

BAB I

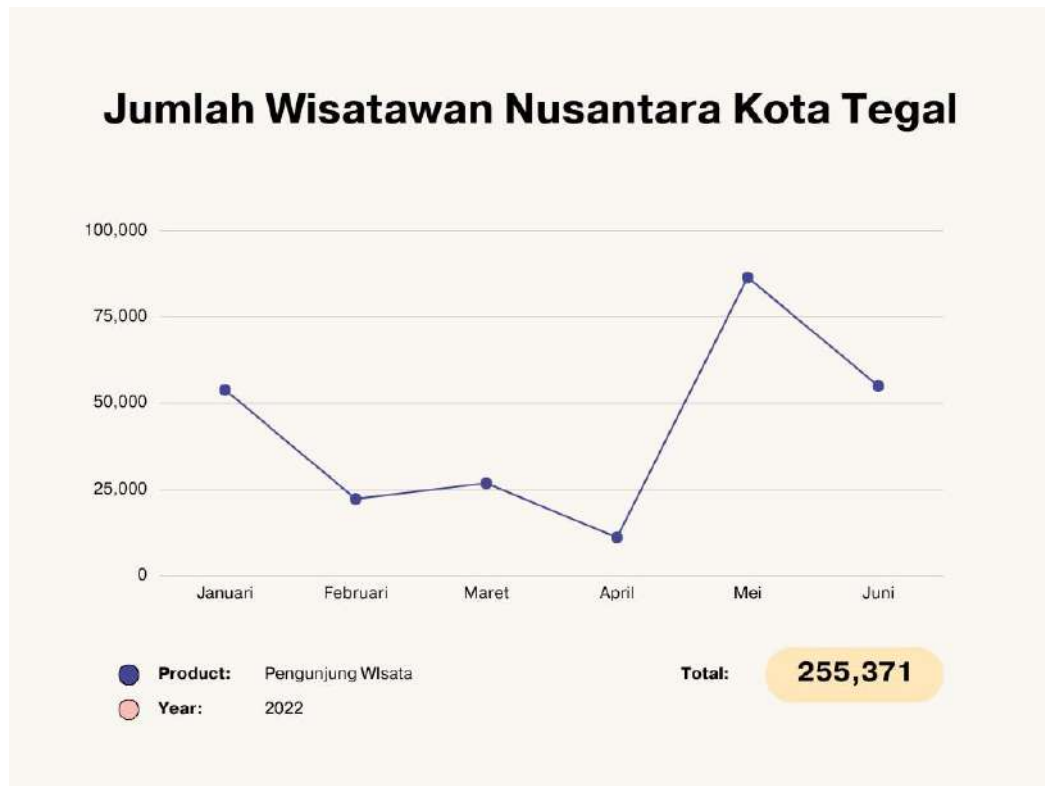
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Digitalisasi telah menjadi unsur kunci dalam bisnis modern. Perusahaan perlu mengadopsinya agar tetap bersaing dan efisien dalam era digital. Pandemi COVID-19 telah mempercepat tren digitalisasi di berbagai sektor, seperti gaya hidup, pendidikan, kesehatan, logistik, pertanian, dan keuangan. Bagi perusahaan, digitalisasi memiliki peran penting dalam menjaga daya saing dan meningkatkan efisiensi, efektivitas, serta kolaborasi bisnis. Digitalisasi bisnis melibatkan perubahan dalam strategi dan praktik manajemen perusahaan dan terdiri dari beberapa tahap, yaitu organisasi, komunikasi, interaksi, transaksi komersial, nilai, dan integrasi mitra (Ardiansyah, 2022). Selain itu, hal ini merupakan dasar inovatif untuk mengembangkan entitas dalam potensi sumber daya yang tersedia, interaksi yang dipersonalisasi dan omnichannel secara maksimal dengan konsumen dan mitra potensial dalam pekerjaan jarak jauh, dan mekanisme analisis prediktif untuk mengimplementasikan solusi pemasaran kreatif (Boiko et al., 2022).

Kemajuan sektor pariwisata di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang cukup besar dalam beberapa dekade terakhir. Indonesia, dengan kekayaan alam, budaya, dan sejarahnya yang sangat beragam, telah menjadi salah satu destinasi pariwisata utama di dunia. Faktor-faktor seperti promosi pariwisata yang semakin kuat, peningkatan aksesibilitas melalui pembangunan infrastruktur, serta perbaikan dalam layanan pariwisata, telah menarik perhatian sejumlah besar wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri. Selain itu, perkembangan teknologi informasi juga memainkan peran penting dalam meningkatkan sektor pariwisata di Indonesia. Situs web, aplikasi seluler, dan media sosial telah memberikan sarana yang lebih mudah bagi wisatawan untuk merencanakan dan mengakses informasi tentang destinasi pariwisata di Indonesia. Ini juga telah memberikan platform yang lebih luas untuk promosi, memungkinkan destinasi pariwisata Indonesia untuk menjangkau pasar global. Namun, dengan pertumbuhan pariwisata yang pesat, juga timbul tantangan yang perlu diatasi,

seperti isu-isu keberlanjutan lingkungan dan dampak sosial, serta upaya untuk memastikan manfaat pariwisata yang merata di seluruh negara.



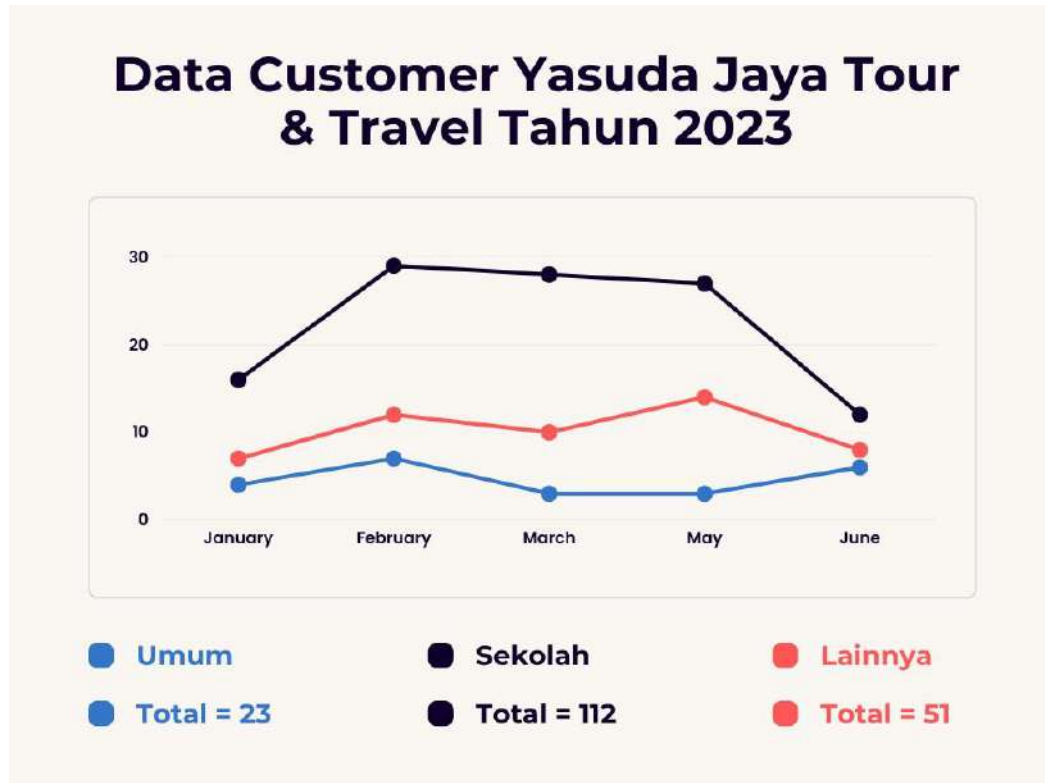
Gambar I. 1 Jumlah Wisatawan Nusantara Di Kota Tegal

Sumber: Draft Buku Statistik Jawa Tengah Dalam Angka 2022

Berdasarkan gambar 1.1, jumlah wisatawan di Kota Tegal terbilang besar dan produktif. Data tahun 2022 jumlah wisatawan tercatat sebanyak 255.371 wisatawan. Dari angka tersebut dapat dikatakan bahwa tingkat pengunjung dari segi pariwisata sangat baik dan dapat menjadi peluang yang baik untuk berbisnis khususnya di bidang perjalanan dan pariwisata. Pelaku bisnis harus pandai menganalisis dan mempresentasikan perusahaan yang baik untuk menarik pelanggan, terutama di era digital dimana pengunjung sering memiliki akses ke platform media sosial. Saat ini, perusahaan belum memiliki target yang jelas terhadap pelanggannya. Dalam manajemen pelanggan, sangat penting untuk mengidentifikasi dan memprioritaskan pelanggan yang paling berharga.

Yasuda Jaya Tour merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyedia jasa perjalanan, terutama di wilayah Jawa Tengah, khususnya di Tegal. Perusahaan ini telah eksis sejak tahun 2008 dan menyediakan layanan

perencanaan liburan, perjalanan ziarah, *study tour*, dan *family gathering* kepada pelanggan. Meskipun telah berdiri selama lebih dari satu dekade, Yasuda Jaya Tour tetap menggunakan pendekatan konvensional dengan menawarkan layanan perjalanan wisata secara langsung kepada konsumennya.



Gambar I. 2 Data *Customer* Yasuda Jaya Tour & Travel Tahun 2023

Dari hasil wawancara bersama pihak dari Yasuda Jaya Tour & Travel yang dapat dilihat pada gambar 1.2 mengenai data *customer* tahun 2023. Bisa dilihat bahwa *customer* kategori sekolah paling banyak menggunakan layanan di Yasuda Jaya Tour & Travel ini dengan 112 pemesanan, diikuti dengan kategori lainnya sebanyak 51 pesanan, dan kategori umum sebanyak 23. Sehingga, *customer* sekolah merupakan *customer* yang harus lebih di prioritaskan dalam proses *marketing* dan sales perusahaan dalam menarik pelanggan. Karena pertumbuhan *customer* dan *order* yang semakin tahun cukup meningkat dan masih menggunakan metode manual dalam pendataan, maka diperlukannya pengelolaan data yang baik agar tidak terjadi kesalahan dalam pengelolaannya. Hal ini juga menjadi salah satu hal yang kurang dari pihak perusahaan yaitu dengan *management* database *customer* dengan baik, sehingga dapat dilakukannya

pemantauan *priority* untuk *customer*, pengelolaan data *order* dari pengguna yang dimana belum terdata dengan baik oleh perusahaan sehingga agak sulit untuk melakukan perkembangan layanan, *human error*, serta sinkronisasi data yang belum ada. Oleh karena itu, pihak perusahaan harus segera membenahi dalam proses pengolahan data ini agar lebih dapat terpantau dan dapat dikelola dengan baik. Sehingga pengambilan keputusan akan semakin baik bagi pihak perusahaan.

Untuk mengatasi permasalahan yang terjadi pada divisi pemasaran CV. Yasuda Jaya Tour, maka perlu adanya sistem informasi integrasi yang dapat membantu perusahaan dalam melakukan manajemen data *customer*, *order*, *sales visit*, *loyalty point*, *reward* dan *event* untuk membantu dan mengefisiensikan pekerjaan dalam divisi *marketing* dan sales. Sistem informasi ini akan terintegrasi dengan divisi operasional dan logistik, dan divisi *marketing*. Dengan adanya integrasi tersebut dapat membantu kinerja perusahaan dalam menjalankan kinerja dari perusahaan ini.

I.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang mendasari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana merancang fitur-fitur sistem informasi berbasis *website* untuk divisi *marketing* yang terintegrasi dengan divisi operasional dan logistik dan divisi keuangan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan Yasuda Jaya Tour?
2. Bagaimana mengimplementasikan fitur-fitur sistem informasi integrasi yang dirancang untuk divisi *marketing* pada perusahaan Yasuda Jaya Tour?
3. Bagaimana melakukan pengujian fitur-fitur sistem informasi integrasi pada divisi *marketing* pada perusahaan Yasuda Jaya Tour?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Dapat merancang fitur-fitur sistem informasi untuk divisi *marketing* yang terintegrasi dengan divisi operasional dan logistik dan divisi keuangan pada perusahaan Yasuda Jaya Tour.
2. Mengimplementasikan fitur-fitur sistem informasi integrasi pada divisi

marketing pada perusahaan Yasuda Jaya Tour.

3. Melakukan pengujian fitur-fitur sistem informasi integrasi pada divisi *marketing* pada perusahaan Yasuda Jaya Tour.

I.4 Batasan Penelitian

Batasan-batasan penelitian dari tugas akhir yang diangkat adalah sebagai berikut:

1. Sistem yang dibangun dibatasi hanya untuk perusahaan jasa CV. Yasuda Jaya Tour.
2. Sistem yang dibangun dibatasi dengan lingkup Divisi *Marketing*.
3. Sistem yang dibangun dibatasi untuk tidak mencakup mitra bisnis perusahaan.
4. Sistem yang dibangun dibatasi hanya terintegrasi dengan operasional dan keuangan.
5. Penelitian ini dibatasi hanya mencakup *customer* dengan kategori TK yang akan diterapkan dalam sistem.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan, penelitian ini bermanfaat dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam mengelola data *customer*, meningkatkan kepuasan *customer*, dan meningkatkan kinerja perusahaan.
2. Bagi Pembaca, penelitian ini bermanfaat untuk memperoleh informasi mengenai pengembangan sistem informasi integrasi pada perusahaan di sektor tour dan travel.
3. Bagi Penulis, penelitian ini bermanfaat dalam mengembangkan kemampuan dalam merancang sistem informasi integrasi dan memperoleh pengalaman dalam bekerja dengan perusahaan di sektor tour dan travel.

I.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, nilai penelitian, batasan penelitian, dan proses penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi memuat tinjauan pustaka literatur pendukung penelitian.

METODOLOGI PENELITIAN

BAB III Pada bab ini berisikan mengenai model konseptual, sistematika penelitian, dan alasan pemilihan metode.

BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisikan mengenai analisis proses bisnis, analisis hasil observasi, dan analisis perancangan sistem.

BAB V HASIL DAN PENGUJUAN

Bab ini berisikan mengenai implementasi dari metode *Iterative Incremental*, dan pengujian yang dilakukan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini mengenai kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya.