

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring berkembang teknologi saat ini mengakibatkan persaingan dalam dunia bisnis pun semakin pesat yang mengakibatkan suatu perusahaan berlomba – lomba untuk dapat menarik minat pelanggan dimana, kualitas pelayanan tetap menjadi sesuatu yang sangat penting, dalam menghadapi pelayanan yang membutuhkan *level of excellence* yang tinggi. Pelayanan yang bermutu tinggi yang berarti mampu memberikan keselarasan terhadap kebutuhan pelanggan. Secara esensial, baik pelanggan kelas atas, menengah bahkan bawah sekalipun membutuhkan pelayanan yang baik dan bermutu, hanya saja tingkatannya yang berbeda – beda.

Di Kabupaten Kuningan terdapat salah satu keindahan alam yang sangat indah yaitu Objek Wisata Pemandian Air Panas Subang yang terletak di Subang Kuningan Jawa Barat, tempat ini ramai dikunjungi oleh wisatawan pada hari biasa maupun hari libur. Selain tempat liburan ternyata air panas Subang memiliki khasiat yaitu untuk mengobati penyakit kulit seperti kudisan, gatal – gatal dan sebagainya. Namun disayangkan obyek pemandian air panas mengalami penurunan tingkat jumlah wisatawan sehingga menyebabkan penurunan pendapatan dari hasil penjualan tiket. Kurangnya informasi terkait Obyek Wisata Pemandian Air Panas secara luas sehingga

masyarakat kurangnya informasi terkait tempat pemandian ini dan khasiat yang dimiliki oleh objek wisata ini.

Dampak dari permasalahan COVID-19 ini terlihat pada Obyek Wisata Pemandian Air Panas Subang yaitu turunya tingkat kunjungan pada hari – hari biasa yang berdampak pada matinya aktivitas ini. Keadaan ini disebabkan adanya ketakutan dan kewaspadaan wisatawan tertulas COVID-19. Untuk mempercepat sektor pariwisata, pemerintah bahkan meluncurkan stimulus dana pemulihan ekonomi nasional untuk sektor pariwisata senilai Rp. 3,8 triliun untuk membangun destinasi berkualitas. Pemerintah juga menstimulasi perjalanan wisata domestik dengan meluncurkan program wisata *In City Activation, Staycation, roadtrip* dan *Epic Sale*. Tujuannya meningkatkan penerimaan negara dari domestik yang semula hanya 55% menjadi 70%.[1].

Analytical CRM memiliki peran penting dalam melakukan customer loyal. Analytical CRM membagi pelanggan menjadi orang yang masih memanfaatkan layanan perusahaan atau bahkan yang sudah tidak memanfaatkannya lagi serta pemberian informasi yang dapat membantu dalam proses layanan perusahaan. Analytical CRM tidak hanya menentukan profitabilitas atau pelanggan mana yang sangat menguntungkan dari waktu ke waktu tetapi juga memiliki kemampuan melihat pasar khususnya pelanggan secara individual berdasarkan data yang dikumpulkan. Sebagai alat permodelan

prediktif, analytical CRM juga dapat membantu perusahaan dalam membandingkan kesuksesan ke depan berdasarkan database pengetahuan pelanggan. Dengan bantuan alat ini perusahaan akan mengetahui orang mana yang menjadi pelanggan terbaik perusahaan dan bagaimana menemukan prospek perusahaan dengan cepat dan efisien. Sebagai organisasi atau institusi pendidikan yang sedang berkembang, informasi yang di dapatkan melalui analytical CRM ini sangatlah berharga. Analytical CRM membantu dalam mencari tahu informasi pelanggan, profitabilitas pelanggan dan perilaku pelanggan. Setelah mengevaluasi atau mengidentifikasi pelanggan potensial, organisasi akan mendapatkan hasil yang jauh lebih efektif. [2]

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“Implementasi CRM *Analytical* Untuk Meningkatkan Jumlah Wisatawan pada Objek Wisata Cipanas Subang Berbasis Web”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah sebelumnya, maka dapat mengidentifikasikan masalah, berikut adalah identifikasi masalah:

1. Jumlah wisatawan obyek wisata pemandian air panas mengalami penurunan sehingga pendapatan hasil penjualan tiket mengalami penurunan.
2. Kurang nya informasi kepada wisatawan terkait obyek wisata pemandian air panas sehingga menurunnya pengunjung pada obyek wisata air panas.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana membangun sistem informasi pemesanan tiket obyek wisata pemandian air panas berbasis Web?

2. Bagaimana mengimplementasikan metode *Customer Relationship Management (CRM) Analytical* pada sistem informasi di Obyek Wisata Pemandian Air Panas?

1.4. Batasan Masalah

Agar tidak terjadi penyimpangan masalah yang akan dibahas, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

1. *Customer relationship management (CRM) analytical*:
 - a. Untuk menentukan promo dari berapa sering wisatawan datang ke cipanas subang.
 - b. Mengambil data pelanggan dari daerah mana saja yang sering berkunjung ke cipanas subang.
 - c. Mengakumulasi tiket yang paling banyak dibeli.
2. Entitas yang terlibat yaitu: Pelanggan, Admin dan Pemilik
3. Pemesanan tiket masuk dilakukan secara online
4. Pelanggan harus melakukan registrasi dan login untuk melakukan pemesanan tiket.
5. Pembayaran dilakukan dengan pembayaran di tempat.
6. Laporan analisis pelanggan berdasarkan jenis kelamin, penjualan tiket dan kedatangan wisatawan.
7. Metode pemecahan masalah dalam perancangan sistem ini menggunakan metode *Customer Relationship Management*

(CRM) *Analytical* dan metode *Waterfall* sebagai pengembangan perangkat lunaknya.

8. Sistem informasi pemesanan tiket dirancang berbasis web dengan menggunakan bahasa pemrograman *PHP* dengan menggunakan *framework CodeIgniter 3* dan *MySQL* sebagai pemrograman *database*.

1.5. Tujuan Penelitian

Dengan adanya rumusan masalah maka peneliti membuat tujuan penelitian ini, dengan tujuan penelitian yaitu:

1. Membangun sistem informasi pemesanan tiket masuk berbasis web untuk memberikan kemudahan dan efisiensi dalam melakukan transaksi.
2. Mengimplementasikan *Customer Relationship Management* (CRM) pada sistem informasi pemesanan tiket di Obyek Wisata Pemandian Air Panas Subang.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapat dari penelitian ini yaitu:

1. Diharapkan bagi pihak pengelola dapat meningkatkan pelayanan dan meningkatkan jumlah wisatawan dengan menerapkan strategi penjualan yang lebih efektif dan efisien serta membantu pihak pengelola dalam melakukan proses penjualan tiket masuk.
2. Manfaat bagi wisatawan yaitu memudahkan wisatawan dalam mendapatkan informasi mengenai Obyek Wisata Pemandian Air Panas, dan memudahkan dalam melakukan transaksi pembelian tiket masuk.

1.7. Pertanyaan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat pertanyaan penelitian yang terkait dengan pelaksanaan penelitian. Adapun pertanyaan penelitian yang pada penelitian ini adalah:

1. Apakah sistem informasi penjualan berbasis website dapat memudahkan pihak Objek Wisata Pemandian Air panas dalam proses pengelolaan data tiket dan data transaksi transaksi?
2. Apakah *customer relationship management (CRM) analitical* dapat diimplementasikan pada sistem yang dibuat untuk mengetahui data pelanggan yang sering datang pada Objek Wisata Pemandian Air panas?

1.8. Metodologi Penelitian

Untuk memperoleh data penelitian, harus ditentukan metode dan teknik penelitian. Karena itu, pada bagian ini dijelaskan metode yang akan digunakan dalam penelitian yang sesuai dengan karakteristik penelitian serta alasan pemilihan metode tersebut. Biasanya didalamnya terdiri dari teknik pengumpulan data, metode pengembangan sistem, dan metode penyelesaian masalah:

1.9.1. Metode Pengumpulan Data

1. Studi Literatur

Pada tahap studi literatur, peneliti mencoba mencari referensi tentang jenis sistem informasi berbasis web yang mendukung proses pemesanan dengan mengimplementasikan *Customer Relationship Management (CRM)* dari buku dan jurnal.

2. Wawancara

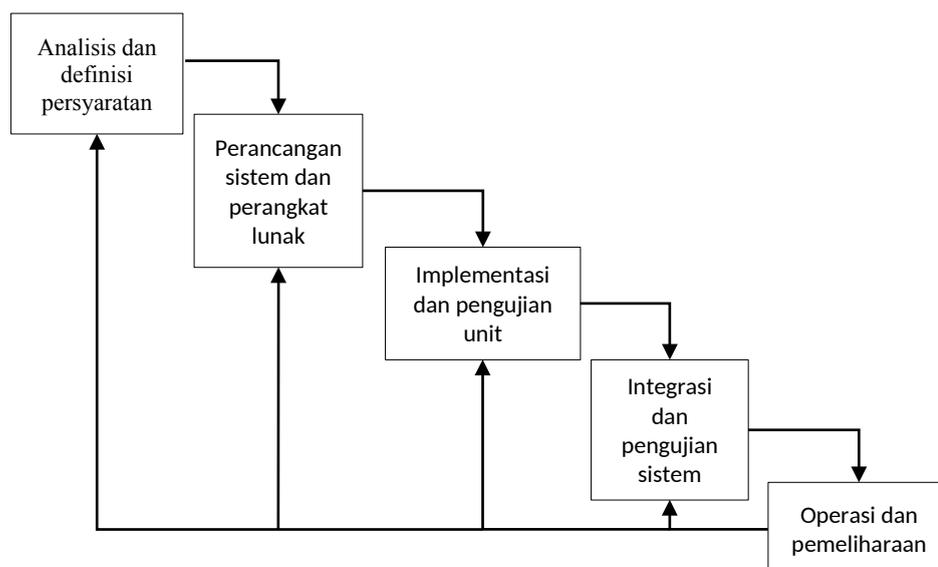
Peneliti melakukan proses wawancara dengan pihak pengelola Obyek Wisata Pemandian Air Panas Subang.

3. Observasi

Peneliti melakukan observasi terkait alur pelayanan dan alur proses transaksi yang dilakukan oleh pihak yang terkait.

1.9.2. Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem yang digunakan dalam implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis web ini menggunakan Metode *Waterfall*. Langkah – langkah metode ini dapat digambarkan pada gambar sebagai berikut:



Gambar 1. 1. Metode Waterfall [3]

1. Analisis dan Definisi Persyaratan

Proses mengumpulkan informasi kebutuhan sistem/perangkat lunak melalui konsultasi dengan *user system*. Proses ini mendefinisikan secara rinci mengenai fungsi-fungsi, batasan dan tujuan dari perangkat lunak sebagai spesifikasi sistem yang akan dibuat.

Pada sistem yang akan dibangun menggunakan analisis menggunakan *flowmap*.

2. Perancangan Sistem dan Perangkat Lunak

Proses perancangan sistem ini difokuskan pada empat atribut, yaitu struktur data, arsitektur perangkat lunak, representasi antarmuka, dan detail (algoritma) *procedural*.

Yang dimaksud struktur data adalah representasi dari hubungan logis antara elemen-elemen data individual.

Pada tahap ini peneliti menggunakan perancangan sistem terstruktur yaitu dimulai dari *Flowmap*, *Diagram Konteks*, *Data Flow Diagram* (DFD), E-RD, Kamus Data, Normalisasi.

