

PERANCANGAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA SISTEM INFORMASI PARIWISATA LOMBOK

Tri Yulianti¹⁾, Lailatul Mufarokhah²⁾, Sigit Setiyanto³⁾, Arwendra Adi Putra⁴⁾ Didi Apriansa⁵⁾

Magister Teknik Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta
Jl. Ring Road Utara CondongCaturDepokSleman Yogyakarta
email : triyulianti00@gmail.com¹⁾

Abstrak

Sistem informasi pariwisata lombok merupakan website yang memberikan informasi pariwisata yang ada dilombok yang meliputi tempat wisata, paket tour, reservasi hotel, festival budaya lombok dan lain-lain. Maka diterapkannya konsep Customer Relationship Management (CRM) yang mendukung layanan terhadap para pengunjung baik dari domestic maupun mancanegara sehingga sistem mampu meningkatkan nilai transaksi dan mempertahankan loyalitas pelanggan, dan dapat memenuhi kebutuhan informasi secara cepat.

Kata kunci :

Sistem, informasi, CRM, pariwisata

1. Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis saat ini menuntut perusahaan para pelaku bisnis untuk selalu memuaskan konsumennya. Begitu pula pada sector pemerintahan Badan Promosi Pariwisata Lombok dituntut untuk memperkenalkan daerahnya kepada masyarakat luas baik domestic maupun mancanegara. Oleh sebab itu Badan Promosi Pariwisata Lombok membuat Sistem Informasi Pariwisata Lombok. Tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana Sistem Informasi Pariwisata Lombok tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan dari pelanggan. Penelitian dilakukan pada website promosi Lombok. Oleh karena itu diperlukan suatu strategi dalam menjalankan proses bisnis yang mengoptimalkan promosi, transaksi dan pelayanan dengan Customer Relationship Management

2. TinjauanPustaka

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[2].

Siklus CRM yang terdiri dari proses Acquire – Retain – Expansion [1], masing - masing fase dalam siklus

tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Acquire, proses acquiring a new relationship adalah untuk mendapatkan customer baru yang dapat

diwujudkan dalam berbagai strategi. Kata kunci yang dikaitkan dengan fase ini adalah diferensiasi, inovasi, dan kenyamanan (convenience).

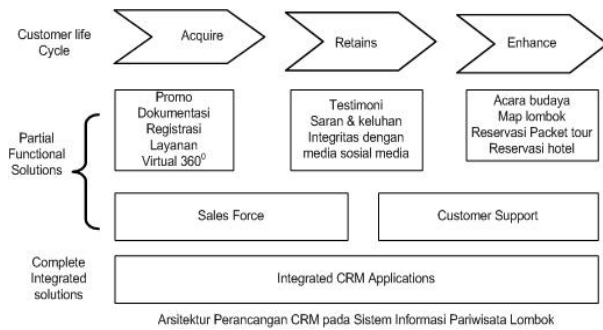
- b. Retain, retaining customer relationship adalah fase dimana organisasi melakukan strategi untuk mempertahankan pelanggan dengan cara peningkatan pelayanan. Customer retention menjadi strategi yang penting bagi perusahaan karena pilihan bagi Customer semakin banyak yang di ciptakan oleh banyak organisasi penyedia layanan (competitor). Kata kunci yang diasosiasikan dengan fase ini adalah adaptability, listening, dan Responship.
- c. Enhance, adalah masa untuk membina hubungan baik yang telah ada dengan pelanggan, dengan selalu mendengar keinginan pelanggan dan melayaninya dengan baik, terciptanya customer yang loyal terhadap produk/layanan organisasi. Beberapa kata kunci yang di asosiasikan dengan fase ini adalah loyalty, reduce cost, dan customer service

Prinsip dasar CRM yaitu berupa pengambilan data profile dari semua pelanggan dan memberikan informasi yang sesuai kepada pelanggan berupa informasi tentang Customer History, kebutuhan-kebutuhan pasar dan isu-isu seputar perkembangan pasar [4]. Tujuan CRM Secara umum tujuan dari strategi penerapan CRM adalah untuk mengembangkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan, diantaranya adalah [3]:

- a. Mengalihkan pelanggan dengan layanan mandiri berbasis web
- b. Profitabilitas pelanggan
- c. Efisiensi operasional
- d. Peningkatan kepuasan klien

