

PENERAPAN SISTEM *E-CRM* DALAM MENCIPTAKAN STRATEGI BISNIS GUNA MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN RESERVASI TERHADAP LOYALITAS TAMU PADA HOTEL THE MOLVCCA JAKARTA

Oki Tiara Setya Prakasiwi¹, Ita Novita²

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petungkang Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
Telp. (021) 5853753, Fax. 5853489

¹okytiarasp28@gmail.com, ²ita.novita@budiluhur.ac.id

ABSTRAK

Hotel merupakan perusahaan yang menyediakan layanan penginapan. Persaingan hotel yang semakin banyak mendorong setiap manajemen hotel untuk menjadi hotel yang lebih unggul dan memiliki banyak pelanggan tamu hotel. Kualitas pelayanan terhadap tamu hotel merupakan aspek yang sangat penting untuk menumbuhkan loyalitas terhadap tamu hotel. Salah satunya adalah dengan menjalankan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM), yaitu bagaimana konsep E-CRM pada perhotelan dapat dipergunakan untuk menciptakan sistem pelayanan pelanggan yang baik juga membantu meningkatkan kinerja perusahaan. Konsep E-CRM (Electronic Customer Relationship Management) akan mengutamakan memberikan pelayanan terbaik kepada tamu hotel mulai dari mendapatkan, membangun hubungan baik dan mempertahankan tamu hotel. Berdasarkan hal tersebut maka perlu diusulkan sebuah sistem informasi pelayanan reservasi tamu hotel yang dapat membantu untuk mengidentifikasi tamu hotel, melakukan pemesanan kamar serta menyimpan riwayat transaksi tamu hotel. Sistem informasi yang diusulkan menggunakan database MySQL dan bahasa pemrograman PHP. Hasil dari penelitian ini berupa sistem E-CRM yang dapat digunakan untuk membantu pihak hotel mengelola informasi tamu hotel dengan tujuan meningkatkan pelayanan terhadap tamu hotel.

Kata kunci : Hotel, Reservasi, *Electronic Customer Relationship Management*

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi seperti ini teknologi dan informasi perkembangannya sangat pesat, komputer menjadi kebutuhan manusia di dalam melakukan berbagai kegiatan, ditambah dengan adanya teknologi informasi yang semakin berperan di dalam dunia pekerjaan. Dengan menggunakan piranti teknologi informasi yang tepat, maka akan dihasilkan informasi yang tepat dan akurat sesuai dengan kebutuhan sehingga keputusan dapat diambil dengan cepat.

Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Salah satu bentuk pelayanan yang sangat berpengaruh dalam mendatangkan tamu adalah pelayanan secara *online*. Saat ini sudah banyak hotel yang menerapkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam membantu meningkatkan kinerja perusahaan, selain mempermudah perusahaan untuk memperkenalkan fasilitas secara *online* dengan menggunakan internet juga mempermudah dalam proses reservasi.

Ditengah persaingan usaha perhotelan saat ini, pelaku usaha hotel harus tetap mempertahankan kontinuitas usahanya dan berusaha mencari peluang dengan memanfaatkan keunggulan

yang dimiliki oleh perusahaan agar mereka tetap bertahan di usaha ini. Salah satu cara yang dapat ditempuh oleh hotel dalam membangun loyalitas tamu hotel dengan mempertahankan tamu hotel yang ada, sehingga mereka loyal dan tidak pindah ke pesaing lainnya. Untuk membangun loyalitas tamu hotel maka perlu adanya strategi bisnis yang dilakukan oleh bagian pemasaran hotel.

Hotel The Molvcca yang berlokasi di Jl. Kebon Kacang Raya Jakarta Pusat cara untuk melakukan reservasi harus datang langsung atau melalui telepon dan email. Hotel ini belum menerapkan reservasi secara *online*, sehingga menyulitkan tamu hotel untuk melakukan pemesanan atau reservasi. Selain itu kurangnya informasi bagi para calon tamu mengenai produk dan fasilitas di hotel tersebut. Sedangkan hotel ini belum memiliki sarana atau sistem informasi yang dapat menampung sekaligus mengelola komplain para tamu hotel dan informasi tentang produk yang ada di hotel Molvcca.

Oleh karena itu, hotel ini membutuhkan sebuah media sistem informasi yang dapat mengelola kegiatan reservasi *online*, informasi mengenai produk hotel dan meningkatkan kualitas pelayanan guna menjaga hubungan baik antara pihak hotel dengan tamu hotel. Sehingga dibutuhkan aplikasi yang menggunakan model *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) agar setiap keinginan tamu hotel dapat selalu terpantau dan dapat meningkatkan kualitas pelayanan hotel.

