
ANALISIS DAN PERANCANGAN E-CRM WAKAGANGGA MENGGUNAKAN METODE FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM

Chandra Wulandari^{1*}, I Nyoman Yudi Anggara Wijaya², Ni Made Estiyanti³

¹Sistem Informasi, STMIK Primakara

²Informatika, STMIK Primakara

³Sistem Informasi Akuntansi, STMIK Primakara

email: wulandarichandra23@gmail.com

Abstrak: Dalam hal pengolahan data dan pengambilan keputusan suatu instansi, lembaga atau badan usaha memerlukan banyaknya pertimbangan. Pada bidang pariwisata, pengambilan keputusan untuk dapat menarik wisatawan dibutuhkan bermacam data, contoh kecilnya bio data konsumen dan hal-hal yang di sukainya. Perhotelan adalah salah satu atribut dalam pariwisata yang juga butuh pengolahan data konsumen sehingga dapat membantu hotel mendapatkan kostumer yang lebih banyak dan tentunya loyal. ECRM adalah metode yang tepat dalam hal pengolahan data tersebut, sehingga pihak hotel dapat lebih baik.

Kata Kunci: E-CRM

Abstract: *In terms of data processing and decision making for an agency, institution or business entity requires a lot of consideration. In the field of tourism, making decisions to be able to attract tourists requires various data, for example the small amount of consumer bio data and the things they like. Hospitality is one of the attributes in tourism that also requires processing of consumer data so that it can help hotels get more and of course loyal customers. ECRM is the right method in terms of processing this data, so that the hotel can be better.*

Keywords: E-CRM

1. PENDAHULUAN

Pulau Dewata merupakan salah satu surga pariwisata di Indonesia. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke pulau Dewata selalu meningkat setiap tahunnya, di kutip dari laman BPS (Badan Pusat Statistik) Provinsi Bali tahun 2016 total WNA (Warga Negara Asing) yang berkunjung ke Bali sekitar 4,927,937, 2017 bertambah menjadi 5,697,739 [1]. Jumlah hotel serta resorts meningkat sejalan dengan tingginya animo wisatawan untuk datang ke Bali. Hal ini menimbulkan adanya persaingan di antara keduanya.

Tolak ukur dari keberhasilan hotel maupun resorts dalam persaingan ini ialah loyalitas customer itu sendiri. Loyalitas atau kesetiaan customer sangat berguna untuk membantu membangun citra sebuah hotel dan resorts. Ada pun yang mempengaruhi loyalitas customer adalah satisfaction atau kepuasan pelanggan, yang mereka dapatkan setelah melihat hasil kerja. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, hotel ataupun resorts harus mengenali apa yang diinginkan oleh customer-nya dengan cara

mengelola hubungan yang baik dengan customer [2].

CRM (Customer Relationship Management) adalah salah satu cara untuk melakukan analisis perilaku customer di bidang jasa. Hotel maupun resorts bisa mengambil cara untuk dapat melayani customer-nya secara lebih personal sehingga customer menjadi nyaman dan loyal kepada perusahaan tersebut. Target utama Customer Relationship Management memang bukan customer satisfaction, tetapi lebih kepada customer loyalty. Customer tidak hanya merasa puas dengan produk atau jasa yang kita berikan, tetapi mereka akan kembali menggunakan apa yang kita sediakan serta menyebarkan informasi positif tentang produk kita [3].

WakaGangga Resorts merupakan salah satu jajaran resorts di daerah Pantai Yeh Gangga – Tabanan. Memiliki total 21 villas dengan point of view adalah pemandangan sunset yang indah di Pantai Yeh Gangga. Website yang dimiliki oleh WakaGangga juga masih belum mengimplementasikan CRM secara keseluruhan. Website yang sudah

berjalan di WakaGangga hanya berlaku satu arah, tamu dapat melihat dan mengetahui informasi yang ada tentang WakaGangga namun tidak dapat memberikan masukan, komentar maupun saran untuk WakaGangga.

