

# IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA BIRO PERJALANAN WISATA (STUDI KASUS PADA BALI STAR ISLAND)

I Wayan Adisaputra<sup>1)</sup> Haryanto Tanuwijaya<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Program Studi Sistem Informasi, STIKOM Surabaya, w.adisaputra@gmail.com

<sup>2)</sup> Program Studi Sistem Informasi, STIKOM Surabaya, haryanto@stikom.edu

**Abstract:** Bali Star Island is a company that runs a travel agent. Bali Star Island had been facing several problems in serving the customers. The problems included high operational cost of telephone, frequent delayed confirmation, postponed response to the customers' questions and complaints, unavailable customer mapping, and intricate marketing problems to promote tourism package as well as online transaction service.

Customer Relationship Management (CRM) has some elements such as business process, warehousing of customers' data, website, reporting and help desk that can help customers to obtain information. The implementation of CRM with SMS gateway and Web based technology could solve the problems mentioned. It can also helped Bali Star Island to decrease operational cost as well as improve customer services, decision making processes and relationship with the customers.

The result of testing showed that the application implementation met Bali Star Island expectation by providing automatic customer confirmation, FAQ, customers mapping, promotion to targeted customers, personalized information service, such as services can be accessed through website and SMS gateway service.

**Keyword:** *travel agent, customer relationship management, sms gateway, web*

Bali Star Island yang merupakan cabang dari Be Wish International Tour and Trevel, merupakan perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang pariwisata khususnya biro perjalanan di Bali. Selama ini Bali Star Island menggunakan aplikasi web untuk memberikan informasi kepada pelanggan. Pelanggan melakukan pengisian form pada website [www.balistarisland.com](http://www.balistarisland.com). Setelah isian form di-submit pelanggan, maka aplikasi akan mengirimkan data tersebut ke email perusahaan. Penggunaan teknologi informasi (TI) dimaksudkan untuk meningkatkan kinerja dan memungkinkan pelaksanaan berbagai kegiatan dengan cepat, tepat dan akurat, sehingga akhirnya akan meningkatkan produktivitas (Wardiana, 2002).

Permasalahan pada Bali Star Island adalah pemanfaatan TI yang belum sepenuhnya terintegrasi yang menyebabkan membengkaknya biaya operasional. Hal ini dapat dilihat dari biaya telepon yang cukup tinggi karena harus melakukan konfirmasi kepada pelanggan tentang perjalanan wisata pelanggan. Selain itu pemrosesan transaksi yang dilakukan pelanggan sangat lambat karena perlu waktu pengiriman email konfirmasi dari status transaksi yang baru dilakukan pelanggan. Pembatalan transaksi juga sering terjadi karena penukaran kurs valuta asing yang tidak *up to date*.

Bali Star Island dinilai lambat dalam menanggapi pertanyaan dan keluhan pelanggan yang disebabkan tidak tersedianya fasilitas *Frequently Asked Questions* (FAQ). Keterlambatan Bali Star

Island dalam merespon keluhan pelanggan yang telah melakukan transaksi, menimbulkan kekecewaan pelanggan yang berdampak pada menurunnya loyalitas pelanggan dengan beralih ke biro perjalanan wisata lainnya. Promosi atas perjalanan wisata kepada pelanggan yang loyal juga sulit dilakukan. Hal ini disebabkan belum adanya pemetaan pelanggan yang menggunakan jasa Bali Star Island. Kurangnya promosi paket-paket perjalanan yang baru ditawarkan Bali Star Island pada pelanggan-pelanggan lama menunjukkan lemahnya hubungan perusahaan dengan para pelanggan yang telah ada. Promosi kepada masyarakat pun dirasakan masing kurang dan perlu ditingkatkan untuk meningkatkan pelanggan baru Bali Star Island.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka Bali Star Island perlu menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) dengan teknologi *SMS Gateway* dan aplikasi web. Penerapan CRM ini dapat membantu Bali Star Island melakukan pemetaan pelanggan yang sudah ada, melakukan promosi produk atau jasa baru, menanggapi pertanyaan dan keluhan dengan lebih cepat dan tepat, meningkatkan pelayanan, dan tidak ketinggalan meningkatkan pelanggan baru. Turban *et al.* (2000:136) menyatakan bahwa CRM merupakan suatu pendekatan yang memandang bahwa pelanggan adalah inti dari bisnisnya dan keberhasilan suatu perusahaan tergantung dari bagaimana mereka mengelola hubungannya secara efektif. Kehadiran CRM akan mampu untuk mengatasi masalah tersebut

di atas karena tujuan CRM dapat memberikan laporan-laporan dari data yang dikumpulkan sehingga dapat menjadi informasi yang berguna bagi manajemen untuk proses pengambilan keputusan (Saroso, 2004).

Dengan menerapkan teknologi *SMS Gateway*, pelanggan dapat memperoleh informasi serta pelayanan dari perusahaan yang cepat dan efisien melalui media *handphone* dengan menggunakan fasilitas *Short Message Service (SMS)*. Sedangkan dengan menerapkan aplikasi web, pelanggan dapat memberikan dan menerima informasi serta pelayanan dari perusahaan yang cepat dan efisien melalui media website. Dengan demikian pelanggan dapat dengan mudah memperoleh informasi dari perusahaan, dan dapat dengan mudah melakukan transaksi dengan Bali Star Island.

Dengan penerapan CRM, maka Bali Star Island dapat menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang berkesinambungan kepada pelanggannya. Penerapan CRM dapat pula membantu manajemen dalam proses pengambilan keputusan yang berhubungan dengan pelanggan.

## METODE

### 1. Customer Relationship Management (CRM)

Manajemen Hubungan Pelanggan atau *Customer Relationship Management (CRM)* merupakan strategi bisnis inti yang memadukan proses dan fungsi internal, jaringan eksternal untuk menciptakan dan menyampaikan nilai kepada pelanggan untuk mendapatkan keuntungan. Tujuan setiap strategi CRM adalah untuk mengembangkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan (Buttle, 2004:56).

Menurut Suroso (2004), keuntungan perusahaan yang menerapkan CRM adalah, menggunakan respon dari pelanggan untuk mengidentifikasi peluang pemasaran baru, meningkatkan efisiensi melalui otomatisasi, mampu memberikan respon yang lebih cepat dan baik pada pelanggannya, mendapatkan informasi yang dapat dibagi dengan rekan bisnis perusahaan tersebut.

Manfaat CRM menurut Gautama, Dkk (2004) adalah sebagai berikut:

1. Mendorong Loyalitas Pelanggan.
2. Mengurangi Biaya.
3. Meningkatkan Efisiensi Operasional.
4. Peningkatan Time To Market.
5. Peningkatan Pendapatan.

Danardatu (2003:3) menyebutkan, CRM dalam mengaplikasikannya paling tidak diperlukan 3 (tiga) faktor kunci, yaitu:

1. Orang-orang yang profesional (kualifikasi memadai).
2. Proses yang didesain dengan baik.
3. Teknologi yang memadai (*leading-edge technology*).

Menurut Danardatu (2003:3) elemen-elemen yang diperlukan yang harus dimiliki oleh teknologi CRM adalah sebagai berikut:

1. Aturan-aturan bisnis
2. Penggudangan data (*Data warehousing*)
3. Situs (Web)
4. Pelaporan (*Reporting*)
5. Meja bantu (*Helpdesk*)

### 2. Website

Website merupakan kumpulan-kumpulan yang digunakan untuk menampilkan informasi, gambar gerak, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik dinamis maupun statik yang membentuk satu rangkaian bangunan yang terhubung dengan link-link (Purwanto, Dkk; 2009). Unsur-unsur yang diperlukan dalam membangun situs, agar dapat diakses oleh pengguna internet antara lain:

1. Domain name, merupakan alamat permanen website di dunia internet, yang digunakan untuk mengidentifikasi website. Domain name lebih umum dikenal dengan URL.
2. Hosting, merupakan ruang tempat menyimpan berbagai data, file-file, gambar-gambar, dan lain sebagainya yang akan ditampilkan di web. Besarnya data yang bisa disimpan tergantung pada berapa besar hosting yang disewa.
3. *Script*/bahasa pemrograman, merupakan bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam website pada saat diakses. Jenis *script* yang banyak dipakai antara lain HTML, PHP, JSP, ASP, Java Script.
4. Desain web, desain web menentukan penilaian pengunjung terhadap bagus tidaknya website. Untuk mempercantik tampilan halaman website desainer biasanya menggunakan java script dan CSS untuk mempermudah dalam mendesain halaman web.

