	Internet dan komputer	Website yang menyediakan fitur paket wisata beserta promo yang terupdate

Technology	Komputer	Website yang menyediakan fitur testimonial pelanggan
------------	----------	--

	Enhance (Meningkatkan)	
	(as is system)	(to be system)
Mekanisme	Menerima komplain pelanggan melalui telpon dan pencatatan	Adanya fitur komplain pelanggan yang dapat menjadi wadah pelanggan untuk menyampaikan komplain
People	Pelanggan telpon perusahaan untuk menyampaikan komplain	Staf standby membuka menu admin untuk melihat apakah ada notifikasi masuk tentang komplain pelanggan
Process	Staf menerima komplain pelanggan melalui telfon dan mencatatnya	Pelanggan memberikan komplain pada website perusahaan dan staf akan memberi tanggapan komplain
Technology	Komputer	Website yang menyediakan fitur komplain pelanggan

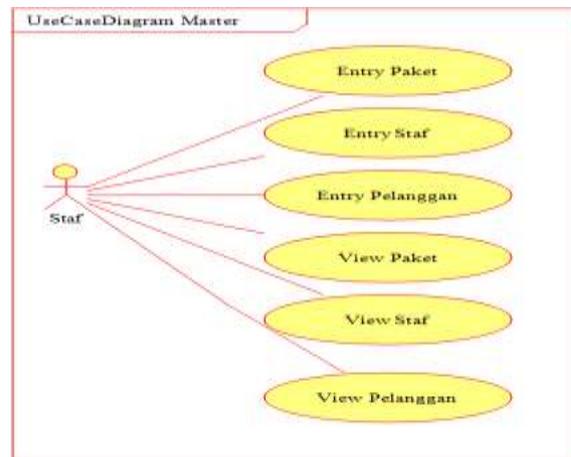
3.3. Use Case Diagram

Pada Use Case Diagram ini menggambarkan sebuah interaksi antara actor dengan sistem yang ada. Use Case Diagram dibuat oleh penulis dan disesuaikan dengan identifikasi kebutuhan yang ada dan dibuat pada tahapan sebelumnya.

a. Use Case Master

Pada Package Master terdapat Entry Paket, Entry Staf, Entry Pelanggan, View Paket, View Staf, View Pelanggan. Terdapat pada

Gambar 4. Use Case Master.

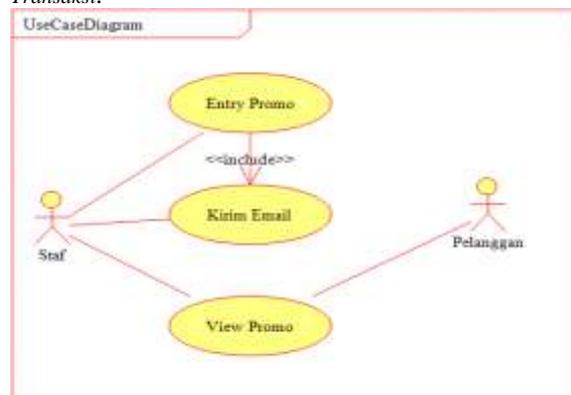


Gambar 4. Use Case Master

	Retain (Mempertahankan)	
	(as is system)	(to be system)
Mekanisme	Belum adanya pendataan testimonial pelanggan	Adanya fitur testimonial pelanggan yang akan diberikan pelanggan setelah melakukan perjalanan
People	Penyampaian testimonial pelanggan hanya melalui lisan	Staf standby membuka menu admin untuk melihat apakah ada notifikasi masuk tentang testimonial pelanggan
Process	Staf menerima testimonial pelanggan melalui telpon	Pelanggan memberikan testimonial pada website perusahaan setelah melakukan perjalanan

b. Use Case Transaksi

Pada Use Case Diagram Package Promo terdapat Use Case Diagram Entry Promo, include dengan Use Case Diagram Kirim Email dan Use Case Diagram View Promo. Seperti pada Gambar 5. Use Case Transaksi.



