**LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR PROPOSAL**

**PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA SISTEM INFORMASI PELAYANAN MENGGUNAKAN METODE *USER CENTERED DESIGN* BERBASIS WEB PADA TITAN TRAVEL PALEMBANG**

**PROPOSAL SKRIPSI**

**Program Studi Sistem Informasi Jenjang Sarjana**

**Oleh**

**M. Syurip Hadi NIM 09031381520043**

**Palembang, 27 Oktober 2018**

**Pembimbing I,**

**Ali Ibrahim,S.Kom., M.T**

**NIP 1671042107840007**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Sistem Informasi**

**Endang Lestari Ruskan, M.T**

**NIP 197811172006042001**

**DAFTAR ISI**

**HALAMAN JUDUL** i

**LEMBAR PENGESAHAN** ii

**DAFTAR ISI** iii

**DAFTAR GAMBAR** v

**DAFTAR TABEL** vi

**BAB I** 1

**PENDAHULUAN** 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Tujuan 3

1.3 Manfaat 4

1.4 Rumusan Masalah 4

1.5 Batasan Masalah 5

**BAB II** 6

**TINJAUAN PUSTAKA** 6

2.1 Sistem 6

2.2 Data dan Informasi 7

2.3 Sistem Informasi 8

2.3.1 Komponen Dasar Sistem Informasi 8

2.4 Pelayanan 9

2.5 *Customer Relationship Management* 10

2.5.1 Tujuan dan Manfaat dari *Customer Relationship Management* 11

2.5.2 Kepuasan Pelanggan 12

2.5.3 Loyalitas Pelanggan 13

2.6 *User Centered Design* 15

2.7 Web 17

2.8 Pengertian PHP 18

2.9 Data Flow Diagram 19

2.9.1 *Entity Relationship Diagram* 22

**BAB III** 24

**METODELOGI PENELITIAN** 24

3.1 Metode Pengumpulan Data 24

3.2 Metode Pengembangan Sistem 25

3.2.1 Metode *Waterfall* 25

3.2.2 Keuntungan Metode *Waterfall* 32

3.2.3 Kelemahan Metode *Waterfall* 33

3.3 Metode Analisis 34

3.3.1 Metode *User Centered Design* 34

**BAB IV** 41

**WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN** 41

4.1 Waktu Penelitian 41

4.2 Lokasi Penelitian 41

**BAB V** 42

**JADWAL PENELITIAN** 42

**DAFTAR PUSTAKA** 43

**LAMPIRAN** 46

# **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. *User Centered Design* 16  
Gambar 3.1. Tahapan – Tahapan Metode *Waterfall* 25  
Gambar 3.2. Diagram Level 0 31

# **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1. Simbol *Data Flow Diagram* 20  
Tabel 2.2. Simbol *Entity Relationship Diagram* 23  
Tabel 3.1. Klasifikasi Kebutuhan *non functional* berdasarkan PIECES 29  
Tabel 3.2. Pemetaan Solusi 36

Tabel 3.3. Fitur – Fitur CRM 39

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Dalam beberapa perkembangan, Teknologi mengalami perkembangan yang sangat cepat, khususnya di bidang teknologi informasi. Teknologi mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam dunia bisnis. Kemajuan teknologi dapat mendukung pengolahan informasi menjadi alat pemicu persaingan dunia bisnis dan ekonomi yang semakin kompetitif. Telah banyak perusahaan maupun instansi, baik usaha kelas menengah maupun usaha kecil yang mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan teknologi informasi, khususnya sistem informasi untuk meningkatkan usahanya secara mudah, cepat, tepat, dan akurat (Widiyono, 2012).

Dalam meningkatkan usaha dibutuhkan orientasi pemasaran yang dimana melakukan identifikasi terhadap kebutuhan pelanggan sebelum melakukan produksi itu sendiri. Dengan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan diharapkan pelanggan dapat dipuaskan dan kepuasan konsumen dianggap kunci terhadap keberhasilan perusahaan, orientasi ini disebut juga orientasi pemasaran berpusat pada pelanggan. Dalam pasar penuh pergolakan akan sangat mahal untuk mendapatkan pelanggan baru. Jadi menjalin hubungan untuk mempertahankan pelanggan yang ada adalah kunci jawaban permasalahan, dan ini dinamakan pemasaran hubungan (*relationship marketing/*RM) (Idris Gautama S, 2012).

Titan Travel saat ini belum menerapkan suatu strategi khusus untuk pelayanan dan pemasaran paket tour, yang dilakukan hanya lewat akun sosial media yaitu instagram yang mana tidak mencakup luas pemasaran, hanya yang memiliki akun instagram saja yang bisa melihat paket tour tersebut. Dengan pemasaran semacam ini, menyebabkan peluang untuk mendapatkan calon pelanggan secara maksimal tidak terpenuhi. Sistem pemasaran yang telah dijelaskan sebelumnya menyebabkan pemilik usaha berlomba untuk mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya dan mempertahankan pelanggan lama dengan menjalin komunikasi yang baik. Selain pemasaran produk adapun tentang menjalin komunikasi dengan pelanggan yang baik, saat ini Titan Travel berkomunikasi dengan pelanggan melalui via chat yaitu Whatsapp. Karena banyaknya pemesanan dari pelanggan, respon admin terhadap pelanggan membutuhkan waktu yang lama dikarenakan harus membalas satu – persatu pesanan pelanggan yang mana pelanggan belum tentu membeli produk tersebut, sehingga waktu yang digunakan terbuang dan mempengaruhi pelanggan beralih ke penyedia jasa lain. Selain Pemasaran dan Pelayanan terdapat juga masalah dalam menghistorikan data pemesanan, data pelanggan, data promosi serta laporan untuk penjualanan per periode, karena selama ini Titan Travel hanya mencatat di buku untuk setiap informasi data yang masuk. Titan Travel juga saat ini kesulitan dalam melakukan pelayanan, proses pemesanan dan feedback dari pelanggan, karena sistem saat ini tidak mendukung adanya proses tersebut. Maka dari itu Titan Travel menginginkan adanya sebuah web yang dimana bisa melakukan proses proses tersebut sehingga berdampak pada sistem pelayanan yang lebih baik sehingga membuat para customer lama selalu menggunakan jasa Titan Travel, dan membuat customer baru tertarik untuk mencoba jasa dari Titan Travel itu sendiri.

Oleh karena itu, seiring berkembangnya teknologi informasi, maka perlu diterapkan strategi yang lebih baik dengan cara mengimplementasikan produk sistem informasi yang dapat membantu usaha Titan Travel ini lebih baik dalam meningkatkan layanan *marketing* dan *customer service*. Peningkatan pelayanan ini dengan menerapkan metode *User Centered Design* yang terdapat dalam Strategi *Customer Relationship Management* yang mana serangkaian tahapan dan dibangunnya manajemen terhadap hubungan pelanggan dan pemilik usaha dapat menunjang pengambilan keputusan yang lebih baik bagi pemilik usaha. Dalam fase metode *User Centered Design* yang akan penulis jelaskan nanti dapat mengarahkan fitur-fitur yang akan dibangun menjadi tolak ukur kepuasan dan loyalitas terhadap pelanggan yang dimana adanya fase *Specify the context of use* yaitu melakukan wawancara dan observasi pada pihak Titan Traveldan para pelanggan., fase *Specify user and organisational requirements* yaitu dari hasil wawancara sebelumnya dengan pihak Titan Traveldan beberapa pelanggan Informasi yang butuhkan untuk diterapkan kedalam sistem, fase *Produce design solutions* yaitu fase dimana melakukan pemodelan sistem dengan mengggunakan diagram konteks dan DFD, fase *Evaluate designs against user requirements* yaitu pada tahap ini, akan dilakukan pengujian terhadap sistem yang dikembangkan. Pengujian ini bertujuan agar sistem yang telah dirancang dapat diuji coba untuk mengetahui sistem tersebut sudah sesuai seperti yang diinginkan atau belum. Sehingga metode *User Centered Design* ini sangat cocok untuk membangun fitur-fitur yang menunjukkan bagaimana *Strategi Customer Relationship Management* diterapkan pada sistem informasi pelayanan.

(Nifantri Agunta, 2017) Penelitian terdahulu yang digunakan sebagai kajian pustaka yaitu Penerapan CRM Berbasis Web Mobile pada Coffe Toffe, Beberapa fitur pada sistem informasi penelitian terdahulu menjadi landasan dalam penelitian ini. Berdasarkan referensi penelitian tersebut, manajemen hubungan pelanggan membantu mengelola hubungan pihak perusahaan dengan pelanggan sehingga pelanggan memperoleh kemudahan dan kenyamanan akan pelayanan yang diberikan sehingga kepuasan dan loyalitas pelanggan meningkat.

* 1. **Tujuan**

Adapun tujuan penulis membuat proposal ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui sistem informasi pemasaran dan pelayanan pada Titan Travel Palembang.
2. Membangun dan menerapkan sistem informasi pelayanan menggunakan metode *User Centered Design* berbasis web pada Titan Travel Palembang.
   1. **Manfaat**

Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan dapat mempermudah pihak pemilik usaha untuk mengoptimalkan keuntungan melalui kepuasan pelanggan dengan menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan secara terus-menerus.
2. Mempermudah pelayanan pemesanan paket tour.
3. Mempermudah pelanggan mendapatkan informasi terbaru mengenai paket tour dan layanan.
4. Memberikan kemudahan pihak pemilik usaha dalam pengelolaan dan penyimpanan data paket tour, data pelanggan dan data promosi.
   1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, masalah dalam penelitian ini adalah pemasaran dan pelayanan terhadap mendapatkan calon pelanggan secara maksimal serta mempertahankan pelanggan.

1. Penyebaran informasi yang tidak mencakup luas membuat calon pelanggan atau pun pelanggan tetap tidak mengetahui informasi-informasi paket tour Titan Travel Palembang.
2. Dikarenakan banyaknya pemesanan membuat admin kewalahan merespon chat pelanggan yang dimana bisa berpengaruh kehilangan pelanggan
3. Tidak adanya kemudahan dalam pengelolaan dan penyimpanan data paket tour,data pelanggan dan data promo.
   1. **Batasan Masalah**

Untuk membatasi materi yang akan dibicarakan pada proposal tugas akhir ini, maka penulis perlu membuat batasan cakupan masalah yang akan dibahas. Hal ini diperbuat supaya isi dan pembahasan dari proposal tugas akhir ini menjadi lebih terarah dan dapat mencapai hasil yang diharapkan. Maka penulis membatasi penulisan Tugas Akhir ini dengan hal-hal sebagai berikut :

1. Membahas tentang upaya sistem informasi dalam pemasaran paket tour Titan Travel Palembang.
2. Membahas tentang upaya sistem informasi dalam pelayanan terhadap pelanggan.

3. Metode yang akan di bahas menggunakan metode *User Centered Design.*

**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Sistem**

Menurut Jogiyanto (2009:34) “Sistem dapat di definisikan dengan pendekatan prosedur dan dengan pendekatan komponen “.

Sistem dan prosedur merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan satusama lain. Suatu sistem baru bisa terbentuk bila di dalamnya terdapat beberapa prosedur yang mengikutinya.

Menurut (Widjayanto 2001:2) “Sistem adalah sesuatu yang memiliki bagian bagian yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan tertentu melalui tiga tahapan yaitu: input, proses dan output”.

Adapun elemen-elemen atau komponen yang terdapat didalam suatu sistem antara lain sebagai berikut:

1. *Input*

Energi atau bahan baku yang dimasukkan dalam sistem.

1. Proses

Kegiatan atau pengolahan terhadap inputan yang terdapat dalam suatu sistem.

1. *Output*

Hasil pengolahan energi yang diinput kedalam sistem yang diklasifikasikan menjadi keluaran yang berguna dapat berupa informasi.

1. Umpan Balik

Keadaan yang terjadi pada sistem akibat penerapan dari sistem. Hal ini dapat meimbulkan hal yang menguntungkan atau sebaliknya. Itulah mengapa keberhasilan suatu sistem dinilai dari proses ini.

1. Mekanisme Kontrol

Kegiatan yang memfokuskan pada pengendalian tehadap pelaksanaan kerja didalam proses guna pencapaian sistem, namun yang terpenting dalam pengendalian adalah pengendalian seminimal mungkin demi keefisienan dan tingkat kualitas sistem yang tinggi.

1. Batasan

Suatu daerah yang membatasi antar sistem dengan sistem yang lain atau dari pihak luar.

1. Tujuan Sistem

Sasaran atau suatu yang ingin dicapai dengan pembangunan sistem tersebut. Suatu sistem dapat dikatakan berhasil apabila telah mengenai sasaran dan mencapai tujuannya.

**2.2 Data dan Informasi**

Telah diketahui bahwa informasi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan sehari-hari.

Menurut Agus Mulyanto (2009 : 12) “ Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya, sedangkan data merupakan sumber informasi yang menggambarkan suatu kejadian yang nyata ”.

Menurut Jogiyanto (2009 : 8) “Data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya“.

**2.3 Sistem Informasi**

Sistem Informasi didefinisikan oleh (Jogiyanto, 2005), Sistem informasi adalah suatu sistem didalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial, dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan.

**2.3.1 Komponen Dasar Sistem Informasi**

Menurut Agus Mulyanto (2009:31) “Sistem informasi terdiri dari lima sumber daya yang dikenal sebagai komponen sistem informasi”. Kelima sumber daya tersebut adalah manusia, *hardware, software*, data, dan jaringan. Kelima komponen tersebut memainkan peranan yang sangat penting dalam suatu sistem informasi. Namun dalam kenyataannya, tidak semua sistem informasi mencakup kelima komponen tersebut. Berikut merupakan penjelasan komponen dari sistem informasi :

1. **Sumber Daya Manusia**

Manusia mengambil peranan yang penting bagi sistem informasi. Manusia dibutuhkan untuk mengoperasikan sistem informasi. Sumber daya manusia dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu pengguna akhir dan pakar sistem informasi. Pengguna akhir adalah orang-orang yang menggunakan informasi yang dihasilkan dari sistem informasi, sedangkan pakar sistem informasi orang-orang yang mengembangkan dan mengoperasikan sistem informasi.

1. **Sumber Daya *Hardware***

Sumber daya *hardware* adalah semua peralatan yang digunakan dalam pemrosesan informasi. Sumber daya ini tidak hanya sebatas komputer saja, melainkan semua media data seperti lembaran kertas dan *disk magnetic* atau optikal.

1. **Sumber Daya *Software***

Sumber daya *software* adalah semua rangkaian perintah (instruksi) yang digunakan untuk memproses informasi. Sumber daya ini tidak hanya berupa program saja, tetapi juga berupa prosedur.

1. **Sumber Daya Data**

Sumber daya data bukan hanya sekedar bahan baku untuk memasukan sebuah sistem informasi, melainkan sebagai dasar membentuk sumber daya organisasi.

1. **Sumber Daya Jaringan**

Sumber daya jaringan merupakan media komunikasi yang menghubungkan komputer, memproses komunikasi, dan peralatan lainnya, serta dikendalikan melalui *software* komunikasi. Sumber daya ini dapat berupa media komunikasi seperti kabel, satelit dan dukungan jaringan seperti modem, *software* pengendali, serta prosesor antar jaringan.

**2.4 Pelayanan**

Pelayanan menurut Loina (2001:38) menyatakan bahwa:

“Pelayanan merupakan suatu proses keseluruhan dari pembentukan citra perusahaan, baik melalui media berita, membentuk budaya perusahaan secara internal, maupun melakukan komunikasi tentang pandangan perusahaan kepada para pemimpin pemerintahan serta publik lainnya yang berkepentingan”.

Menurut Freed luthans (1995:46) menyatakan bahwa :

“Pelayanan adalah sebuah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain yang menyangkut segala masalah yang ditujukan orang lain untuk menyeleaikan masalah”.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang atau perusahaan yang menyangkut sebuah masalah yang ditujukan kepada orang lain untuk menyelasaikan masalah tersebut.

**2.5 *Customer Relationship Management***

Pengertian tentang CRM (*Customer Relationship Management*), beberapa pengertian dari para ahli sebagai berikut :

1. Turban (2004:148), menyatakan CRM adalah suatu pendekatan pelayanan kepada konsumen yang berfokus pada pembangunan jangka panjang dan hubungan konsumen yang berkelanjutan yang dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan maupun perusahaan.
2. Kotler dan Amstrong (2004:16), *Customer Relationship Management* merupakan proses membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang yang menguntungkan dengan pelanggan melalui penyediaan pelayanan yang bernilai dan yang memuaskan mereka.

Dengan kata lain CRM merupakan suatu strategi yang mengatur hubungan perusahaan dengan pelanggan sehingga perusahaan dapat membina hubungan jangka panjang dengan pelanggan lama dan juga memungkinkan mendapatkan pelanggan baru. Berdasarkan perkembangan hubungan dengan pelanggan, CRM dibagi menjadi tiga fase yaitu (Kalakota & M, 2001 :121).

1. *Acquire* (Mendapatkan pelangggan)
2. *Enchance* (Meningkatkan keuntungan dari pelanggan yang sudah ada)
3. *Retain* (Mempertahankan pelanggan)

**2.5.1 Tujuan dan Manfaat dari *Customer Relationship Management* (CRM)**

Dalam penerapannya *Customer Relationship Management* (CRM) memiliki beberapa tujuan menurut Lukas (2001), diantaranya :

1. Mendapatkan pelanggan.
2. Mengetahui pelanggan
3. Mempertahankan pelanggan yang menguntungkan.
4. Mengembangkan pelanggan yang menguntungkan.
5. Merubah pelanggan yang belum menguntungkan menjadi menguntungkan.

Penerapan CRM menjanjikan sejumlah manfaat utama, seperti *cost* *effectiveness*, loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan, profitabilitas (Tjiptono, 2007).

1. Efisiensi biaya dalam melayani *repeat customer*. Biaya yang dibutuhkan untuk menarik pelanggan cenderung lebih mahal dibandingkan mempertahankan pelanggan lama.
2. Kepuasan dan loyalitas pelanggan. Adanya dukungan dan kepercayaan pelanggan menjadi salah satu sumber kekuatan dalam mempengaruhi daya *survival* perusahaan.
3. Tular positif, berdasarkan konsep loyalitas, dimana pelanggan yang puas dan loyal terhadap produk/jasa perusahaan sangat berharga bagi perusahaan dan berpotensi menyebarluaskan pengalaman positif kepada orang lain.
4. Perusahaan berusaha menjalin relasi dengan pelanggan tujuannya untuk mendapatkan laba melalui penjualan produk dan jasa.
   * 1. **Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Kotler,2006:177) Kepuasan *(Satisfaction)* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang.

Menurut (Tjiptono, 2012:301) kepuasan pelanggan merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

Jadi, kesimpulan menurut pendapat para ahli diatas Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Menurut (Lupiyoadi,2001:158) menyatakan bahwa dalam menentukan tingkat kepuasan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

1. Kualitas produk, Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, Terutama untuk industri jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau self esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.
4. Harga, Produk yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya, Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.
   * 1. **Loyalitas Pelanggan**

Menurut Oliver (1996) dalam Hurriyati (2005,128) mengungkapkan definisi loyalitas pelanggan sebagai berikut:

*“Customer loyalty is deefly held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service cinsistenly in the future, despite situation influences and marketing efforts having the potensial to cause switching behavior”.*

Dari definisi diatas terlihat bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau untuk pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang. Meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Menurut (Griffin,2005:11) loyalitas yang meningkat dapat menghemat biaya perusahaan sedikitnya di 6 bidang:

1. Biaya pemasaran menjadi berkurang (biaya pengambil alih pelanggan lebih tinggi dari pada biaya mempertahankan pelanggan).
2. Biaya transaksi menjadi lebih rendah, seperti negosiasi, kontrak dan pemesanan order.
3. Biaya perputaran pelanggan (*customer turn over*) menjadi berkurang (lebih sedikit pelanggan hilang atau berpindah pada kompetitor.
4. Keberhasilan proses cross-selling menjadi meningkat, menyebabkan pangsa pelanggan lebih besar.
5. Pemberitaan dari mulut ke mulut atau *mouth to mouth (viral marketing*) menjadi lebih positif dengan 6. asumsi para pelanggan yang loyal merasa puas akan produk atau jasa yang ditawarkan.
6. Biaya kegagalan menjadi menurun (seperti biaya penggantian).

Menurut (Griffin, 2005:10) menyatakan ada empat aspek dalam pengukuran loyalitas:

1. Melakukan pembelian berulang secara teratur Pelanggan yang merasa puas dengan produk atau jasa yang dibelinya, akan melakukan pembelian kembali.
2. Membeli antarlini produk dan jasa Selain melakukan pembelian produk atau jasa utama, pelanggan juga membeli produk di luar keinginan.
3. Merekomendasi kepada orang lain Memberikan rekomendasi kepada orang lain mengenai pembelian produk dan jasa pada perusahaan tersebut.
4. Menunjukan kekebalan terhadap tarikan pesaing Pelanggan tidakan mudah beralih pada perusahaan lain yang menawarkan produk atau jasa yang serupa.

**2.6 *User Centered Design***

UCD merupakan metode yang mempokuskan pengguna sebagai pusat dari pengembangan sebuah sistem. Gould dan Lewis menyatakan dalam buku Designing for usability: Key principles and what design think. Communication of the AMC, 28(3), 300-311 bahwa, terdapat empat prinsip yang digunakan dalam membangun sistem adalah fokus awal pada pengguna, adanya evaluasi, interative design, dan integrated design. Dimana dalam UCD pengguna merupakan komponen utama dalam pengembangan sistem karena pengguna terlibat langsung dalam pengembangan sistem dan pengguna berhak memberi saran dan masukan yang bepengaruh dalam pengembangan sistem.

Informasi yang menjadi fokus perhatian adalah sebagai berikut:

1. Informasi mengenai pelanggan
2. Informasi untuk pelanggan
3. Informasi oleh pelanggan

Didasari dari ketiganya diatas jelas informasi amat penting untuk mewujudkan *Customer Relationship Management* (CRM) Organisasi untuk melakukan persaingan, dengan melakukan pengolahan informasi tersebut akan didapat *customer behavior*, *karena customer behavior* pada saat ini lebih cenderung menginkan bagaimana mereka merasa terperhatikan, dilayani serta ketanggapan dari Organisasi sebagai penyedia layanan kepada mereka dan biasanya kecenderungan tersebut tidak melihat jumlah harga yang mereka keluarkan lagi.



**Gambar 2.1** *User Centered Design*

**Sumber :** Ardhi Kurniawan (2009)

Menurut (Ardhi Kurniawan, 2009) metode *User Centered Design* CRM ada empat fase yaitu :

1. Fase *Specify the Context of use*
2. Fase *Specify requirements*
3. Fase *Create design of solutions*
4. Fase *Evaluate design*

**2.7 Web**

Menurut (Hanson,2000) Web merupakan *system hypermedia* yang berarea luas yang ditujukan untuk akses secara universal. Salah satu kuncinya adalah kemudahan tempat seseorang atau perusahaan dapat menjadi bagian dari web berkontribusi pada web.

Menurut (Hanson,2000) Web terdiri atas 2 komponen dasar :

1. Server Web : sebuah *computer* dan *software* yang menyimpan dan mendistribusikan data ke *computer* lainnya melalui internet.
2. Browser Web : *software* yang dijalankan pada *computer* pemakai atau *client* yang meminta informasi dari server web yang menampilkannya sesuai denagn file data itu sendiri.

Menurut Hardjono (2006) Web merupakan fasilitas *hyperteks* untuk menampilkan data berupa teks, gambar, suara, animasi, dan data multimedia lainnya. Ada 2 kategori dalam pemrograman *web,* yaitu pemrograman *server web* dan *client web*. Pada pemrograman *server side,* perintah-perintah programdijalankan di *server web*, kemudian hasil dikirimkan ke *browser* dalam bentuk *HTML* biasa. Pada *client server,* perintah program dijalankan pada *browser* sehingga ketika *client* meminta dokumen *script,* maka *script* dapat di *download* dari *server* kemudian dijalankan pada *browser* yang bersangkutan.

Menurut (Asropudin,2013:109), Web adalah sebuah kumpulan halaman yang diawali dengan halaman muka yang berisikan informasi, iklan, serta program aplikasi. Menurut (Ardhana,2012:3), Web adalah suatu layanan sajian informasi yang menggunakan konsep *hyperlink*, yang memudahkan *surfer* (sebutan para pemakai komputer yang melakukan browsing atau penelusuran informasi melalui internet).

Dari pengertian diatas penulis menyimpulkan Web adalah suatu layanan atau kumpulan halaman yang berisi informasi, iklan, serta program aplikasi yang dapat digunakan *surfer*.

**2.8 Pengertian PHP**

Menurut (Diar Puji Oktavian,2010:31) PHP adalah akronim dari *Hypertext Preprocessor*, yaitu suatu bahasa pemrograman berbasiskan kode – kode ( script ) yang digunakan untuk mengolah suatu data dan mengirimkannya kembali ke web *browser* menjadi kode HTML. Kode PHP mempunyai ciri khusus yaitu :

1. Hanya dapat dijalankan menggunakan web server , misalnya Apache.
2. Kode PHP diletakkan dan dijalankan di web server.
3. Kode PHP dapat digunakan untuk mengakses database, seperti : MySQL, PostgreSQL, Oracle, dan lain – lain.
4. Merupakan Software yang bersifat open source.
5. Gratis untuk di-download dan digunakan.
6. Memiliki sifat multiplatform, artinya dapat dijalankan menggunakan system operasi apapun, seperti: Linux, Unix, Windows, dan lain – lain.
   1. **Data Flow Diagram (DFD)**

“*Data flow diagram* (DFD) adalah alat yang menggambarkan aliran data melalui sistem dan kerja atau pengolahan yang dilakukan oleh sistem tersebut” (Whitten, 2004).

“Ada 2 Jenis DFD, yaitu DFD logis dan DFD fisik. DFD logis menggambarkan proses tanpa menyarankan bagaimana mereka akan lakukan, sedangkan DFD fisik menggambarkan proses model berikut implementasi dan pemrosesan informasinya” (Al Fatta, 2007).

Beberapa simbol digunakan dalam *Data Flow Diagram* untuk maksud mewakili :

1. *Eksternal entity* (kesatuan luar) dan *boundary* (batasan sistem)

Kesatuan luar dapat disimbolkan dengan suatu notasi kotak, kesatuan luar merupakan suatu lingkungan luar sistem yang dapat berupa orang, organisasi atau sistem lainnya yang berada dilingkungan luar yang akan memberikan input atau output dari sistem.

1. *Data flow Diagram* (arus data)

Arus data di *Data Flow Diagram* di beri suatu panah. Arus data ini menunjukan arus data yang dapat berupa masukan dari sistem atau hasil dari proses sistem.

1. *Process* (proses)

Proses dilambangkan dengan simbol lingkaran atau simbol empat persegi panjang tegak dengan sudut-sudutnya tumpul. Proses adalah kegiatan atau kerja yang dilakukan oleh orang, mesin atau komputer dari hasil suatu arus data yang masuk kedalam proses untuk dihasilkan arus data yang akan keluar dari proses.

1. *Data store* (Simpan data)

Simpanan data merupakan simpanan dari data yang berupa suatu agenda atau buku. Dapat disimbolkan dengan sepanjang garis *horizontal paralel* yang tertutup disalah satu ujungnya.