### 3. Short Message Service (SMS)

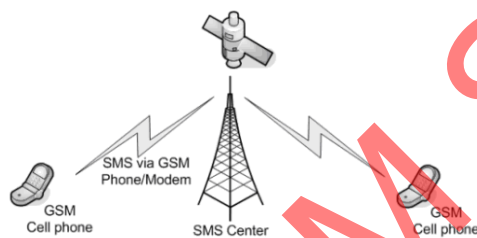
SMS (Short Message Service) adalah fasilitas standard dari Global System for Mobile Communication (GSM). Fasilitas ini dipakai untuk mengirim dan menerima pesan dalam bentuk teks ke dan dari sebuah ponsel. (Soerowirdjo, Dkk; 2004). Menurut Soerowirdjo, beberapa karakteristik SMS adalah :

1. Sebuah pesan singkat terdiri atas 160 karakter yang terdiri dari atas huruf atau angka. Juga dapat mendukung pesan non-text, seperti format binary.
2. Prinsip kerjanya adalah “menyimpan” dan “menyampaikan” pesan (store and forward message). Dengan kata lain pesan tidak langsung dikirimkan ke penerima, tetapi disimpan dahulu di SMS Centre.
3. Memiliki ciri dalam hal konfirmasi pengiriman pesan, yaitu pesan yang dikirimkan tidak secara sederhana dikirimkan dan dipercayai akan

disampaikan dengan selamat. Namun pengirim pesan dapat pula menerima pesan balik yang memberitahukan apakah pesan telah terkirim atau gagal.

4. Pesan dapat dikirim dan diterima secara simultan dengan panggilan jenis layanan GSM lain.

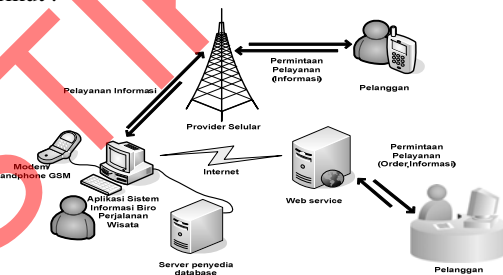
SMS adalah type *asynchronous message* yang pengiriman datanya dilakukan dengan mekanisme protocol *store and forward*. Hal ini berarti bahwa pengirim dan penerima SMS tidak perlu berada dalam status berhubungan (*connected/online*) satu sama lain, ketika akan saling bertukar pesan SMS. Pengiriman pesan melalui *store and forward* berarti pengirim pesan SMS dan nomor telpon tujuan dan kemudian mengirimkannya (*store*) ke server SMS (SMS-Center) yang kemudian bertanggung jawab untuk mengirimkan pesan tersebut (*forward*) ke nomor telpon tujuan. Keuntungan mekanisme *store and forward* pada SMS adalah penerima tidak perlu dalam status online ketika ada pengirim yang bermaksud mengirim pesan kepadanya, karena pesan akan dikirim oleh pengirim ke SMSC yang kemudian dapat menunggu untuk meneruskan pesan tersebut ke penerima ketika ia siap dan dalam status online dilain waktu. Mekanisme *store and forward* pada pengiriman pesan SMS dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Mekanisme *store and forward* pada pengiriman pesan SMS (Soerowirdjo, 2004)

#### 4. Perancangan Sistem

Untuk gambaran aplikasi yang dibuat adalah sebagai berikut :



Gambar 2 Desain sistem implementasi CRM pada biro perjalanan wisata

Dengan mengacu pada analisis kebutuhan yang telah dilakukan, dapat digambarkan desain secara umum sistem yang dibangun. Untuk desain sistem dari implementasi CRM pada Bali Star Island dapat dilihat pada Gambar 2.

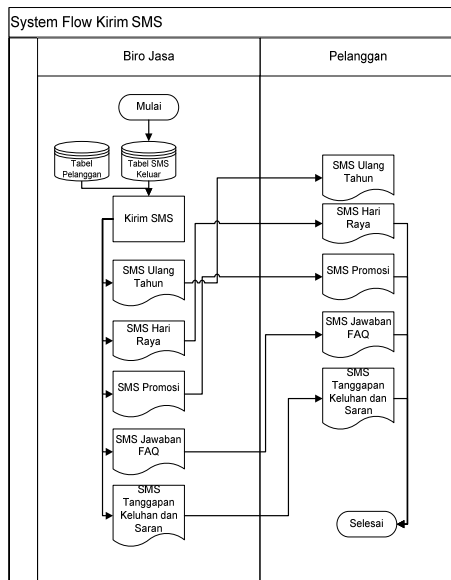
Pada desain sistem ini terdapat dua aplikasi yaitu aplikasi desktop dan aplikasi web. Aplikasi desktop digunakan untuk memproses proses – proses bisnis yang ada pada biro perjalanan wisata seperti *maintenance* data pelanggan, data produk jasa, data promo produk jasa, proses transaksi, layanan SMS, dan pembuatan laporan.