3. Implementasi dan Pengujian Unit

Pada tahap ini, perancangan perangkat lunak direalisasikan sebagai serangkaian program atau unit program. Kemudian pengujian unit melibatkan verifikasi bahwa setiap unit program telah memenuhi spesifikasinya. Sistem yang dibuat dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP menggunakan *framework Codeigneter 3* dan MySQL.

4. Integrasi dan Pengujian Sistem

Unit program/program individual diintegrasikan menjadi sebuah kesatuan sistem dan kemudian dilakukan pengujian. Dengan kata lain, pengujian ini ditujukan untuk menguji keterhubungan dari tiap-tiap fungsi perangkat lunak untuk menjamin bahwa persyaratan sistem telah terpenuhi. Setelah pengujian

sistem selesai dilakukan, perangkat lunak dikirim ke pengguna. Dalam pengujian sistem akan dilakukan pengujian dengan menggunakan *Black Box* dan *White Box*.

5. Operasi dan Pemeliharaan

Tahap ini biasanya memerlukan waktu yang paling lama. Sistem diterapkan (*di-install*) dan dipakai. Pemeliharaan mencakup koreksi dari beberapa kesalahan yang tidak ditemukan pada tahap sebelumnya, perbaikan atas implementasi unit sistem dan pengembangan pelayanan sistem, sementara persyaratan-persyaratan baru ditambahkan.

1.9.3. Metode Penyelesaian Masalah

Customer Relationship Management (CRM), merupakan suatu alat yang dapat diterima dan efektif bagi tindakan manajerial dalam mengumpulkan, menganalisis dan menterjemahkan informasi pelanggan yang amat berharga.[4]

CRM adalah usaha mememanajemi hubungan perusahaan dengan para pelanggan sehingga perusahaan dapat memahami lebih baik karakter dan kebutuhan pelanggannya dan kemudian membuat program perusahaan sesuai dengan kebutuhan tersebut. Dengan CRM maka kemampuan perusahaan akan bertambah sehingga mampu mengembangkan kegiatan Kendaraansi, Kendaraan, program layanan yang lebih sesuai bagi pelanggannya

dengan cara yang lebih cepat, akurat dan sesuai dengan kebutuhan setiap pelanggan atau kelompok pelanggan.

[5]

Analytical CRM dikenal sebagai *back office* perusahaan. Komponen CRM ini berperan dalam memahami kebutuhan pelanggan. *Analytical* CRM berperan dalam melaksanakan analisis pelanggan dan pasar, seperti analisis trend pasar dan analisis kebutuhan dan perilaku pelanggan. Data yang digunakan pada CRM analitik adalah data yang berasal dari *Operational* CRM.

1.9. Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	Bulan					
		1	2	3	4	5	6
1	Analisis Kebutuhan						
2	Desain						
3	Implementasi						
4	Pengujian						
5	Maintenance						

1.10. Sistematika Penelitian

Dalam penyusunan penelitan ini perlu adanya sistematika penulisan yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan sehingga dapat digunakan sebagai acuan untuk penyusunan laporan penelitian antara lain:

Bab I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, identifikasi masalah rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pertanyaan penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penelitian.

Bab II LANDASAN TEORIETIS

Bab ini akan membahas tentang landasan teori yang berisikan tentang teori yang akan dijadikan landasan dalam penelitian, penelitian sebelumnya dan kerangka teorietis.

Bab III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini akan membahas tentang analisis sistem dan perancangan sistem informasi pemesanan tiket Obyek Wisata Pemandian Air Panas menggunakan teknologi berbasis *website*.

Bab IV PENGUJIAN DAN IMPLEMENTASI

Bab ini akan menjelaskan pembahasan hasil program yang sudah dibuat berupa gambar dan tampilan *website*.

Bab V SIMPULAN DAN SARAN

Bab berisikan kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dapat dikemukakan masalah yang ada pada penelitian serta hasil dari penyelesaian penelitian yang bersifat analisis obyektif. Sedangkan saran berisi mencantumkan jalan keluar untuk mengatasi masalah dan kelemahan dari sistem yang ada sebelumnya.