II. LANDASAN TEORI

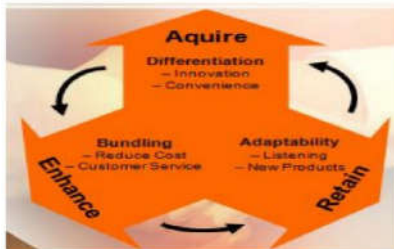
2.1 Pengertian *Customer Relationship Management*

Menurut Alma, Manajemen hubungan pelanggan (*Customer Relationship Management*) adalah suatu proses dalam mendapatkan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan tujuan untuk menciptakan nilai pelanggan, sehingga pelanggan puas dan memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan memperoleh dalam rangka memperoleh keunggulan bersaing (*comparative advantage*), memperhatikan mutu produk agar dapat memberikan kepuasan yang prima bagi pelanggan [1].

Definisi lain tentang CRM menurut Kodong adalah sebagai strategi *sales, marketing* dan *service*. CRM (*Customer Relationship Management*) adalah proses dinamis dalam mengatur hubungan antara pelanggan dengan perusahaan agar para pelanggan dapat memilih untuk tetap melanjutkan hubungan saling menguntungkan secara komersial dan untuk mengantisipasi agar hubungan tersebut tidak menjadi tidak menguntungkan perusahaan [2].

Menurut Gautama[3], CRM terdiri dari fase-fase sebagai berikut :

- a. Mendapatkan pelanggan baru (*Aquire*)
- b. Meningkatkan nilai pelanggan (*Enhance*)
- c. Mempertahankan pelanggan yang ada (*Retain*)



Gambar 1. Tiga Tahapan CRM

Adapun tujuan *Customer Relationship Management* menurut Inayatulloh dan Sukandi adalah untuk menjalin hubungan dengan pelanggan yang memberikan keuntungan yang signifikan bagi perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, semua pihak dalam organisasi harus dapat bekerja sama dengan baik, menyusun program yang inovatif dan kreatif [4].

2.2 Konsep Dasar Analisa Sistem

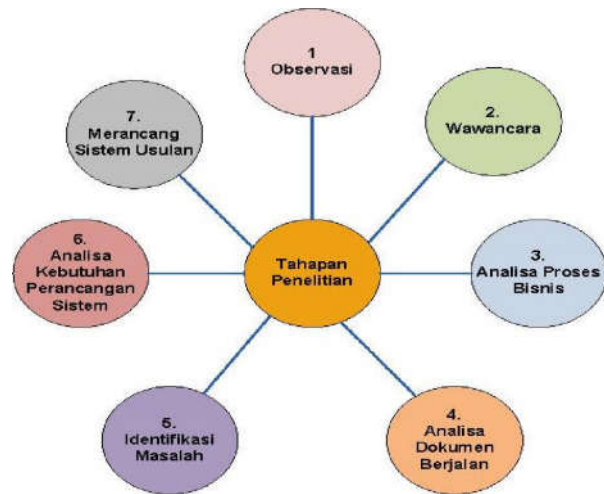
Menurut Shalahudin [5] Analisa Sistem adalah Kegiatan untuk melihat sistem yang sudah berjalan, melihat bagaimana yang bagus dan tidak bagus dan kemudian mendokumentasikan kebutuhan yang akan dipenuhi dalam sistem yang baru.

2.3 Analisa dan Perancangan Berorientasi Objek

Menurut Shalahudin [5] Sistem berorientasi objek merupakan sebuah sistem yang dibangun dengan berdasarkan metode berorientasi objek adalah sebuah sistem yang komponennya dibungkus menjadi kelompok data dan fungsi.

III.METODOLOGI PENELITIAN

Berikut merupakan langkah-langkah penelitian yang dilakukan pada Hotel The Molvcca Jakarta :



Gambar 2. Metode Penelitian

3.1. Metode Pengumpulan Data

- a. Observasi

Penulis secara langsung mengamati divisi yang terkait hubungan proses tamu hotel melakukan reservasi
- b. Wawancara

Melakukan wawancara atau tanya jawab langsung dengan Sales Manager dan Resepsionis Hotel The Molvcca Jakarta
- c. Analisa Dokumen