3. MetodePenelitian

Sistem yang dirancang untuk memenuhi tahap CRM pada website pariwisata lombok adalah:



Gambar 1. Analisa Customer Relationship Management

Tahap Acquire : dilakukan melalui promosi diberbagai event dengan memberikan paket tour yang menarik serta hotel yang disediakan. Pengunjung dapat melihat fasilitas seputar Lombok dengan danya video virtual 360°. Hal ini ditujukan untuk menarik para pengunjung untuk datang ke lombok. Pengunjung dapat melakukan registrasi untuk bisa memesan paket tour dan hotel secara online, tentunya hal ini memudahkan pengunjung untuk merencanakan perjalanan wisatanya.

Tahap Retain : Pengunjung dapat memberikan komentar baik itu berupa kritikan dan saran. Dengan adanya fasilitas ini tentunya pihak pariwisata lombok akan meningkatkan pelayanan terhadap pengunjung sehingga hubungan baik tetap terjaga.

Tahap Enhance : Pengunjung dapat mengetahui festival acara apa saja yang akan diadakan dilombok, Adanya fasilitas rute-rute tempat wisata dilombok, Pengunjung dapat melihat fasilitas berupa history serta budaya yang ada dilombok sehingga tertarik ingin datang mengunjungi lombok, Pengunjung juga dapat memilih paket tour yang diinginkan, Pengunjung dapat memesan hotel ang disediakan.

4. Hasil dan Pembahasan

Sistem Informasi Pariwisata Lombok (lomboksumbawa.travel) yang awalnya hanya memiliki proses bisnis promosi, informasi dan dokumentasi.

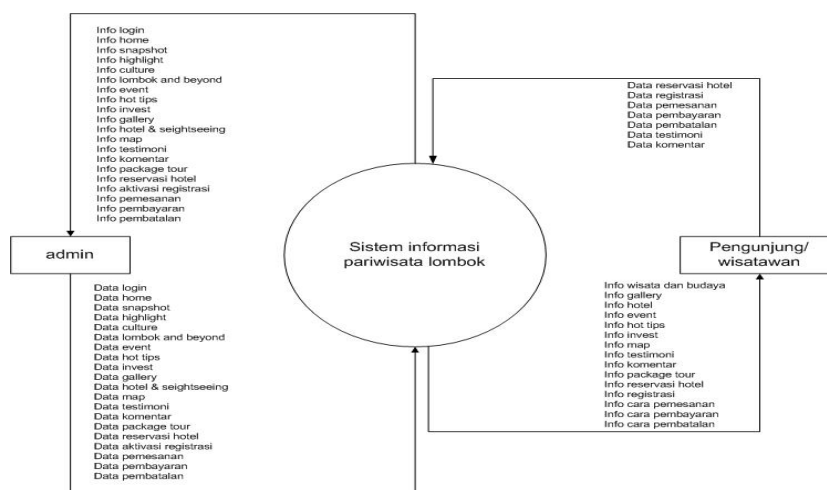
Promotion yaitu Sistem Informasi Pariwisata Lombok mampu memperkenalkan dan mempromosikan kekayaan seni dan budaya pariwisata. Information yaitu pada Sistem Informasi Pariwisata Lombok menyampaikan ke publik tentang informasi, kegiatan, seni budaya pariwisata. Lombok secara global yang akan datang maupun yang sedang berlangsung. Serta wisatawan juga mengetahui informasi mengenai paket tour, travel, dan hotel. Documentation yaitu Sistem Informasi Pariwisata Lombok ini memperlihatkan kepada masyarakat seputar Lombok, seni dan budayanya melalui foto dan video. Dengan adanya pengembangan proses bisnis reservasi yaitu customer dapat melakukan pemesanan tour and travel dan hotel secara online. Sehingga aplikasi ini mencapai Business Process Improvement.

Pengembangan rancangan software untuk mencapai tingkat itu dilakukan dengan prinsip CRM. Prinsip CRM adalah bagaimana customer dapat merasakan sebuah layanan yang diberikan oleh suatu organisasi bisnis, dengan melihat informasi, kebiasaan, kebutuhan customer untuk tetap loyal terhadap organisasi bisnis sehingga memungkinkan terjalinnya hubungan antar keduanya.

