

**PENERAPAN SISTEM INFORMASI *CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT* UNTUK MEMPROMOSIKAN WISATA DI OGAN
KOMERING ULU SELATAN BERBASIS WEB**

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi
di Program Studi Sistem Informasi SI**



Oleh :

Syifa Devia

09031181722016

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

PENERAPAN SISTEM INFORMASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
UNTUK MEMPROSOKAN WISATA DI OGAN KOMERING SELATAN
BERBASIS WEB

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi
di Program Studi Sistem Informasi SI
Jenjang Sarjana

Oleh :

Syifa Devia

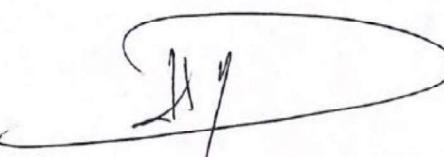
09031181722016

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sistem Informasi



Endang Lestari Ruskan, M.T
NIP. 197811172006042001

Palembang, 28 Juli 2022
Pembimbing 1


Ali Ibrahim, M. T
NIP. 198407212019031004

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 29 Juli 2022

Nama : Syifa Devia

NIM : 09031181722016

Judul : Penerapan Sistem Informasi Customer Relationship Management Untuk
Mempromosikan Wisata Di Ogan Komering Ulu Selatan Berbasis Web

Komisi Penguji :

1. Ketua : Ari Wedhasmara, M.TI.
2. Pembimbing : Ali Ibrahim, M.T.
3. Penguji 1 : Jaidan Jauhari, M.T.
4. Penguji 2 : Putri Eka Sevtiyuni, M.T.

Mengetahui

Ketua Jurusan Sistem Informasi,

Endang Lestari Ruskan, M.T.
NIP. 197811172006042001

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Syifa Devia

NIM : 09031181722016

Program Studi : Sistem Informasi Reguler

Judul Skripsi : Penerapan Sistem Informasi Customer Relationship Management
Untuk Mempromosikan Wisata Di Ogan Komering Ulu Selatan
Berbasis Web

Hasil Pengecekan *Software iThenticate/Turnitin* : 11%

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya sendiri dan bukan penjiplakan/plagiat. Apabila ditemukan unsur penjiplakan/plagiat dalam laporan skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya sesuai dengan ketentuan berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada unsur paksaan dari siapa pun.



Palembang, 26 Juli 2022



MOTTO :

**“Apapun yang ingin kamu lakukan, lakukanlah
agar kamu tidak menyesal!”**

Skripsi ini ku persembahkan utnuk :

- Allah SWT, atas nikmat yang tak terhingga serta rahmat, dan hidayah-Nya.
- Kedua Orang tua, amok dan ayah tercinta.
- Seluruh Keluargaku yang tersayang.
- Sahabatku dan teman-teman seperjuangan.
- Almamater yang ku banggakan

KATA PENGANTAR

Dengan memanajatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Penerapan Sistem Informasi *Customer Relationship Management* Untuk Mempromosikan Wisata Di Ogan Komering Ulu Selatan Berbasis Web”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Allah Yang Maha Esa
2. Bapak Jaidan Jauhari, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya Dan Sekaligus Penguji.
3. Ibu Endang Lestari Ruskan, S.Kom.,M.T selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Rahmat Izwan Heroza, S.T, M.T Selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Ali Ibrahim, M.T. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir
6. Bapak Ari Wedhasmara, M.TI dan Ibu Putri Eka Sevtiyuni, M.T selaku dosen penguji.

7. Kedua orang tua ku yang selalu mensupport dalam hal materi maupun hal lainnya tencu amok.
8. Saudara-saudara kandung penulis, Dimas Adivia terimakasih atas segala doa dan dukungannya
9. Sahabat-sahabatku yang selalu membantu dan memberikan semangat dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Dalam penulis tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan tugas akhir ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Palembang, 29 Agustus 2022
Penulis,



Syifa Devia
NIM 09031181722016

**PENERAPAN SISTEM INFORMASI CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT UNTUK MEMPROMOSIKAN WISATA OGAN
KOMERING ULU SELATAN BERBASIS WEB**

Oleh :

Syifa Devia (09031181722016)

ABSTRAK

Covid-19 yang masuk ke indonesia pada tahun 2020 menyebabkan berbagai masalah yang terjadi, tak terkecuali pada tempat wisata yang ada di Ogan Komering Ulu Selatan dimana penurunan jumlah pengunjung merupakan salah satu masalah besar yang di hadapi kebanyakan tempat wisata, yang menghambat pemasukan ekonomi tempat wisata, untuk itulah dibutuhkan sebuah sistem yang dapat menunjang dalam mempromosikan wisata di Ogan Komering Ulu Selatan untuk persiapan masa *new normal*, agar mendapatkan pelanggan baru, meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan mempertahankan pelanggan lama sesuai dengan tahapan yang ada dalam CRM (*Customer Relationship Management*) yang dimana merupakan suatu strategi dan usaha untuk menjalin hubungan dengan pelanggan dan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan, dan dengan adanya CRM perusahaan dapat mengetahui hal yang ingin diketahui maupun hal yang diinginkan oleh pelanggan , sehingga perusahaan dapat membuat variasi promosi ,pelayanan, sarana dan prasarana yang lebih baik lagi. Menggunakan metode pengembangan Waterfall yang memiliki 5 fase yaitu *requirement analysis and definition, system and software design, implementasi and unit testing, integration and system testing, and operation and maintenance.*

Kata kunci : CRM, *Customer relationship management*, sistem informasi, promo, wisata

**APPLICATION OF A CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT INFORMATION SYSTEM TO PROMOTE WEB-
BASED OGAN KOMERING ULU SELATAN TOURISM**

Oleh :

Syifa Devia (09031181722016)

ABSTRACT

Covid-19 which entered Indonesia in 2020 caused various problems that occurred, including the tourist attractions in Ogan Komering Ulu Selatan where the decline in the number of visitors is one of the big problems faced by most tourist attractions, which hampers the economic income of tourist attractions, for that we need a system that can support tourism in Ogan Komering Ulu Selatan to prepare for the new normal period, in order to get new customers, improve relationships with customers and retain old customers in accordance with the stages in CRM (Customer Relationship Management) which is a strategy and effort to establish relationships with customers and provide satisfactory service to customers, and with the existence of CRM companies can find out what they want to know and what customers want, so that companies can make variations of promotions, services, facilities and infrastructure. there's a better one. Using the Waterfall development method which has 5 phases, namely requirements analysis and definition, system and software design, implementation and unit testing, integration and system testing, and operation and maintenance.

Key Words : CRM, Customer Relationship Management, Information system, promote, tourism

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan.....	4
1.4 Manfaat.....	4
1.5 Batasan Masalah	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terkait.....	6
2.2 Dinas Pariwisata Ogan Komering Ulu Selatan	11
2.3 Visi dan Misi.....	11
2.4 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Ogan Komering Ulu Selatan	12
2.5 Landasan Teori	12
BAB III.....	22
METODE PENELITIAN	22
3.1 Objek Penelitian.....	22
3.2 Kerangka Penelitian	22
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.3 Metode Pengembangan <i>Waterfall</i>.....	24
BAB IV	27

HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Perencanaan	27
4.2 Analisis	28
4.3 Desain	33
4.4 <i>Interface</i> Sistem	42
4.5 Pengujian	52
BAB V.....	60
KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata OKUS	19
Gambar 3.1 Kerangka Penelitian	22
Gambar 3.2 Tahapan Metode Waterfall.....	30
Gambar 3.1 Kerangka Penelitian.....	22
Gambar 3.2 Tahapan Metode Waterfall	24

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Nonfunctional Requirement.....	32
Tabel 4.2 Pengujian Login.....	52
Tabel 4.3 Pengujian Kelola Wisata.....	53
Tabel 4.4 Pengujian Kelola Data Galeri Wisata	54
Tabel 4.5 Pengujian Pengelolaan Review Wisata.....	55
Tabel 4.6 Pengujian Input Review	56
Tabel 4.7 System Testing Admin.....	57
Tabel 4.8 System Testing Pengunjung.....	58

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wisata merupakan sebuah kegiatan yang bisa dilakukan bersama seseorang maupun bersama sekelompok orang yang melakukan perjalanan ke tempat tertentu untuk melakukan rekreasi maupun hanya bersantai menikmati pemandangan yang ada, di Indonesia juga terdapat banyak tempat menarik yang bisa dikunjungi seperti halnya tempat wisata di Provinsi Sumatera Selatan tepatnya di Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan. Ogan Komering Ulu Selatan adalah salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Sumatera Selatan. Di Kabupaten ini juga terdapat Gunung Seminung dan danau terbesar kedua di Sumatera setelah Danau Toba yaitu Danau Ranau, selain itu juga terdapat beberapa air terjun dan danau, baik yang besar maupun yang kecil, seperti adanya Danau Rakihan, Air Terjun Manduriang, Gunung Seminung, serta wisata lainnya. Karena itu daerah ini sangat berpotensial sebagai tempat pariwisata yang baik untuk meningkatkan pendapatan ekonomi penduduk disana yang mayoritas masyarakatnya berprofesi sebagai seorang petani dan nelayan.

Namun pada tahun 2020 Indonesia dikejutkan dengan munculnya virus *Covid-19*. *Covid-19* adalah wabah global yang mulanya terjadi di kota Wuhan, yang menyebabkan banyak kerugian pada industri pariwisata seperti, adanya penurunan yang besar dari kedatangan kunjungan wisatawan mancanegara juga pembatalan penerbangan tiket pesawat, hotel serta penurunan pemesanan. sehingga memunculkan keengganan masyarakat untuk melakukan perjalanan (Anggarini, 2021).

Dengan adanya *Covid-19* pemerintah di seluruh dunia mengambil sebuah tindakan yaitu memberlakukan *Lockdown* atau melarang seluru negara atau kota-kota yang paling terdampak *Covid* untuk memasuki wilayah perbatasan mereka. Hal ini dilakukan agar penyebaran *Covid-19* dapat di tekan. Dengan adanya pembatasan ini mengakibatkan beberapa sektor mengalami masalah, baik sektor ekonomi, sosial dan politik maupun sektor pariwisata, sektor pariwisata adalah sektor yang paling banyak mengalami dampak negatif dengan adanya pandemi yang sedang berlangsung. (Silfia et al., 2021).

Ada sebuah jurnal internasional yang mengatakan bahwa kesadaran kesehatan merupakan variabel moderator untuk memprediksi keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. *Structural Equation Model-Partial Least Square* (SEM-PLS) digunakan untuk menganalisis konstruksi studi. Model tersebut menemukan bahwa *Theory of Planned Behavior* berhasil diperluas dalam membuat keputusan wisatawan berkunjung ke suatu destinasi pasca-covid-19 dengan mempertimbangkan intervensi nonfarmasi dan kesadaran kesehatan. (Pahrudin et al., 2021).

Agar dapat menghidupkan kembali atau memulihkan kembali tempat wisata yang sebelumnya ditutup berdasarkan standar protokol kesehatan dan untuk meminimalisirnya persaingan yang akan terjadi oleh tempat wisata lain, sehingga dilakukanlah penyebaran informasi yang berkaitan dengan tempat wisata secara online, yang akan sangat membantu mempermudah para wisatawan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan mempersiapkan diri terlebih dahulu dalam segala hal, baik kesehatan, ekonomi dan transportasi. Untuk itulah diperlukannya sebuah sistem informasi yang menggunakan penerapan strategi

CRM, strategi CRM yang pertama yaitu (*Acquire*) atau memperoleh pelanggan baru dengan cara memberikan informasi tentang wisata, keadaan sekitar wisata, serta informasi mengenai harga tiket masuk wisata, harga sewa villa permalam, maupun rumah makan yang berada disekitar Danau Ranau dan menampilkan review yang diberikan oleh pengunjung lain sehingga pengunjung dapat melihat bahwa informasi yang diberikan merupakan informasi terbaru. Yang kedua (*Enhance*) yaitu meningkatkan hubungan dengan pelanggan, dengan cara memberikan informasi terbaru seperti kapan diadakannya festival Danau Ranau, dan kegiatan budaya lainnya, juga adanya fitur chat yang dapat membantu menjawab pertanyaan dari pengunjung.

Dengan adanya *website* yang akan digunakan untuk mempromosikan wisata di Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan dapat mempermudah masyarakat mendapatkan informasi mengenai tempat wisata dan informasi lain yang tersedia, sehingga masyarakat dapat memilih dengan baik tempat wisata mana yang ingin dikunjungi terlebih dahulu bersadarkan informasi yang telah tersedia secara online di *website* wisata tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penulis mengusulkan penelitian dengan judul **“PENERAPAN SISTEM INFORMASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT UNTUK MEMPROMOSIKAN WISATA OGAN KOMERING ULU SELATAN BERBASIS WEB”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penulis merumuskan beberapa masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Terjadinya pandemi di tahun 2020 yang berakibat pada penutupan tempat pariwisata diberbagai daerah demi penyebaran *Covid-19* dapat ditekan.
2. Cara memulihkan tempat wisata setelah terjadinya pandemi *Covid-19*.

1.3 Tujuan

Tujuan yang ingin di capai oleh penulis berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan yaitu :

1. Membangun sistem informasi promosi berbasis *web* dengan menggunakan strategi CRM.
2. Memberikan informasi wisata, dan hal lainnya yang berkaitan dengan wisata di Ogan Komering Ulu Selatan.

1.4 Manfaat

Manfaat yang diharapkan oleh penulis berdasarkan latar belakang di atas yaitu:

1. Mempermudah pihak pengelola wisata Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan dalam memberikan informasi promosi atau pun kegiatan budaya lainnya.
2. Masyarakat mendapatkan informasi mengenai tempat wisata sehingga dapat membuat perbandingan berdasarkan fasilitas, kebersihan, trasportasi.
3. Memajukan pariwisata di Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan

4. Meningkatkan pendapatan dan jumlah pengunjung yang datang ke Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan.

1.5 Batasan Masalah

Untuk menghindari terjadinya penyimpangan terhadap pembahasan dan agar penelitian ini lebih terarah dan pembahasan yang di bahas tidak terlalu luas, maka penulis membuat batasan masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di wilayah Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan.
2. Sistem yang digunakan dalam penelitian ini memuat informasi umum tentang wisata yang ada di Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan, serta hal-hal lain terkait menjalin hubungan dengan pelanggan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- A. H. Romdhoni, M. Tho'in, And A. Wahyudi, "Sistem Ekonomi Perbankan Berlandaskan Bunga (Analisis Perdebatan Bunga Bank Termasuk Riba Atau Tidak)," *J. Akunt. Dan Pajak*, Vol. 13, No. 01, 2012.
- Anggarini, D. T. (2021). Upaya Pemulihan Industri Pariwisata Dalam Situasi Pandemi Covid -19, *8*(1), 22–31.
- Azzahra, M. F., Putri, C. A., & Informasi, T. (2022). Rancang bangun sistem informasi pariwisata daerah kabupaten lampung berbasis web, *2*(2), 1–15.
- Buttle, Francis. 2007. Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan pelanggan)) Concept and Tools. Dialihbahasakan oleh Arief Subiyanto. Malang: Bayumedia Publishing
- Ferdiansyah, H., Suganda, D., Novianti, E., & Khadijah, ute lies. (2021). Pengelolaan Mitigasi Krisis Pariwisata Akibat Pandemi Covid-19 Dalam Menghadapi Fase New Normal, *15*(3), 4133–4144.
- Herdiansyah, Pradita. 2008. Pembangunan Model Survey dengan Menggunakan SMS Untuk Mendukung Customer Relationship Management (CRM) Studi Kasus : Reading Lights. STEI. ITB, Bandung
- Hidayati, L. N., & Rosyidah, U. A. (2018). Sistem informasi pengelolaan paket tour menggunakan crm (customer relationship management) berbasis web pada “raja tour” jember 1, 2–5.
- Imasari, K., & Nursalin, K. K. (2011). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT BCA Tbk, *10*(3), 183–192.
- Kadarisman, A., & Padjadjaran, U. (2021). Government public relations dalam pengembangan pariwisata masa pandemi COVID-19 di Geopark Ciletuh, *5*(2), 270–290.
- Kalakota, R. dan Robinson, M.,2001, E - Business 2.0 Roadmap for Success, Massachusetts: Addsion Wesley Longman.
- Kotler, P. (2003) Marketing Management. 11th Edition, Prentice-Hall, Upper Saddle River.
- Meytri, D. I. (2019). PENERAPAN SOCIAL CUSTOMER RELATIONSHIP

MANAGEMENT.

- Ningrum, T. S., & Karnila, S. (2019). E _ Customer Relationship Management (CRM) untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pariwisata Pahawang, 179–184.
- Pahrudin, P., Chen, C., & Liu, L. (2021). Heliyon A modi fi ed theory of planned behavioral : A case of tourist intention to visit a destination post pandemic Covid-19 in Indonesia. *Heliyon*, 7(October), e08230. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08230>
- Pantjadjati, S. 2005. Customer Relationship Management. Petra: 56-58 (http://debian.pets.ac.id/~puslit/journals/pdf.php?Publis_hedID=MAN05070103, diakses 21 Agustus 2017).
- Rachman, A. N. (2018). Seri Sains dan Teknologi Sistem Informasi Wisata di Ampera Waterpark Seri Sains dan Teknologi P-ISSN 2477-3891, 4(2), 87–92.
- Ramadhani, I., & Yuliazi mi. (2021). Perancangan Sistem Informasi E-CRM Pada Katar Wisata Tour & Transport untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Dalam Bisnis Perjalanan, 4, 90–97.
- Rosanti, Y., & Putra, M. D. T. (2020). Tantangan dan Strategi Customer Relationship Marketing dengan Prinsip Cleanliness , Health , and Safety (CHS) dalam Upaya Pemulihan Ekonomi di Kawasan Wisata Samosir, 1177.
- Silfia, B., Utami, A., & Kafabih, A. (2021). Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan (JDEP), 4(1), 383–389.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sumartini, Harahap, K. S., & Sthevany. (2020). Kajian Pengendalian Mutu Produk Tuna Loin Precooked Frozen Di Perusahaan Pembekuan Tuna X. *Aurelia Journal*, 2(1), 29–38.
- Supada, W. (2022). INTEGRASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT Wayan Supada (1-10), Vol 6.
- Tsani, R. H. (2021). Perancangan Sistem Informasi Customer Relationship Management Desa Wisata Pentingsari Menggunakan Metode Prototyping.
- Tristianto, C. (2018). PENGGUNAAN METODE WATERFALL UNTUK PENGEMBANGAN SISTEM MONITORING DAN, XII(01), 7–21.

- Zahiruddin, A. (2021). Travel Umrah Haji PT Atina Rahmataka Wisata (Madina ASH-SYAM).
- Zakaria, H., & Marlia, A. E. (2019). Perancangan Sistem Informasi Customer Relationship Management (CRM) untuk Meningkatkan Loyalitas dan Pelayanan Customers Berbasis Web dengan Model Waterfall, 2(2), 66–72.