Aplikasi desktop terhubung dengan perangkat modem GSM atau *handphone* sebagai media penerima dan pengirim SMS. Baik itu SMS personal maupun SMS *broadcast* sebagai SMS informasi kepada pelanggan. Dalam aplikasi SMS yang dibangun aplikasi dapat menerima SMS dari pelanggan yang berisi keluhan dan pertanyaan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan. Aplikasi SMS dapat mengirim balasan kepada pelanggan sebagai respon keluhan dan pertanyaan dari pelanggan. Untuk dapat pelayanan ini pelanggan hanya mengirimkan SMS dari *handphone* dengan format SMS yang telah ditentukan, kemudian SMS tersebut akan diterima oleh perangkat modem GSM atau *Handphone* yang terhubung dengan aplikasi desktop yang bertugas sebagai penerima dan pengirim SMS. Aplikasi juga dapat mengirimkan SMS secara *broadcast* mengenai promo produk jasa yang baru dari Bali Star Island kepada pelanggan lama. Selain mengirimkan SMS *broadcast*, aplikasi ini juga dapat mengirimkan SMS personal kepada pelanggan yang berisi ucapan selamat ulang tahun, maupun ucapan selamat hari raya. Selain dikirim menggunakan layanan SMS, ucapan selamat ulang tahun dan ucapan selamat hari raya juga dikirim ke email pelanggan yang ada, sehingga pelanggan merasa mendapat perhatian yang lebih dari Bali Star Island.

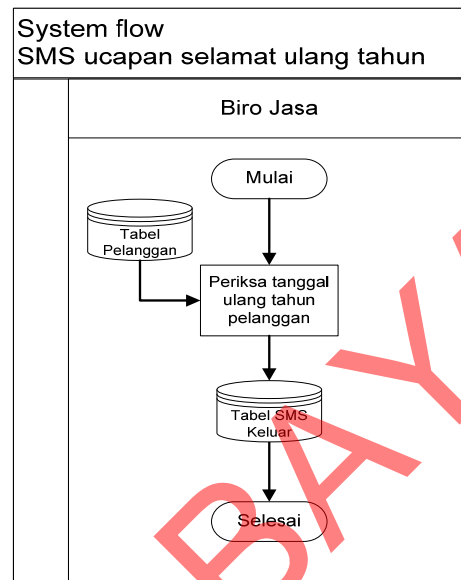
#### System Flow

Proses pengiriman SMS yang terlihat pada Gambar 3, dilakukan secara otomatis oleh sistem dengan mengambil data SMS yang akan dikirim pada tabel SMS keluar dan nomor *handphone* dari pelanggan

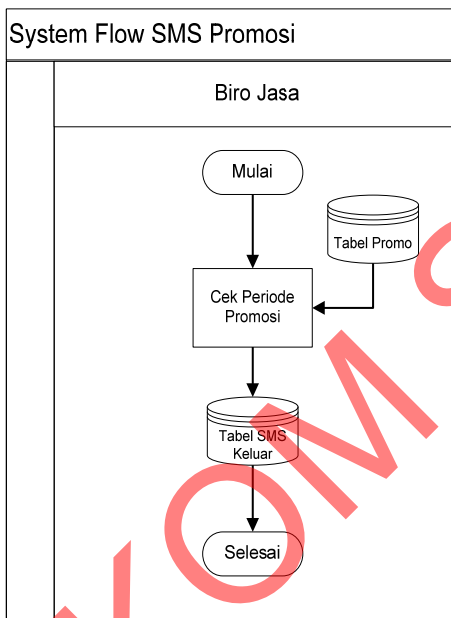
Proses promosi ini dimulai dari sistem secara otomatis melakukan pengecekan promosi yang terdapat pada tabel promo. Informasi promosi ini nantinya akan dikirim secara *broadcast* ke seluruh pelanggan Bali Star Island. Sehingga pelanggan cepat dapat mengetahui informasi promosi paket perjalanan wisata yang ditawarkan oleh Bali Star Island. System flow SMS promosi digambarkan pada Gambar 4.



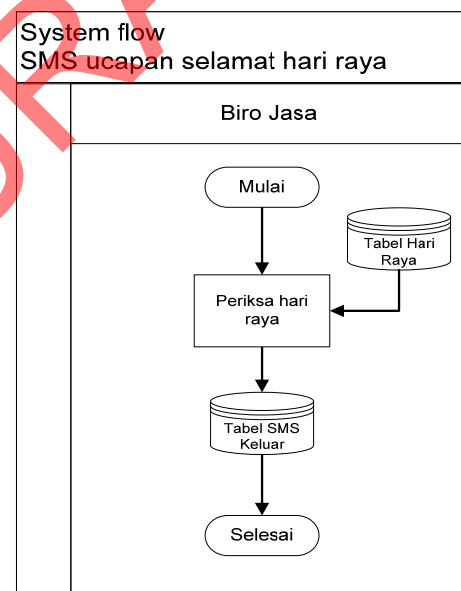
Gambar 3. System Flow Kirim SMS



Gambar 5. System Flow SMS Ucapan Ulang Tahun



Gambar 4. System Flow SMS Promosi



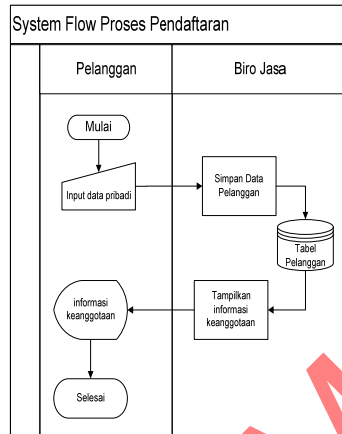
Gambar 6. System Flow SMS Ucapan Hari Raya

Dalam sistem yang dibangun, terdapat dua SMS ucapan yang dikirimkan ke pelanggan. Ucapan tersebut antara lain, ucapan selamat ulang tahun dan ucapan hari raya. Untuk proses ucapan selamat ulang tahun, sistem secara otomatis mengecek tanggal lahir pelanggan pada tabel pelanggan. Kemudian jika ada pelanggan yang sedang ulang tahun, SMS ucapan selamat ulang tahun akan dikirimkan ke pelanggan secara otomatis oleh sistem. Untuk proses SMS ucapan ulang tahun digambarkan pada Gambar 5.

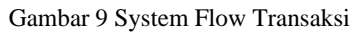
Pada proses SMS ucapan hari raya kepada pelanggan, sistem secara otomatis mengecek hari raya yang ada pada hari yang bersangkutan, dan kemudian sistem akan mengirim SMS ke pelanggan secara *broadcast*. Sistem flow proses ini dapat dilihat pada Gambar 6.

Proses FAQ dengan menggunakan teknologi SMS Gateway digambarkan pada Gambar 7. Proses dimulai dari pelanggan mengirimkan SMS yang berisi pertanyaan, kemudian sistem akan mengecek apakah pertanyaan tersebut sudah ada sebelumnya dan apakah pertanyaan tersebut sudah pernah ditanggapi sebelumnya. Dan jika sistem menemukan pertanyaan yang sesuai, maka sistem

Gambar 8. System Flow Pendaftaran



Gambar 8. System Flow Pendaftaran



Tampilan form paket perjalanan yang digunakan untuk mengelola data master paket perjalanan wisata dapat dilihat pada Gambar 10. Sedangkan tampilan form transaksi, yang mengelola transaksi yang dilakukan oleh pelanggan dapat dilihat pada Gambar 11.

Gambar 11. Form transaksi

[illegible]

Gambar 12. Form SMS Gateway Control

## 1. Aplikasi Desktop

SNASTI 2009 - 264



Gambar 13 merupakan tampilan pesan yang diterima pelanggan sebagai balasan dari SMS yang dikirim. Pesan pada Gambar 14 merupakan SMS balasan jika format SMS yang dikirim pelanggan tidak sesuai dengan format yang ada.



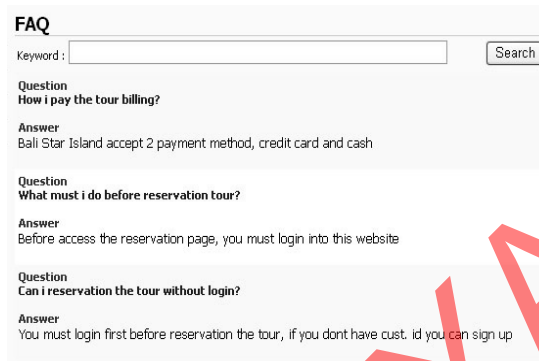
Gambar 13. SMS Balasan

## 2. Aplikasi Web

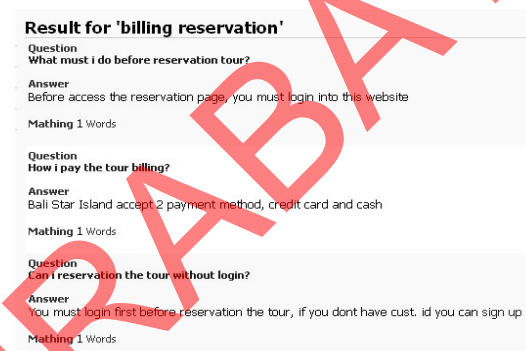
Aplikasi website digunakan untuk melakukan transaksi dan menampilkan informasi paket perjalanan wisata yang ditawarkan. Tampilan halaman transaksi pada aplikasi web digambarkan pada Gambar 14.

Tampilan halaman FAQ yang digunakan untuk menampilkan data pertanyaan-pertanyaan yang pernah ditanyakan oleh pelanggan dan telah ditanggapi oleh Bali Star Island terlihat pada Gambar 15. Sedangkan hasil pencarian FAQ oleh aplikasi ditunjukkan pada Gambar 16.

Gambar 14. Tampilan halaman transaksi



Gambar 15. Tampilan halaman FAQ



Gambar 16. Tampilan halaman hasil pencarian

## SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang berjudul Implementasi *Customer Relationship Management* pada biro perjalanan wisata dengan studi kasus Bali Star Island adalah sebagai berikut:

1. Dengan menerapkan *Customer Relationship Management* pada biro perjalanan wisata, dapat menekan biaya operasional khususnya biaya telepon, melakukan pemetaan pelanggan, dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan dalam hal konfirmasi transaksi, tanggapan pertanyaan dan keluhan, promosi paket perjalanan dan kedekatan dengan pelanggan melalui pelayanan ucapan ulang tahun, dan lain-lain. Dengan demikian penerapan *Customer Relationship Management* dapat meningkatkan loyalitas pelanggan kepada Bali Star Island.
2. Melalui penerapan teknologi *Web Services* sebagai media penyedia informasi untuk pelanggan dalam *Customer Relationship Management*, maka Bali Star Island dapat menjangkau pelanggan dengan mudah tanpa ada batasan tempat dan waktu. Selain memperoleh informasi, pelanggan juga dapat melakukan transaksi menggunakan website melalui media internet. Beberapa layanan seperti FAQ dapat dilakukan secara otomatis sehingga lebih mudah, cepat dan memuaskan pelanggan yang membutuhkan.

3. Oleh karena setiap pelanggan memiliki *handphone*, maka penerapan teknologi SMS Gateway menjadi media penyampaian dan penyedia informasi yang cukup efektif. Pelanggan memperoleh hampir semua informasi dari Bali Star Island dengan mudah, cepat, dan tanpa dimanapun pelanggan berada.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Buttle, Francis., 2007, *Customer Relationship Management : Concept and Tools*, Elsevier, Oxford.
- Danardatu, Aloysius Heru., 2003, Pengenalan Customer Relationship Management (CRM), 2 Desember 2008.
- Gautama S, Idris., Tommy Thendean., Willy Sanjaya., dan Jimmy Holim., 2004, *Pembangunan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web Pada PT. APP Tour and Trevel – Jakarta*, Proceeding : Komputer dan Sistem Inteligen (KOMMIT2004), Jakarta 24-25 Agustus 2004.
- Soerowirdjo, B., Setiawan B., dan Ahmad I., 2004, *Perancangan Permintaan Melalui SMS Terhadap Layanan Perpustakaan Universitas Gunadarma*, Proceedings : Komputer dan Sistem Intelijen

(KOMMIT2004), Jakarta, 24-25 Agustus 2004.

Suroso, Jarot S., 2004, *Customer Relationship Management (CRM): perkembangannya ke masa depan*, *Majalah Ekonomi dan Komputer No.2 Tahun XII-2004*.

Turban, Efraim, David, K., and. Jae, K.L., 2002, *Electronic Commerce 2002: A Managerial Perspective*, Second Ed., Prentice Hall, USA.

Wardiana, Wawan., 2002, *Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia*, 2 Desember 2008, (Disampaikan pada Seminar dan Pameran Teknologi Informatika 2002, Fakultas Teknik Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) Jurusan Teknik Informatika, tanggal 9 Juli 2002).