

RANCANG BANGUN ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA SISTEM INFORMASI HOTEL DENGAN FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM

Studi Kasus : Hotel Hermes One Subulussalam

Siti Monalisa*¹, M.Kom Jukhri Syahputra Bancin²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Email: ¹siti.monalisa@uin-suska.ac.id, ²Jukhribancin@gmail.com
*Penulis Korespondensi

(Naskah masuk: 11 September 2018, diterima untuk diterbitkan: 13 Januari 2019)

Abstrak

Hermes One Hotel Subulussalam merupakan hotel pertama di Subulussalam dengan klasifikasi bintang tiga di Kota Subulussalam Provinsi Aceh. Hotel ini masih menggunakan sistem konvensional dalam memberikan layanan pelanggan sehingga dikhawatirkan akan tertinggal dikarenakan banyaknya hotel-hotel baru yang telah menggunakan internet sebagai komunikasi antara pelanggan dan perhotelan. Internet memberikan manfaat sebagai interaksi sosial yang mampu mengantarkan banyak kemudahan komunikasi maupun informasi. Teknologi tersebut dinamakan dengan e-CRM dengan memadukan sebuah *framework* yang disebut *Framework of Dynamic CRM*. Framework ini terdiri dari tiga Fase yaitu *acquire*, *retention* dan *expansion*. Pada tahap akuisisi ini perusahaan akan mendapatkan data pelanggan baru yang dibedakan menjadi dua yaitu pelanggan perorangan dan pelanggan perusahaan. Pelanggan perusahaan pada tahap akuisisi ini akan mendapatkan kupon dengan batas kupon yang tersedia. Sedangkan pada tahap retensi, pelanggan perorangan mendapat diskon 5% dan pelanggan perusahaan mendapatkan *free service* jika telah melakukan transaksi pemesanan kamar lebih dari lima kali.

Kata Kunci: *E-CRM, Framework of Dynamic CRM, Pelanggan, Hotel Subulussalam*

DESIGN OF ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP IN HOTEL INFORMATION SYSTEM WITH FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM METHOD (Study Cases: Hotel Hermes One Subulussalam)

Abstract

Hermes One Hotel Subulussalam is classification of three star hotel in Subulussalam City, Aceh Province. This hotel have the conventional system to customer service so will miss technology. the many new hotels that have used the internet as communication between customers and hotels. The internet provides benefits as a social interaction that can deliver a lot of ease of communication and information. The technology is called e-CRM by integrating a framework called the Framework of Dynamic CRM. This framework consists of three phases, namely acquire, retention and expansion. The acquisition stage, the company will get new customer from individual and company customers. Company customers at the acquisition stage will get a coupon with the available coupon limit. While at the retention stage, individual customers get a 5% discount and company customers get a free service if they have made a room booking transaction more than five times.

Keywords : *Customers, E-CRM, Framework of Dynamic CRM, Subulussalam Hotel*

1. PENDAHULUAN

Bisnis perhotelan dikota-kota besar di Indonesia semakin menjanjikan. Ini terbukti dengan banyaknya hotel-hotel baru yang berdiri baik kelas berbintang maupun melati (Muslim and Baihaqi 2016). Saat ini, pelanggan hotel tidak hanya berasal dari perseorangan namun juga berasal dari perusahaan dan instansi pemerintah. Banyaknya

hotel yang berdiri tentu akan membuat persaingan yang ketat dalam merebut pelanggan. Sehingga perlu adanya strategi jitu yang mampu memenangkan hati pelanggan (Monalisa et al. 2018). Salah satu cara yang bisa dilakukan perusahaan untuk memenangkan hati pelanggan adalah melalui teknologi informasi yaitu internet. Hadirnya internet memberikan manfaat bagi perusahaan sebagai

sarana dalam melakukan interaksi sosial sehingga memberikan kemudahan komunikasi maupun informasi (Saragih and Rizky n.d.) dengan menyediakan sistem informasi layanan kepada pelanggan. Konsep pemberian layanan kepada pelanggan secara elektronik disebut dengan istilah *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM). E-CRM hadir ketika organisasi mulai bermigrasi dari organisasi yang intensif manusia ke organisasi yang menggunakan saluran telepon, faks, email dan web (Sivarak, Krairit, and Tang 2011). Saluran yang populer yang digunakan saat ini adalah Web.

Pemberian layanan kepada pelanggan melalui web harus dilakukan dengan mekanisme dan tahapan yang tepat. Tahapan tersebut berguna untuk mengidentifikasi pelanggan berdasarkan pelanggan baru, pelanggan loyal, pelanggan hilang (Dursun and Caber 2016) dan sebagainya. (Park and Kim 2003) telah mengembangkan tahapan-tahapan untuk mengidentifikasi setiap pelanggan yang diberi nama *Framework of Dynamic CRM*. Framework ini terdiri dari tiga tahapan, pertama *acquitition* yaitu memperoleh pelanggan baru, kedua *retention* yaitu mempertahankan pelanggan yang telah ada dan ketiga *expansion* yaitu mengembangkan pelanggan. Masing-masing tahapan memiliki informasi penting yang diperoleh dari, untuk dan oleh pelanggan.

Penelitian ini akan menggunakan tahapan *Framework of Dynamic CRM* yang akan diterapkan dalam membangun sistem informasi layanan pelanggan perusahaan perhotelan berbasis web pada perhotelan Subulussalam. Hal ini dikarenakan, hotel ini sudah menjadi kelas berbintang namun belum memiliki layanan elektronik dalam memberikan layanan kepada pelanggan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian CRM

CRM adalah fungsi terintegrasi strategi penjualan, pemasaran dan pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan pendapat dari kepuasan pelanggan (Kalakota and Robinson n.d.).

Menurut (Kalakota and Robinson n.d.) CRM dikembangkan dengan dalam tiga tahapan yaitu :

- (a) Mendapatkan pelanggan baru (*acquire*). Pada tahapan ini, perusahaan harus memiliki strategi bagaimana mendapatkan pelanggan baru dengan memberikan kemudahan dalam mengakses informasi, inovasi baru dan pelayanan yang menarik.
- (b) Meningkatkan hubungan yang telah ada (*enhance*). Pada tahapan ini, Perusahaan harus mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dengan melakukan pelayanan yang terbaik (*Costumer services*).
- (c) Mempertahankan planggan (*retain*). Pada tahapan ini, perusahaan harus mampu mendapatkan tingkat loyalitas pelanggan

yang tinggi dengan cara berusaha mendengarkan dan memenuhi keinginan pelanggan.

2.2. *Electronic Customer Relationship Management* (e-CRM)

E-CRM berasal dari teknik CRM yang memanfaatkan teknologi call center dan pemasaran langsung untuk memasarkan barang dan jasa yang diproduksi massal ke sub-segmen pasar kecil (Farooqi 2011). e-CRM pada dasarnya adalah adaptasi CRM dalam lingkungan e-commerce dan membantu membangun dan mempertahankan hubungan pelanggan menggunakan internet (Farooqi 2011).

2.3. *Framework of Dynamic CRM*

Framework ini dikembangkan oleh (Park and Kim 2003) yang menjelaskan serangkaian tahapan pada pembangunan/penerapan CRM. Framework ini menjelaskan mengenai informasi yang didapatkan dari, untuk dan oleh pelanggan dengan output berupa hubungan yang komitmen antara perusahaan dan pelanggan. Informasi tersebut dijelaskan sebagai berikut (Park and Kim 2003):

a. Informasi dari pelanggan

Jenis informasi ini adalah informasi yang didapatkan dari pelanggan, termasuk data pribadi dan data transaksi tentang pelanggan. Perusahaan akan memperoleh data pribadi dan mampu memahami volume penjualan pelanggan, profitabilitas, pola pembelian, frekuensi, preferensi, dll.

b. Informasi untuk pelanggan

Jenis informasi ini adalah produk, layanan dan informasi perusahaan yang dirasakan berguna untuk pelanggan. Jenis informasi ini disajikan melalui media komunikasi elektronik, sehingga pelanggan memperoleh dan memproses untuk membuat keputusan yang lebih.

c. Informasi oleh pelanggan.

Jenis informasi ini adalah umpan balik pelanggan yang mencakup keluhan kesah pelanggan, klaim, informasi, dan lain-lain. Karena berisi keluhan langsung, kebutuhan pelanggan, dan saran, jenis informasi ini juga mengembangkan produk dan layanan baru atau meningkatkan proses bisnis penting.

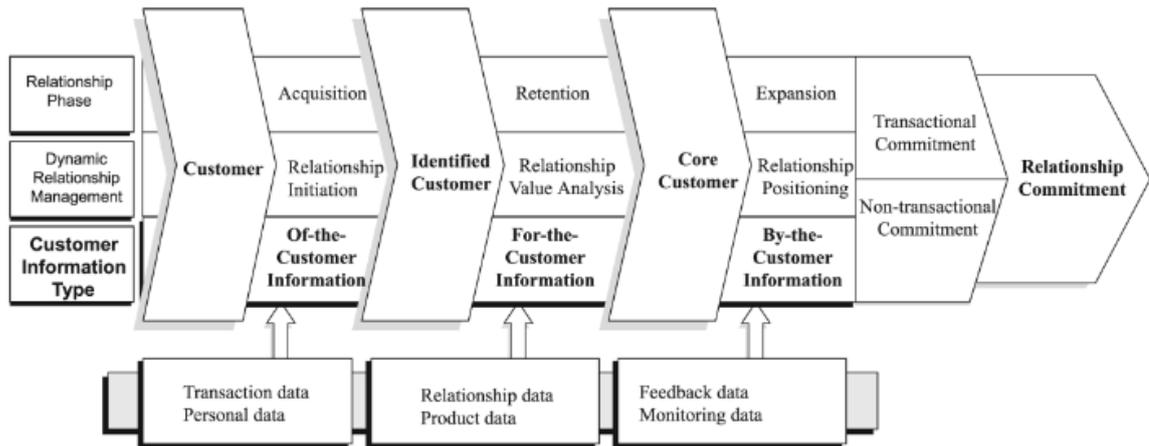
2.4. Pengertian Hotel

Hotel merupakan produk jasa yang mencari keuntungan melalui suatu pelayanan kepada para tamunya seperti pelayanan kamar, tata graha, makan dan minum, serta rekreasi. Hotel menjadi satu bentuk akomodasi dalam bidang pariwisata yang berperan cukup penting. Dalam perkembangannya hotel-hotel sudah cukup sangat baik dari segi fasilitas dan pelayanannya. Fasilitas yang baik dan lengkap yang diberikan oleh pihak hotel tentu akan memberikan kepuasan kepada pelanggan hotelnya (Budi, 2013).

2.5. Sistem Informasi Perhotelan

Sistem informasi manajemen hotel atau *Hotel Management System* atau disingkat dengan HMS merupakan *software* yang dibuat dengan tujuan membantu pihak hotel dalam mengelola kegiatan hotel baik kegiatan yang dilakukan sehari-hari maupun laporan-laporan yang diperlukan pihak

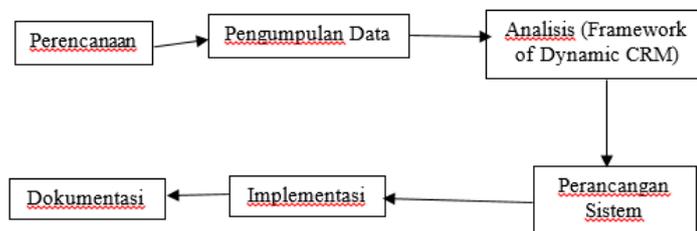
hotel sehingga dengan adanya sistem ini waktu operasional pihak manajemen menjadi efisien dan para tamu akan mendapatkan pelayanan yang terbaik (Sutabri, 2012) . Selain itu sistem ini juga lebih efisien Kegiatan tersebut terdiri dari menerima tamu (*check in*), mendata tagihan tamu (*guest folio*), pembayaran tamu (*guest payment*) (Sutabri, 2012).



Gambar 1. Framework of Dynamic CRM (Park and Kim 2003)

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi yang akan diterapkan dalam penelitian ini tertuang pada flowchart gambar dibawah ini :



Gambar 2. Metodologi penelitian

4. ANALISA DAN HASIL

4.1. Framework of Dynamic CRM

Penelitian ini dirancang dengan 2 tahapan dari *Framework of Dynamic CRM* yaitu akuisisi dan retensi :

1. Tahap akuisisi

Strategi mendapatkan pelanggan dengan fase akuisisi adalah pelanggan akan melakukan registrasi langsung didalam website hotel yang telah tersedia. Pada fase ini pihak manajemen hotel akan memfilter pelanggan menjadi dua yaitu pelanggan perseorangan dan pelanggan perusahaan dan instansi yang telah melakukan kerja sama.

2. Tahap Retensi

Pada tahapan ini memungkinkan pelanggan perusahaan dan instansi akan mendapatkan service khusus jika telah melakukan transaksi pemesanan kamar hotel lebih dari 5 kali

transaksi adapun free service yang diberikan berupa free karaoke, free laundry, free breakfast, free lunch dan free dinner. Namun pada persorangan hanya mendapatkan diskon 5% .

4.2. Hasil dari penerapan CRM

Pada analisis sistem yang berjalan dan analisis *Framework of Dynamic CRM* pada hotel Hermes One Subulussalam, dapat diidentifikasi bahwa saat ini Hotel tersebut membutuhkan media yang mampu memberikan layanan kepada pelanggan dan menjaga hubungan pelanggan sehingga mempererat hubungan antara pelanggan dengan pihak perhotelan.

Penerapan hasil analisis CRM yang di implementasikan dalam pembuatan e-CRM adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Penerapan Analisis CRM dengan *Framework of Dynamic CRM*

No	Tahapan	Sasaran	Implementasi pada Aplikasi
1	Akuisisi	Segmentasi pelanggan Profitabilitas pelanggan Mendapatkan pelanggan Profil pelanggan (Mitra)	Pelanggan personal dan pelanggan perusahaan Pelanggan personal disc. 5% Pelanggan perusahaan disc. 10%
2	Retensi	Mempertahankan pelanggan Komunikasi pelanggan Kepuasan pelanggan Management pelanggan	Memberikan harga khusus untuk pelanggan perusahaan Memberikan free service jika 5 kali melakukan transaksi dan hanya berlaku untuk pelanggan yang telah bekerja sama dengan pihak hotel.

Berdasarkan Tabel 1 bahwa hasil penerapan analisis CRM menggunakan Framework of Dynamic CRM diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada Hotel Hermes One Subulussalam dan dapat pula memperlancar

hubungan antara pelanggan dengan pihak Hotel Hermes One Subulussalam.

4.3 Identifikasi Aktor



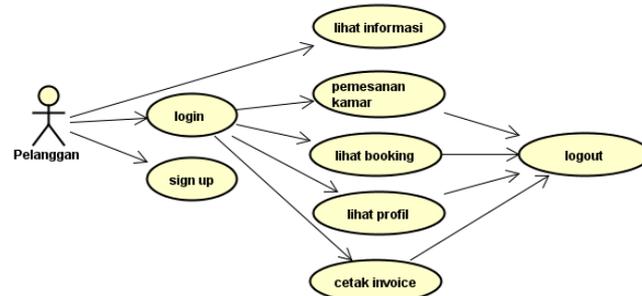
Gambar 3 Identifikasi Aktor

Tabel 2. Identifikasi Aktor

Aktor	Aktifitas Aktor
Customer	1. Daftar/Registrasi 2. Masuk ke Sistem 3. Pemesanan Kamar 4. Membayar Tagihan 5. Lihat Pemesanan Kamar
Admin IT	1. Masuk ke Sistem 2. Dapat menginputkan data user, data kamar dan informasi
Pimpinan	1. Masuk ke Sistem 2. Melihat Laporan Penjualan Kamar

4.4. Usecase Diagram

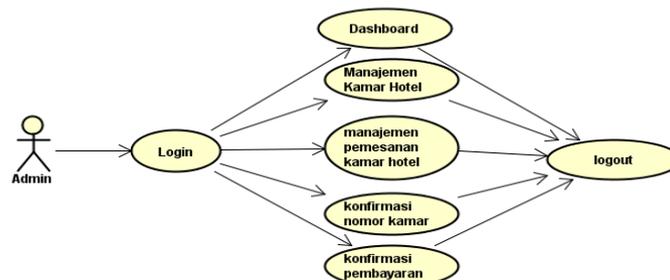
a) Pelanggan merupakan orang yang datang ke hotel untuk melakukan pemesanan kamar



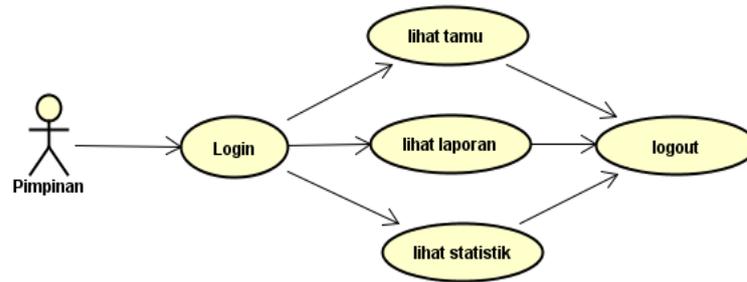
Gambar 4. Usecase pelanggan

b) Admin merupakan pemegang hak akses penuh atas sistem yang ada

c) Pimpinan merupakan top manager hotel yang akan bertanggungjawab memantau perkembangan statistik pada hotel hermes one



Gambar 5. Usecase admin



Gambar 6. Usecase pimpinan

4.5. Skenario sistem

a. Skenario Admin

Use case	: Pimpinan
Deskripsi	: Ini merupakan <i>Use Case</i> yang menangani proses <i>login</i>
Aktor	: Admin
Kondisi Awal	: Sistem menampilkan <i>form login</i>
Kondisi Akhir	: Sistem menampilkan menu utama masing-masing hak akses

Skenario Normal	
Aksi Aktor	Reaksi Sistem
1. Use case ini dimulai ketika admin melakukan <i>login</i>	2. Sistem akan melakukan verifikasi <i>login</i>
	3. Sistem menampilkan halaman utama sesuai hak akses masing-masing

Skenario Gagal <i>Login</i>	
Aksi Aktor	Reaksi Sistem
1. Use case ini dimulai ketika admin melakukan <i>login</i>	2. Sistem akan melakukan verifikasi <i>login</i>
	3. Sistem akan menampilkan pesan <i>login</i> tidak valid

b. Skenario Pelanggan

Use case	: Pelanggan
Deskripsi	: Ini merupakan <i>Use Case</i> yang menangani proses <i>login</i>
Aktor	: Pelanggan
Kondisi Awal	: Sistem menampilkan <i>form login</i>
Kondisi Akhir	: Sistem menampilkan menu utama masing-masing hak akses

Skenario Normal	
Aksi Aktor	Reaksi Sistem
1. Use case akan dimulai ketika pelanggan melakukan <i>login</i>	2. Sistem melakukan verifikasi <i>login</i>
	3. Sistem menampilkan halaman utama sesuai hak akses masing-masing

Skenario Gagal <i>Login</i>	
Aksi Aktor	Reaksi Sistem
1. Use case ini dimulai ketika pelanggan melakukan <i>login</i>	2. Sistem akan melakukan verifikasi <i>login</i>
	3. Sistem menampilkan pesan <i>login</i> tidak valid

c. Skenario Pimpinan

Use case	: Pimpinan
Deskripsi	: <i>Use Case</i> ini menangani proses <i>login</i>
Aktor	: Pimpinan
Kondisi Awal	: Sistem akan menampilkan <i>form login</i>
Kondisi Akhir	: Sistem menampilkan menu utama masing-masing hak akses

Skenario Normal	
Aksi Aktor	Reaksi Sistem
1. Use case ini dimulai ketika pimpinan melakukan <i>login</i>	2. Sistem akan melakukan verifikasi <i>login</i>
	3. Sistem akan menampilkan halaman utama sesuai hak akses masing-masing

Skenario Gagal <i>Login</i>	
Aksi Aktor	Reaksi Sistem
1. Use case ini dimulai ketika pimpinan melakukan <i>login</i>	2. Sistem akan melakukan verifikasi <i>login</i>
	3. Sistem menampilkan pesan <i>login</i> tidak valid

5. IMPLEMENTASI SISTEM

Berikut beberapa tampilan Sistem Informasi e-CRM Perhotelan.

1. Halaman Utama

Halaman utama merupakan halaman yang digunakan pelanggan untuk mendaftar sebagai anggota, memesan kamar dan melihat informasi mengenai hotel Hermes One nantinya. Pada tampilan ini menghasilkan fase akuisisi dari tahapan CRM dan Informasi dari pelanggan dari tahapan *Framework of Dynamic CRM*. Disini terlihat bagaimana pihak hotel mendapatkan pelanggan baru dengan cara pelanggan mendaftar terlebih dahulu, setelah itu pelanggan melakukan pemesanan kamar.

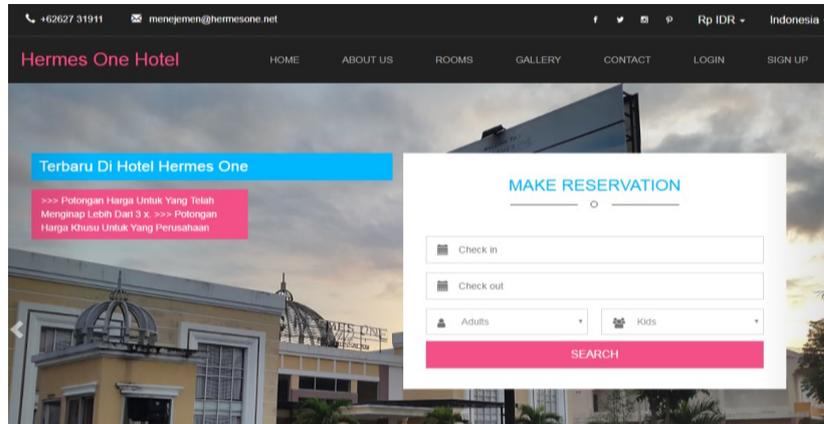
2. Halaman Dashboard Admin

Halaman dashboard admin adalah halaman yang digunakan oleh admin hotel untuk mengelola pemesanan kamar hotel dari pelanggan. Selain itu pada tampilan ini juga admin dapat mengelola