Adapun Simbol-simbol yang digunakan dalam *Data Flow Diagram* menurut De marco dan Yourdan, adalah sebagai berikut :

##### **Tabel 2.1.** Simbol *Data Flow Diagram* (Sumber : Yourdan dan Demarco)

|  |  |
| --- | --- |
| **Simbol** | **Keterangan** |
| 1. *External Entity* | ***External Entity***, dikenal sebagai *internal entity* atau *eksternal entity* sumber tujuan data. |
| 2.*Process* | **Process**, yaitu menggambarkan bagian dari sistem di tranformasikan input ke output. |
| 3. *Data Flow* | ***Data Flow***, menunjukan pengeluaran dari atau masukan dari suatu proses. |
| 4. *Data Store* | ***Data Store***,sebagai sarana untuk pengumpulan data. |

##### Dalam penggambaran simbol DFD, ada beberapa peraturan yang harus diperhatikan sehingga dalam penggambarannya tidak terjadi kesalahan (Kristanto, 2007).

Peraturan-peraturannya adalah sebagai berikut:

1. Antara entiti luar tidak diijinkan terjadi hubungan atau relasi;
2. Tidak boleh ada aliran data antara entiti luar dengan *data store*;
3. Untuk alasan kerapian, entitas luar atau *data store* boleh digambarkan beberapa kali dengan tanda khusus, misalnya nomor;
4. Satu aliran boleh mengalirkan beberapa struktur data;
5. Bentuk aliran anak panah boleh variasi;
6. Semua objek harus mempunyai nama;
7. Aliran data selalu diawali dan diakhiri dengan proses;
8. Semua aliran data harus mempunyai tanda arah.

**2.9.1 *Entity Relationship Diagram* (ERD)**

*Entity Relationship Diagram (ERD)* adalah gambar atau diagram yang menunjukkan informasi yang dibuat, disimpan, dan digunakan dalam sistem (Al Fatta 2007:121).

Komponen-komponen *Entity Relationship Diagram (ERD)* adalah sebagai berikut:

1. *Entity Set*

*Entity set* merupakan simbol utama dari *Entity Relationship Diagram* dan sering disebut *entity. Entity* adalah apa saja , nyata abstrak dimana dimana data tersimpan atau dimana terdapat data, *entity* diberi nama dengan kata benda.

1. *Attribute*

Secara umum *attribute* adalah sifat atau karakteristik dari tiap *entity* maupun *relationship*. Maksudnya *attribute* adalah suatu yang menjelaskan apa yang sebenarnya yang dimaksud dengan *entity* ataupun *relationship*.

1. *Relationship set*

*Relationship* hubungan alamiah yang terjadi antar entity, hubungan antara entity dapat dengan cepat diketahui setelah entity ditemukan. *Relationship* adalah hal yang sangat penting karena menunjukan hubungan yang terjadi antara *entity*.

1. *Link*

Garis sebagai penghubung antara himpunan, relasi dan himpunan *entitas* dengan *atribut.*

##### **Tabel 2.2** Simbol *Entity Relationship Diagram* (Sumber : Al Fatta, 2007)

|  |  |
| --- | --- |
| **Simbol** | **Keterangan** |
| 1. *Entity set* | **Entitas,** adalah suatu kumpulan objek atau sasaran yang dapat dibedakan atau dapat didefinisikan secara unik. |
| 2.*Attribut* | ***Atributte***, adalah karakteristik dari entitas atau *relationship* yang akan menyediakan penjelasan *detailentitas relation.* |
| 3.*Relationship Set* | ***Relationship***, adalah hubungan yang terjadi antara satu entitas atau lebih. |
| 4. *Link* | ***Link***, adalah baris sebagai penghubung antara himpunan, relasi dan himpunan entitas dan atributnya. |

**BAB III**

**METODELOGI PENELITIAN**

**3.1** **Objek Penelitian**

Objek penelitian dalam penulisan Tugas Akhir ini pada Titan Travel Palembang yang beralamat di Komplek Opi Perumahan Bougenvile Blok D No15. Email : [sashop11@yahoo.com](mailto:sashop11@yahoo.com)

**3.2** **Metode Pengumpulan Data**

**3.2.1 Jenis Data**

Jenis data dari penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Dalam hal ini data primernya adalah beberapa data di toko Sashop Florist beserta daftar dan gambar bunga yang mereka jual. Sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan melalui referensi buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

**3.2.2 Sumber data**

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh dari Owner Titan Travel Palembang.

**3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian adalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara ini dilakukan dengan pemilik Titan Travel yaitu untuk memperoleh informasi tentang permasalahan pada Titan Travel dalam usahanya untuk menjalin hubungan dengan pelanggan.

1. Observasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan metode ini adalah dengan mengamati proses pemasaran, pelayanan serta transaksi pada Titan Travel bagaimana menjalin hubungan dengan pelanggannya. Selain itu juga mengamati bagaimana respon pelanggan terhadap Titan Travel.

1. Studi Pustaka

Yaitu mengumpulkan data dengan cara menggunakan dan mempelajari jurnal-jurnal, internet, buku dan media lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti sebagai landasan teori penulis.

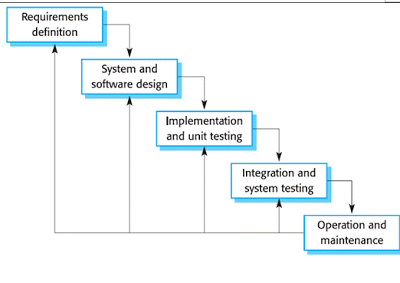
1. Kuisioner

Pengumupan data yang dilakukan dengan metode ini adalah dengan meminta kepada masyarakat untuk mengisi kuisioner, agar para calon pelanggan tersebut bisa memberikan masukan untuk web Titan Travel kedepannya.

**3.4 Metode Pengembangan Sistem**

**3.4.1 Metode *Waterfall***

Model pengembangan yang digunakan pada penelitian ini ialah model *Waterfall*. Model *Waterfall* adalah “Linear Sequential Model”. Model ini kadang-kadang disebut dengan “*classic life cycle*”. Disebut dengan *waterfall* karena tahap demi tahap yang dilalui harus menunggu selesainya tahap sebelumnya dan berjalan berurutan. *Waterfall* menunjukkan sebuah pendekatan sistematis untuk pengembangan perangkat lunak (Pressman,2010:39).Alasan peneliti menggunakan model *waterfall* sebagai metode pengembangan sistem informasi ialah kebutuhan pihak Titan Travel telah terdefinisi secara jelas dan tahap-tahap pada model *waterfall* terstruktur secara jelas. Berikut Gambar 3.1 mengenai tahapan-tahapan pengembangan yang terjadi pada metode *Waterfall*:



**Gambar 3.1** tahapan-tahapan metode *Waterfall*

**Sumber :** Pressman, Roger S. 2001

Dalam pengembangannya metode *waterfall* memiliki beberapa tahapan yang runtut: *requirement* (analisis kebutuhan), design sistem (*system design*), *Coding & Testing*, Penerapan Program, pemeliharaan (Pressman, Roger S. 2001).

1. ***Requirement* (analisis kebutuhan).**

Dalam langakah ini merupakan analisa terhadap kebutuhan sistem. Pengumpulan data dalam tahap ini bisa melakukan sebuah penelitian, wawancara atau *study literatur*. Seseorang *system* analisis akan menggali informasi sebanyak-banyaknya dari *user* sehingga akan tercipta sebuah sistem komputer yang bisa melakukan tugas-tugas yang diinginkan oleh *user* tersebut. Tahapan ini akan menghasilkan dokumen *user* requirement atau bisa dikatakan sebagai data yang berhubungan dengan keinginan *user* dalam pembuatan sistem. Dokumen inilah yang akan menjadi acuan *system* analisis untuk menterjemahkan kedalam bahasa pemrograman.

Analisa diatas memberikan berbagai masalah yang dihadapi oleh para pemakai sistem terdapat 2 kategori yang harus dipenuhi, yaitu :

### **Kebutuhan Fungsional**

Kebutuhan fungsional yang harus dipenuhi dari sistem tersebut adalah :

1. Registrasi/ membuat akun member.

Sistem yang baru harus dapat menyimpan data pelanggan secara mudah dan efisien.

1. Login

Form ini dibuat untuk memverifikasi data login user agar data tetap terjaga dengan baik.

1. Menu paket tour

Sistem menampilkan menu Paket tour Titan Travel

1. Menu promosi / diskon

Sistem dapat menampilkan dan mengelola promosi / diskon

1. Menu testimoni

Sistem dapat menampilkan testimoni pelanggan.

1. Pemesanan paket tour

Sistem dapat mempermudah proses pemesanan secara mudah.

1. Order transaksi

Sistem dapat menampilkan transaksi yang sudah lunas dan belum lunas pada order transaksi yang dilakukan.

1. Melihat rekapitulasi penjualan (laporan)

Sistem dapat menampilkan laporan penjualan.

1. **Kebutuhan Non Fungsional**

Kebutuhan non fungsional adalah kebutuhan tambahan yang tidak memiliki *input*, proses dan *output*. Namun demikian, kebutuhan non fungsional ini sebaiknya dipenuhi, karena akan sangat menentukan apakah sistem ini akan digunakan *user* atau tidak, kebutuhan non Fungsional Pada Sistem Informasi Penjualan untuk Titan Travel Palembang dikategorikan berdasarkan rangkaian kerja *(framework)* PIECES *(Performance, Information, Economics, Control, Efficiency, Service).*

1. ***Design System* (design sistem)**

Proses design akan menterjemahkan syarat kebutuhan kesebuah perancangan perangkat lunak yang dapat diperkirakan sebelum dibuat koding. Proses ini berfokus pada : struktur data, arsitektur perangkat lunak, *representasi interface*, dan detail (algoritma) prosedural. Pada tahap ini peneliti akan melakukan rancangan antar muka sistem dan arsitektur sistem yang akan dikembangkan dan akan menghasilkan dokumen yang disebut *software requirement*. Dokumen inilah yang akan digunakan *programmer* untuk melakukan aktivitas pembuatan sistemnya. Berikut ini diagram Level 0 pemodelan untuk kelakuan (*behavior)* sistem informasi yang akan dibuat

1. ***Coding & Testing* (penulisan sinkode program */ implemention*)**

*Coding* merupakan penerjemahan design dalam bahasa yang bisa dikenali oleh komputer. Dilakukan oleh *programmer* yang akan menterjemahkan transaksi yang diminta oleh user. Tahapan inilah yang merupakan tahapan secara nyata dalam mengerjakan suatu sistem. Dalam artian penggunaan *computer* akan dimaksimalkan dalam tahapan ini. Setelah pengkodean selesai maka akan dilakukan testing terhadap sistem yang telah dibuat tadi. Tujuan testing adalah menemukan kesalahan-kesalahan terhadap system tersebut dan kemudian bisa diperbaiki

1. **Penerapan / Pengujian Program *(Integration & Testing*)**

Tahapan ini bisa dikatakan final dalam pembuatan  sebuah sistem. Setelah melakukan analisa, design dan pengkodean maka sistem yang sudah jadikan digunakan oleh user. Pengujian hasil pembuatan sistem dilakukan secara langsung terhadap beberapa fitur yang telah dikembangkan. Tetapi untuk tahap ini penulis tidak sampai menjelaskan mengimplementasikan pada penelitian ini karena terkendalanya waktu penelitian.

1. **Pemeliharaan (*Operation & Maintenance*)**

Perangkat lunak yang susah disampaikan kepada pelanggan pasti akan mengalami perubahan. Perubahan tersebut bisa karena mengalami kesalahan karena perangkat lunak harus menyesuaikan dengan lingkungan (periperal atau system operasi baru) baru, atau karena pelanggan membutuhkan perkembangan fungsional. Sama juga hal nya dengan tahap implementasi, penulis tidak sampai menjelaskan bagaimana pemeliharaan pada sistem yang akan dibangun nanti.

**3.4.2 Keuntungan Metode *Waterfall***

1. Kualitas dari sistem yang dihasilkan akan baik. Ini dikarenakan oleh pelaksanaannya secara bertahap. Sehingga tidak terfokus pada tahapan tertentu.
2. Document pengembangan system sangat terorganisir, karena setiap fase harus terselesaikan dengan lengkap sebelum melangkah ke fase berikutnya. Jadi setiap fase atau tahapan akan mempunyai dokumen tertentu.
3. Metode ini masih lebih baik digunakan walaupun sudah tergolong kuno, daripada menggunakan pendekatan asal-asalan. Selain itu, metode ini juga masih masuk akal jika kebutuhan sudah diketahui dengan baik.

**3.4.3 Kelemahan Metode *Waterfall***

1. Diperlukan manajemen yang baik, karena proses pengembangan tidak dapat dilakukan secara berulang sebelum terjadinya suatu produk.
2. Kesalahan kecil akan menjadi masalah besar jika tidak diketahui sejak awal pengembangan yang berakibat pada tahapan selanjutnya.
3. Pelanggan sulit menyatakan kebutuhan secara eksplisit sehingga tidak dapat mengakomodasi ketidak pastian pada saat awal pengembangan.
4. Pelanggan harus sabar, karena pembuatan perangkat lunak akan dimulai ketika tahap desain sudah selesai. Sedangkan pada tahap sebelum desain bisa memakan waktu yang lama.
5. Pada kenyataannya, jarang mengikuti urutan sekuensial seperti pada teori. Iterasi sering terjadi menyebabkan masalah baru.

**3.5 Metode Analisis**

**3.5.1 Metode *User Centered Design***

Analisis dengan metode *User Centered Design* CRM ada ada empat fase yaitu (Ardhi Kurniawan, 2009) :

1. Fase *Specify the Context of use*

Fase ini adalah fase dimana mengidentifikasi persoalan serta mengidentifikasi prospek yang ada untuk mengatasi persoalan yang muncul di kemudian hari.

1. Fase *Specify requirements*

Fase ini adalah fase dimana mulai mengumpulkan rincian kebutuhan yang didapat langsung dari calon pengguna, dalam hal ini adalah masyarakat yang akan menjadi calon pelenggan Titan Travel.

1. Fase *Create design of solutions*

Fase ini adalah fase dimana dilakukan tahap pemodelan task yang terdapat dalam sistem. Pemodelan task diawali dengan pemetaan daftar kebutuhan yang telah diidentifikasi pada aktifitas sebelumnya kedalam task analisis. Hasil dari proses task analisis selanjutnya dikembangkan menjadi dialog interaksi antara pengguna dengan sistem (proses task synthesis). Hasil task dikembangkan menjadi bentuk perangkat lunak berupa situs. Pada aktifitas ini akan ditentukan kriteria pengukuran dari setiap komponen ukuran dari usability (efektif, efisien, dan kepuasan) secara detail dan rinci.

1. Fase *Evaluate design*

Fase ini adalah fase dimana dilakukan evaluasi prototipe yang telah dikeluarkan. Evaluasi akan dititik beratkan pada pengukuran usability dari prototype yang dikeluarkan berdasarkan kriteria. Selain pengukuran tingkat usability, juga identifikasi rekomendasi perbaikan.

Ada tiga tahap yang terjadi dalam CRM, hal ini dikemukakan oleh Kalakota dan Robinson (2001, p174) sebagai berikut :

1) Menambah jumlah pelanggan baru (acquire). Meningkatkan promosi mengenai produk atau jasa yang dimilik untuk mendapatkan pelanggan baru. Mempromosikan keunggulan dan nilai lebih yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan perusahaan pesaing lainnya.

2) Mempertahankan para pelanggan potensial (retain). Strategi memberikan nilai tambah atas produk atau jasa yang diberikan untuk mempertahankan pelanggan dengan cara meningkatkan pelayanan.

3) Membina hubungan baik yang telah ada dengan pelanggan (expansion). Tujuan pada tahap ini adalah untuk memberikan pelayanan yang sifatnya one stop service kepada para pelanggan. Selain itu juga, strategi ini mendengarkan keinginan pelanggan dan melayaninya dengan baik, agar terciptanya customer yang loyal terhadap layanan yang ada.

Selanjutnya, dari tahap yang terjadi dalam CRMtersebut dapat diuraikan solusi yang meliputi perlunya pembangunan berbagai sistem informasi sebagai berikut :

**Tabel 3.2** pemetaan solusi

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tahap dalam CRM** | **Startegi** | **Solusi** |
| *Acquire* | Registrasi Pelanggan | Sistem Registrasi terintegrasi |
| Akun Member Pelanggan | Sistem member terintegrasi |
| *Retain* | Informasi paket tour | Form paket tour terbaru, paket tour diskon. Dan juga akan ada penambahan RSS (Really Simple Syndication) dimana fitur ini memungkinkan pelanggan dapat mengetahui informasi uptodate paket tour melalui email pelanggan yang kita dapatkan. |
| Informasi poin | Form informasi poin yang terhubung dari admin ke login member yang sudah memenuhi syarat 3 kali pembelian mendapatkan reward/ hadiah. |
| Memperbaiki pemasaran dan info-info promo atau informasi penting lainnya. | Pemasaran dan informasi promo atau informasi lainnya terintegrasi. Selain pemasaran melalui web, pemasaran akan dilakukan lewat akun sosialmedia Instagram yang mana sosial media yang paling banyak diminati masyarakat, rencana nya website penjualan ini akan berkaitan dengan akun sosmed milik Titan Travel. |
| *Expansion* | *Feedback* pelanggan terhadap pelayanan penjualan | Form Testimoni, dimana pelanggan memberikan testimoni terhadap pelayanan tour, pelanggan bisa mengupload foto dan, memberi komentar dan memberikan bintang terhadap pelayanan yang ada. |
| *Customer service* terhadap keluhan pembelian | *Chat Live*, dimana fitur ini melayani 12 jam kerja jika terjadi kendala pada pembelian. |

Dari pemetaan solusi, penulis dapat menguraikan fitur-fitur pada sistem nantinya

**Tabel 3.3** Fitur-fitur *CRM*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Strategi** | **Fitur** | **Actor** |
| Melakukan pendataan pelanggan | Registrasi Pelanggan | Admin |
| Mengupload dan mengupdate paket tour | Tampilan paket tour | Admin |
| Melihat data testimoni | Form testimoni | Admin |
| Melayani pelanggan lewat *Chat Live* | Form *Chat Live* | Admin |
| Mengupdate informasi diskon | Informasi diskon | Admin |
| Melihat dan mengupdate pemesanan | Form pemesanan | Admin |
| Melihat dan mengupdate transaksi lunas dan belum lunas | Form transaksi | Admin |
| Jumlah transaksi setiap member Menjadi wawasan pemilik yang mana *TOP Customer* agar diberi Reward. | Form Poin | Admin |
| Merekap dan mendownload laporan penjualanan perbulan dan pertahun | Form laporan | Admin |

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disusun pemetaan fitur – fitur terhadap indikator pelayanan CRM (Tabel 3.2). Penulis menyimpulkan bahwa semua fitur

- fitur telah memenuhi komponen - komponen indikator pelayanan.