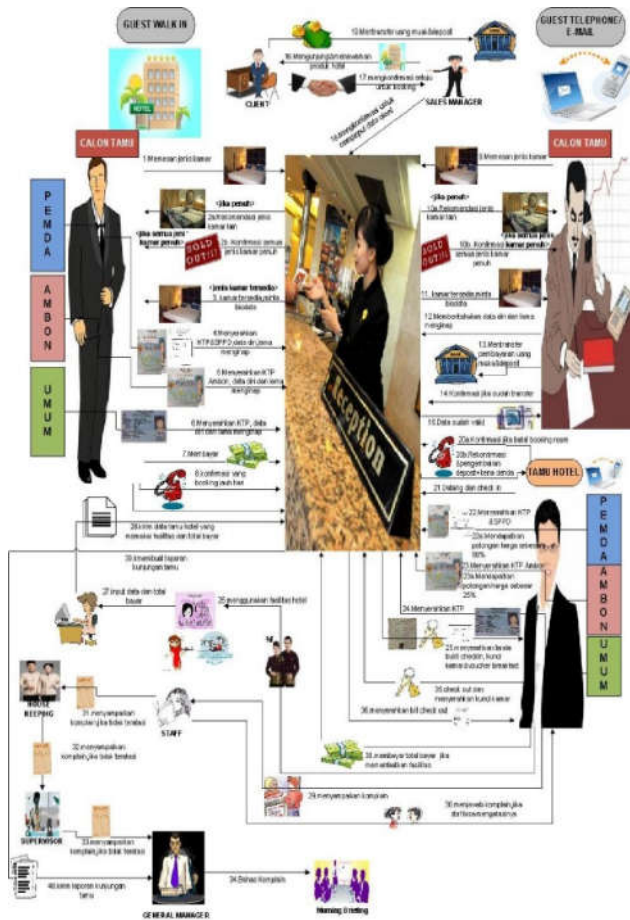
Mengumpulkan dokumen berhubungan dengan proses bisnis berjalan.
- d. Studi Pustaka

Melihat buku atau penelitian sejenis sebagai referensi.

IV.HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisa Sistem Berjalan

Berikut merupakan *Rich Picture* yang sedang berjalan di Hotel The Molvcca Jakarta berdasarkan wawancara dan observasi yang telah dilakukan oleh penulis. Dapat dilihat pada gambar 3 sebagai berikut :

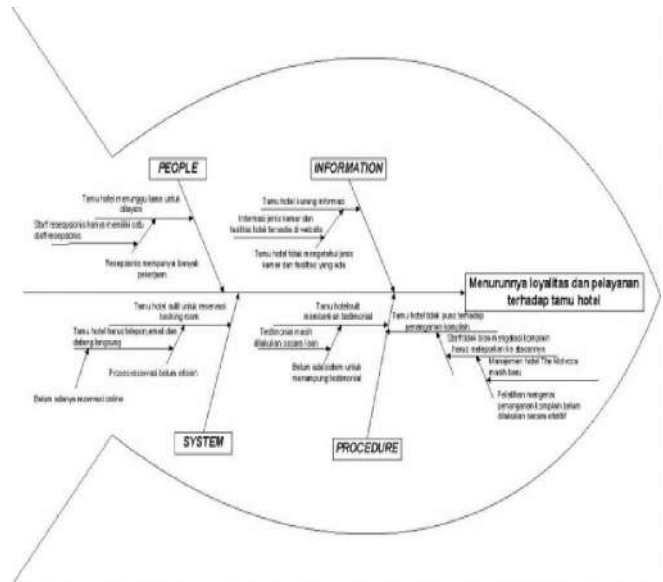


Gambar 3. Rich Picture

4.2 Analisa Sistem Usulan

1. Analisa Masalah

Berdasarkan proses bisnis yang berjalan, dilakukan identifikasi masalah dengan menggunakan *Cause Effect Analysis*. hasil analisa dapat dilihat pada gambar 4 sebagai berikut :



Gambar 4. Cause Effect Analysis

Berikut penjelasan gambar *fishbone* tersebut :

- Tamu hotel kurang informasi
Belum adanya suatu fitur yang menggambarkan informasi jenis kamar pada hotel The Molvcca Jakarta
- Tamu hotel menunggu respon lama
Staff respnsionis yang masih kurang, hanya seorang diri harus melayani tamu yang melakukan reservasi melalui telepon, email dan datang langsung
- Tamu hotel sulit untuk reservasi
Proses reservasi belum efisien, karena tamu harus telepon, email dan datang langsung
- Hotel sulit untuk penanganan komplain
Tamu jika melakukan komplain merasa kurang puas, penyampain dilakukan secara lisan.
- Tamu hotel sulit untuk memberikan testimonial
Penyampaiannya masih dilakukan lisan, tidak ada fasilitas khusus untuk memberikan testimonial.

2. Identifikasi Kebutuhan

Setelah melihat langsung proses bisnis yang sedang berjalan di Hotel The Molvcca Jakarta dan melakukan analisa untuk mengidentifikasi masalah yang terjadi, selanjutnya adalah proses identifikasi kebutuhan atas masalah yang dihadapi sekarang.

Berikut adalah hasil analisa kebutuhan yang diharapkan dapat menyelesaikan masalah yang ditemukan di Hotel The Molvcca Jakarta sebagai berikut :

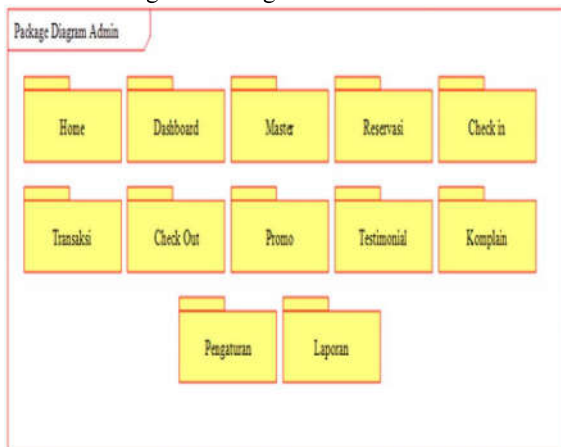
- Form Login*, Saat ini sistem *offline* sudah memiliki *form login*. Dikarenakan akan dibuatnya sistem E-CRM yang diakses secara *online* maka diperlukan *form login*.
- Lupa *password*, Adanya *form login*, tidak menutup kemungkinan *user* lupa akan *password* yang sudah pernah dibuat ketika daftar.

