

Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Berbasis Web Pada Nada Salwa Tour & Travel Jambi

Widja Yanto¹, Herry Mulyono²

*Pascasarjana, Magister Sistem Informasi, Universitas Dinamika Bangsa, Jambi
Jl. Jend. Sudirman Thehok-Jambi Telp: 0741-35096 Fax : 35093
Email: agungwidjaya09@gmail.com¹, herrymulyono@unama.ac.id²*

Abstract

Nada Salwa Tour & Travel is one of the service businesses engaged in travel. Where the current system has problems in getting new customers, improving customer relationships, and retaining customers. Based on the existing problems, Nada Salwa Tour & Travel requires a web-based Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) system that can help Nada Salwa Tour & Travel and its customers establish good relationships. The purpose of this research is to analyze the service relationship between the company and its customers and to design a prototype of a web-based Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) system to create a better relationship between the company and its customers through features on the website. The author does object-oriented design including *Use Case* diagrams, activity diagrams, class diagrams, display designs, database structure tables. The result of this research is a prototype of a web-based E-CRM system that can help solve the problems that exist in Nada Salwa Tour & Travel.

Keywords: Electronic Customer Relationship Management, Nada Salwa Tour & Travel, Prototype

Abstrak

Nada Salwa Tour & Travel merupakan salah satu bisnis jasa yang bergerak dibidang travel. Dimana pada sistem yang sedang berjalan memiliki kendala dalam memperoleh pelanggan baru, meningkatkan hubungan dengan pelanggan, dan mempertahankan pelanggan. Berdasarkan permasalahan yang ada Nada Salwa Tour & Travel memerlukan sebuah sistem *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) berbasis web yang dapat membantu pihak Nada Salwa Tour & Travel maupun Customer dalam menjalin hubungan baik. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis hubungan layanan antara perusahaan dengan pelanggan dan merancang *prototype* sistem *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) berbasis web untuk menciptakan hubungan yang lebih baik antara perusahaan dengan pelanggan melalui fitur-fitur dalam website. Penulis melakukan perancangan yang berorientasi object mencakup *Use Case diagram*, *activity diagram*, *class diagram*, rancangan tampilan, tabel struktur database. Hasil penelitian ini adalah *prototype* sistem E-CRM yang berbasis web yang dapat membantu menyelesaikan masalah-masalah yang ada pada Nada Salwa Tour & Travel.

Kata kunci: Electronic Customer Relationship Management, Nada Salwa Tour & Travel, Prototype

© 2022 Jurnal MANAJEMEN SISTEM INFORMASI.

1. Pendahuluan

Kesiapan suatu bisnis dalam menghadapi era globalisasi menjadi suatu fenomena yang harus dihadapi dengan persiapan dari berbagai faktor. persaingan bisnis antar perusahaan yang semakin meningkat untuk mendapatkan pelanggan sehingga menyebabkan perusahaan berlomba-lomba memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan. Agar hubungan pelanggan dengan perusahaan tetap terjaga maka diperlukan strategi untuk menjaga pelayanan terhadap pelanggan secara positif dengan memenuhi keinginan dari pelanggan.

Nada Salwa Tour & Travel Jambi merupakan salah satu perusahaan swasta di Kota Jambi yang bergerak dibidang Tour & Travel yaitu sebagai jasa perjalanan wisata. Nada Salwa Tour & Travel Jambi memiliki tujuan untuk memudahkan para traveler dalam mencari tiket hingga melakukan perjalanan wisata. Dalam

kegiatan memasarkan pelayanan jasa tour dan travel perusahaan ini masih menggunakan fax dan cara konvensional melalui mulut ke mulut. Sementara untuk melakukan pemesanan pelayanan jasa tour dan travel, pelanggan dapat mengirimkan fax, menelepon atau datang ke bagian penjualan. Keseluruhan data pemesanan dan data pelanggan dicatat ke dalam MS Excel. Permasalahan yang sering muncul berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai Nada Salwa Tour & Travel Jambi adalah adanya kendala ruang dan waktu yang sering terjadi, sehingga menimbulkan kesulitan dalam memasarkan jasa dan proses menyampaikan informasi paket pelayanan jasa tour dan travel serta pemesanan kepada pelanggan maupun calon pelanggan membutuhkan waktu yang relatif lama, terutama bagi yang berlokasi jauh dari Nada Salwa Tour & Travel Jambi.

Selain itu dalam kegiatan menjaring konsumen baru maupun membina hubungan yang baik dengan pelanggan berjalan dengan lambat. Hal ini disebabkan perusahaan belum memiliki sarana yang mendukung untuk menangani hubungan antara perusahaan dan pelanggan maupun calon pelanggan yang berpotensi agar terjalin dengan baik, yang secara langsung dapat membangun kesetiaan pelanggan dalam menggunakan jasa pelayanan jasa tour dan travel, dan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan secara tidak langsung dengan penilaian kepuasan pelanggan kepada perusahaan. Oleh karena itu, perlu adanya suatu media yang membantu dalam proses pemesanan pelayanan jasa, dan menyampaikan informasi tanpa kendala ruang dan waktu, serta menyediakan informasi yang dibutuhkan perusahaan mengenai pelanggan secara lebih detail yang menjadi masukan bagi perusahaan, sehingga pelayanan kepada pelanggan menjadi lebih baik dan terjalin hubungan yang kuat, penjangkaran pelanggan baru pun menjadi lebih cepat. Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka diperlukannya penerapan suatu konsep yang mendukung yaitu konsep CRM. CRM adalah sebuah istilah industry IT untuk metodologi, strategi, perangkat lunak (software) dan aplikasi berbasis web lainnya yang mampu membantu sebuah perusahaan untuk mengelola hubungannya dengan pelanggan [1]. Konsep CRM banyak digunakan sebagai sebuah terminologi pada industri informasi sebagai sebuah metodologi kapabilitas internet yang membantu perusahaan mengelola hubungan dengan pelanggan [2]. Oleh karena itu dilakukan penerapan konsep customer relationship management (CRM) pelayanan jasa tour dan travel berbasis web pada Nada Salwa Tour & Travel Jambi.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Konsep Elektronik Customer Relationship Management

