

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri *Travel* di Indonesia terus berkembang pesat seiring dengan meningkatnya minat wisatawan untuk mengunjungi berbagai destinasi di Indonesia. Salah satu destinasi wisata terpopuler di Indonesia adalah Batu Bara Sumatera Utara. Batu Bara memiliki banyak tempat wisata menarik seperti pantai dan pulau. Oleh karena itu, banyak *Travel* yang beroperasi di Batu Bara untuk melayani kebutuhan wisatawan.

Namun dengan bertambahnya jumlah biro perjalanan yang beroperasi di Batu Bara, Persaingan antar *Travel* pun semakin ketat. Untuk bertahan dalam persaingan, *Travel* harus mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan berkualitas kepada pelanggannya. Salah satu cara untuk mencapai hal tersebut adalah dengan menerapkan manajemen hubungan pelanggan (CRM). *Customer Relationship Management (CRM)* adalah manajemen hubungan pelanggan yaitu suatu jenis manajemen yang secara khusus membahas teori mengenai penangan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan di mata pelanggannya[1].

Pentingnya membangun hubungan pelanggan yang kuat tidak hanya bergantung pada kualitas layanan pariwisata, namun juga pada kemampuan perusahaan untuk memahami dan menanggapi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pelanggan yang merasa dihargai dan didengarkan akan lebih setia dan lebih mungkin merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

*Travel* Odan bergerak di bidang jasa pemesanan sarana wisata dan perjalanan, kantor *Travel* Odan berada di Tanjung Tiram dekat Pahang, Kec. Talawi, Kab. Batu Bara, Sumatera Utara. *Travel* Odan mempunyai destinasi yang paling *favorite* untuk dikunjungi, Berikut adalah data pelanggan yang memesan tiket dengan destinasi *favorite*:

**Tabel 1.1 Data Pelanggan Yang Memesan Tiket Pada *Travel* Odan Batu Bara**

<b>NO.</b>	<b>Tahun 2023</b>	<b>Jumlah Pelanggan</b>	<b>Destinasi Wisata</b>
1	Januari	68	Pulau Pandang dan Pulau Salah Namo
2	Februari	29	Pulau Banyak
3	Maret	30	Sibolga
4	April	20	Sabang
5	Mei	25	Aceh Singkil
6	Juni	58	Pulau Pandang dan Pulau Salah Namo
7	Juli	25	Sibolga
8	Agustus	22	Kalimatang
9	September	27	Pulau Banyak
10	Oktober	21	Sibolga
11	November	27	Sabang
12	Desember	49	Pulau Pandang dan Pulau Salah Namo

Sumber: *Travel* Odan Batu Bara (2024)

Berdasarkan permasalahan diatas terlihat bahwa destinasi Pulau Salah Namo dan Pulau Pandang yang menjadi destinasi *favorite* untuk para pelanggan yang tidak mau mengeluarkan *budget* yang banyak, karena wisata ini dekat dan murah. Walaupun *Travel* Odan sudah semaksimal mungkin melayani pelanggannya ternyata pelanggan tidak cukup puas dengan pelayanan dan sistem pemesanan yang ada pada *Travel* Odan. Berikut tabel keluhan pelanggan pada *Travel* Odan:

**Tabel 1.2 Data Keluhan Pelanggan pada *Travel* Odan Batu Bara**

No	Keluhan Pelanggan
1.	Pelanggan kesulitan mencari tiket keberangkatan yang sesuai
2.	Pelanggan kesulitan mencari jadwal yang tepat
3.	Pelanggan kesulitan dalam memahami informasi tiket
4.	Pelanggan kesulitan mencari daftar harga
5.	Keterlambatan pemesanan tiket
6.	Kurang jelas atas kebijakan travel jika pelanggan tiba-tiba membatalkan tiket karena ada musibah
7.	Kurang maksimalnya promosi dan diskon besar-besaran pada saat hari libur

Sumber: Pelanggan *Travel* Odan Batu Bara (2024)

Berdasarkan permasalahan diatas, diperlukan suatu strategi agar dapat digunakan dalam mengatur jadwal keberangkatan, informasi tiket yang jelas, kebijakan yang jelas untuk para pelanggan, dan promosi dan diskon untuk menarik para pelanggan. Maka strategi yang harus digunakan yaitu dengan menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) serta memberikan

pelayanan yang terbaik untuk para pelanggan agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada *Travel* Odan.

Strategi yang digunakan tentunya tidak hanya mendapatkan pelanggan namun juga mendapatkan kepercayaan dan loyalitas para pelanggan. Salah satu strateginya yaitu, dengan melakukan hubungan baik dengan pelanggan. Selain penerapan *Customer Relationship Management* (CRM), *Travel* Odan juga harus menerapkan kualitas pelayanan pada setiap pelanggan. Dalam penelitian kali ini peneliti akan menggali lebih dalam mengenai penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dan kualitas pelayanan pada *Travel* Odan.

Keberadaan bisnis serupa mengharuskan *Travel* Odan mencari inovasi dalam penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dan kualitas pelayanan. Perusahaan *Travel* khususnya di Batu bara saling berlomba lomba untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan hubungan dengan para pelanggannya. Semakin meningkatnya pesaing bisnis jasa *Travel* yang memberikan penawaran pelayanan yang sama, sehingga dalam hal ini dapat mempengaruhi minat pelanggan.

Namun, dalam menjalankan sebuah bisnis tentunya sangat penting bagi pebisnis untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan mengimplementasikan kualitas pelayanan secara maksimal. Kualitas pelayanan menjadi salah satu kunci yang wajib dimiliki pengusaha, baik yang baru memulai maupun yang sudah bertahun tahun menerjuni dunia bisnis. Kualitas pelayanan merupakan tingkat pelayanan yang terkait pemenuhan harapan dan kebutuhan konsumen. Artinya layanan bisa disebut berkualitas jika memenuhi sebagian

harapan dan kebutuhan konsumen[2].

Sehingga, dalam hal tersebut perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai *Customer Relationship Management* (CRM) dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dan kualitas pelayanan pada *Travel Odan*. Dalam hal ini, peneliti memilih judul **“Penerapan *E-Customer Relationship Management* (*E-CRM*) Pada Pengelolaan Pelanggan *Travel Odan*”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas. Identifikasi masalah yang ada sebagai berikut:

1. Keterbatasan pelanggan dalam mendapatkan informasi paket perjalanan wisata yang sesuai dengan kebutuhan para pelanggan pada perusahaan *Travel Odan*.
2. Kurangnya fasilitas pemesanan secara mudah pada *Travel Odan*.
3. Kurang tepatnya untuk media pemasaran pada *Travel Odan*.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini pembatasan terhadap masalah-masalah agar tidak terjadi penyimpangan terhadap permasalahan tersebut antara lain:

1. Penelitian ini akan membahas penerapan *E-Customer Relationship Management* (*E-CRM*) pada perusahaan *Travel Odan*.
2. Penelitian ini akan membahas fitur *E-Customer Relationship Management* (*E-CRM*) pada *Travel Odan*.

3. Penelitian ini fokus pada pengelolaan pelanggan pada *Travel Odan*.

#### 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas.

Permasalahan yang dapat dirumuskan adalah:

1. Apakah pelanggan mendapatkan informasi paket perjalanan wisata yang sesuai dengan kebutuhan para pelanggan di sistem *Travel Odan* ?
2. Apakah dengan menggunakan sistem aplikasi dapat memesan secara mudah ?
3. Apakah sistem yang dirancang tepat untuk menjadi media pemasaran pada *Travel Odan* ?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Merancang aplikasi *E - Customer Relationship Management (CRM)* pada *Travel Odan*.
2. Dengan menggunakan sistem aplikasi *Travel Odan* dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.
3. Sistem aplikasi *E-CRM* ini dapat membantu pihak *Travel Odan* dalam pengelolaan pelanggan.

#### 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Bagi *Travel Odan*

Bagi instansi sendiri, dapat memanfaatkan hasil dari sistem yang telah dibuat untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Universitas Royal

Untuk mahasiswa di dalam menguasai mata kuliah yang didapat selama dibangku perkuliahan serta menjalin kerja sama dengan instansi yang berkaitan juga sebagai bahan evaluasi di dalam kurikulum akademis.

3. Bagi Mahasiswa

Untuk meningkatkan hasil belajar dan solidaritas mahasiswa untuk menemukan pengetahuan dan mengembangkan wawasan, meningkatkan kemampuan menganalisa suatu masalah tentang *E-Customer Relationship Management (E-CRM)* pada pengelolaan pelanggan.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi penerapan tentang *E-Customer Relationship Management (E-CRM)* pada Pengelolaan pelanggan *Travel Odan* terdiri dari enam bab sebagai berikut:

#### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini memuat latar belakang, identifikasi dan perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, serta sistematik penulisan.

#### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Bab tersebut menjelaskan tentang kajian kepustakaan konseptual, yaitu pengertian *E-Customer Relationship Management (E-CRM)*, tinjauan penelitian, kerangka pemikiran, dan penelitian terdahulu yang relevan.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk memudahkan penyusunan hasil penelitian. bab ini menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data penelitian, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas data, dan teknik analisis data data.

### **BAB IV: ANALISA DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini berisi analisa dari sistem, analisa biaya untuk membangun sistem, perancangan sistem secara umum dan perancangan antar muka sistem.

### **BAB V: IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN**

Pada bab ini berisi implementasi sistem, pengujian sistem dan hasil dari pengujian sistem

### **BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan dan saran mengemukakan secara singkat hasil penting yang di peroleh dan menginterpretasikan sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian.