



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**RANCANGAN *CUSTOMER RELATIONSHIP KNOWLEDGE*
MANAGEMENT SYSTEM PERUSAHAAN *TOUR AND TRAVEL X*
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN**

Skripsi

Oleh

Axel Zebe Efraim

2012320008

Pembimbing

Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil

Bandung

2017



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

RANCANGAN *CUSTOMER RELATIONSHIP KNOWLEDGE*
MANAGEMENT SYSTEM* PERUSAHAAN *TOUR AND TRAVEL X
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN

Skripsi

Oleh

Axel Zebe Efraim

2012320008

Pembimbing

Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Axel Zebe Efraim
Nomor Pokok : 2012320008
Judul : Rancangan *Customer Relationship Knowledge Management System*
Perusahaan *Tour and Travel X* untuk Meningkatkan Penjualan

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 10 Januari 2017
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

: 

Sekretaris

Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com.,

MBA., M.Phil.

: 

Anggota

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Pernyataan

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Axel Zebe Efraim
NPM : 2012320008
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Rancangan *Customer Relationship Knowledge Management System* Perusahaan *Tour and Travel X* untuk Meningkatkan Penjualan.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya ini atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 23 Januari 2017



(Axel Zebe Efraim)

Abstrak

Nama : Axel Zebe Efrain
NPM : 2012320008
Judul : Rancangan *Customer Relationship Knowledge Management System*
Perusahaan *Tour and Travel X* untuk Meningkatkan Penjualan.

Industri wisata dan transportasi yang semakin berkembang memicu pertumbuhan jumlah pelaku usaha *travel agent*. Hal ini menyebabkan persaingan dalam industri wisata dan transportasi semakin ketat. Perusahaan *tour and travel X* sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *tour and travel* perlu meningkatkan daya saing agar dapat berkembang. Melalui sistem *customer relationship knowledge management* yang dapat memberikan pelayanan dengan nilai lebih kepada pelanggan sehingga memungkinkan perusahaan *tour and travel X* untuk memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan pesaingnya.

Jenis penelitian termasuk ke dalam penelitian deskriptif analitis serta menggunakan metode penelitian *case study*. Dalam proses melakukan penelitian, berbagai *research tools* serta *framework* digunakan untuk mendukung kegiatan penelitian seperti *Business Challenge Bundle (BCB)*, *MIT'90s framework*, dan *Business Process Model and Notation (BPMN)*. *BCB* digunakan untuk memetakan suatu permasalahan secara sistematis agar peneliti dapat mengetahui permasalahan utama yang menjadi topik penelitian. *MIT'90s framework* digunakan untuk memahami interaksi antara faktor-faktor yang terlibat dalam perubahan teknologi informasi pada perusahaan baik itu antara lingkungan internal perusahaan sampai dengan lingkungan eksternal perusahaan. Dimana interaksi-interaksi tersebut dibuat secara terperinci dalam *BPMN* agar dapat mengetahui langkah-langkah yang diperlukan dalam melakukan setiap kegiatan yang berhubungan dengan proses perusahaan.

Sistem CRM yang dikelola melalui *knowledge management* dan didukung oleh KBS dapat menghasilkan informasi mengenai karakteristik pelanggan dan karakteristik produk yang bermanfaat bagi perusahaan. Sehingga melalui informasi yang dimiliki, perusahaan dapat menentukan jenis interaksi serta penentuan strategi pendekatan yang tepat guna membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Selain itu, perusahaan juga dapat menawarkan produk yang tepat kepada kelompok-kelompok pelanggannya sehingga dapat menaikkan penjualan perusahaan.

Kata Kunci: *Customer relationship management*, karakteristik pelanggan, karakteristik produk, hubungan dengan pelanggan, strategi pendekatan, *knowledge management*, *travel agency*

Abstract

Nama : Axel Zebe Efraim
NPM : 2012320008
Judul : *Customer Relationship Knowledge Management Systems Layout for X Tour and Travel in Order to Increase Sales*

Within travel and transportation industry growing on daily basis, it also increase the number of travel agency company. This leads to competition in the travel and transportation industry more stringent than before. Tour and travel company X as one of the companies engaged in the tour and travel business needs to improve competitiveness in order to grow. Therefore, the company needs a system that can improve the company's sales. Customer relationship knowledge management system can provide services with more value added to the customer allowing the tour and travel company X to have a competitive edge over its competitors.