Konsep nilai pelanggan sangat penting untuk CRM dikarenakan mengacu pada nilai ekonomis hubungan pelanggan dengan perusahaan, yang dinyatakan sebagai margin kontribusi atau laba bersih. Menurut Roger J. Baran dan Robert J. Galka (2017;11) CRM adalah pendekatan strategis yang berkaitan dengan peningkatan nilai pemegang saham melalui pengembangan hubungan yang sesuai dengan pelanggan utama dan segmen pelanggan. Sedangkan Menurut Turban (2018;310) *Customer Relationship Management* (CRM) adalah metode layanan pelanggan yang berfokus pada membangun hubungan pelanggan jangka panjang dan berkelanjutan, sehingga menambah nilai bagi pelanggan dan pebisnis.

Strategi E-CRM difokuskan pada pengembangan budaya bisnis yang berpusat pada pelanggan untuk memenangkan dan menjaga pelanggan dengan menciptakan dan memberikan nilai lebih baik dari pada Pesaing (Buttle dan Maklan, 2016;5).

1. Bisnis berorientasi produk.
2. Bisnis berorientasi produksi berfokus pada keunggulan operasional.
3. Bisnis yang berorientasi penjualan membuat asumsi bahwa jika mereka berinvestasi cukup dalam iklan, penjualan, hubungan masyarakat (PR) dan promosi penjualan, pelanggan akan dibujuk untuk membeli.
4. Pelanggan atau perusahaan yang berorientasi pasar berbagi seperangkat keyakinan tentang menempatkan pelanggan Pertama.

Tujuan keseluruhan CRM bagi perusahaan adalah untuk menemukan, menarik, dan memenangkan klien baru, memelihara dan mempertahankan pelanggan lama. Agar pelanggan lama mereka dapat kembali tertarik kepada perusahaan, dan mengurangi biaya pemasaran dan layanan klien.

Menurut Bordoloi, Fitzsimmons, dan Fitzsimmons (2019;102) Sistem CRM memiliki manfaat berikut:

- a. Memungkinkan departemen pemasaran untuk mengidentifikasi dan menargetkan pelanggan terbaik mereka, mengelola iklan pemasaran, dan menghasilkan prospek yang berkualitas untuk tim penjualan.
- b. Memungkinkan pembentukan hubungan individual dengan pelanggan, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memaksimalkan keuntungan dengan mengidentifikasi yang paling menguntungkan pelanggan dan memberi mereka tingkat layanan tertinggi.
- c. Memberi informasi kepada karyawan dan proses apa yang diperlukan untuk mengetahui pelanggan mereka dengan cara memahami dan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan; sehingga dapat secara efektif membangun hubungan antara perusahaan, basis pelanggan, serta mitra distribusi.
- d. Membantu organisasi untuk meningkatkan manajemen penjualan dengan mengoptimalkan informasi dibagikan oleh beberapa karyawan, menyiapkan metrik tentang efektivitas penjualan, dan pemantauan situs media sosial sebagai media untuk mendapatkan dukungan klien dan tempat untuk mendapatkan solusi dari tiap permasalahan klien.

Berikut penelitian sejenis yang menjadi perbandingan penulis:

1. **Analisa Dan Perancangan E-CRM Untuk Meningkatkan Loyalitas Dan Pelayanan Terhadap Customer (Studi Kasus: PT. Elhasbu Mulia Utama)** yang dilakukan oleh Syifa Aulia Sari dkk Tujuan dari penelitian ini adalah merancang sebuah aplikasi E-CRM yang dapat membantu dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan mereka dan menambah pelanggan baru. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah perancangan aplikasi E-CRM. Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah permasalahan yang dihadapi, objek wisata yang bergerak dibidang yang sama dan juga penulis hanya sampai pada tahap perancangan sistem E-CRM saja. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Syifa Aulia Sari dkk tidak merancang fitur *Frequently Asked Questions* yang dapat memudahkan pelanggan dalam mencari informasi pertanyaan yang sering diajukan selain itu perancangan sistem juga belum memberikan fitur point dan reward sebagai daya Tarik yang ditujukan untuk pelanggannya.
2. **Perancangan Sistem Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Berbasis Web Studi Kasus: Mika Tour Indonesia.** yang dilakukan oleh Luthfiah Musa'ad dan Yuliazmi memiliki permasalahan seperti Cara mempromosikan paket tour kurang memadai, karena masih menggunakan brosur, Pelanggan sulit untuk mengetahui produk yang tersedia pada perusahaan dikarenakan kurangnya informasi dan Komplain pelanggan tidak tersimpan dengan baik, karena dalam penyampaian komplain hanya melalui lisan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah cara penyampaian informasi kepada pelanggan masih menggunakan brosur sehingga pelanggan belum terlayani secara maksimal dan target layanan yang diberikan ditujukan untuk pelanggan pariwisata. Sedangkan perbedaannya adalah sistem yang penulis rancang hanya sebatas prototype saja dan objek penelitian penulis hanya ditujukan untuk pelayanan pelanggan transportasi darat dengan objek wisata dalam negeri saja. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Luthfiah Musa'ad dan Yuliazmi melayani pelanggan dengan biro jasa transportasi udara.