Gambar 5. Use Case Transaksi

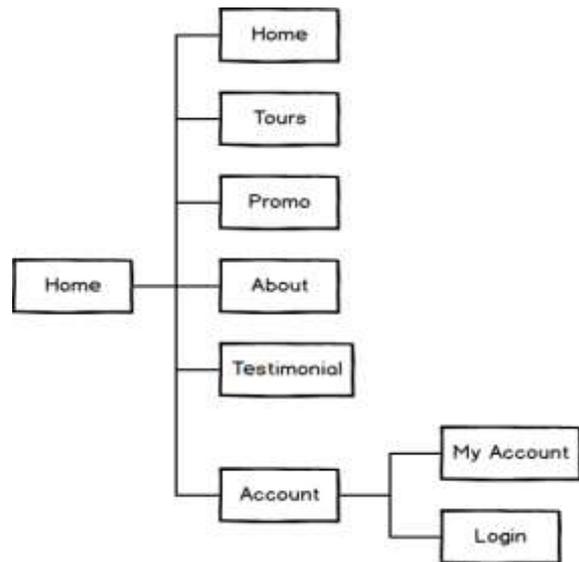
c. Use Case Laporan

Pada Use Case Diagram Package terdiri dari Use Case Diagram Laporan Top Pelanggan, Use Case

Diagram Laporan Top Paket dan Use Case Diagram Laporan Testimonial. Seperti pada gambar Gambar 6. Use Case Laporan.



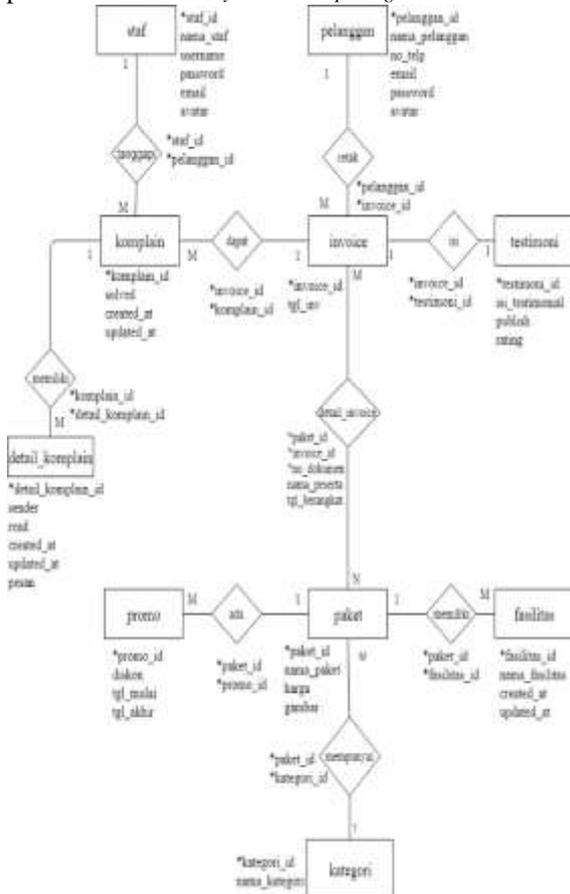
Gambar 6. Use Case Laporan



Gambar 8. Struktur Menu

3.4. Pemodelan Data

Penulis menggunakan Entity Relationship Diagram (ERD) untuk pemodelan data. Terdapat pada Gambar 7. Entity Relationship Diagram.



Gambar 7. Entity Relationship Diagram

3.5. Desain User Interface

a. Struktur Menu

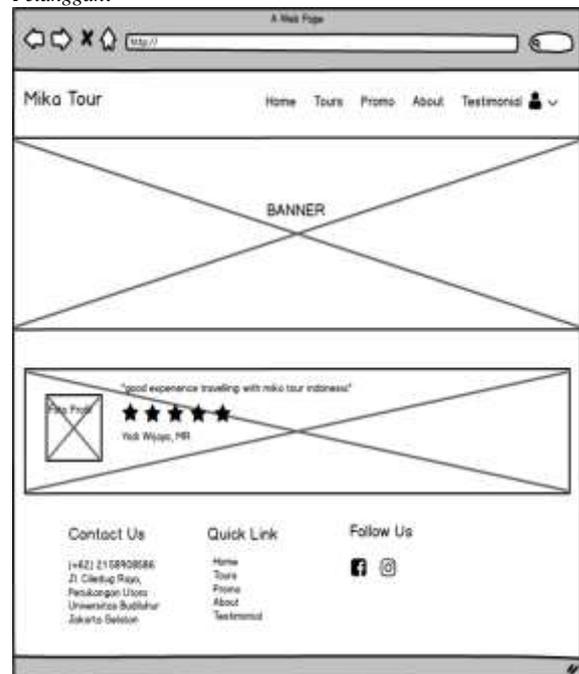
Dalam struktur tampilan ini menggambarkan fitur apa saja yang ada pada website dan dapat diakses oleh user. Seperti pada Gambar 8. Struktur Menu.

b. Rancangan Layar

Berikut gambar rancangan layar yang terdapat pada website:

1) Rancangan Layar Menu Home Pelanggan

Menggambarkan rancangan layar menu home pelanggan pada saat pelanggan mengakses website dan menampilkan beberapa fitur yang tersedia. Seperti pada Gambar 9. Rancangan Layar Menu Home Pelanggan.



Gambar 9. Rancangan Layar Menu Home Pelanggan

2) Rancangan Layar Entry Paket Staf

Menggambarkan rancangan layar entry paket wisata pelanggan yang diinput oleh staf. Seperti pada Gambar 10. Rancangan Layar Entry Paket Staf.



Gambar 10. Rancangan Layar Entry Paket Staf

3) Rancangan Layar Laporan Top Paket

Pada rancangan layar laporan top paket menggambarkan staf dapat memilih waktu laporan periode. Seperti pada Gambar 11. Rancangan Layar Laporan Top Paket.



Gambar 11. Rancangan Layar Laporan Top Paket

4) Rancangan Layar Dokumen Keluaran

Menggambarkan dokumen keluaran yang berisi invoice pelanggan setelah melakukan transaksi. Terdapat pada Gambar 12. Rancangan Layar Dokumen Keluaran.



Gambar 12. Rancangan Layar Dokumen Keluaran

3.6. Kolerasi Masalah dan Solusi

Pada table 2 merupakan penjelasan korelasi permasalahan dengan solusi yang disediakan.

Tabel 2. Kolerasi Masalah dan Solusi

No	Masalah	Penyebab	Solusi
1.	Cara menginputkan paket wisata kurang akurat	Paket wisata tidak tertera secara terpadu	Adanya data paket yang telah di entry oleh staf dan diinputkan ke dalam sistem perusahaan
2.	Cara memonitoring/menggunakan proses kurang	Tidak pelanggan tidak menggunakan testimoni pelanggan	Adanya fitur untuk testimoni yang akan ada di website
3.	Pelayanan staf menggunakan produk yang kurang	Pelayanan kurang informasi	Dengan adanya media perusahaan akan meningkatkan bagi perusahaan untuk memonitoring produk yang ada
4.	Pengawasan komplain pelanggan kurang akurat	Komplain pelanggan tidak menggunakan dengan baik	Adanya fitur entry komplain yang akan ada di website

4. KESIMPULAN

Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan, maka terdapat beberapa kesimpulan yaitu; Dengan adanya fitur yang terdapat pada E-CRM berupa entry data paket dan juga promosi pelanggan yang diharapkan dapat memberikan kemudahan dan keakuratan dalam mendapatkan informasi paket terbaru oleh pelanggan, kemudian tidak adanya testimonial pelanggan lama sehingga perusahaan sulit untuk menarik pelanggan baru, dengan adanya website perusahaan, dapat memudahkan pelanggan dan calon pelanggan mengetahui informasi jasa/produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan perusahaan yang belum maksimal dalam penanganan komplain dikarenakan komplain pelanggan yang belum terdokumentasi. Adanya fitur yang E-CRM yang dapat mendokumentasikan komplain pelanggan sehingga mempermudah staf perusahaan dalam menangani keluhan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Iskandar, N. and Juandy, Y., "Analisis Sistem Informasi Akuntansi Pendaftaran, Pemeriksaan, Pembelian dan Pembayaran Di Elim Medical Center", *Media Informatika*, vol. 14, no. 2, pp.43-63, 2015.

[2] Ladjamudin, Al-Bahra, "Analisis dan Desain Sistem Informasi", Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

[3] Darudiato, Suparto, *et all*, "Analisis dan Perancangan Sistem Aplikasi Customer Relationship Management Berbasis Web (Studi Kasus: PT. Fajar Buana

- International)”, *Seminar Nasional. Aplikasi Teknologi Informasi 2006(SNATI 2006)*, 17 Juni 2006, pp. E61–E66, 2006.
- [4] Siswono, S., Liem, J., and Prasetyo, A., “Analisis dan Perancangan Sistem eCRM pada PT Paramitra Media Perkasa”, *Journal The Winners*, vol. 6, no. 2, pp. 95-104, September 2005.
- [5] Sudiati, L. E. and Purwanto, D., “Analisa dan Rancang Bangun Customer Relationship Management Pada BKAD Kecamatan Margorejo Kabupaten Pati”, *Journal Speed – Sentra Penelitian. Engineering dan Edukasi*, vol.9, no.3, pp. 40–46, 2017.
- [6] Pratekto, Sigit, Fitriansyah, Hendra and Irfani, M. Havis, "Informasi, “Rancang Bangun CRM (Customer Relationship Managemen) Berbasis Web Dan SMS Gateway Pada Percetakan PT. Puri Kreasi”, *STIMIK MDP Business School*, pp. 1–11, Februari 2015.