- c. *Input Profile*, Diperlukan fitur *input profile* agar mengetahui biodata diri setiap hak akses. Ubah *Profile*, The *Molvcca* belum mempunyai website yang menyediakan ubah *profile*.
- d. Data Fasilitas, di dalam fitur jenis kamar, tentunya ada beberapa fasilitas di dalam setiap jenis kamar tersebut. Pengaturan Fasilitas jenis kamar, Sering diubahnya data fasilitas di setiap jenis kamar.
- e. Data Jenis Kamar, diperlukan fitur jenis kamar, tamu hotel dapat memilih jenis kamar yang diinginkan.
- f. Data Kamar, untuk menentukan nomor kamar dengan jenis kamar yang sudah input.
- g. Data Jenis Komplain, hotel belum mempunyai data jenis komplain.
- h. Data *Gallery*, website hotel, belum adanya data *gallery*.
- i. Reservasi, hotel belum memiliki fitur reservasi secara *online*.
- j. Pembayaran, pembayaran masih dilakukan konfirmasi dengan telepon.
- k. Pembatalan, tamu hotel jika batal, maka harus telepon.
- l. Promo, website hotel belum memiliki fitur promo.
- m. Testimonial, testimonial masih dilakukan secara lisan.
- n. Komplain, tamu hotel menyampaikan komplain masih secara lisan, belum adanya fitur untuk menampung komplain.
- o. Laporan yang terdiri dari Laporan Reservasi, Laporan Komplain, laporan penggunaan fasilitas, laporan restaurant, laporan, laporan SPA dan laporan Top Tamu

3. Use Case Diagram

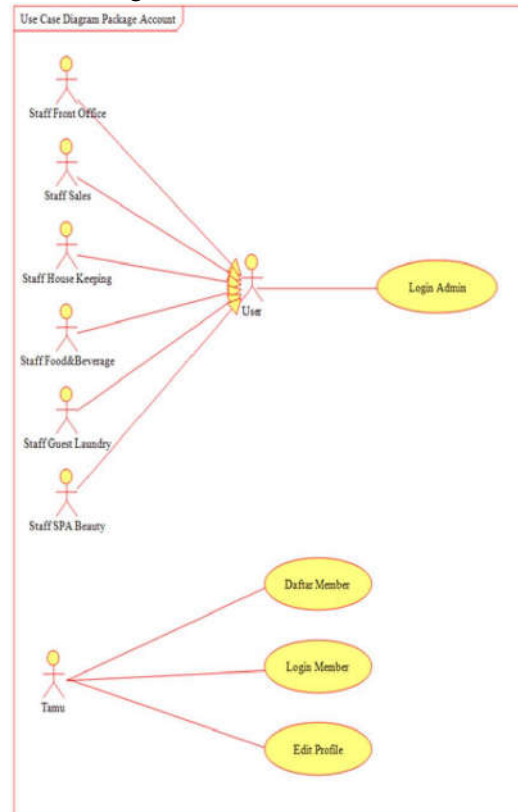
Use case mempresentasikan sebuah interaksi antara aktor dengan sistem. Rancangan sistem usulan use case diagram sesuai indentifikasi kebutuhan yang telah disebutkan sebelumnya, dapat dikelompokkan menjadi 12 package diagram.

a. Use Case Diagram Package Admin



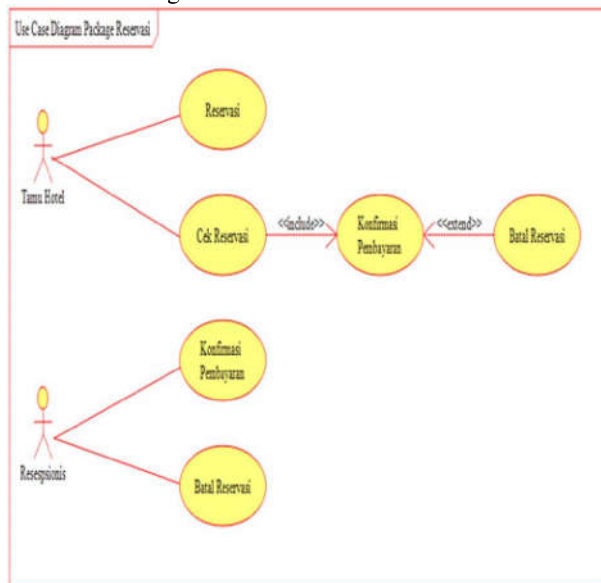
Gambar 5. Use Case Diagram Package Admin