Berdasarkan dari penelitian diatas maka penulis melakukan perancangan sistem E-CRM yang memiliki kelebihan seperti berikut:

1. Memperoleh Pelanggan Baru
 - a. Pendaftaran
Fitur ini dirancang untuk menarik pelanggan baru untuk bergabung menjadi member untuk mendapatkan fasilitas keanggotaan dengan keuntungan tertentu.
 - b. Katalog
Bagian katalog akan menyajikan produk yang dikelompokkan menjadi beberapa kategori misalkan seperti popularitas, ulasan, dll untuk memudahkan dan mengurangi waktu pengguna dalam mencari informasi produk.
 - c. *Frequently Asked Questions*
Halaman ini menampilkan tentang pertanyaan yang sering ditanyakan kepada pihak Nada Salwa Tour & Travel sehingga dapat digunakan menjadi informasi awal bagi calon pelanggan.
 - d. *Contact Us*

Pelanggan yang merasa masih kurang mengerti mengenai sistem Nada Salwa Tour & Travel atau hal lain yang berhubungan dapat menghubungi pihak Nada Salwa Tour & Travel dengan fitur *Contact Us*

2. Meningkatkan Hubungan dengan Pelanggan

a. My Profile

Pelanggan yang sudah terdaftar menjadi member Nada Salwa Tour & Travel dapat mengelola profilnya setiap saat demi kebutuhan bisnisnya.

b. Pembayaran Online

Pelanggan dapat bertransaksi melalui web Nada Salwa Tour & Travel melalui transfer ATM dengan dilengkapi dengan fitur konfirmasi pembayaran. Segala pembayaran akan masuk ke pihak Nada Salwa Tour & Travel terlebih dahulu sehingga mengurangi terjadinya penipuan, kemudian setelah melalui proses konfirmasi event, maka tenant akan terdaftar dan uang pendaftaran akan masuk ke wallet event

c. Wallet

Member Nada Salwa Tour & Travel juga dapat menggunakan fitur Wallet sehingga tidak perlu repot melalui transfer ATM untuk melakukan transaksi pembayaran. Wallet merupakan dompet virtual yang dapat dipakai dalam web Nada Salwa Tour & Travel.

3. Mempertahankan Pelanggan

a. Point

Fitur Point merupakan salah satu keuntungan fitur keanggotaan. Point ini nantinya dapat ditukar dengan reward yang tersedia. Setiap transaksi yang telah selesai terkonfirmasi akan mendapatkan point baik bagi event maupun tenant.

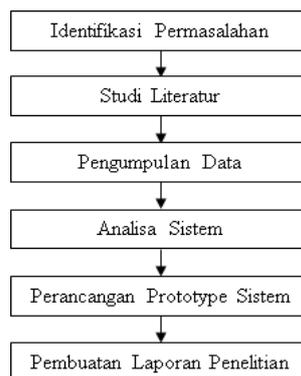
b. Reward

Hadiah atau Reward hanya dapat ditukarkan menggunakan point yang didapatkan dari transaksi yang pernah dilakukan dalam web Nada Salwa Tour & Travel.

3. Metodologi

3.1 Alur Penelitian

Kerangka kerja penelitian yang akan dilakukan dalam penyelesaian masalah yang akan dibahas dapat digambarkan pada gambar 1. berikut ini :



Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian.

Berdasarkan kerangka kerja penelitian yang telah digambarkan diatas maka dapat diuraikan pembahasan masing-masing tahap dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Permasalahan

Tahap ini merupakan langkah awal peneliti untuk melakukan mengidentifikasi permasalahan yang ada yaitu melakukan perumusan masalah yang akan diteliti karena dengan adanya perumusan masalah maka penelitian dapat menjadi jelas dan terarah.

2. Studi Literatur

Setelah merumuskan permasalahan yang ada pada tahap ini dilakukan pencarian-pencarian landasan-landasan teori yang diperoleh dari berbagai buku, jurnal artikel, dan juga internet sebagai landasan teori yang dapat memperkuat penelitian penulis.

3. Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data antara lain:

a. Penelitian Lapangan (*field search*)

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan peneliti terjun langsung ke lapangan dengan cara:

1. Wawancara (*Interview*)

Penulis melakukan tanya jawab kepada pemilik untuk memperoleh data yang akurat dan relevan agar dapat sesuai dengan kebutuhan.

2. Pengamatan (*Observation*)

Suatu cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dokumen dan data-data pada Nada Salwa Tour & Travel Jambi.

b. Dokumentasi (*Documentation*)

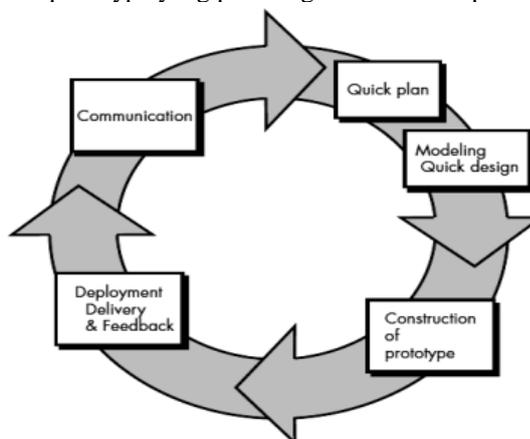
Penulis melakukan pengambilan data dokumentasi dari arsip-arsip pada Nada Salwa Tour & Travel Jambi untuk memperoleh data yang akurat, tepat, relevan dan dapat dipercaya serta dapat dipertanggungjawabkan.