Perancangan Sistem Informasi melalui tahapan acquire, retain dan enhance. ne

a. Perancangan Analisis Sistem

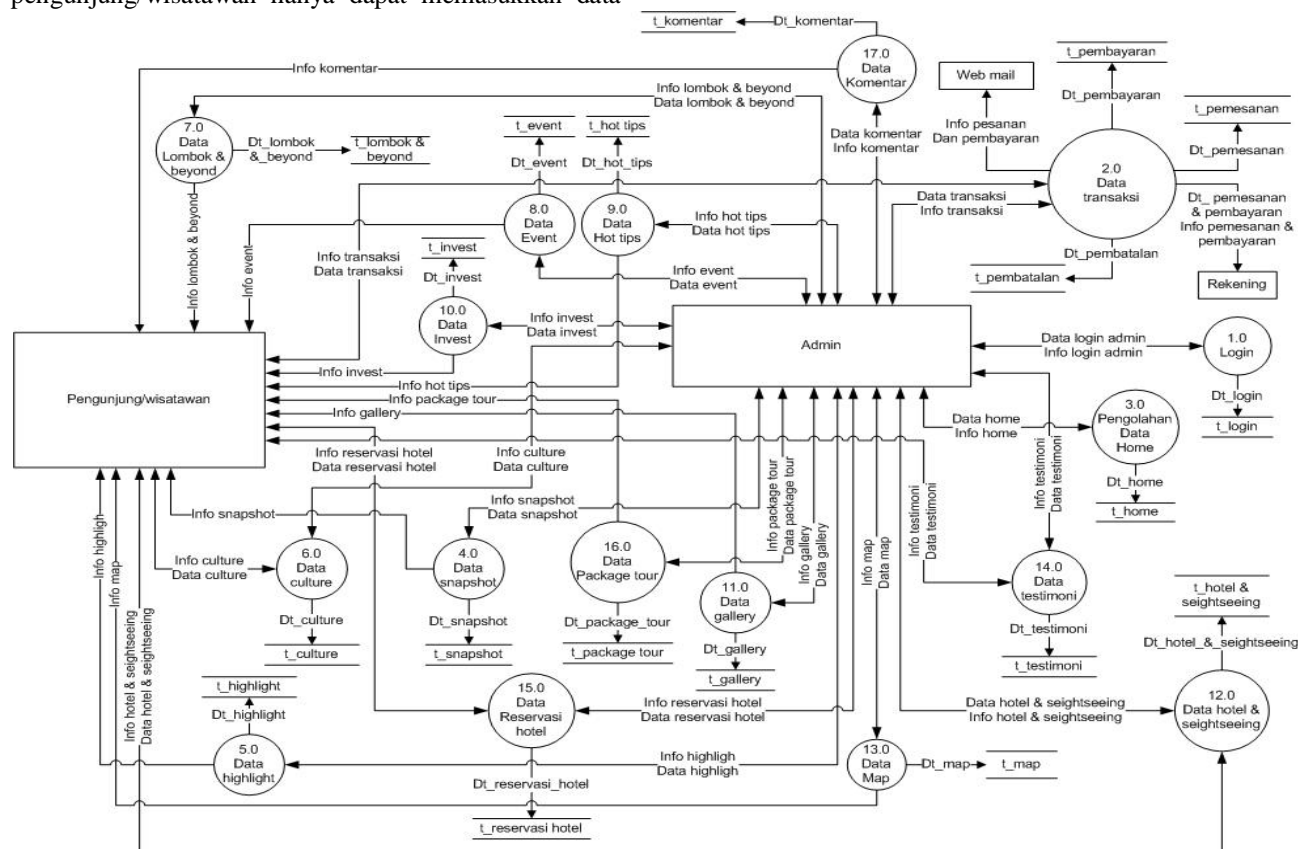
Perancangan analisis sistem yang penulis lakukan adalah dengan menggunakan pendekatan tradisional yaitu Diagram Contex, DFD Level 1 dan ERD. Berikut pada Gambar 2 digambarkan Diagram Contex Usulan Rancangan CRM pada Sistem Informasi Pariwisata Lombok. Pada Gambar 3 digambarkan Data Flow Diagram Level 1 Usulan Rancangan CRM pada Sistem Informasi Pariwisata Lombok. Kemudian pada Gambar 4 digambarkan Entity Relationship Diagram Usulan Rancangan CRM pada Sistem Informasi Pariwisata Lombok.



Gambar 2. Diagram Contex Usulan Rancangan CRM pada Sistem Informasi Pariwisata Lombok

Di dalam diagram konteks untuk system pariwisata Lombok ini terdapat pihak yang akan memberikan data ke sistem yaitu admin dan pengunjung/wisatawan. Pada masing-masing pihak tersebut terdapat perbedaan hak akses yang diberikan untuk menginputkan data ke dalam system pariwisata Lombok tersebut. Sebagai contoh pengunjung/wisatawan hanya dapat memasukkan data

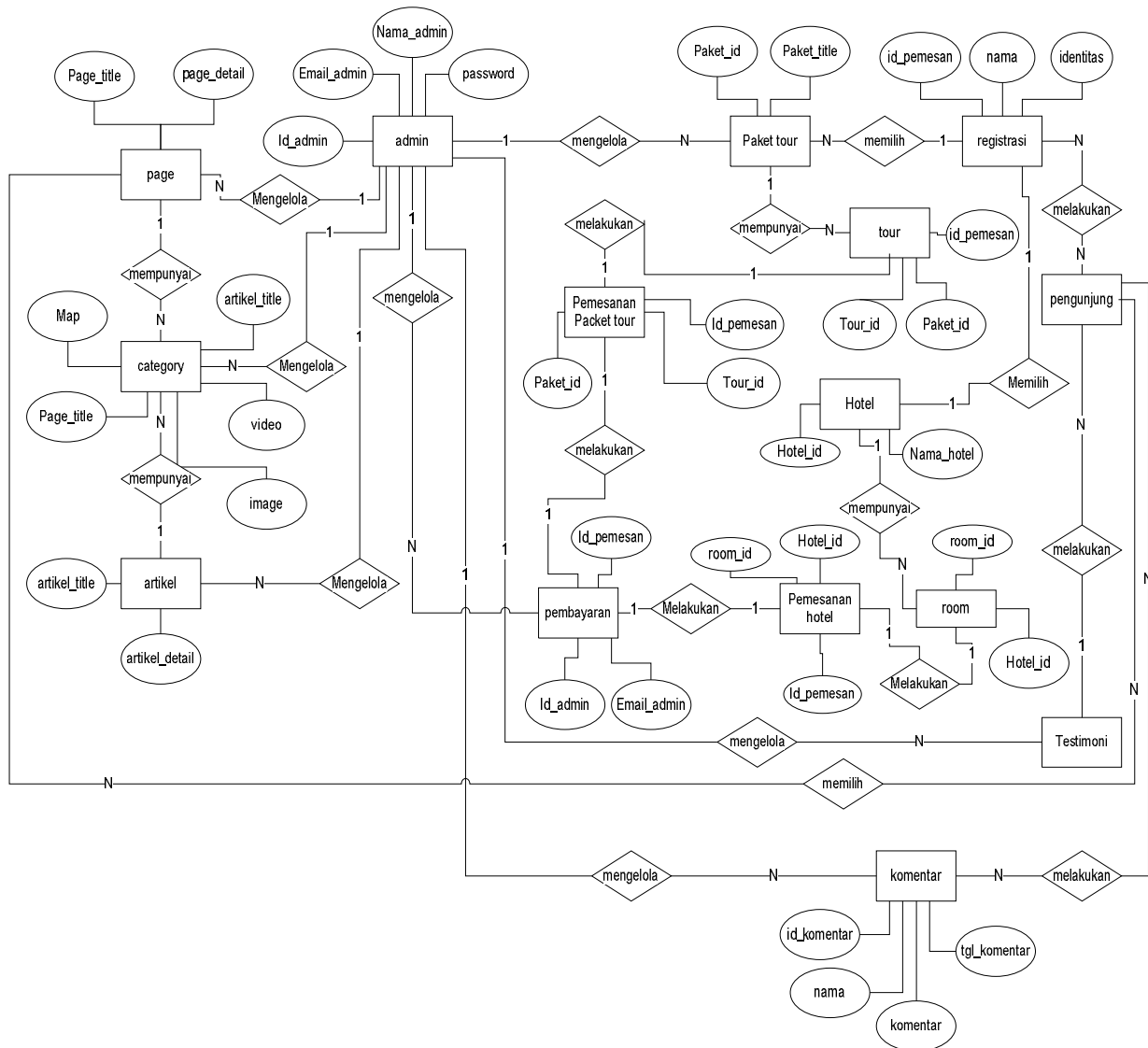
reservasi hotel, registrasi, pemesanan, pembayaran, pembatalan, testimoni, dan komentar berbeda dengan data yang dimasukkan oleh admin ke dalam system. Sesuai dengan data yang dimasukkan oleh masing-masing pihak yang ada maka akan mendapatkan informasi tersebut yang akan diberikan oleh system.