b. Use Case Diagram Account



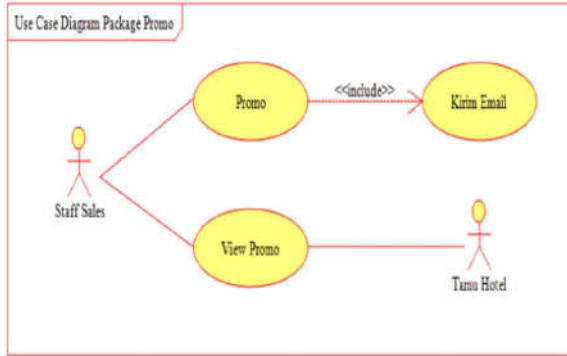
Gambar 6. Use Case Diagram Account

c. Use Case Diagram Reservasi



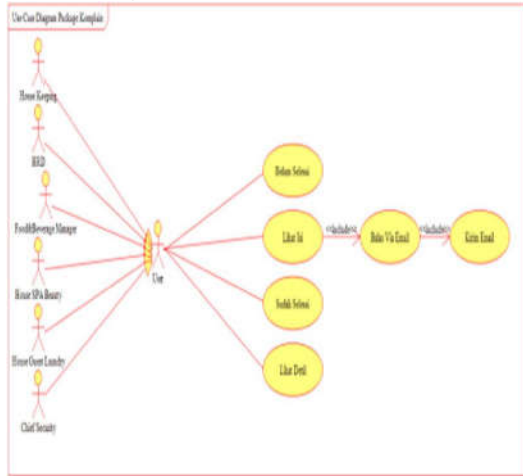
Gambar 7. Use Case Diagram Reservasi

d. Use Case Diagram Promo



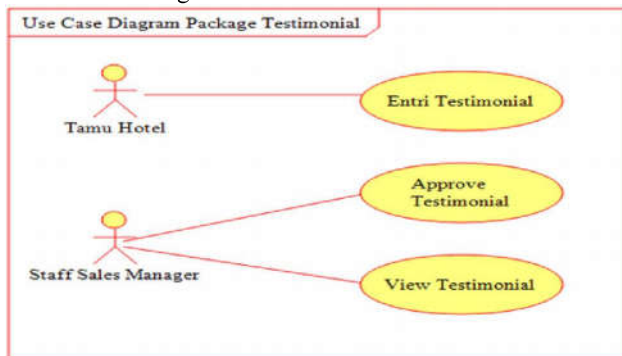
Gambar 8. Use Case Promo

e. Use Case Diagram Komplain



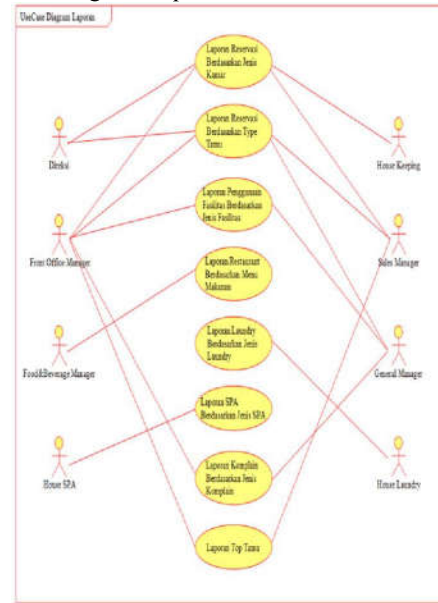
Gambar 9. Use Case Komplain

f. Use Case Diagram Testimonial



Gambar 10. Use Case Testimonial

g. Use Case Diagram Laporan

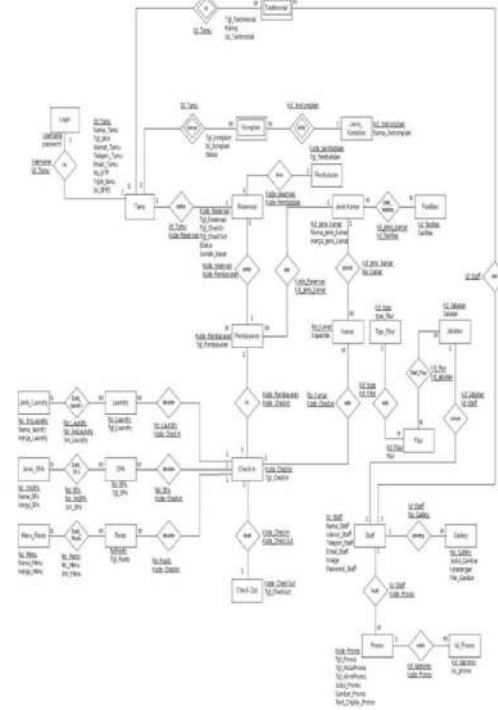


Gambar 11. Use Case Diagram Laporan

4. Model Data

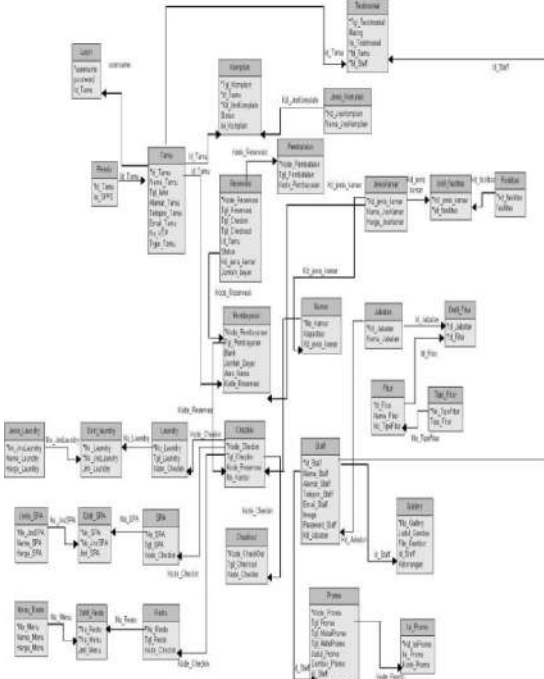
Skema database perancangan sistem E-CRM yang akan diintegrasikan pada database yang sudah ada, sebagai berikut :

a. Entity Relationship Diagram (ERD)



Gambar 12. Entity Relationship Diagram

b. Logical Record Structure (LRS)



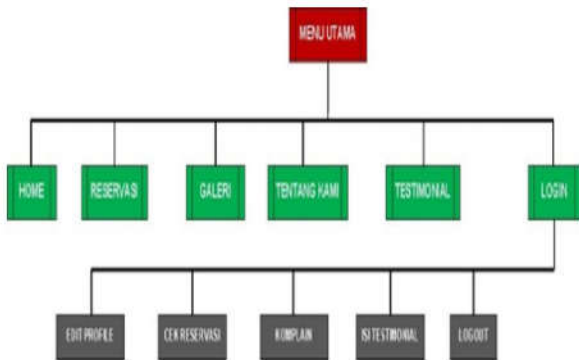
Gambar 13. LRS

5. Struktur Tampilan Menu

Terdapat 18 struktur menu yang dibuat untuk sistem usulan web hotel The Molvcca Jakarta berdasarkan hak akses yang dimiliki masing-masing user memiliki konsep E-CRM (Electronic Customer Relationship Management), sebagai berikut :

a. Tamu Hotel

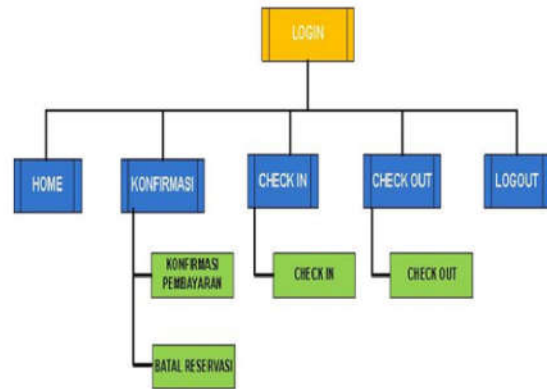
Struktur menu untuk tamu hotel sebagai berikut :



Gambar 14. Struktur Menu Tamu Hotel

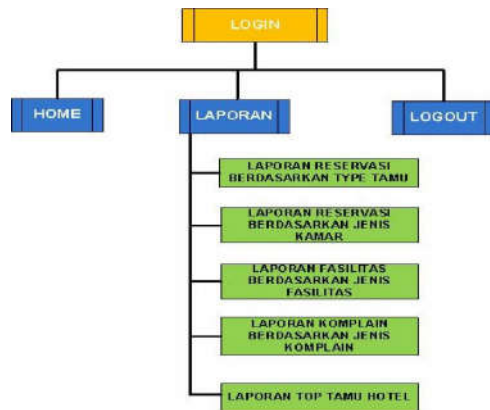
b. Resepsionis

Struktur menu Resepsionis sebagai berikut :



Gambar 15. Struktur Menu Resepsionis

c. Front Office Manager

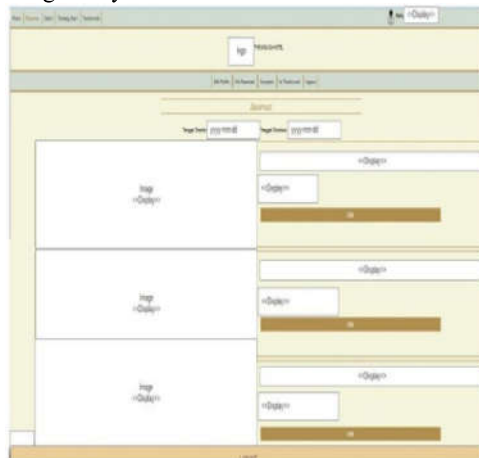


Gambar 16. Struktur Menu Front Office Manager

6. Rancangan Layar

Berikut beberapa rancang layar yang dibuat untuk sistem usulan web hotel The Molvcca Jakarta

a. Rancangan Layar Reservasi



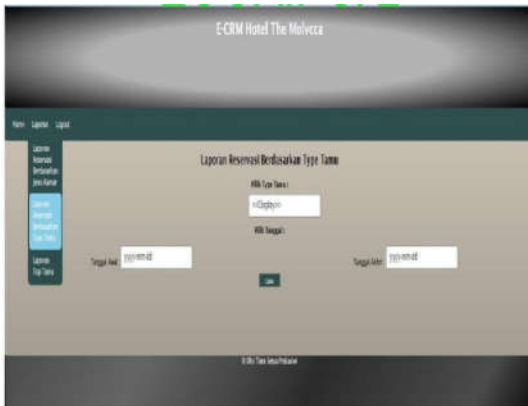
Gambar 17. Rancangan Layar Reservasi

b. Rancangan Layar Komplain



Gambar 18. Rancangan Layar Komplain

c. Rancangan Laporan Reservasi

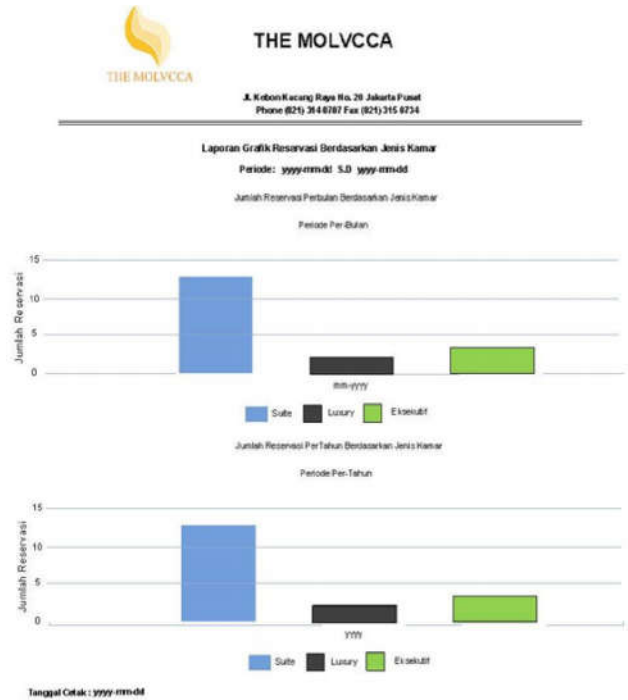


Gambar 19. Rancangan Layar Laporan Reservasi

7. Rancangan Keluaran

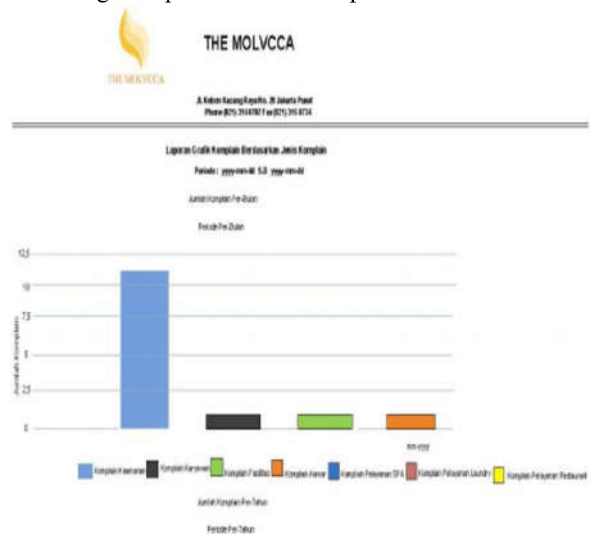
Berikut beberapa rancang layar keluaran yang dibuat untuk sistem usulan web hotel The Molvcca Jakarta