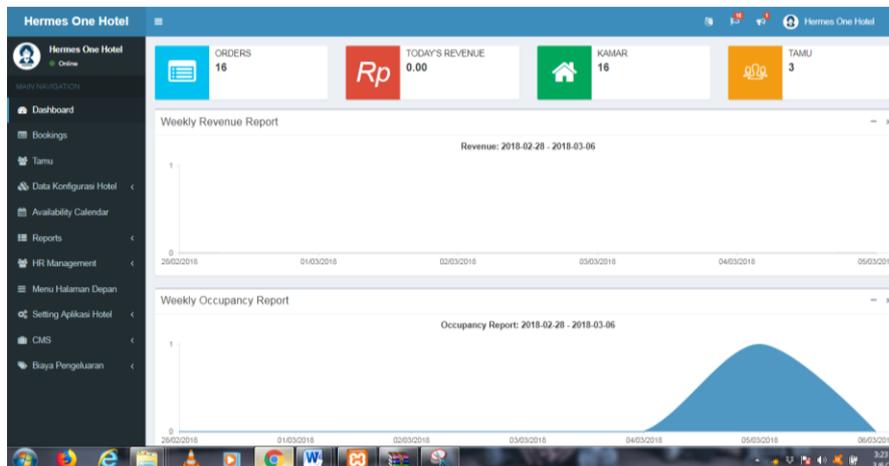
manajemen kamar, manajemen harga kamar hotel, dan manajemen karyawan.

- 3. Halaman dashboard pimpinan

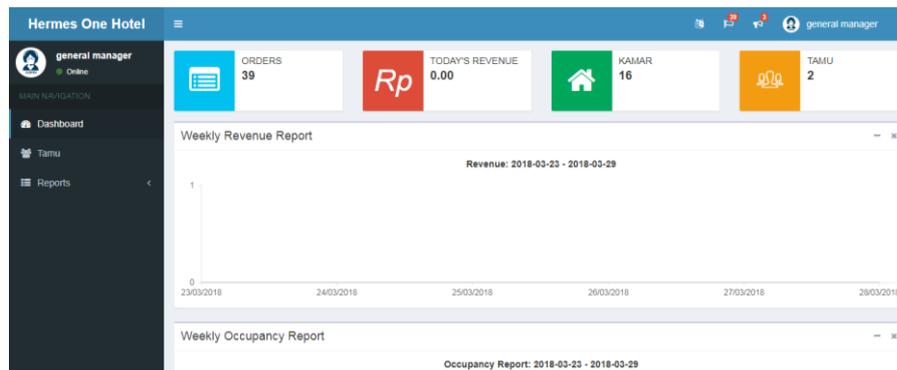
Halaman dashboard pimpinan digunakan oleh pimpinan untuk melihat kondisi transaksi pemesanan kamar hotel dan keuangan hotel



Gambar 7. Halaman utama web



Gambar 8. Halaman Dashboard admin

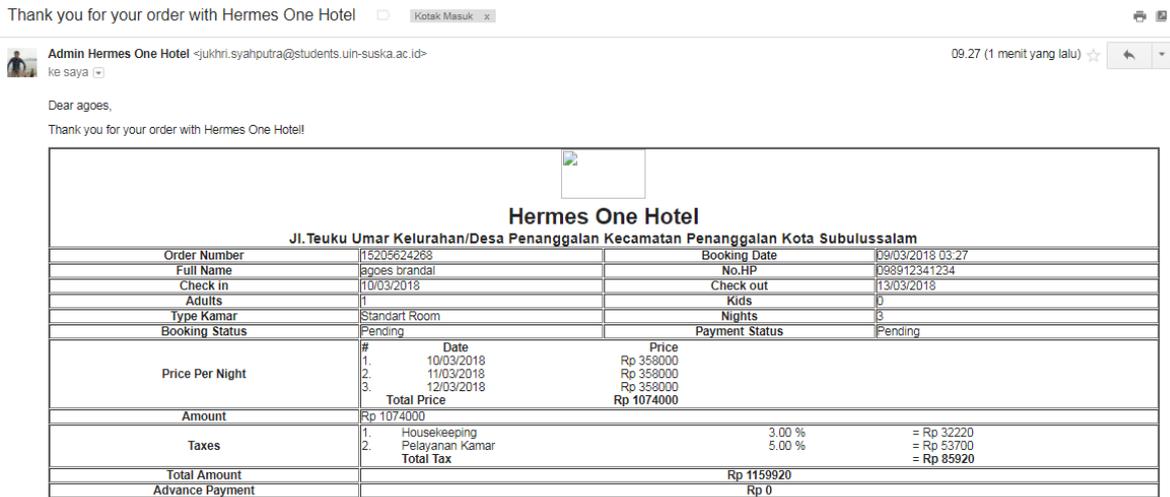


Gambar 9. Halaman Dashboard pimpinan

- 4. Halaman *feedback* tanpa CRM
Tampilan ini merupakan tampilan *feedback* hotel yang diberikan kepada pelanggan ketika melakukan transaksi pemesanan kamar hotel melalui media elektronik (*Email*). Namun pada tampilan ini belum memakai fase retensi pada konsep CRM.

- 5. Halaman *feedback* dengan CRM
Tampilan ini merupakan tampilan *feedback* hotel yang diberikan kepada pelanggan ketika melakukan transaksi pemesanan kamar hotel melalui media elektronik (*Email*). Namun pada tampilan ini pelanggan akan mendapatkan promo untuk 5 kali

transaksi pemesanan kamar hotel. Pada tampilan ini telah memakai fase retensi dari konsep CRM.



Gambar 10. Halaman feedback tanpa retensi



Gambar 11 Halaman feedback promo retensi

6. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini memadukan *Framework of dynamic CRM* dengan dua tahapan yaitu akuisisi dan retensi. Pada tahap akuisisi, perusahaan akan mendapatkan data pelanggan baru yang dibedakan menjadi dua yaitu pada pelanggan perorangan dan pelanggan perusahaan. Pelanggan perusahaan mendapatkan kupon dengan batas kupon yang tersedia. Sedangkan pada tahap retensi pelanggan perusahaan mendapatkan *free service* jika telah melakukan transaksi pemesanan kamar lebih dari lima kali. Sedangkan untuk pelanggan perseorangan akan diberikan diskon 5%. Kedepannya perlu adanya penambahan tahapan ketiga yaitu *expansion* dengan mengidentifikasi Informasi yang dihasilkan oleh Pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

DURSON, ASLIHAN, AND MELTEM CABER. 2016. "Using Data Mining Techniques for

Profiling Profitable Hotel Customers: An Application of RFM Analysis." *Tourism Management Perspectives* 18: 153–60.

FAROOQI, RASHID. 2011. "A Comparative Study Of Crm And E-Crm Technologies." 2(4): 624–27.

KALAKOTA, AND ROBINSON. 2001. *E-Business 2.0 Roadmap for Success. Massachusetts : Longman Inc.*

MONALISA, SITI et al. 2018. "Klasterisasi Customer Lifetime Value Dengan Model Lrfm Menggunakan Algoritma K-Means Clustering Of Customer Lifetime Value Based On LRFM Model Using K-Means Algorithm." 5(2): 247–52.

MUSLIM, H, AND M ALIF MUAFIQ BAIHAQI. 2016. "Sistem Pendukung Keputusan Untuk

Pemilihan Hotel Dengan Simple Additive Weighting (Saw) Berbasis Web.” : 6–7.

PARK, CHUNG-HOON, AND YOUNG-GUL KIM. 2003. “Business Process Management Journal A Framework of Dynamic CRM: Linking Marketing with Information Strategy.” *Business Process Management Journal Iss Information Management & Computer Security* 9(2): 652–71.

SARAGIH, HOGA, AND RAMDHANY RIZKY. 2013. “Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (FJB) Kaskus.” . *Jurnal Sistem Informasi (Journal of Information System* : 100–112.

SIVARAKS, PHAVAPHAN, DONYPAPRUETH KRAIRIT, AND JOHN C S TANG. 2011. “Journal of High Technology Management Research Effects of E-CRM on Customer – Bank Relationship Quality and Outcomes: The Case of Thailand.” *Journal of High Technology Management Research* 22(2): 141–57.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.hitech.2011.09.006>.

SUTABRI, TATA., 2012. *Konsep Sistem Informasi* Jakarta : Andi