Website yang sudah berjalan selama ini tidak memiliki page untuk admin maupun reservasi. Reservasi maupun admin tidak bisa men-check status booking-an yang sudah berlangsung. Semua booking-an yang sudah masuk ke dalam sistem akan di tindak-lanjuti melalui email.

WakaGangga menggunakan file excel yang biasa disebut “conventional chart” untuk mencatat bookingan yang masuk baik melalui online booking (booking.com, expedia, agoda, airbnb), direct booking (email langsung ke WakaGangga) maupun offline (DMC dan tour operator) dengan mencocokkan tanggal check in, tanggal check out serta tipe kamar yang sudah di-booking.

Pengumpulan guest database di WakaGangga juga masih menggunakan cara manual dengan google excel. Sales admin mengumpulkan data tamu secara manual dari reservasi. Data yang di kumpulkan sebatas nama serta email, tidak menyertakan data lainnya seperti tanggal lahir maupun status dan sebagainya. Dari permasalahan di atas dapat di simpulkan point- point permasalahan di WakaGangga sebagai berikut :

- a. Website WakaGangga belum mengimplementasikan CRM dengan baik.
- b. Reservasi masih harus menggunakan cara manual melauai email untuk mengetahui status pemesanan kamar maupun status pembayaran kamar.
- c. Untuk mengetahui booking-an apa saja yang sudah masuk, WakaGangga masih menggunakan bantuan file excel.
- d. Database tamu yang sudah pernah menginap masih disimpan secara manual menggunakan excel.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Beberapa penelitian E-CRM(Electronic Customer Relationship Management)menggunakan Framework of Dynamic Customer Relationship Managementtelah dilakukan antara lain [2]mengasikkan E-CRMdengan metode framework of dynamic CRM yang

berbasis pada SDLC, dengan tahapan perencanaan, analisis, desain, implementasi dan pengujian. Sistem yang dibangun ini menyediakan informasi bagi pasien baik itu pada fase acquire, enhance, maupun retain dengan fitur yang berbeda-beda disesuaikan dengan hasil analisis.

Penelitian [4]menghasilkan analisis kebutuhan pada penelitian ini menghasilkan analisis kebutuhan yang berisi deskripsi umum sistem, identifikasi aktor yang akan menggunakan sistem, analisis kebutuhan fungsional, analisis kebutuhan non-fungsional, use case diagram, dan usecase skenario. Setiap fitur pada analisis kebutuhan fungsional telah dipetakan sesuai dengan 3 fase pada kerangka kerja dynamic CRM yaitu fase acquisition, fase retention dan fase expansion.

3. METODE

Metodelogi penelitian yang digunakan dalam penelitian mengacu pada Framework Dynamic CRM.Framework Dynamic CRM ini berisikan serangkaian tahapan pada pembangunan atau penerpan Customer Relationship Managementyang di usulkan oleh CH Park & YG Kim.Substantiveterpentingnya dari frameworkini adalah informasi dari pelanggan yang nantinya bisa menghasilkan komitmen yaitu hubungan yang terdapat loyalitas di dalamnya . Informasi yang menjadi fokus perhatian adalah sebagai berikut [7]:

- a. Informasi mengenai Pelanggan Pertama “Informasi dari pelanggan” informasi termasuk data pribadi dan transaksi tentang pelanggan itu adalah jenis informasi yang paling banyak dikumpulkan untuk implementasi CRM.
- b. Informasi untuk Pelanggan Kedua, produk, layanan dan informasi organisasi yang dirasakan berguna oleh pelanggandisebut sebagai “informasi bagi pelanggan”.
- c. Informasi oleh Pelanggan Jenis ketiga adalah “informasi oleh pelanggan”.Jenis ini adalah informasi non-transaksional umpan balik pelanggan mencakup keluhan pelanggan proposisi, klaim, informasi, dll.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Sistem Yang Dibutuhkan

Penulis mendapatkan sumber data dari hasil wawancara dengan Director Sales and Marketing Waka Hotels and Resorts karena WakaGangga di bawah naungan dari corporate Waka Hotels and Resorts Management. Dari hasil wawancara di dapatkan hasil rancangan sebagai berikut:

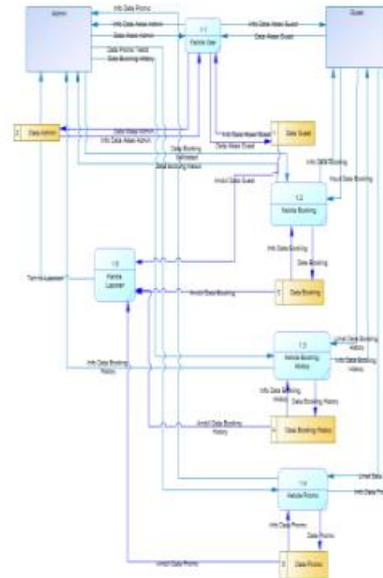
- a. WakaGangga memerlukan sistem yang dapat memudahkan team untuk menemukan data guests.
- b. WakaGangga juga memerlukan sistem yang dapat menampilkan guests history sebagai pengingat bahwa tamu ini sudah pernah menginap di WakaGangga. Data ini sebagai acuan dalam memberikan pelayanan untuk guests (promo special karena repeater guests, ucapan + promo ulang tahun, dll).

4.2. DFD (Data Flow Diagram)

DFD akan menjelaskan suatu jaringan proses fungsional yang dihubungkan satu sama lain dengan alur data.

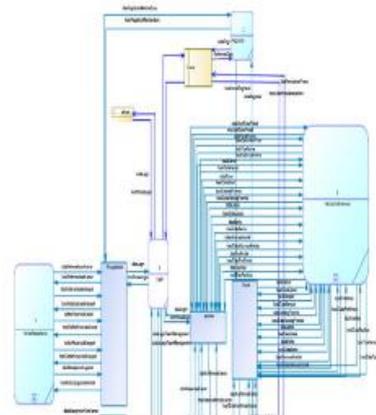


Gambar 1. Diagram Konteks merupakan diagram awal yang menggambarkan sistem secara umum yang ditandai dengan simbol bulat sebagai sistem yang persegi sebagai entitas. Diagram konteks belum menggambarkan database.

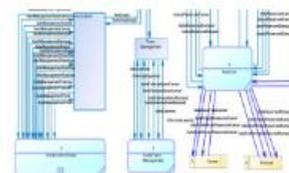


Gambar 2. Diagram level 0 menggambarkan bagaimana sistem berinteraksi dengan external entitas.

1. Diagram Level 1

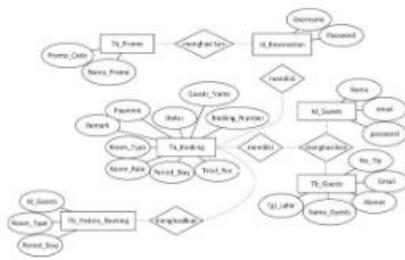


Gambar 3A. Diagram Level 1 menjelaskan lebih dalam pada sistem E-CRM WakaGangga dimana pada diagram ini akan memecah diagram konteks menjadi lebih spesifik serta menampilkan basis data.

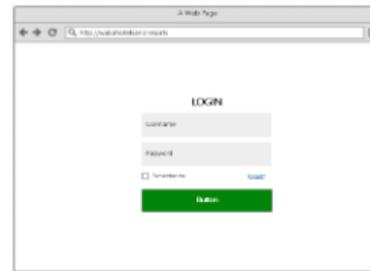


Gambar 3B. Diagram Level 1 menjelaskan lebih dalam pada sistem E-CRM WakaGangga dimana pada diagram ini akan memecah diagram konteks menjadi lebih spesifik serta menampilkan basis data.

4.3. ERD (Entity Relationship Diagram)



Gambar 4. ERD (Entity Relationship Diagram) merupakan suatu perancangan yang menggambarkan susunan kata yang disimpan dari sistem.