a. Rancangan Laporan Grafik Reservasi berdasarkan jenis kamar



Gambar 20. Rancangan Keluaran Reservasi berdasarkan jenis kamar

b. Rancangan Laporan Grafik Komplain

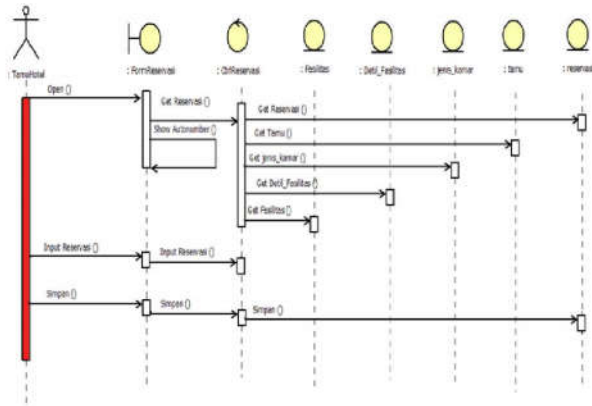


Gambar 21. Rancangan Keluaran Grafik Komplain

8. Sequence Diagram

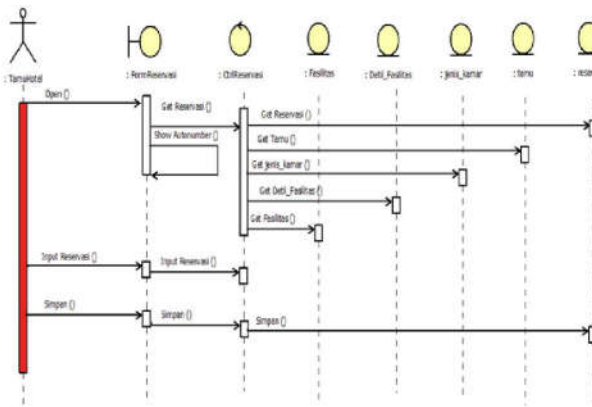
Berikut beberapa sequence diagram yang dibuat untuk sistem usulan web hotel The Molvcca Jakarta

a. Sequence Diagram Reservasi



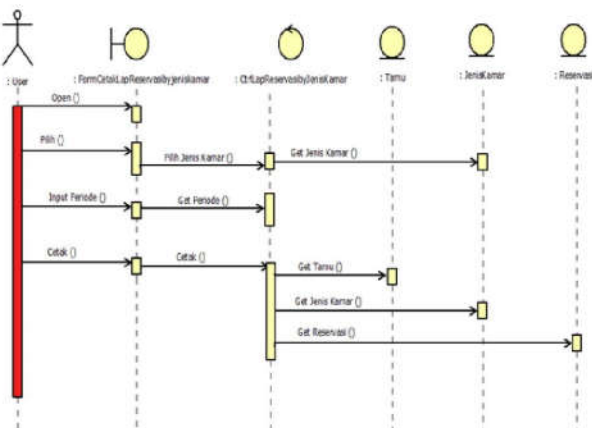
Gambar 22. Sequence Diagram Reservasi

b. Sequence Diagram Komplain



Gambar 23. Sequence Diagram Komplain

c. Sequence Diagram Laporan Reservasi



Gambar 24. Sequence Diagram Laporan Reservasi

V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

- Dalam hal informasi penyebab menurunnya loyalitas pelayanan terhadap tamu hotel dikarenakan pada website hotel tidak adanya informasi mengenai hotel. Dengan adanya fitur jenis kamar memberikan kemudahan bagi para tamu dalam mengetahui informasi jenis kamar yang tersedia.
- Proses reservasi masih dilakukan dengan cara menelpon, kirim email atau datang langsung ke hotel. Dengan adanya fitur reservasi *online* membantu perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi tamu hotel dengan bisa melakukan reservasi secara online.
- Dalam kategori memberikan promo kepada tamu, promo diberikan secara online terutama untuk tamu hotel yang potensial.
- Sulitnya penanganan komplain dapat diatasi dengan diberikan fitur komplain dimana tamu dapat mengentrikan komplain secara online sesuai jenis komplainnya. Staf bisa langsung menjawab komplain yang masuk.
- Penanganan testimoni dari tamu bisa diatasi dengan adanya fitur untuk menampung pendapat tamu hotel mengenai nilai yang diterima selama menginap di hotel The Molvcca Jakarta.

5.2. Saran

- Hotel The Molvcca perlu menggunakan E-CRM berbasis web untuk meningkatkan hubungan dengan tamu hotel.
- Diberikan pelatihan bagi staff dan manajer dalam mengoperasikan sistem E-CRM.
- Rancangan sistem E-CRM yang dibuat diharapkan mampu mempertahankan kegiatan CRM yang ada sehingga dapat meningkatkan loyalitas tamu hotel dalam jangka panjang.
- Melakukan *update* informasi atau promo terbaru hotel sehingga tamu hotel mendapatkan informasi hote secara *up to date*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *Pengantar Bisnis*, Bandung : Alfabeta Bandung, 2010.
- Kodong, Frans Richard. *Pengembangan Customer Relationship Management*. Vol 7 no 2, hal 111-118 : Jurnal telematika, 2011.
- I.Gautama. *Relationship Marketing dan Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Customer Relationship Management untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, 2011.
- Inayatulloh, &Sukandi, A. *Perancangan Aplikasi e-CRM pada PT Manfuku Sejahtera Indonesia*. *ComTech*, 88, 88-89, 2010.
- Shalahudin &Rosa A.S, *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Obyek*, Bandung Informatika, 2013.