**3.6** **Analisis Sistem**

**3.6.1 Definisi Lingkup (*Scope Definition*)**

Lingkup pengembangan sistem informasi pelayanan Titan Travel Palembang dengan menerapkan metode *User Centered Design* dari Strategi *Customer Relationship Management* dapatdijelaskan sebagai berikut.

**3.6.2** **Tujuan Proyek**

Tujuan dari proyek ini adalah membuat sebuah sistem informasi pelayanan berbasis website yang secara khusus menangani proses transaksi penjualan dan pelayanan paket tour. Sistem ini akan membantu Owner Titan Travel untuk meningkatkan penjualan paket tour dengan memasarkan paket tour kepada masyarakat kelas menengah maupun atas. Selain itu sistem akan membantu calon pembeli untuk menemukan paket tour dalam negeri maupun luar negeri.

Berikut ini adalah *bussines goal* dan *project goal* yang diharapkan dapat tercapai dengan dilaksanakannya proyek ini :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Business Goal** | **Project Goal** |
| 1 | Menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan untuk menggunakan sistem informasi pelayanan ini dalam mendapatkan paket tour yang diinginkan | 1. Membangun personalisasi *user* dengan menganalisa pola transaksi dari masing – masing pelanggan.  2. Menampilkan halaman paket tour yang di diskon |
| 2 | Memfasilitasi penjual paket tour dan pelanggannya dalam proses transaksi penjualan dan pembelian paket tour secara online | 1. Membuat sistem informasi berbasis web online untuk menyediakan wadah bagi penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi paket tour.  2. Memfasilitasi konfirmasi pembayaran secara online melalui sistem yang dibangun. |
| 3 | Mempermudah penjual mengelola data penjualan tanpa harus merekap menulis di buku | 1. Memberikan akses kepada penjual untuk mendapatkan informasi mengenai histori pemesanan dan pembayaran  2. Menambahkan fitur laporan untuk rekap penjualan |

**3.6.3 Gambaran Proyek**

Proyek sistem informasi pelayanan berbasis web yang akan dibangun secara umum menangani transaksi pembelian paket tour yang menghubungkan antara penjual dan pelanggan melalui media internet. Karena banyak nya peluang dan menjamurnya transaksi jual beli online yang ada di Indonesia. Sistem ini akan menjadi lapak penjualanan virtual bagi Titan Travel. Dimana penjual mengakses internet untuk memasarkan paket tour yang dijual, sehingga penjual dapat meningkatkan keuntungan mereka. pengguna sistem ini diklasifikasikan menjadi dua yaitu pelanggan dan admin, yang dimana admin dapat di akses oleh beberapa orang. Pada sistem informasi penjualan ini, admin bisa mengelola data paket tour dan pesanan paket tour. Pelanggan dapat mengakses sistem ini secara online, sehingga pelanggan memperoleh informasi mengenai paket tour yang diinginkan, status pemesanan berhasil, upload bukti pembayaran, status pembayaran berhasil, dan juga memberikan feedback pada penjual pada halaman testimoni. Tetapi, Jika pelanggan ingin melakukan pemesanan paket tour, pelanggan harus login terlebih dahulu, selanjutnya memilih paket tour yang diinginkan setelah itu pelanggan mengisi biodata diri sesuai data asli serta berapa orang yang akan berangkat dalam tour tersebut. Selanjutnya, pelanggan akan mengupload bukti pembayaran dan akan di verifikasi oleh admin dengan mencocokkan bukti pembayaran dan melihat informasi dari m-banking atm penjual. Kemudian admin dapat memantau status pelanggan dalam histori penjualan dan setelah terverifikasi maka selanjutnya admin bisa memproses pemesanan. Selanjutnya jika terjadi kendala atau kesalahan dalam pemesanan, pelanggan bisa langsung komplain via *live chat* pada sistem ini. Terlebih juga sistem ini ada fitur testimoni, yang mana pelanggan dapat memberikan feedback pada penjual untuk menunjang usaha kedepannya.

Pelaksanaan proyek ini dimulai dengan menganalisis kebutuhan fungsional sistem. Penulis melakukan penelitian terhadap fungsi sistem yang akan diterapkan. Setelah itu, perancangan logika sistem dibuat berdasarkan kebutuhan sistem dalam rangka mempermudah proses pengkodean (*coding*). Lalu proses *testing* dilakukan agar setiap modul sistem dapat berjalan dengan baik.

Output dari proyek ini adalah sebuah sistem informasi pelayanan berbasis website yang dilengkapi beberapa fitur untuk memudahkan proses penjualanan, pembelian, serta pelayanan yang dimana dengan tujuan mendapatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

**3.6.4 Pernyataan Masalah dan *Opportunity***

**3.6.4.1 Pernyataan Masalah**

Dalam melakukan analisis terhadap berbagai masalah yang terkait dengan proses pelayanan serta pembelian paket tour, penulis melakukan penelitian datang langsung ke lokasi penjualan untuk menganalisis permasalahan

Berikut ini adalah pernyataan masalah yang dikategorikan ke dalam bentuk PIECES (*Performance*, *Information*, *Ecomonic*, *Control*, *Efficiency*, *Service*).

1. Sulitnya memasarkan produk secara luas

Perkembangan teknologi yang begitu pesat akan lebih baik jika dimanfaatkan untuk penjual memasarkan bisnis agar mendapatkan nilai tambah pada penjual. Dampak yang terasa adalah tidak ada keterbatasan ruang untuk melakukan jual beli kapanpun dan dimanapun. Terlebih banyaknya pesaing bisnis yang menggunakan serangkaian inovasi dan kreatifitas untuk menarik para pelanggan.

Permasalahan ini dapat dikategorikan sebagai permasalahan *PERFORMANCE dan INFORMATION.*

2. Pelanggan membutuhkan waktu yang lebih untuk menunggu

Respon penjual dan biaya lebih untuk datang ke toko. Pelanggan terlebih dahulu akan meng-*chat* penjual via akun sosialmedia whatsapp dan instagram. Di karenakan banyak nya yang membeli, penjual kewalahan merespon pertanyaan pelanggan yang belum tentu membeli, terlebih lagi jika ada pelanggan yang ingin direspon cepat tetapi di respon lambat, bisa saja penjual kehilangan pelanggan tersebut. Lalu bisa saja pelanggan datang ke toko, tetapi membutuhkan biaya ongkos untuk ke toko tersebut, belum lagi kalau paket tour yang di cari tidak ada.

Permasalahan ini dapat dikategorikan sebagai permasalahan *EFFICIENCY* dan *ECONOMIC.*

3. Informasi penjualan untuk pelanggan terbatas

Sebelum membeli paket tour pelanggan cenderung melihat informasi – informasi yang tertera oleh penjual, dikarenakan penjual hanya memasarkan lewat akun sosialmedia instagram, pelanggan harus mem-*follow* terlebih dahulu akun penjual. Belum lagi jika informasi dari penjual yang di upload di instagram tersebut di anggap spam sehingga menggangu akun pelanggan. Terlebih jika ada informasi promo lainnya yang tidak diketahui oleh pelanggan.

Permasalahan ini dapat dikategorikan sebagai permasalahan *INFORMATION*.

4. Sulitnya mendata pesanan pelanggan.

Toko Titan Travel saat ini masih menggunakan cara yang manual mencatat pemesanan pelanggan dengan buku. Belum lagi tidak adanya *history* pemesanan. Dimana jika suatu saat *history* chat tersebut bisa hilang atau hp mengalami eror sehingga penjual kesulitan untuk meng-chat ulang pelanggan.

Permasalahan ini dapat dikategorikan sebagai permasalahan *CONTROL* dan *SERVICE.*

**3.6.4.2 *Opportunity***

Kelebihan dari sistem yang dikembangkan :

1. Proses pembelian lebih mudah dan efisien karena dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun.

2. Pelanggan mendapatkan informasi produk yang lengkap tanpa harus menunggu respon chat penjual.

3. Pelanggan tidak perlu memfollow akun sosialmedia instagram penjual untuk menghindari spam.

4. Pelanggan mendapatkan informasi paket tour terbaru dan informasi promo melalui fitur RSS yang akan dikirim via email, dimana ini juga membantu penjual untuk mempertahankan pelanggan.