The type of this research is descriptive analytical with case study methods. In the process of doing research, various research tools and frameworks used to support research activities such as Business Challenge Bundle (BCB), MIT'90s framework, and Business Process Model and Notation (BPMN). BCB is used to identify problems systematically so that researcher can determine the key issues which become the topic of this research. MIT'90s framework is used to understand the interaction between the factors that involved in the company's information technology changes from internal environment to external environment. Where the detail interactions are created by BPMN in order to determine the steps necessary to carry out any activities relating to the company's processes.

CRM systems that managed through knowledge management and supported by KBS can yield information on customer and product characteristics that are beneficial to the company. With the information held, the company can determine the best type of interaction and the determination of the right approach strategy to build a better relationship with customers. In addition, the company can offer the right products to a group of customers to increase the company's sales.

Key Word: Customer relationship management, customer characteristics, product characteristics, relationship with customer, strategy approach, knowledge management, travel agency.

Kata Pengantar

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan berkat rahmat dan kasih-Nya penyusun dapat menyelesaikan penelitian berjudul “Rancangan *Customer Relationship Knowledge Management System* Perusahaan *Tour and Travel X* untuk Meningkatkan Penjualan.”. Penulisan skripsi ini guna memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana S-1 di Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat dilakukan tanpa bantuan, bimbingan, saran, serta dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yaitu kepada :

1. Bapak Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta motivasi yang sangat menginspirasi dan memberikan dukungan kepada peneliti.
2. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan yang telah banyak membantu peneliti serta menyediakan waktu diskusi dalam proses pengerjaan skripsi.

3. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
4. Kedua orang tua peneliti yang telah mendukung secara finansial, moral, dan doa selama ini. Terima kasih telah mendidik, membimbing, serta memberkati saya sampai saat ini.
5. Kepada teman-teman peneliti satu topik lainnya Okka, Finesse, Kevin, Djayadi.
6. Rachel, Beatrice, Sandra, dan Yohana yang sudah memberikan dukungan serta doa kepada peneliti dari awal perkuliahan hingga akhir.
7. Ira, Mannuel, Gloria, dan Giovanna selaku teman dekat yang sudah senantiasa menyemangati serta menghibur peneliti dalam proses pengerjaan skripsi.
8. Terima kasih kepada seluruh mahasiswa/i Ilmu Administrasi Bisnis 2012 yang berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap perkembangan studi peneliti.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih terdapat kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki peneliti. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Bandung, 3 Januari 2017

Axel Zebe Efraim

Daftar Isi

| | |
|--------------------------------------------------------------------------|------|
| Abstrak | i |
| Abstract | ii |
| Kata Pengantar | iii |
| Daftar Isi..... | v |
| Daftar Tabel | viii |
| Daftar Gambar..... | ix |
| Daftar Bagan | x |
| BAB 1 Pendahuluan..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 5 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.4 Pertanyaan Penelitian | 9 |
| 1.5 Tujuan Penelitian..... | 10 |
| 1.6 Manfaat Penelitian..... | 11 |
| 1.7 Sistematika Penelitian | 12 |
| BAB 2 Landasan Teori | 14 |
| 2.1. Proses Bisnis..... | 14 |
| 2.1.1 Bisnis Jasa | 15 |
| 2.1.2 Travel Agency..... | 16 |
| 2.2 Sistem Informasi..... | 18 |
| 2.2.1 Sistem..... | 19 |
| 2.2.2 Informasi | 20 |
| 2.2.3 Data | 20 |
| 2.2.4 Jenis Sistem Informasi | 21 |
| 2.3 CRM..... | 22 |
| 2.3.1 <i>Operational Customer Relationships Management Systems</i> | 24 |
| 2.3.2 Behavioral CRM | 25 |
| 2.3.3 Fase Customer Relationship Management..... | 25 |
| 2.3.4 Langkah–Langkah dalam Customer Relationship Management ... | 26 |
| 2.3.5 Keuntungan CRM | 29 |
| 2.3.6 E-CRM | 29 |
| 2.3.7 Komponen dalam Customer Relationship Management..... | 31 |
| 2.3.8 Tujuan Customer Relationships Management | 33 |
| 2.4 <i>Customer Analysis</i> | 34 |
| 2.4.1 Customer Behaviour Modelling..... | 34 |
| 2.4.2 Perilaku Pelanggan..... | 35 |