4. Analisa Sistem

Pada tahap ini penulis melakukan analisa kebutuhan informasi dan permasalahan pada sistem yang sedang berjalan sehingga dapat digunakan dalam proses perancangan sistem *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) dan penulis dapat mencari solusi dari permasalahan tersebut.

5. Perancangan Prototype Sistem

Tujuan dari perancangan prototype sistem ini adalah Merancang sebuah sistem E-CRM yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan juga sebagai media pelayanan pada Nada Salwa Tour & Travel Jambi sehingga dapat mengatasi permasalahan yang terjadi. Penulis merancang sistem dengan menggunakan tahapan Prototype dan alat bantu UML sebagai pemodelan sistem yang akan dibuat. Berikut model prototype yang penulis gunakan dalam penelitian ini :



Gambar 2. Paradigma Pembuatan Prototype (Pressman, 2016)

6. Pembuatan Laporan

Pada tahap ini dilakukan pembuatan laporan yang disusun berdasarkan hasil penelitian.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Analisis Masalah

Analisis masalah merupakan sebuah asumsi dari masalah yang akan diuraikan dalam prosedur. Dari hasil penelitian yang dilakukan didapat suatu permasalahan yang terdiri dari:

1. Hubungan dilakukan hanya melalui telepon dan fax, dan hanya terjadi saat member memesan Katalog wisata sehingga pelanggan merasa kesulitan dalam melakukan pemesanan.
2. Member yang ingin bertanya lebih lanjut mengenai Katalog ataupun menyampaikan keluhan mengenai Katalog perjalanan tertentu belum ditangani dengan baik.

3. Pegawai mengalami kesulitan dalam melihat data keluhan pelayanan jasa tour dan travel yang telah disampaikan karena data yang diberikan pelanggan kurang lengkap, sehingga dalam memberikan tanggapan terhadap keluhan petugas membutuhkan waktu yang lama.
4. Data member yang kurang dikelola dan dimanfaatkan oleh perusahaan, sehingga perusahaan kurang memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk memberikan pelayanan secara personal kepada member.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas dalam sistem pemesanan dan pengolahan data member diperlukannya suatu sistem yang mampu menyajikan data secara komputerisasi berbasis web agar pengguna sistem dapat mengakses sistem dengan mudah

4.2 Analisis Konsep CRM Yang Sedang Berjalan

Sistem yang akan dibangun menggunakan Analytical dan Operational CRM. Konsep Customer Relationship Management yang diterapkan terhadap proses bisnis yang ada di Nada Salwa Tour & Travel mempunyai 3 (tiga) tahapan, antara lain:

1. Mendapatkan member baru (*Acquire*)
Untuk mendapatkan member baru Nada Salwa Tour & Travel memberikan promosi berupa brosur kepada member supaya datang untuk melakukan pemesanan Katalog wisata dengan disediakan form Katalog dan gallery sebagai sarana promosi
2. Menjaga Hubungan Baik dengan Pelanggan (*Enhance*)
Keluhan/suara konsumen, memberikan solusi penyelesaian dari keluhan yang dikemukakan oleh member, menerima saran dari member dengan menggunakan fasilitas yang disediakan perusahaan dan menggunakan kotak saran yang ada dikantor supaya member dapat memberikan keluhan atau sarannya.
3. Mempertahankan Pelanggan (*Retain*)
Nada Salwa Tour & Travel memberikan pelayanan yang terbaik yang dimiliki perusahaan terutama pada jasa yang ditawarkan dengan cara memberikan diskon khusus untuk Katalog perjalanan kepada member yang sudah melakukan transaksi lebih dari lima kali.

4.3 Analisis Kebutuhan Fungsional Sistem

Analisis kebutuhan fungsional merupakan analisis dari kebutuhan yang berisi proses-proses apa saja atau layanan apa saja yang disediakan oleh sistem seperti berikut:

1. Memperoleh Pelanggan Baru
 - a. Pendaftaran
Fitur ini dirancang untuk menarik pelanggan baru untuk bergabung menjadi member untuk mendapatkan fasilitas keanggotaan dengan keuntungan tertentu.
 - b. Katalog
Bagian katalog akan menyajikan produk yang dikelompokkan menjadi beberapa kategori misalkan seperti popularitas, ulasan, dll untuk memudahkan dan mengurangi waktu pengguna dalam mencari informasi produk.
 - c. *Frequently Asked Questions*
Halaman ini menampilkan tentang pertanyaan yang sering ditanyakan kepada pihak Nada Salwa Tour & Travel sehingga dapat digunakan menjadi informasi awal bagi calon pelanggan.
 - d. *Contact Us*
Pelanggan yang merasa masih kurang mengerti mengenai sistem Nada Salwa Tour & Travel atau hal lain yang berhubungan dapat menghubungi pihak Nada Salwa Tour & Travel dengan fitur *Contact Us*.
2. Meningkatkan Hubungan dengan Pelanggan
 - a. My Profile
Pelanggan yang sudah terdaftar menjadi member Nada Salwa Tour & Travel dapat mengelola profilnya setiap saat demi kebutuhan bisnisnya.
 - b. Pembayaran Online
Pelanggan dapat bertransaksi melalui web Nada Salwa Tour & Travel melalui transfer ATM dengan dilengkapi dengan fitur konfirmasi pembayaran. Segala pembayaran akan masuk ke pihak Nada Salwa Tour & Travel terlebih dahulu sehingga mengurangi terjadinya penipuan,

kemudian setelah melalui proses konfirmasi event, maka tenant akan terdaftar dan uang pendaftaran akan masuk ke wallet event

c. Wallet

Member Nada Salwa Tour & Travel juga dapat menggunakan fitur Wallet sehingga tidak perlu repot melalui transfer ATM untuk melakukan transaksi pembayaran. Wallet merupakan dompet virtual yang dapat dipakai dalam web Nada Salwa Tour & Travel.

3. Mempertahankan Pelanggan

a. Point

Fitur Point merupakan salah satu keuntungan fitur keanggotaan. Point ini nantinya dapat ditukar dengan reward yang tersedia. Setiap transaksi yang telah selesai terkonfirmasi akan mendapatkan point baik bagi event maupun tenant.

b. Reward

Hadiah atau Reward hanya dapat ditukarkan menggunakan point yang didapatkan dari transaksi yang pernah dilakukan dalam web Nada Salwa Tour & Travel.

4.4 Analisis Kebutuhan Non Fungsional Sistem

Analisis kebutuhan non fungsional merupakan analisis kebutuhan yang menitikberatkan pada properti perilaku yang dimiliki oleh sistem. Analisis kebutuhan fungsional digunakan sebagai batasan layanan atau fungsi yang ditawarkan sistem seperti batasan waktu, batasan pengembangan proses, standarisasi dan lain-lain.

1. *Functionality*

- a. Informasi yang diberikan selalu *up-to-date*.
- b. Sistem yang dirancang mudah digunakan oleh admin, member dan pengunjung.

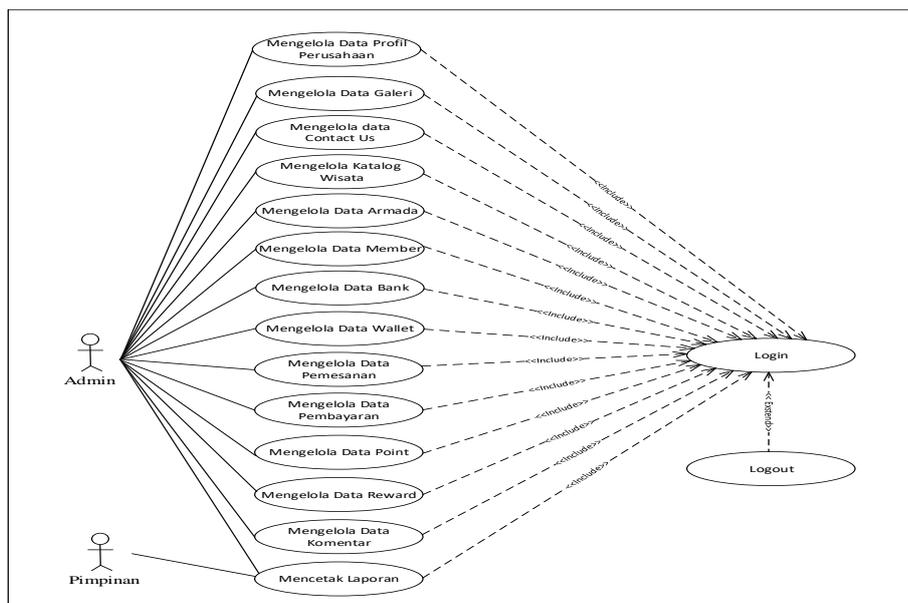
2. *Security*

Sistem hanya dapat diakses oleh user yang memiliki hak akses yang telah terdaftar didalam database.

4.5 Pemodelan Sistem yang di Usulkan

4.5.1 Usecase Diagram

Diagram *use case* menjelaskan interaksi antara aktor dengan sistem dan mengetahui fungsionalitas dari setiap aktor.



Gambar 3. Use Case Diagram Admin dan Pimpinan



Gambar 4. Use Case Diagram Pengunjung dan Member

4.5.2 Class Diagram

Diagram kelas atau class diagram menjelaskan struktur sistem dari segi pendefinisian class-class yang akan dibuat untuk membangun sebuah sistem. Berikut adalah class diagram yang dirancang untuk Sistem Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Berbasis Web Pada Nada Salwa Tour & Travel Jambi:

The screenshot shows a web browser window titled 'A Web Page' with the URL 'http://'. The page header includes the logo 'Nada Salwa Tour & Travel' and a 'Menu' dropdown. A left sidebar contains navigation links: Home, Transaksi, Master Data, and Laporan. The main content area is a red form titled 'KEMBALI' with a 'Tambah' section. The form fields are: Kode Katalog (text input), Nama Paket (text input), Jenis Wisata (dropdown menu), Jenis Paket (dropdown menu), Foto (image selection button with 'No Image Selected' text), Fasilitas (text input), and Keterangan (text area). At the bottom of the form are 'SIMPAN' and 'BATAL' buttons.

Gambar 6. Tampilan Input Data Katalog Wisata

2. Tampilan Input Data Armada

Berikut adalah rancangan dari halaman input data Armada yang dapat digunakan oleh admin untuk menambah data Armada. Untuk menyimpan data maka admin dapat memilih tombol simpan. Sedangkan untuk membatalkan inputan dapat memilih tombol batal

The screenshot shows a web browser window titled 'A Web Page' with the URL 'http://'. The page header includes the logo 'Nada Salwa Tour & Travel' and a 'Menu' dropdown. A left sidebar contains navigation links: Home, Transaksi, Master Data, and Laporan. The main content area is a red form titled 'KEMBALI' with a 'Tambah' section. The form fields are: Kode Armada (text input), Jenis Armada (text input), Jumlah Muatan (text input with 'Penumpang' label), Kondisi Armada (dropdown menu), and Keterangan (text area). At the bottom of the form are 'SIMPAN' and 'BATAL' buttons.

Gambar 7. Tampilan Input Data Armada

3. Tampilan Input Data galeri

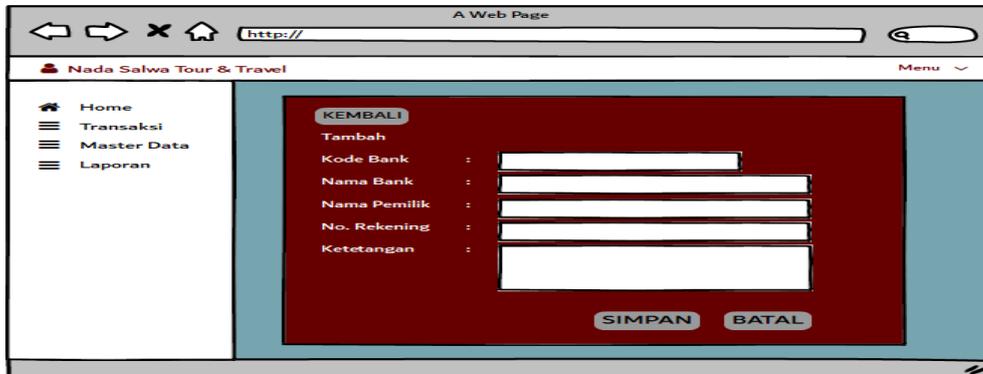
Berikut adalah rancangan dari halaman input data galeri yang dapat digunakan oleh admin untuk menambah informasi mengenai data galeri. Untuk menyimpan data maka admin dapat memilih tombol simpan. Sedangkan untuk membatalkan inputan dapat memilih tombol batal

The screenshot shows a web browser window titled 'A Web Page' with the URL 'http://'. The page header includes the logo 'Nada Salwa Tour & Travel' and a 'Menu' dropdown. A left sidebar contains navigation links: Home, Transaksi, Master Data, and Laporan. The main content area is a red form titled 'KEMBALI' with a 'Tambah' section. The form fields are: Kode Galeri (text input), Tanggal Post (text input), Foto (image selection button with 'No Image Selected' text), and Keterangan (text area). At the bottom of the form are 'SIMPAN' and 'BATAL' buttons.

Gambar 8. Tampilan Input Data Galeri

4. Tampilan Input Data bank

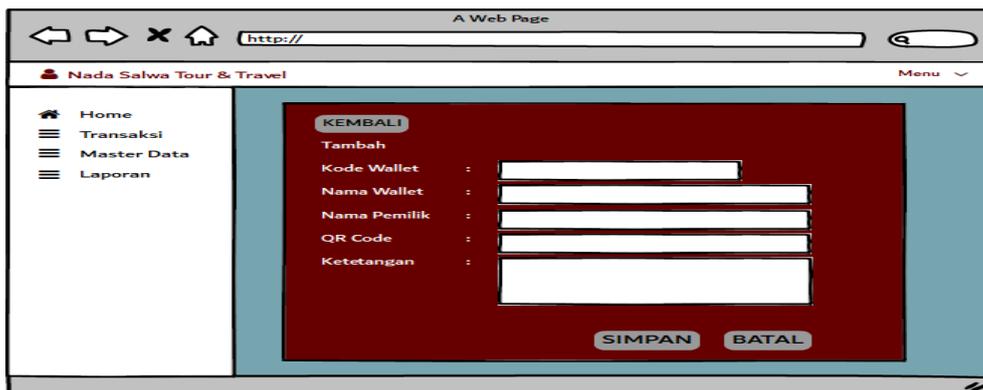
Berikut adalah rancangan dari halaman input data bank yang dapat digunakan oleh admin untuk menambah informasi mengenai data bank. Untuk menyimpan data maka admin dapat memilih tombol simpan. Sedangkan untuk membatalkan inputan dapat memilih tombol batal

The screenshot shows a web browser window with the URL 'http://'. The page title is 'A Web Page'. The user is logged in as 'Nada Salwa Tour & Travel'. A navigation menu on the left includes 'Home', 'Transaksi', 'Master Data', and 'Laporan'. The main content area is titled 'KEMBALI' and 'Tambah'. It contains a form with the following fields: 'Kode Bank', 'Nama Bank', 'Nama Pemilik', 'No. Rekening', and 'Keterangan'. At the bottom of the form are two buttons: 'SIMPAN' and 'BATAL'.

Gambar 9. Tampilan Input Data Bank

5. Tampilan Input Data e-wallet

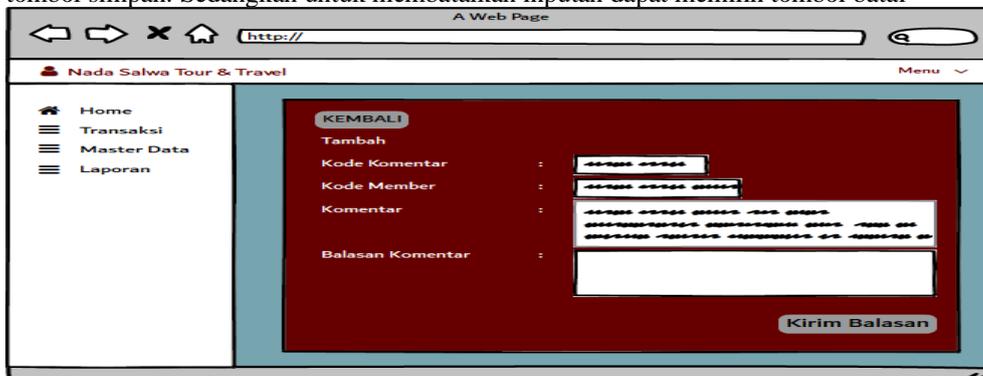
Berikut adalah rancangan dari halaman input data e-wallet yang dapat digunakan oleh admin untuk menambah informasi mengenai data e-wallet. Untuk menyimpan data maka admin dapat memilih tombol simpan. Sedangkan untuk membatalkan inputan dapat memilih tombol batal

The screenshot shows a web browser window with the URL 'http://'. The page title is 'A Web Page'. The user is logged in as 'Nada Salwa Tour & Travel'. A navigation menu on the left includes 'Home', 'Transaksi', 'Master Data', and 'Laporan'. The main content area is titled 'KEMBALI' and 'Tambah'. It contains a form with the following fields: 'Kode Wallet', 'Nama Wallet', 'Nama Pemilik', 'QR Code', and 'Keterangan'. At the bottom of the form are two buttons: 'SIMPAN' and 'BATAL'.

Gambar 10. Tampilan Input Data E-wallet

6. Tampilan Input Data Balasan Komentar

Berikut adalah rancangan dari halaman input data Balasan Komentar yang dapat digunakan oleh admin untuk menambah Balasan Komentar. Untuk menyimpan data maka admin dapat memilih tombol simpan. Sedangkan untuk membatalkan inputan dapat memilih tombol batal

The screenshot shows a web browser window with the URL 'http://'. The page title is 'A Web Page'. The user is logged in as 'Nada Salwa Tour & Travel'. A navigation menu on the left includes 'Home', 'Transaksi', 'Master Data', and 'Laporan'. The main content area is titled 'KEMBALI' and 'Tambah'. It contains a form with the following fields: 'Kode Komentar', 'Kode Member', 'Komentar', and 'Balasan Komentar'. At the bottom of the form is a button: 'Kirim Balasan'.

Gambar 11. Tampilan Input Data Balasan Komentar

4.6.2 Rancangan Output

1. Tampilan Menu Utama Pengunjung

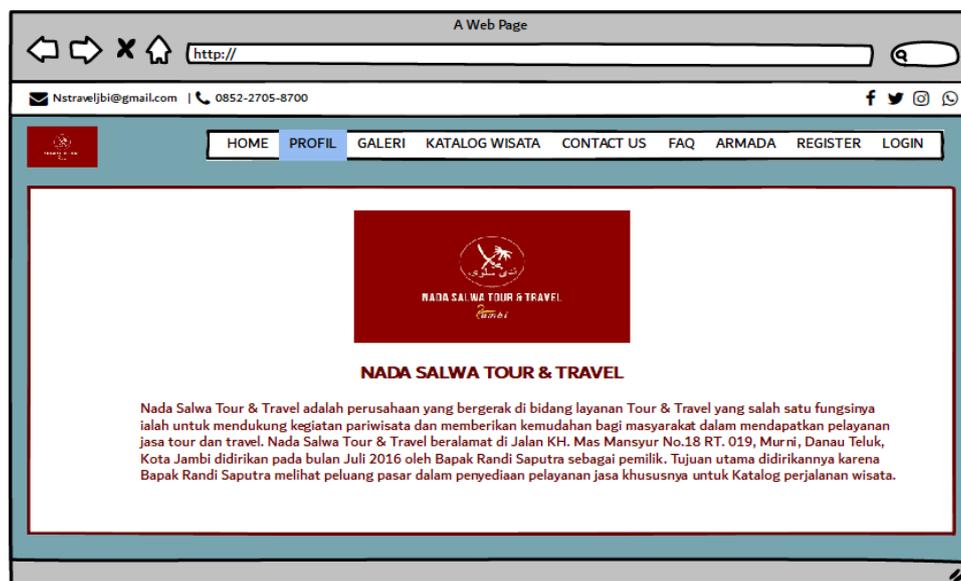
Berikut adalah rancangan dari Tampilan Menu Utama Pengunjung yang dapat dilihat ketika pengunjung ataupun member mengakses sistem.



Gambar 12. Rancangan Tampilan Menu Utama Pengunjung

2. Tampilan Menu Informasi Profil Perusahaan

Berikut adalah rancangan dari Tampilan Menu Informasi Profil Perusahaan yang menampilkan informasi mengenai Nada Salwa Tour & Travel Jambi



Gambar 13. Rancangan Tampilan Menu Informasi Profil Perusahaan

3. Tampilan Menu Galeri

Berikut adalah rancangan dari Tampilan Galeri yang dipergunakan untuk menampilkan objek wisata yang pernah dikunjungi customer Bersama pihak Nada Salwa Tour & Travel.



Gambar 14. Rancangan Tampilan Galeri

4. Tampilan Katalog Wisata
Berikut adalah rancangan dari Tampilan Katalog Wisata yang dapat memudahkan customer dalam mencari informasi mengenai paket objek wisata terupdate



Gambar 15. Rancangan Tampilan Katalog Wisata

5. Tampilan Menu Informasi Contact Us
Berikut adalah rancangan dari Tampilan Menu Informasi Contact Us yang dapat memberikan informasi mengenai nomor contact Nada Salwa Tour & Travel.



Gambar 16. Rancangan Tampilan Menu Informasi Contact Us

6. Tampilan Menu Informasi FAQ

Berikut adalah rancangan dari Tampilan Menu Informasi FAQ yang sering dipertanyakan oleh customer.



Gambar 17. Rancangan Tampilan Menu Informasi FAQ

7. Tampilan Menu Informasi Armada

Berikut adalah rancangan dari Tampilan Menu Informasi Armada yang dapat dilihat oleh customer sebagai referensi dalam memilih armada yang sesuai dengan kebutuhan untuk perjalanan wisatanya.



Gambar 18. Rancangan Tampilan Menu Informasi Armada

5. Kesimpulan

5.1 Simpulan

Kesimpulan dari penelitian yang berjudul Analisis dan Perancangan Sistem *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* Berbasis Web Pada Nada Salwa Tour & Travel Jambi adalah:

1. Berdasarkan analisis dan hasil observasi yang penulis lakukan terdapat beberapa permasalahan yang ada pada sistem yang berjalan seperti Hubungan dilakukan hanya melalui telepon dan fax, pelanggan merasa kesulitan dalam melakukan pemesanan. Keluhan dari member belum tertangani dengan baik dikarenakan masih disampaikan secara lisan dan belum tersimpan didalam sistem, belum dimanfaatkannya data member sehingga perusahaan kurang memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk memberikan pelayanan secara personal kepada member.
2. Hasil dari penelitian ini adalah Rancangan *Prototyppe Sistem Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* Berbasis Web Pada Nada Salwa Tour & Travel Jambi dengan beberapa fitur yang menjadi unggulan untuk memperoleh member baru dan juga menjaga hubungan dengan customer lama yaitu menu Pendaftaran, Katalog Wisata, Frequently Asked Questions, Contact Us, My Profile, Pembayaran Online, Wallet, Point dan Reward.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Nada Salwa Tour & Travel Jambi dapat menerapkan Perancangan *prototype* Sistem *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) Berbasis Web yang penulis usulkan kedalam bentuk aplikasi agar dapat memaksimalkan kinerja sistem yang berjalan sekarang dan memberikan pelatihan kepada setiap user yang terlibat didalamnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat membuat aplikasi berdasarkan Perancangan *prototype* Sistem *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) yang telah penulis buat dengan menambahkan beberapa menu lainnya seperti menu penjadwalan keberangkatan dengan menggunakan sms gateway kepada para penumpang atau pun tim yang akan melakukan perjalanan wisata yang tidak sempat penulis lakukan dikarenakan keterbatasan jarak, dana dan juga waktu dalam melakukan penelitian ini.

6. Daftar Rujukan

- [1] Adlan, R., Agustin, W., & Efendi, Y. 2019. Rancangan Website E-CRM (Electronics Customer Relationship Management) Pada House Of Smith Pekanbaru.
- [2] Baran, Roger J. dan Galka. Robert J., 2017. *Customer Relationship Management The Foundation of Contemporary Marketing Strategy Second Edition*. New York: Routledge
- [3] Bardoloi, Sanjeev, Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. 2018. *Service Management Operation, Strategy, Information Technology, Ninth Edition*. New York: McGraw-Hill.
- [4] Buttle, Francis and Maklan, Stan. 2016. *Customer Relationship Management Concepts and technologies Third edition*. New York: Routledge
- [5] Dennis, Alan; Roth, Roberta M; Wixom, Haley Barbara. 2016. *Systems Analysis and Design An Object-Oriented Approach with UML, 5th Edition*. Singapore: John Wiley & Sons.
- [6] Khairuzzaman, M. Q. 2016. *Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* PT. Delta Jaya Motor Singkawang. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 4(1).
- [7] Kosasi, S. 2016. *Perancangan Sistem Electronic Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*. *E-JURNAL JUSITI: Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, 4(2), 92-102.
- [8] Laudon, Kenneth C.; & Laudon, Jane P .2018. *Management Information System: Managing the Digital Firm, Fifteenth Edition*. England : Pearson Prentice Hall.
- [9] Peppers, Don and Rogers, Martha. 2017. *Managing Customer Experience and Relationships A Strategic Framework Third Edition*. Canada: John Wiley & Sons
- [10] Pressman, Roger S. 2016. *Software Engeneering A Practitioner's Approach Seventh Edition*. New York : Mcgraw-Hill.
- [11] Rosa, A.S. dan M.Shalahuddin. 2018. *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur Dan Berorientasi Objek*. Bandung : PT. Refika Aditama
- [12] Satzinger, John W., Jackson, Robert B., Burd, Stephen D., 2016. *Systems Analysis and Design in a Changing World*. Singapor: Cengage Learning
- [13] Stair, Ralph and Reynolds, W. George. 2018. *Principle of Information Systems, Eight Edition*, United States of America : Cengage Learning
- [14] Tandjung, I. R., Wijaya, A., Kesuma, D., & Bubun, O. 2018. Perancangan E-Crm Pada Pt Zero Celcius Indonesia. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 2(1), 8-16.
- [15] Turban, Efraim, dkk. 2018. *Electronic Commerrce 2018 A Managerial And Social Networks Prespective Ninth Edition*. *Springer Texts in Business and Economics*
- [16] V. Kumar and Reinartz, Werner,. 2018. *Customer Relationship Management Concept, Strategy, and Tools Third Edition*. Germany: Springer.
- [17] Valacich, J. S., J. F. George and J. A. Hoffer,. 2017. *Modern System Analysis and Design*, 8th Edition ed., B. Horan, Ed., New York: Pearson.