Gambar 3. Data Flow Diagram Level 1 Usulan Rancangan CRM pada Sistem Informasi Pariwisata Lombok

DFD level 1 diatas menjelaskan lebih lanjut jalannya proses data yang ada didalam system pariwisata Lombok tersebut. Seperti contohnya seorang admin yang memasukkan data event kedalam system maka akan langsung diproses oleh system kemudian data yang dimasukkan tersebut akan di simpan dalam table event yang ada didalam database system pariwisata Lombok ini. Setelah data tersebut tersimpan maka seorang admin

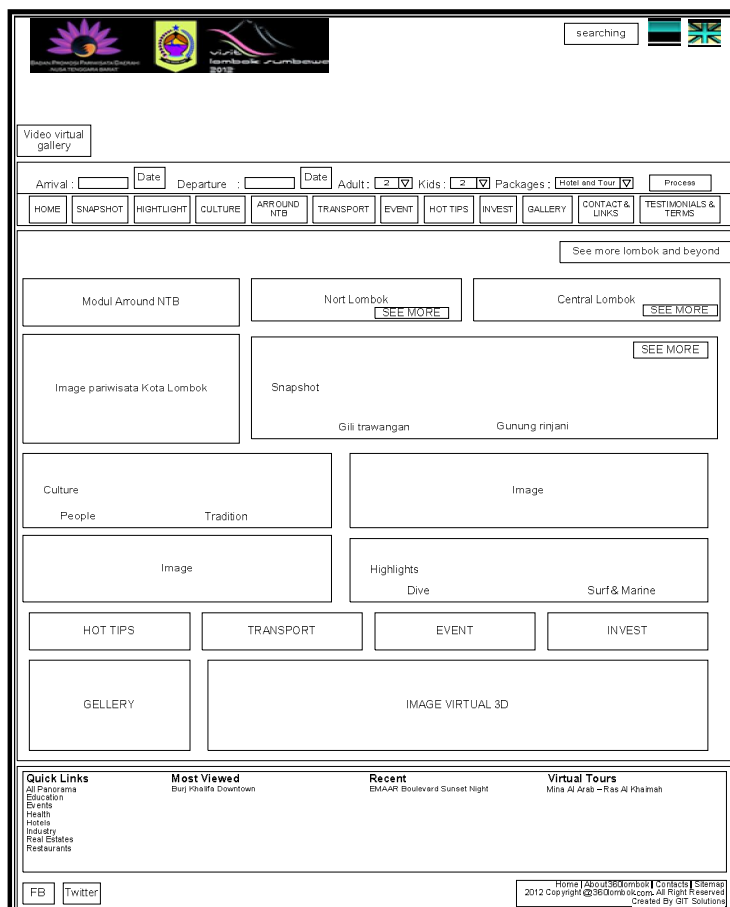
akan mendapatkan informasi data yang telah dimasukkan ke dalam system tersebut. Sesuai dengan alur proses yang ada pada diagram konteks maka seorang pengunjung/wisatawan hanya mendapatkan informasi yang telah dimasukkan oleh admin dari system pariwisata Lombok tersebut.



Gambar 4. Entity Relationship Diagram Usulan Rancangan CRM pada Sistem Informasi Pariwisata Lombok

ERD (Entity Relation Diagram) merupakan suatu model yang menjelaskan hubungan antar data dalam basis berdasarkan objek-objek dasar data yang mempunyai hubungan antar table. Dalam artian semua proses yang ada di ERD saling berhubungan antara satu dengan yang lain. Misalnya pengunjung melakukan

komentar (many to many), dalam proses ini banyak pengunjung dapat menginputkan banyak komentar di Website Pariwisata Lombok, contoh lain adalah admin dalam mengelola komentar (many to many), dalam proses ini banyak administrator dapat mengelola banyak komentar yang di inputkan oleh pengunjung.

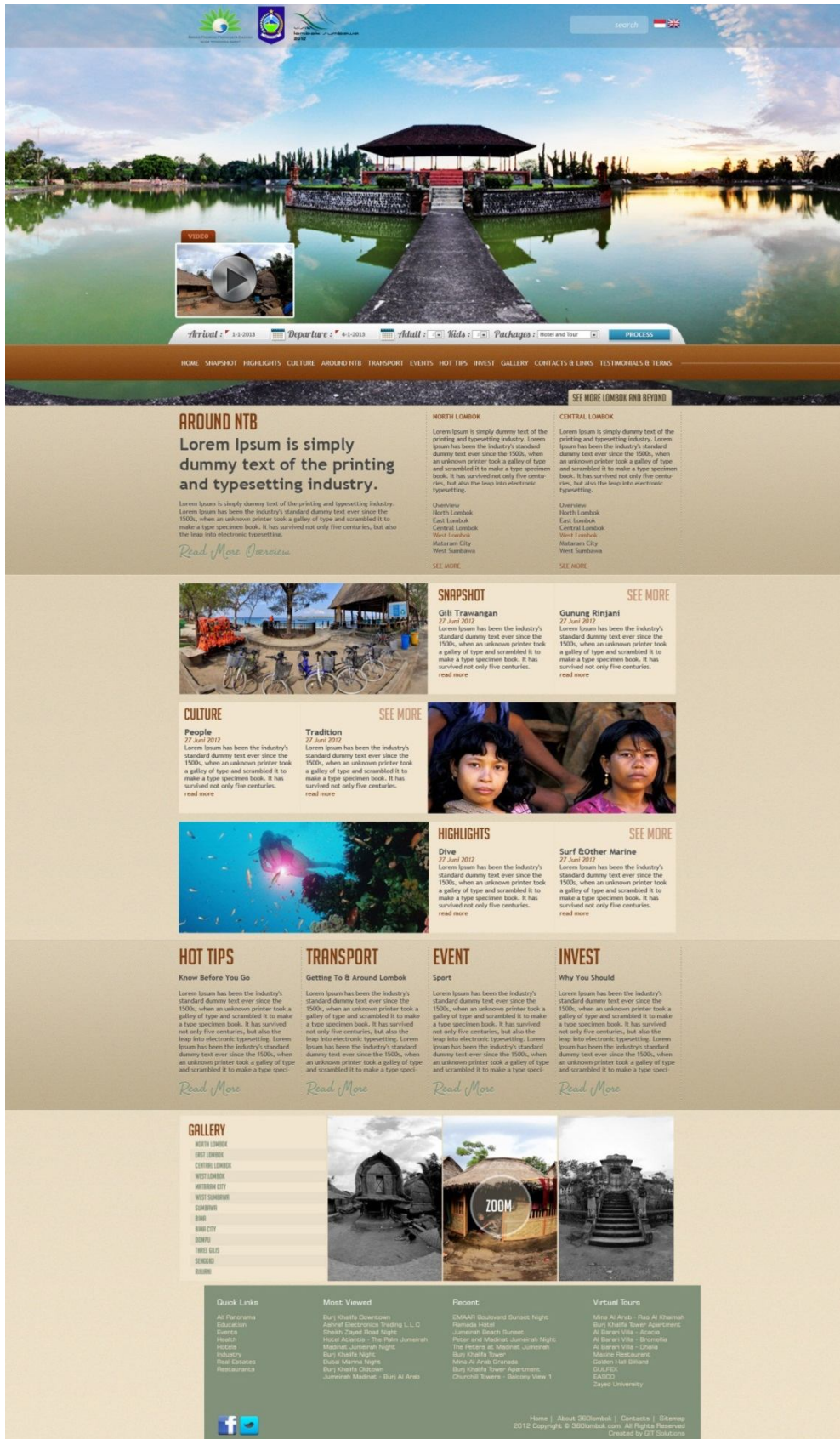


Gambar 5. Desain Perancangan antarmuka pada Rancangan CRM Sistem Informasi Pariwisata Lombok