| | | |
|--------|-------------------------------------------------------------|-----|
| 2.5 | Knowledge Management..... | 36 |
| 2.5.1 | Komponen Knowledge Management..... | 37 |
| 2.5.2 | Knowledge Management Systems | 38 |
| 2.6 | Customer Knowledge | 39 |
| 2.7 | Knowledge Based System | 42 |
| 2.7.1 | Manfaat Knowledge-Based System | 43 |
| 2.8 | <i>Ten Schools of Thought on Strategic Management</i> | 43 |
| 2.9 | Business Challenge Bundle | 46 |
| 2.10 | MIT 90's Framework | 47 |
| 2.11 | Business Process Model and Notation (BPMN) | 47 |
| 2.11.1 | BPMN Core Elements..... | 50 |
| 2.11.2 | Contoh BPMN Industri Jasa | 52 |
| | | |
| BAB 3 | Metode Penelitian | 53 |
| | | |
| 3.1 | Tipe Penelitian..... | 53 |
| 3.2 | Peran Peneliti..... | 53 |
| 3.3 | Lokasi Penelitian | 54 |
| 3.4 | Jenis dan Sumber Data | 55 |
| 3.4.1 | Informan Penelitian..... | 56 |
| 3.5 | Prosedur dan Pengolahan Data..... | 57 |
| 3.5.1 | Pengolahan Data..... | 57 |
| 3.6 | Analisis Data | 59 |
| 3.6.1 | Alat Analisis Data | 61 |
| 3.7 | Uji Keabsahan | 64 |
| 3.8 | Operasionalisasi Variabel..... | 66 |
| | | |
| BAB 4 | Profil Perusahaan | 73 |
| | | |
| 4.1. | Profil Prusahaan | 73 |
| 4.2. | Struktur organisasi Travel X | 75 |
| | | |
| BAB 5 | Pembahasan Hasil Penelitian..... | 76 |
| | | |
| 5.1. | Business Challenge Bundle | 76 |
| 5.2. | MIT's 90 Framework | 83 |
| 5.2.1. | Socio Economic Environment (Se)..... | 83 |
| 5.2.2. | Strategy (Sa)..... | 95 |
| 5.2.3. | Individual and Roles (Ir) | 98 |
| 5.2.4 | Structure (Su) | 101 |
| 5.2.5 | Management Process (Mp) | 103 |
| 5.2.6 | Technology (External) | 108 |
| 5.2.7 | Technology (Internal)..... | 110 |
| 5.3 | BPMN..... | 118 |
| 5.3.4 | Customer Analysis..... | 125 |
| 5.3.5 | Marketing | 140 |

| | | |
|-------|-------------------------------|-----|
| 5.3.6 | <i>Sales Order</i> | 157 |
| 5.3.7 | <i>Service Planning</i> | 169 |
| 5.3.8 | <i>Service Delivery</i> | 174 |
| 5.4 | Tanggapan Pemilik..... | 177 |
| BAB 6 | Kesimpulan dan Saran | 181 |
| 6.1. | Kesimpulan..... | 181 |
| 6.2. | Saran..... | 184 |
| | Daftar Pustaka | 186 |

Daftar Tabel

| | | |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Tabel 1.1 | Data Banyaknya Penumpang Domestik atau Internasional di Bandara Husein Sastranegara Bandung 2013 dan 2014. | 2 |
| Tabel 1.2 | Data Potensi Usaha Perjalanan Wisata di Kota Bandung Tahun 2006-2011..... | 3 |
| Tabel 2.1 | Langkah-langkah pelaksanaan dalam <i>customer relationship management</i>..... | 27 |
| Tabel 3.1 | Oprasionalisasi Variable..... | 68 |
| Tabel 5.1 | Top Five Smartphone Vendors Shipments and Year-Over-Year Growth, Calendar Year 2015 (units in millions). | 84 |
| Tabel 5.2 | Tanggapan Pemilik | 177 |

Daftar Gambar

| | |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 2.1 Aspek dalam <i>Customer Relationship Management</i> | 24 |
| Gambar 2.2 <i>Customer Behaviour Modelling</i> | 35 |
| Gambar 2.3 <i>Three Fundamental Elements of Knowledge Management</i> | 37 |
| Gambar 2.4 <i>MIT's 90 Framework</i> | 47 |
| Gambar 2.5 <i>Sequence diagram</i> | 49 |
| Gambar 2.6 <i>Collaboration diagram</i> | 49 |
| Gambar 2.7 <i>BPMN Core Elements</i> | 51 |
| Gambar 2.8 <i>BPMN Industri Jasa</i> | 52 |
| Gambar 5.1 Tampilan <i>Form</i> Registrasi Produk..... | 134 |
| Gambar 5.2 Tampilan <i>Database</i> Produk | 135 |
| Gambar 5.3 Tampilan Info Pelanggan (<i>Office</i>) | 151 |
| Gambar 5.4 <i>Form Penawaran Pelanggan</i> | 152 |
| Gambar 5.5 Tampilan <i>Form</i> Data Pelanggan..... | 159 |
| Gambar 5.6 Tampilan <i>Form Detail Order</i> | 159 |
| Gambar 5.7 Tampilan <i>Database</i> Pelanggan | 160 |
| Gambar 5.8 Tampilan Hasil <i>Form Detail Order</i> | 160 |
| Gambar 5.9 Tampilan <i>Database</i> Histori Transaksi..... | 161 |
| Gambar 5.10 <i>Form Product Recommendation</i> | 164 |
| Gambar 5.11 <i>Form Travel Document</i> | 167 |
| Gambar 5.12 Tampilan Data Anggota Kelompok <i>Tour</i> | 175 |
| Gambar 5.13 Tampilan Info Pelanggan (<i>Tour</i>) | 176 |
| Gambar 5.14 <i>Form</i> Input Karakteristik Pelanggan..... | 176 |

Daftar Bagan

| | | |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Bagan 4.1 | Stuktur Organisasi Perusahaan <i>Tour and Travel X</i> | 75 |
| Bagan 5.1 | <i>Business Challenge Bundle</i> | 77 |
| Bagan 5.2 | <i>MIT's 90 framework</i> perusahaan <i>tour and travel X</i> | 82 |
| Bagan 5.3 | BPMN Level 0 <i>Service Industry</i> | 117 |
| Bagan 5.4 | BPMN Level 1 <i>Customer Analysis</i> | 124 |
| Bagan 5.5 | BPMN Level 2 Pengelompokan Pelanggan | 129 |
| Bagan 5.6 | BPMN Level 2 Pengelompokan Produk | 132 |
| Bagan 5.7 | BPMN Level 2 Merancang Strategi Pendekatan | 136 |
| Bagan 5.8 | BPMN Level 1 <i>Marketing</i> | 139 |
| Bagan 5.9 | BPMN Level 2 <i>Monitoring Pasar</i> | 143 |
| Bagan 5.10 | BPMN Level 2 Merancang Strategi Pemasaran | 146 |
| Bagan 5.11 | BPMN Level 2 Melaksanakan Strategi Pemasaran | 149 |
| Bagan 5.12 | BPMN Level 2 <i>Sales Forecasting</i> | 153 |
| Bagan 5.13 | BPMN Level 1 <i>Sales Order</i> | 156 |
| Bagan 5.14 | BPMN Level 2 Pemesanan Produk | 162 |
| Bagan 5.15 | BPMN Level 2 Kelengkapan Berkas | 165 |
| Bagan 5.16 | BPMN Level 1 <i>Service Planning</i> | 168 |
| Bagan 5.17 | BPMN Level 2 Menyiapkan <i>Voucher Akomodasi</i> | 171 |
| Bagan 5.18 | BPMN Level 1 <i>Service Delivery</i> | 173 |

BAB 1

Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang permasalahan yang mendorong peneliti melakukan penelitian dalam merancang sistem *customer relationship knowledge management* untuk meningkatkan penjualan perusahaan *tour and travel* X. Selain itu, bab ini mengidentifikasi masalah-masalah yang menjadi pertanyaan peneliti serta memberikan informasi mengenai tujuan penelitian dan manfaat dari penelitian yang dilakukan.

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiringnya semakin mudah untuk melakukan mobilitas dari satu tempat ke tempat lainnya, semakin berkembang pula industri *tour and travel* karena banyaknya wisatawan yang ingin berkunjung ke tempat-tempat wisata. Dengan banyaknya jumlah individu yang ingin berwisata, memunculkan suatu peluang usaha untuk memberikan jasa *tour* dan *travel*.