5. Fitur *testimonial* dimanfaatkan sebagai *review* pelanggan sebelum membeli yang mana berisi komentar dari pelanggan dari berbagai paket tour yang telah dipesan. Dengan tujuan meyakinkan pelanggan dan menunjang usaha penjual

6. Penjual memasarkan produknya secara luas tidak hanya sebatas pengguna instagram saja.

**3.6.4.3 Tabel Pernyataan Masalah**

Masalah yang telah dijelaskan diatas dapat dituangkan ke dalam tabel berikut

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan singkat dari masalah** | **Visibilitas** | **Peringkat** | **Solusi yang ditawarkan** |
| 1 | Proses pembelian yang kurang efisien | Tinggi | 1 | Perancanga sistem informasi dengan beberapa fitur CRM seperti transaksi pemesanan, konfirmasi pembayaran, testimoni, dll. |
| 2 | Sulitnya mendapatkan informasi paket tour dan informasi diskon | Tinggi | 1 | Membuat sistem informasi yang menampilkan detail paket tour dan memberikan informasi penting lainnya seperti diskon dan paket tour terbaru. |
| 3 | Pemasaran paket tour tidak secara luas | Tinggi | 1 | Membuat sistem informasi yang bisa memasarkan paket tour tersebut tidak hanya sebatas pengguna instagram saja. |
| 4 | Pelanggan menghabiskan waktu lebih untuk menunggu respon penjual dan lebih untuk datang langsung ke toko | Sedang | 2 | Membuat sistem informasi yang bisa melayani langsung pemesanan pelanggan kapanpun dan dimanapun tanpa harus merespon chat pelanggan satu persatu. |
| 5 | Sulitnya mengetahui apakah penjual tersebut dapat dipercaya | Sedang | 2 | Menambahkan fitur *testimoni* untuk meyakinkan pelanggan dan sebagai *review* pelanggan sebelum membeli |
| 6 | Sulitnya mendata pemesanan pelanggan | Tinggi | 1 | Membuat sistem informasi yang dapat menampilkan history pemesanan dan laporan penjualan, |

**3.6.4.4 Keterbatasan proyek (*Project Constraint*)**

**3.6.4.4.1** ***Business Constraints***

Berikut adalah *Business Constraints* yang ada:

1. Pembeli diwajibkan registrasi terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi.

2. Membangun sistem yang memfasilitasi dimana masing– masing mempunyai hak akses dan aktifitas yang berbeda.

3. Pembeli melakukan konfirmasi pembayaran via upload bukti pembayaran.

**3.6.4.4.2 *Technology Constraints***

Berikut ini adalah beberapa *technology constraints* yang harus dipenuhi oleh sistem baru

1. Sistem yang dibangun menggunakan sistem operasi *microsoft windows 7* ke atas.

2. Untuk tempat penyimpanan data menggunakan *database*, *database* yang digunakan adalah *MySQL.*

3. Sistem yang akan dibangun berbasis website dan menggunakan bahasa pemrograman PHP.

**3.6.5 Studi Kelayakan**

**3.6.5.1** **Aspek Kelayakan Ekonomi dan Bisnis**

Berikut ini adalah studi kelayakan dari aspek ekonomi dan bisnis:

* 1. Penghematan biaya komunikasi dan biaya transportasi ketika aktifitas pembelian datang langsung ke lokasi.
  2. Menghemat biaya buku dan alat tulis lainnya, karena sebagai sarana penjual mencatat pemesan dari pelanggan.
  3. Kemudahan dalam pemesanan tanpa harus menunggu respon dari penjual.
  4. Pelanggan bisa memesan paket tour kapanpun dan dimanapun.

**3.6.5.2 Aspek Teknologi**

Berikut ini adalah teknologi yang digunakan pada sistem :

1. Sistem yang dibangun memanfaatkan teknologi internet, karena sistem informasi pejualanan ini berbasis website.

2. Sistem yang akan di bangun menggunakan bahasa pemrograman PHP, HTML, CSS dan database MySQL.

**3.6.6** **Ide Solusi Tahap Awal**

Solusi yang diberikan adalah membangun sistem infromasi pelayanan dan penjualan berbasis web secara online yang memfasilitasi penjual dan pembeli dapat bertransaksi secara cepat dan mudah melalui internet. Sehingga penjual dapat meningkatkan keuntungan dan nilai bisnis nya dengan pangsa pasar yang lebih luas dan modern. Sedangkan pembeli dapat dengan mudah berbelanja dimanapun dan kapanpun membeli paket tour yang diinginkan.

Sistem ini membangun fitur – fitur yang berkaitan dengan strategi CRM seperti fitur bertransaksi secara *online,* pengelolaan data pemesanan, konfirmasi pembayaran, live chat, RSS, *Testimonial* yang berisi feedback dari pembeli. Selain untukmemudahkan pemesanan, fitur tersebut dapat mengembangkan *reputation system* yang baik.

**3.6.7** **Ruang Lingkup Awal Proyek**

Ruang lingkup awal proyek ini adalah untuk penerapan metode *User Centered Design* yang merupakan metode dari strategi *Customer Relationship Management* yang mana metode tersebut mengarahkan untuk membangun bagaimana mendapatkan data pelanggan, memberikan informasi pada pelanggan dan mendapatkan informasi dari pelanggan untuk menunjang perusahaan atau feedback dari pelanggan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Selanjutnya, sistem ini akan memproses data pendaftaran pelanggan, data paket tour, data diskon, data status pemesanan, status pembayaran, data – data pelanggan, *live chat*, dan testimoni dari pelanggan.

**3.7 Analisis Masalah *(Problem Analysis)***

Pada tahap ini akan dilakukan analisis lebih mendalam terhadap permasalahan yang ada. Adapun tujuan dari tahap ini adalah untuk memahami dan mempelajari proses bisnis dari sistem lama yang di terapkan dan domain permasalahan yang ditemukan. Dengan memahami dan mempelajari domain sistem yang ada, maka dapat dapat dihasilkan suatu *system improvement objective* yang mencakup *problems, opportunitties*, dan *derectives* dari sistem yang lama, dan juga *constraint* dalam perancangansistem yang baru.

**3.7.1** **Domain Permasalahan**

Untuk melakukan perbaikan *(improvement)* dan peningkatan dari sistem yang lama, perlunya memahami permasalahan – permasalahan yang terdapat pada sistem lama Titan Travel. Berikut ini adalah analisis data, proses, dan *interfaces* yang dilakukan pada sistem lama :

1. Data

Penjualan paket tour pada Titan Travel belum memanfaatkan suatu sistem teknologi informasi otomatis untuk mengelola data penjualan, sehingga penjual kesulitan mengelola histori pemesanan, karena sistem yang digunakan masih secara manual dengan menulis histori pemesanan di buku, yang mana pemesanan dilakukan via *chat* dari akun sosialmedia. Tidak adanya media untuk mengelola histori pemesanan bisa saja mengakibatkan kesalahan data, buku yang hilang, histori chat yang hilang, hp yang eror, dll.

2. Proses

Proses transaksi jual-beli yang diterapkan sistem lama pada Titan Travel melalui chat dari akun sosialmedia LINE dan Whatsapp, pelanggan juga bisa langsung datang ke toko. Karena pelanggan harus berinteraksi dan melakukan komunikasi terlebih dahulu, hal ini menyebabkan pelanggan membutuhkan waktu dan biaya yang lebih. Selain itu belum pasti pelanggan akan membeli suatu produk tersebut. Sehingga sistem seperti ini tidak efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dalam bertransaksi, dan juga penjual kesulitan dalam merespon banyaknya pertanyaan dari pelanggan yang belum tentu membeli dan mengelola data pemesanan pelanggan.

3. Interface

Sistem informasi penjualan yang akan dibangun ditujukan untuk Titan Travel yang belum memanfaatkan teknologi informasi sebagai penunjang dan menjadi nilai tambah proses bisnis Titan Travel. Sistem ini memfasilitaskan interface yang *userfriendly* agar penjual dapat memanfaatkannya dengan baik.

**3.7.2** **Analisis Masalah dan Peluang**

Tahapan selanjutnya untuk memahami dan mempelajari sistem yang lama adalah melakukan analisis masalah dan peluang. Masalah dan peluang sebelumnya sudah dijelaskan lebih awal, maka selanjutnya akan di cari penyebab dari masalah – masalah tersebut. Untuk menganalisa penyebab permasalahan tersebut digunakan cause and effect analysis atau ishikawa diagram sehingga dapat ditemukan solusi yang sesuai untuk permasalahan yang ada.

**BAB IV**

**WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN**

**4.1 Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan pada Agustus 2018 sampai dengan Desember 2018.

**4.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada Kantor Titan Travel Palembang.

# 

# **BAB V**

# **JADWAL PENELITIAN**

Lamanya pelaksanaan penelitian ini dijadwalkan berjalan selama 5 bulan yaitu mulai dari bulan Agustus 2018 sampai dengan Desember 2018.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Kegiatan dan Aktivitas | 2018 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Agustus | | | | September | | | | Oktober | | | | November | | | | Desember | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Pembuatan Proposal Tugas Akhir |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Pengumpulan Data |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Analisis Sistem Lama |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Merancang Sistem Baru |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Pembuatan Tugas Akhir |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

# 

# **DAFTAR PUSTAKA**

Ade Paul, Lukas, 2001, Makalah Seminar : *Customer and Partner Relationship Management, Telematic Research Group*

Agus Mulyanto. 2009. *Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Andri Kristanto. 2007. *Perancangan Sistem Informasi Dan Aplikasinya*. Penerbit Gava Media. Klaten.

Ardhana, YM Kusuma, (2012), *Menyelesaikan Website 30 Juta !*, Jasakom. Jakarta. Oktavian, Diar Puji. 2010. *Menjadi Programmer Jempolan Menggunakan PHP*. Yogyakarta: Penerbit MediaKom.

Asropudin Pipin, 2013. *Kamus Teknologi Informasi*. Bandung: Titian Ilmu.

Griffin, Jill, 2005. Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan, Erlangga, Jakarta.

Hanif Al Fatta. 2007. *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi.* Andi. Yogyakarta.

Hanson, Ward. 2000. Pemasaran Internet. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Hardjono D. (Ed). 2006. *Seri Panduan Lengkap Menguasai Pemrograman Web dengan PHP 5*. ANDI Yogyakarta.

Hurriyati, Ratih (2005), Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Bandung Alfabeta.

Jogiyanto, H.M., 2005, *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis,* ANDI, Yogyakarta

Jogiyanto.2009.*Analisis dan Desain Sistem Informasi.*Yogyakarta: Andi.

Kalakota, R., Robinson, M.. (2001) E-Business 2.0: Roadmap for Success, Reading, MA, Addison-Wesley. p 243.

Kotler, Philip., dan Gary Armstrong., 2004, *Dasar-Dasar Pemasaran,* Edisi kesembilan, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks.

Kotler, Philip (2006). Manajemen pemasaran, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T Indeks Gramedia.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.

Luthans,Fred. 1995. *Organizational Behavior.*Sixth edition.McGraw-Hill International Edition.Management series.New York.

Nugroho *Widjajanto*. (2001). Sistem Informasi Akuntansi. Erlangga. Jakarta.

Perangin angin, Loina (2001). *Hubungan Masyarakat : Membina Hubungan Baik Dengan Publik.* Bandung : CV. Lalolo.

Tjiptono, Fandy. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi.

Turban, E.,et all. (2004). Electronic Commerce: A Managerial Perspective 2004. Pearson Prentice Hall, New Jersey..

Whitten L,Jeffery, Bentley D,Lonnie,Dittman C,Kevin,2004. *Metode Desain dan Analisis Sistem*. Terjemahan oleh Tim Penerjemah ANDI. 2004. ANDI:Yogyakarta.

**LAMPIRAN**

**Hasil Wawancara**

Wawancara dengan Pemilik Titan Travel Palembang secara singkat

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Pertanyaan | Jawaban |
| 1 | Sejak Tahun Berapa Titan Travel Berdiri? | Sejak Tahun 2015 |
| 2 | Apakah dari tahun ke tahun penjualanan terus meningkat? | Ya, meningkat ditambah dengan adanya paket tour baru |
| 3 | Berapa banyak paket tour terjual dalam sebulan? | Kalau musim liburan pesanan tour bisa 5-6 terjual baik domestik maupun internasional. Kalau hari biasa bisa 2-4 paket tour terjual. |
| 4 | Pemesanan order paket tour lewat via apa? | Pemesanan order lewat akun media sosial yaitu Whatsapp |
| 5 | Kalau pemasaran Titan Travel lewat via apa? | Pemasaran lewat akun media sosial Instagram |
| 6 | Perekapan data pelanggan atau laporan keuangan dan lain lain menggunakan sistem seperti apa? | Tidak menggunakan sistem, perekapan dan pelaporan ditulis manual dibuku |
| 7 | Bagaimana cara anda mempertahankan serta memuaskan pelanggan? | Memberi kan pelayanan yang ramah serta memberikan informasi yg diperlukan terkait tempat tujuan tour, serta memberikan potongan harga jika orangnya banyak. |
| 8 | Apakah pelanggan anda pernah komplain terhadap layanan yang anda berikan? Seperti apa? | Ya pernah, pelanggan mengeluh jika respon terlalu lama di balas, dikarenakan banyaknya melayani obrolan pelanggan yang belum tentu memesan. |
| 9 | Apa saja kendala terhadap penjualanan Titan Travel? | 1. Dikarenakan banyak yg menchating admin, dan admin kewalahan banyak pelanggan yang hit dan run / tidak jadi memesan. 2. Membutuhkan waktu yang lama untuk merespon pelanggan satu persatu yang belum tentu membeli atau sekedar bertanya sehingga membuang waktu admin 3. Laporan pemesanan dan keuangan perbulan tidak terstruktur dikarenakan masih ditulis dengan tangan 4. Tidak adanya menyimpan history pemesanan. 5. Penyebaran informasi terhadap promosi banyak tidak diketahui. 6. Pemasaran paket tour sebatas media sosial. |
| 10 | Dari keluh kesah yang pemilik sampaikan tadi saya menyimpulkan bagaimana jika Titan Travel saya buatkan suatu sistem yang terintegrasi untuk mempermudah penjualanan serta pelayanan dari Titan Travel itu sendiri? | Saya sangat setuju dan saya sangat berharap sekali sistem serta web tersebut segara terlaksana. |

**Hasil Kuisioner lebih dari 100 orang responden**

Bisakah anda memberikan saran kepada kami, website seperti apa yang anda inginkan nantinya 53 tanggapan

User friendly (2)

Mungkin interfacenya dibuat lebih menarik

Buat yang simple aj

Lebih kurangnya... Seperti traveloka, bisa re schedule juga

Jangan ribet, jangan mudah server down, buat sejelas mungkin

Website dengan interface yang friendly dan memiliki banyak pilihan pembayaran dan menu yang memudahkan pemesanan

website yg memiliki fitur-fitur terbaru untuk mempermudah customer dlm memesan tiket dll, seperti live chat apabila customer sedang mengalami kesulitan, dan memberikan notif langsung ke customer misalnya melalui email apabila ada promo tertentu

Terlihat sederhana namun menarik, fitur yg ada bisa dengan mudah digunakan, mudah diakses dengan menggunakan segala media elektronik/gadget

Web dgn interface simpel dan menarik

website yang baik

Website yang tanpa pesan riket sudah dating

1. Mengurus visa/pasport menicu pencurian data oleh agent dan dapat di salah gunakan. Jadi fitur tsbt kemungkinan tidak bisa di implementasikan. 2. Tujuan Fitu Live chat di website untk apa ? Yang di khawatirkan, fitur tersebut tidak sama sekali di gunakan oleh user. 3. "Jika Titan Travel memberikan diskon atau promosi jika menggunakan web, apakah anda akan menggunakan web ?" Maksud pertanyaan nya ? (\*saran, coba pertanyaaan questioner nya lebih detail lagi

Interface simple mudah digunakan dan tidak ribet. Website memungkinkan untuk user berinteraksi dengan pihak travel Selalu update informasi terbaru tentang travel. Bisa melihat ulasan atau komentar orang lain

Saran nya untuk web titan nanti bisa memberikan paket-paket promo yg menarik sehingga bisa menarik perhatian dari setiap orang yg mengunjungi web tersebut

Website yang tentunya memudahkan pengguna,dan mendesign semenarik mungkin agar pengguna baru lebih tertarik.

Website yg isinya info promo, pricelist, pemesanan, dokumentasi tour, pilihan paket tour (dr backpacker smp yg mahal). Ada jg pilihan atur rute tour sendiri

Buat website yg friendly dan elegant, tetapi memuat informasi yg lengkap

website yang responsive dan userfriendly . tetapi lebih bagus lagi berbasis mobile.

Responsif web, dan dengan loading yang ringan. Serta fitur pemesanan include pembuatan paspor. Atau dapat memilih custom paket.

Web harus Userfriendly untuk memudahkan customer

Website yang mempunyai interface yang baik, simple dan informatif

simple dan ga bikin ribet

yg all in one website ,semuanya di lakukan online

Userfriendly aja

Website yang sederhana tanpa adanya iklan popup dll Proses pembayaran bisa dilakukan di website

website yg bisa dengan mudah diakses dan digunakan tanpa desain yang rumit

Website yang bisa langsung terintegrasi dengan sosial media customer dan tayangan visual dari website terdapat planning trip serta ada low cost traveler. Sehingga memudahkan visitor web serta menjadi daya tarik oleh pengguna website.

Website yg informasinya mendetail agar pengguna tidak kebingungan dan transparansi harga.

User friendly, interface enak di lihat, yang paling penting, web jangan sering loading hm.

Sebagai penyedia travel website usahakan data pelanggan aman, agar tidak terjadi penipuan identitas

adain giveaway tour

Yang terbaik dalam pelayanannya dan mudah untuk dioperasikan

Website yang simple dan midah digunakan serta responsive agar jika dibuka melalui gadget/hp tampilang bisa menyesuaikan

Website yg user friendly

Web yang isinya sudah digabungkan banyak fungsi menjadi satu, seperti booking tiket, hotel, paspor, bisa, dll

Yang lebih baik dari sebelumnya

Website dengan memiliki sistem yg lebih kompleks sehingga bisa menunjang aktivitas yg dilakukan dalam pemesanan tiket

Simpel dan mudah diakses

Yg pasti lengkap, utk mencapai itu tentu tidak mudah, lakukan evaluasi website sekurang”nya sebulan sekali, sehingga keluhan” konsumen bisa diketahui dan diberikan solusi secepatnya. Itulah yg akan menyempurnakan titan travel website.

User friendly dan tidak ribet

seperti traveloka

Yang mudah dipahami pengguna/user

website yang menarik

Website yang aktif memberikan pelayanan kepada calon customer, memberikan info lengkap seputar perjalanan wisata, dan penawaran-penawaran menarik bagi calon customer

website yang memberikan informasi secara lengkap

Website yang simple tetapi mewah