Perancangan Antarmuka CRM Sistem Informasi Pariwisata Lombok ini memiliki kelebihan tersendiri yaitu sebagai media promosi yang dapat menambah devisa negara maupun penduduk lokal serta dapat mempermudah pengunjung dalam melakukan pemesanan kamar dan paket tour dikarenakan dimanapun pengunjung berada dapat melakukan pemesanan kamar dengan mengakses internet tanpa menunggu lama serta harus datang langsung ke lokasi. Pengunjung juga dapat mengetahui secara jelas mengenai kegiatan budaya dan fasilitas apa saja yang terdapat di Lombok seperti tempat wisata, kuliner dan

tempat olahraga. Sehingga dengan adanya metode CRM ini baik perusahaan dan pengunjung merasa diuntungkan, pengunjung diuntungkan dengan pelayanan yang baik sedangkan badan pariwisata Lombok diuntungkan dengan investasi pendapatan daerahnya yang meningkat. Berikut pada Gambar 5 akan ditunjukkan tampilan interface Halaman 1 Reservasi dari Rancangan CRM Sistem Informasi Lombok. Dan pada Gambar 6 adalah dari Desain Implementasi Rancangan CRM pada Sistem Informasi Pariwisata Lombok

b. Perancangan Antarmuka



Gambar 6. Desain Implementasi Rancangan CRM pada Sistem Informasi Pariwisata Lombok

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Rancangan CRM Sistem Informasi Strategis Lombok ini mampu meningkatkan aplikasi menjadi Business Process Improvement yang memiliki proses bisnis promosi, informasi, dokumentasi dan reservasi. Dimana dalam program ini juga melibatkan partner dicontohkan hotel yang akan diberikan page yang berisi detail, promo dan informasi hotel. Sehingga Rancangan CRM Sistem Informasi Strategis Lombok ini telah memenuhi keseluruhan tahap dari CRM yang diantaranya yaitu Acquire (menarik pengunjung), Retain (mempertahankan pengunjung) dan Enhance (tahap pengembangan).

Saran

Usulan Rancangan CRM Sistem Informasi Pariwisata Lombok ini yang nantinya dapat terintegrasi dengan sosial network serta diharapkan CRM Sistem Informasi Pariwisata Lombok ini dapat menyediakan menu penawaran potensi Investasi bagi user.

Daftar Pustaka

- [1] Budiarmo, Eko dkk, 2008, Analisa Fitur CRM untuk Meningkatkan Kepuasan Pasien, Semnas IF 2008
- [2] Darudianto. S. Dkk, 2006, Analisa dan Perancangan Sistem Aplikasi Customer Relationship Management Berbasis Web, SNATI 2006
- [3] Susilowati, Tri, 2010, Rancang Bangun E-library Berbasis CRM studi kasus SMK Pringsewu, konferensi nasional sistem dan informatika 2010
- [4] Yahya, Y., 2008, Pengaruh customer Relationship Management (CRM) dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. IlmuKomputer.Com diakses tanggal 10 Desember 2012.

BiodataPenulis

Tri Yulianti memperoleh gelar SarjanaTeknik (ST), Program Studi Teknik Informatika, lulus tahun 2009. Berstatus dosen tetap di Sekolah Tinggi Teknologi Dumai. Sedang melanjutkan studi Magister Teknik Informatika di AMIKOM Yogyakarta angkatan VIII tahun 2012

Lailatul Mufarokhah memperoleh gelar SarjanaTeknologi Pertanian (STP), Jurusan Teknologi Industri Pertanian FTP UGM lulus tahun 2011. Sedang melanjutkan studi Magister Teknik Informatika di AMIKOM Yogyakarta angkatan VIII tahun 2012

Sigit Setiyanto, memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom), Program Studi Teknik Informatika, lulus tahun 2012. Sedang melanjutkan studi Magister Teknik Informatika di AMIKOM Yogyakarta angkatan VIII tahun 2012

Arwendra Adi Putra memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom), Program Studi Teknik Informatika, lulus tahun 2009. Berstatus sebagai karyawan di PT. Gits Solution di STMIK Amikom Yogyakarta. Sedang melanjutkan studi Magister Teknik Informatika di AMIKOM Yogyakarta angkatan VIII tahun 2012

Didy Apriansa Suryawan, memperoleh gelar Sarjan Komputer (S.Kom), Program Studi Teknik Informatika, lulus tahun 2011. Berstatus sebagai karyawan di PT. Gits Solution di STMIK Amikom Yogyakarta. Sedang melanjutkan studi Magister Teknik Informatika di AMIKOM Yogyakarta angkatan VIII tahun 2012