Berdasarkan tabel dibawah ini dapat dilihat bahwa adanya pertumbuhan jumlah penumpang yang melakukan perjalanan melalui jalur udara dari Bandung pada tahun 2014 jika dibandingkan tahun 2013. Dari 1.002.161 orang pada tahun 2013 menjadi 1.430.850 orang pada tahun 2014. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap tahun, jumlah penumpang yang melakukan perjalanan melalui jalur udara dari Bandung akan mengalami kenaikan.

**Tabel 1.1 Data Banyaknya Penumpang Domestik atau Internasional di
Bandara Husein Sastranegara Bandung 2013 dan 2014.**

| Bulan | 2013 | | 2014 | |
|-----------------------|-------------------------|--------------------|-------------------------|--------------------|
| | Berangkat/ Departure | Datang/ Arrival | Berangkat/ Departure | Datang/ Arrival |
| Januari | 83.213 | 89.245 | 113.882 | 121.872 |
| Februari | 73.345 | 76.486 | 99.866 | 98.068 |
| Maret | 90.431 | 90.208 | 114.507 | 112.786 |
| April | 82.306 | 82.843 | 105.752 | 104.714 |
| Mei | 89.650 | 89.112 | 113.223 | 111.469 |
| Juni | 91.426 | 91.957 | 124.375 | 122.640 |
| Juli | 77.364 | 77.037 | 100.098 | 97.382 |
| Agustus | 86.903 | 88.910 | 134.818 | 144.684 |
| September | 79.924 | 79.559 | 120.352 | 119.102 |
| Oktober | 80.531 | 81.567 | 128.885 | 127.111 |
| November | 79.338 | 78.294 | 126.654 | 125.138 |
| Desember | 87.730 | 82.317 | 148.438 | 134.509 |
| Jumlah / Total | 1.002.161 | 1.007.435 | 1.430.850 | 1.419.475 |

Sumber: Bandara Husein Sastranegara (BPS)

Dengan berkembangnya industri *tour and travel*, membuat pemilik *tour and travel* X mendirikan perusahaannya di Bandung. Dimana dia melihat minat

masyarakat Bandung yang besar untuk melakukan suatu wisata atau perjalanan ke tempat-tempat lain, baik di domestik maupun luar negeri. Dengan melihat peluang usaha tersebut, pemilik memutuskan untuk bergelut di industri *tour* dan *travel* di Bandung.

Tour and travel X merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata dimana perusahaan melakukan pengaturan akomodasi perjalanan serta kegiatan wisata. Pada umumnya, perusahaan melakukan pemesanan tiket perjalanan (transportasi) dan akomodasi wisata untuk para pelanggannya. Dibalik munculnya peluang yang berarti semakin banyak pelaku usaha di Bandung melirik industri *tour and travel*, terdapat sisi negatifnya, yakni semakin ketat persaingan dalam industri *tour and travel* dalam merebut pangsa pasar.

Tabel 1.2 Data Potensi Usaha Perjalanan Wisata di Kota Bandung Tahun 2006-2011

| No | Tahun | Jumlah |
|----|-------|--------|
| 1 | 2006 | 158 |
| 2 | 2007 | 170 |
| 3 | 2008 | 182 |
| 4 | 2009 | 197 |
| 5 | 2010 | 216 |
| 6 | 2011 | 221 |

Sumber : Nurmala Dewi, 2013

Berdasarkan data di atas, dapat kita lihat adanya pertumbuhan pelaku usaha perjalanan wisata (*tour and travel*) dari periode tahun 2006 – 2011. Pada tahun 2006, pelaku usaha *tour* dan *travel* berjumlah 158 usaha dan mengalami

peningkatan pada tahun 2007 dan juga 2008 dengan jumlah 182 usaha dan pada 2009 mengalami peningkatan kembali, diikuti pada tahun 2010 dengan jumlah 216 usaha dan pada tahun 2011, usaha perjalanan wisata berjumlah 221. Berdasarkan data tersebut dapat diprediksikan bahwa persaingan dalam industri jasa perjalanan wisata akan semakin besar.

Persaingan yang semakin ketat menyebabkan pemilik *tour and travel X* ingin melakukan pelayanan yang lebih lagi kepada pelanggannya dengan tujuan meningkatkan kemampuan daya saing perusahaan sehingga usahanya dapat berkembang dan bertahan di tengah ketatnya persaingan usaha *tour* dan *travel*. Pemilik sadar dengan melakukan pelayanan yang lebih baik terhadap pelanggan, maka perusahaan dapat meningkatkan pemasukan dan kemampuan daya saingnya.

Berdasarkan wawancara pada tanggal 5 Februari 2016, salah satu faktor utama yang dapat membantu *tour and travel X* adalah memberikan pelayanan secara personal kepada pelanggannya. Pelayanan yang lebih baik terhadap pelanggan akan meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian produk perusahaan *tour and travel X* lagi di kemudian hari. Sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang menjadi perhatian pemilik *tour and travel X*. Pemilik memerlukan adanya sebuah sistem yang mendukung untuk mengelola hubungan dengan pelanggan, didukung dengan kemajuan teknologi yang pesat. Oleh karena itu, penulis mengusulkan suatu sistem berbasis komputer untuk mendukung kegiatan perusahaannya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dimana sistem ini dibutuhkan untuk menentukan apa yang diperlukan oleh perusahaan untuk menjaga hubungan dengan para pelanggannya, baik berupa

penentuan jenis interaksi, dan promosi yang tepat sesuai dengan pola perilaku pelanggan.

Melalui *customer relationship management* (CRM) yakni suatu sistem yang berfungsi mengelola hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya sehingga perusahaan dapat mengerti kebutuhan pelanggannya dan *knowledge-based system* (KBS) yang berguna untuk mengolah informasi dan mengumpulkan pengetahuan, dibantu dengan *knowledge management system* (KMS) untuk mengelola pengetahuan yang telah dikumpulkan agar berguna bagi aktivitas operasional perusahaan. Ketiga sistem ini diintegrasikan dalam upaya mendukung kegiatan aktivitas penjualan perusahaan *tour and travel X* karena setiap sistem yang dipakai, memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lain. Dimana KBS yang merupakan sistem pengumpulan pengetahuan dikelola melalui KMS agar sistem CRM dapat berjalan dengan optimal.

Dengan menggabungkan konsep *customer relationship management* (CRM), *knowledge-based system* (KBS) dan *knowledge management system* (KMS), peneliti mencoba merancang sebuah sistem “Rancangan *Customer Relationship Knowledge Management System* Perusahaan *Tour and Travel X*” untuk membantu pemilik meningkatkan pelayanan terhadap pelanggannya.

1.2 Identifikasi Masalah

Untuk dapat mengidentifikasi masalah yang akan diteliti, maka peneliti menggunakan metode *problem bundle* (Wieringa dan Heerkens, 2003) yang kemudian dikembangkan menjadi *phenomenon bundle* (Braun, 2008), dan *business challenges bundle* (Gunawan, 2010). *Business challenge bundle*

merupakan suatu *framework* untuk menganalisa sebab akibat dari suatu permasalahan secara sistematis sehingga didapatkan gambaran besar permasalahan agar peneliti dapat memilih topik penelitian. Metode ini akan dijadikan alat untuk menjawab bagaimana *X tour and travel* menerapkan manajemen hubungan pelanggan.

Berdasarkan inti dari metode *problem bundle* (Gunawan, 2010), ada empat aturan (Rs) untuk memilih inti dari tantangan bisnis yang tepat yaitu: (R1) Memilih fenomena yang dekat dengan akar urutan penyebab, sebaiknya jika itu akar dari fenomena itu sendiri. (R2) Memilih fenomena yang dapat diubah. (R3) Memilih fenomena yang memerlukan penelitian yang sebenarnya. (R4) Membatasi jumlah fenomena yang ada.

Dalam membaca *business challenge bundle*, tujuan penelitian ditempatkan pada urutan paling bawah. Dimana diatas tujuan penelitian tersebut merupakan faktor-faktor yang berpengaruh atau menjadi permasalahan yang harus diselesaikan agar tujuan dapat dicapai. Setiap faktor-faktor tersebut memiliki faktor lain yang mempengaruhinya, sehingga pada setiap tingkatan yang berada pada posisi lebih tinggi merupakan faktor yang harus dicapai agar faktor dibawahnya dapat tercapai. Bagian paling atas *business challenge bundle* merupakan data-data yang diperlukan agar dapat mencapai tujuan akhir dari penelitian.

Pemilik menginginkan adanya suatu sistem yang dapat mendukung perusahaan agar dapat mengelola hubungan dengan pelanggan, oleh karena itu diperlukan *customer relationship knowledge system* yang dapat membantu

kegiatan operasional perusahaan. Ada 2 komponen utama yang harus diperlukan dalam membuat rancangan *customer relationship knowledge management system* untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan dalam rangka menaikkan penjualan ,yakni (lihat gambar 5.1) :

1. Memastikan SDM melakukan pendekatan yang tepat (P12)
2. Menentukan pendekatan pelanggan yang tepat (P13)

Selain 2 komponen diatas, diperlukan juga komponen pendukung dalam merancang sebuah *customer relationship knowledge management System* ,yakni pengetahuan mengenai produk (P14) agar dapat mendukung sistem CRM perusahaan dengan produk yang dijual, sehingga dapat diketahui CRM yang sesuai dengan jenis produk perusahaan.

Data SOP pegawai sales perusahaan, data *performance* pegawai, serta data feedback dari pelanggan, perusahaan dapat mengetahui training seperti apa yang diperlukan oleh pegawai salesnya (P1), kemudian dilakukan analisa kinerja pegawai (P4) dalam rangka mengontrol kinerja pegawai (P6) dan mengoptimalkan kinerja pegawai (P7) agar dapat memastikan SDM melakukan pendekatan yang tepat atau sesuai dengan standar perusahaan (P12).

Selain data SOP pegawai sales perusahaan, data *performance* pegawai, dan data feedback pelanggan, diperlukan juga data pelanggan dan data histori transaksi pelanggan untuk melakukan proses analisa data pelanggan (P2) sehingga perusahaan dapat mengetahui key costumernya berdasarkan transaksi 5 tahun terakhir (P5). Perusahaan juga perlu mengetahui ekspektasi pelanggan (P8) dari pelayanan yang diberikan berdasarkan data *feedback* pelanggan agar dapat

mengetahui penyebab suatu pola perilaku pelanggan (P4) sehingga perusahaan dapat melakukan pengelompokan pelanggan berdasarkan preferensinya (P10). Setelah itu perusahaan dapat memutuskan teknik pendekatan yang sesuai untuk setiap *key costumernya* (P13).

Perusahaan juga memerlukan data informasi produk sebagai informasi dasar untuk menganalisa karakteristik produk (P3), sehingga perusahaan dapat mengelompokkan produk berdasarkan kesamaan karakteristiknya (P11). Hal ini dilakukan dalam rangka untuk mengumpulkan dan memiliki pengetahuan mengenai produk (P14) yang dijual oleh perusahaan.

Ketiga komponen diatas sangat diperlukan dalam membuat suatu sistem CRM berbasis *knowledge* dalam rangka meningkatkan hubungan dengan pelanggan agar dapat menaikkan penjualan (P15).

Berdasarkan inti dari metode *problem bundle* oleh Gunawan (2010), dalam mencapai suatu rancangan sistem yang tepat, penelitian ini mengidentifikasi permasalahan inti perusahaan yang menjadi tantangan, yaitu menganalisa data pelanggan (P2) dan menganalisa karakteristik produk (P3). Oleh karena itu perusahaan membutuhkan sistem sebagai berikut :

1. Sistem untuk menganalisa data pelanggan agar dapat menjalankan pendekatan yang tepat terhadap pelanggan. Sistem ini bertugas melakukan pengelompokan pelanggan serta menentukan jika pelanggan termasuk ke dalam *key costumers* yang sesuai dengan kriteria perusahaan mengenai *key costumers*. Selain itu, sistem mencatat perilaku pelanggan yang telah

diinput oleh pegawai sehingga perusahaan dapat menentukan pendekatan yang tepat terhadap pelanggan.

2. Sistem untuk melakukan analisa produk agar pegawai memiliki pengetahuan mengenai produk yang dijual oleh perusahaan. Sistem ini berfungsi untuk mengelompokan produk berdasarkan karakteristiknya yang kemudian dicocokkan dengan data preferensi pelanggan, sehingga perusahaan dapat mengetahui pelanggan mana yang memiliki *interest* lebih tinggi dengan suatu penawaran produk perusahaan agar dapat meningkatkan kemungkinan terjadinya transaksi.

Untuk merancang sistem ini, maka diperlukan adanya integrasi sistem antara sistem *Customer Relationship Management (CRM)* dengan *Knowledge Based System (KBS)* yang didukung oleh *Knowledge Management (KM)* sehingga muncul suatu sistem manajemen hubungan pelanggan yang berbasis pengetahuan untuk meningkatkan penjualan perusahaan.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana rancangan sistem *Customer Relationship Knowledge System* yang dapat membantu perusahaan *tour and travel X* untuk melakukan pendekatan yang tepat untuk proses pengolaan hubungan dengan pelanggan?

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang sudah diutarakan, diuraikan, dan dijelaskan dalam Identifikasi masalah di atas, berikut pertanyaan-

pertanyaan yang akan dijawab, diteliti, dan dianalisis dalam penelitian, yakni sebagai berikut :

1. Bagaimana perubahan proses bisnis *tour and travel X* ?
2. Bagaimana menggabungkan konsep *Customer Relationship Management* dengan *Knowledge Management* untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan?
3. Bagaimana tanggapan pemilik *tour and travel X* terhadap *customer relationship knowledge management system* yang diusulkan?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari pertanyaan penelitian dan permasalahan yang sudah diuraikan di atas, dapat diketahui tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses bisnis *X tour and travel* saat ini dan kondisi keadaan perusahaan dalam ketatnya persaingan pada industri pariwisata untuk usaha *tour and travel* yang mendorong perusahaan melakukan perubahan proses bisnis.
2. Untuk mengetahui sistem *customer relationship management* yang diperlukan dengan integrasi *knowledge based system* yang didukung *knowledge management system* untuk membuat suatu rancangan konsep sistem yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
3. Mengetahui tanggapan pemilik *X tour and travel* terhadap usulan rancangan *customer relationship knowledge management system* yang diajukan oleh penulis, dapat digunakan oleh perusahaan dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi Perusahaan

Melalui hasil penelitian ini, perusahaan mendapat informasi rancangan *customer relationship knowledge management system* seperti apa yang diperlukan oleh perusahaan dalam menghadapi pelanggannya berdasarkan data histori transaksi dan pola perilaku pelanggan untuk menentukan jenis pendekatan yang tepat. Sehingga sistem berbasis komputer ini dapat mendukung kegiatan perusahaan dalam mengelola hubungan dengan pelanggan.

2. Manfaat bagi Penulis

Penelitian ini yang dilakukan untuk menambah wawasan penulis dalam mengetahui *customer relationship management* seperti apa yang diperlukan oleh perusahaan *tour and travel* dalam menghadapi konsumen dengan preferensi dan pola perilaku yang beragam. Disamping itu, penelitian ini mengubah cara pandang penulis mengenai manfaat dan pengaruh suatu sistem informasi dalam mendukung kegiatan operasional suatu perusahaan.

3. Manfaat bagi Penelitian selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan informasi bagi peneliti lainnya di bidang sistem informasi. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha lain

dalam merancang suatu sistem *customer relationship management* yang sesuai dengan kondisi perusahaannya.

1.7 Sistematika Penelitian

- Bab 1 akan menguraikan faktor-faktor yang menjadi penyebab perusahaan *tour and travel X* memerlukan perubahan proses bisnis.
- Bab 2 berisi teori-teori pendukung yang dapat membantu proses penelitian rancangan sistem *customer relationship knowledge management system* untuk perusahaan *tour and travel X* seperti teori *customer relationship management*, *knowledge-based system*, dan *knowledge management* serta komponen-komponen yang terlibat seperti proses bisnis, sistem informasi, pengetahuan, perilaku pelanggan, alat analisis data, dan lainnya.
- Bab 3 berisi jenis penelitian serta penjelasan tata cara peneliti dalam melakukan penelitian baik dari proses pengumpulan data sampai dengan uji keabsahan yang diperlukan untuk mendukung penelitian.
- Bab 4 berisi penjelasan mengenai objek penelitian secara singkat, yang terdiri dari sejarah, profil, dan struktur perusahaan.
- Bab 5 berisi proses analisa dengan menggunakan tiga *research tools* yakni *business challenge bundle* (BCB) untuk melihat gambaran besar permasalahan penelitian, *MIT's 90 framework* untuk melihat hubungan antar faktor-faktor yang terlibat serta pengaruhnya terhadap satu sama lain, dan *business process model and notation* (BPMN) untuk menggambarkan proses secara detail agar dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi perusahaan *tour and travel X*.

- Bab 6 berisi kesimpulan yang berasal dari proses diskusi antara peneliti dan pemilik perusahaan atas penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran dari peneliti bagi perusahaan *tour and travel X* agar dapat mengembangkan sistem lebih lanjut.