Gambar 5. Login Admin

4.4. Struktur File

TABLE 1. ID_RESERVATIONS

No	Nama Field	Tipe Data	Keterangan
1	Username	Varchar(15)	Primary Key
2	Password	Varchar(15)	

TABLE 2. ID_GUESTS

No	Nama Field	Tipe Data	Keterangan
1	Nama	Varchar(15)	Primary Key
2	Email	Varchar(15)	
3	Password	Varchar(15)	

TABLE 3. BOOKING

No	Nama Field	Tipe Data	Keterangan
1	Booking_Number	Varchar(50)	Primary Key
2	Guests_Name	Varchar(15)	
3	Status	Varchar(10)	
4	Payment	Numeric(8,2)	
5	Remark	Varchar(15)	
6	Room_Type	Varchar(15)	
7	Room_Rate	Varchar(15)	
8	Period_Stay	Varchar(15)	
9	Total_Pax	Varchar(15)	

TABLE 4. GUEST

No	Nama Field	Tipe Data	Keterangan
1	Nama_Guests	Varchar(15)	
2	No_Tip	Integer	
3	Email	Varchar(50)	
4	Alamat	Varchar(50)	
5	Tgl_Lahir	Varchar(15)	

TABLE 5. HISTORY BOOKING

No	Nama Field	Tipe Data	Keterangan
1	Id_Guest	Varchar(10)	Primary Key
2	Room_Type	Varchar(15)	
3	Period_Stay	Varchar(15)	

TABLE 6. PROMO

No	Nama Field	Tipe Data	Keterangan
1	Id_Guest	Varchar(10)	Primary Key
2	Room_Type	Varchar(15)	
3	Period_Stay	Varchar(15)	

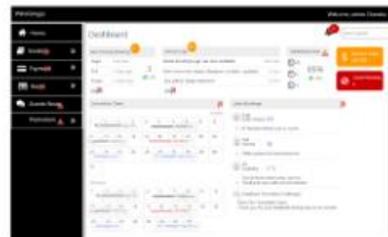
4.5. Implementasi

1. Login Admin

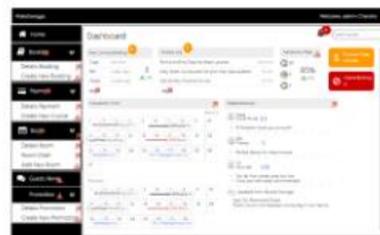
Login adalah menu yang digunakan untuk masuk ke dalam sebuah aplikasi atau sebuah web.

2. Dashboard

Dashboard merupakan tampilan awal yang akan dilihat oleh user setelah login.



Gambar 6A. Dashboard



Gambar 6B. Dashboard

3. Notification

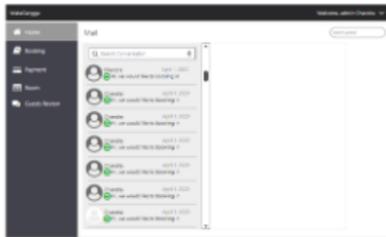
Notification ini berguna untuk memberikan informasi kepada admin.



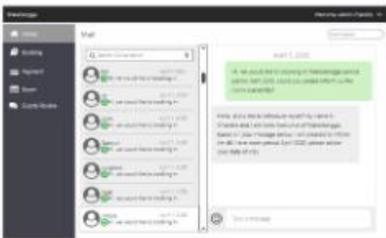
Gambar 7. Notification

4. Email

Tampilan dari email yang nantinya akan digunakan admin untuk berkomunikasi dengan guest atau pelanggan



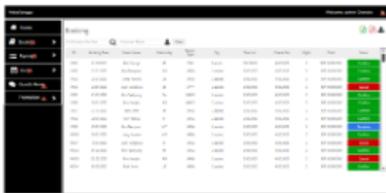
Gambar 8A. Email



Gambar 8B. Email

5. History Booking

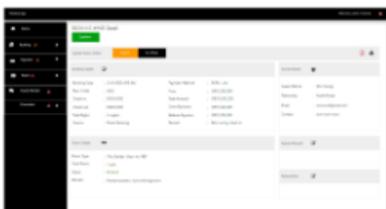
History booking ini bertujuan untuk membantu admin menemukan details tamu yang sudah pernah baik menginap maupun melakukan aktifitas di WakaGangga



Gambar 9. History Booking

6. Confirm Booking

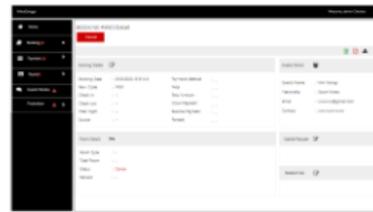
Jika guests atau tamu sudah mengkonfirmasi akan menginap di WakaGangga, berikut merupakan detail tampilan yang akan di terima oleh admin.



Gambar 10. Confirm Booking

7. Cancel Detail

Berikut merupakan tampilan dari cancel booking yang akan di terima oleh admin.



Gambar 11. Cancel Booking

8. Create New Booking

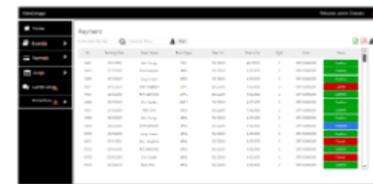
admin juga bisa menginput secara manual jika ada tamu atau guest yang datang langsung ke resorts dan melakukan pembayaran serta pemesanan langsung di resorts.



Gambar 12. Create New Booking

9. Payments Detail

Berikut merupakan tampilan dari payment details atau detail pembayaran.



Gambar 13. Payment Details

10. Create New Invoice

membantu admin menginputkan pembayaran untuk tamu yang melakukan transaksi dan pemesanan langsung di resorts.



Gambar 14. Create New Invoice

11. Room Chart

Room chart berfungsi untuk membantu admin mengetahui dan menginformasikan availability kamar.



Gambar 15. Room Chart

12. Guest Review

Guests review berguna untuk memantau serta mengetahui bagaimana kesan tamu yang sudah menginap di WakaGangga. Di sini Resorts Manager bisa memberikan tanggapan serta memberikan promo jika ada tamu yang complaint dengan pelayanan di WakaGangga



Gambar 16. Guests Comment

13. Promotion

Tampilan promo promo yang akan muncul di website WakaGangga.



Gambar 17. Promotion

14. Edit Promotion

Tampilan E-CRM admin yang terkoneksi dengan website Waka Hotels and Resorts dimana team PR (Public Relation) dapat mengatur foto serta isi deskripsi



Gambar 18. Edit Promotion

15. Logout Admin



Gambar 19. Logout Admin

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari pembahasan di atas penulis dapat menarik kesimpulan dengan details sebagai berikut:

1. Penelitian ini menghasilkan rancangan yang sesuai dengan Framework Dynamic CRM dimana rancangan sistem dapat memfasilitasi informasi pelanggan (details booking), informasi untuk pelanggan (Promotion) serta informasi oleh pelanggan (Guests Review).
2. Perancangan E-CRM ini juga berhasil dilakukan dengan mengacu pada DFD, ERD dan Struktur File

5.2. Saran

Saran yang ingin penulis sampaikan untuk pengembangan sistem E-CRM ini adalah:

1. Kedepannya di harapkan sistem ini dapat dikembangkan menjadi sistem berbasis mobile untuk konsumen dan berbasis web untuk admin.
2. Diharapkan rancangan sistem ini dapat di gunakan tidak hanya di WakaGangga namun di resorts lainnya

6. DAFTAR REFERENSI

- [1]. B. BPS, Provinsi, "Jumlah Wisatawan Asing keIndonesia dan Bali," 2017. <https://bali.bps.go.id/statictable/2018/02/09/28/jumlah-wisatawan-asing-ke-bali-dan-indonesia-1969-2017.html>.
- [2]. N. S. Charismawan Cahyo Nugroho, "Implementasi Perangkat Lunak Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Dengan Metode Framework of Dynamic CRM (STUDI KASUS FOTORENTIS STUDIO)," J. EECCIS, vol. 6, no. 1, pp. 83-90, 2012.

- [3]. P. S. Patirolemba, K. A. Hendarto, and H. Budiyantri, "The Role of Service Recovery Strategies to Improve Customer Value Against Customer Attitude Formation Perspective of The Hotel Customers In Central Sulawesi," *Gait Posture*, no. November, 2014, doi: 10.1016/j.gaitpost.2018.03.005.
- [4]. G. Zulfata, N. H. Wardani, and A. H. Brata, "Pengembangan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Pada Toko Sepatu Aneka Sport Malang Dengan Metode Kerangka Kerja Dynamic CRM," *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput. -Univ. Brawijaya*, vol. 2, no. 4, pp. 1419–1427, 2018, [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/download/1199/441/>.
- [5]. A. Dwiyani, "Perancangan Sistem Pendukung Bimbingan Online Tugas Akhir Mahasiswa Program Studi Teknik Informatika," *J. Ilm. Bimbing. Konseling*, vol. 1, no. 3, pp. 171–175, 2014.
- [6]. P. I. Permana, "Sistem informasi perpustakaan sekolah berbasis web dengan framework codeigniter dan postgresq," *Skripsi*, no. November, pp. 8–35, 2013.
- [7]. S. Monalisa, M. K. Jukhri, and S. Bancin, "RANCANG BANGUN ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA SISTEM INFORMASI HOTEL DENGAN FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM Studi Kasus : Hotel Hermes One Subulussalam DESIGN OF ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP IN HOTEL INFORMATION SYSTEM WITH FRAMEWORK OF DYN," *J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 7, no. 1, pp. 1–8, 2020, doi: 10.25126/jtiik.202071047.
- [8]. B. Listanto, "SISTEM INFORMASI MENEJEMEN PERHOTELAN," November, 17, 2012. <https://bimarlistanto.wordpress.com/2012/11/17/sistem-informasi-manajemen-perhotelan/>.
- [9]. W. SILFIANTI, "Perancangan Sistem Informasi Hal. 1." [Online]. Available: wsilfi.staff.gunadarma.ac.id.
- [10]. J. E. Panjaitan and A. L. Yulianti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]," *DeReMa (Development Res. Manag. J. Manaj.*, vol. 11, no. 2, p. 265, 2016, doi: 10.19166/derema.v11i2.197.
- [11]. B. Setyaleksana, S. Suharyono, and E. Yulianto, "PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan GraPARI Telkomsel di Kota Malang)," *J. Adm. Bisnis S1 Univ. Brawijaya*, vol. 46, no. 1, pp. 45–51, 2017.
- [12]. L. Yulianti, H. Sjahrudin, and B. Tahir, "Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pengguna Smartphone Android Merek Samsung," *J. Organ. Danmanajemen*, vol. 3, no. 3, pp. 1–15, 2015.
- [13]. A. Iriandini, "PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survey pada Pelanggan PT. Gemilang Libra Logistics, Kota Surabaya)," *J. Adm. Bisnis S1 Univ. Brawijaya*, vol. 23, no. 2, p. 85998, 2015.
- [14]. S. Siswono, J. Liem, and A. Prasetyo, "Analisis dan Perancangan Sistem eCRM pada PT Paramitra Media Perkasa," *The Winners*, vol. 6, no. 2, p. 95, 2005, doi: 10.21512/tw.v6i2.600.
- [15]. J. S. Informasi, F. I. Komputer, U. B. Nusantara, J. K. H. S. No, and J. Barat, "SISTEM E-CRM PADA KLINIK TUMBUH KEMBANG ANAK INDIGROW," vol. 2, no. 9, pp. 124–136, 2008.
- [16]. I. Hotel, "Jenis Jenis Hotel Berdasarkan Lokasi," 2012. <https://jenishotel.info/jenis-jenis-hotel-berdasarkan-lokasi>.
- [17]. S. A. Gita, "HOTEL DAN SEJARAHNYA," 2016. <https://hotel-management.binus.ac.id/2016/08/01/hotel-dan-sejarahny/>.

- [18]. R. Afyenni, "Perancangan Data Flow Diagram untuk Sistem Informasi Sekolah (Studi Kasus Pada SMA Pembangunan Laboratorium UNP)," *Teknoif*, vol. 2, no. 1, pp. 35-39, 2014.