

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **I.1 Latar Belakang**

Sekarang ini teknologi banyak dimanfaatkan untuk memudahkan berbagai kegiatan mulai dari kehidupan manusia sampai dengan proses bisnis pada suatu perusahaan. Menurut Happ & Ivancsó-Horváth (2018) dengan adanya digitalisasi, kepariwisataan memasuki sebuah era baru yaitu *digital tourism era* atau era pariwisata digital. Digitalisasi dalam pelayanan biro wisata merupakan tantangan baru bagi masa depan dalam hal pelayanan wisata. Digitalisasi adalah bentuk penggunaan teknologi digital untuk membantu mengubah proses bisnis untuk menciptakan pendapatan dan *value* baru. Penggunaan teknologi digital memungkinkan untuk penyedia layanan melakukan pekerjaan lebih presisi dan mudah. Selain itu, dari sisi pelanggan terdapat sebuah akselerasi dan penyederhanaan proses dalam menggunakan layanan seperti contoh pada *self-service check in* yang ada di bandara. Juga disebutkan bahwa digitalisasi bisa dimanfaatkan untuk menjadikan layanan lebih kompetitif di bidang biro wisata.

PT. Haifa Nida Wisata adalah salah satu perusahaan di bidang biro perjalanan wisata umrah dan haji. Perusahaan ini berada di Kota Karawang dan didirikan pada tahun 2007. PT. Haifa Nida Wisata telah terdaftar pada HIMPUN (Himpunan Penyelenggara Umroh dan Haji) dan Kementerian Agama RI. Selain menyediakan jasa umrah dan haji, perusahaan ini juga menyediakan layanan tambahan seperti pembuatan visa dan paspor, manasik haji, serta hadiah berupa komisi potongan bagi pelanggan yang berhasil mengajak orang lain untuk bergabung umrah menggunakan jasa dari PT. Haifa Nida Wisata. Untuk sekarang proses yang dilakukan pada perusahaan masih dilakukan secara manual dan belum ada sistem yang terintegrasi untuk mengelola layanannya terutama untuk pemesanan paket. Pelanggan yang ingin memesan paket umrah atau haji perlu datang ke alamat perusahaan, menghubungi perusahaan, atau menghubungi kantor agen yang telah bekerja sama dengan PT. Haifa Nida Wisata. Hal ini bisa menjadikan perusahaan kurang kompetitif dengan layanan serupa. Selain itu, PT. Haifa Nida Wisata membutuhkan sebuah representasi daring untuk meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan pelanggan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Yutanto et al. (2018), implementasi sistem informasi bisa memberikan kemudahan dalam pengelolaan data dari sisi manajemen. Pada penelitian tersebut sistem informasi yang dibangun dibuat untuk pengelolaan data penjual tiket yang sebelumnya dilakukan dengan cara yang tidak terintegrasi dan manual seperti penggunaan jasa ekspedisi untuk melakukan pengiriman berkas ke kantor cabang yang mana prosesnya memerlukan waktu lebih lama dibandingkan dengan sistem yang sudah terintegrasi. Selain itu, penggunaan sistem informasi bisa mengurangi kesalahan dalam pengelolaan data karena adanya operasi seperti tambah, edit, dan hapus data pada sistem (Soegoto & Fadillah, 2018). Sistem informasi juga bisa meningkatkan *competitive advantage* sebuah perusahaan. Dengan adanya sistem informasi sebuah perusahaan dapat menghasilkan produk atau menawarkan layanan yang rendah biaya, melayani pasar untuk ceruk tertentu, dan membedakan produk atau layanan dari kompetitor (Ives & Learmonth, 1984).

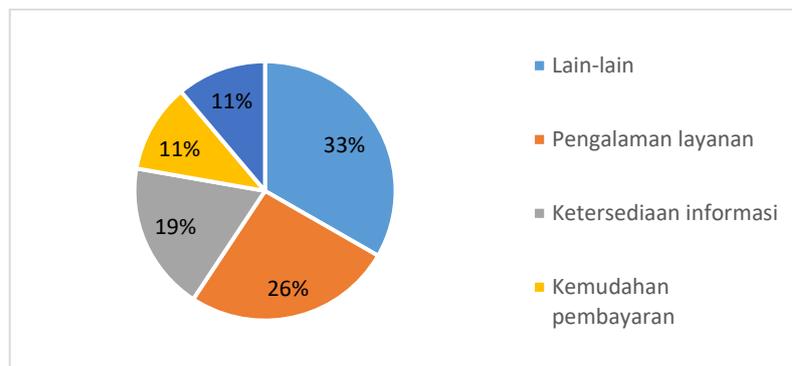
Selain bermanfaat untuk perusahaan, pelanggan juga akan mengalami dampak dari penggunaan sistem informasi pada layanan. Pelanggan pun memiliki ekspektasi dari layanan-layanan serupa yang sudah menerapkan sistem informasi terutama layanan yang sudah bisa diakses secara daring. Seperti yang disajikan dalam Tabel I.1 terdapat beberapa atribut yang diekspektasikan oleh pelanggan ada dalam layanan *travel* daring. Atribut tersebut diurutkan berdasarkan penilaian yang dilakukan pada penelitian oleh Shukla (2011) mulai dari yang paling berpengaruh terhadap ekspektasi pelanggan sampai ke yang kurang berpengaruh.

Tabel I.1 Ekspektasi pelanggan pada layanan *travel* daring

No.	Atribut	Keterangan
1.	<i>Tour and travel packages</i>	Atribut yang berkaitan dengan paket pariwisata yang ditawarkan seperti gambar dari layanan dan destinasi tujuan, tur virtual dari tempat destinasi, penawaran dan diskon, dan tawaran paket pariwisata spesial.
2.	<i>Explicit service</i>	Atribut tentang layanan yang diberikan seperti ketersediaan paket, informasi dijaga dengan aman, transaksi yang aman, status <i>booking</i> , responsivitas kurang dari 2 jam, dan kemudahan pembatalan <i>booking</i> .
3.	<i>Web design</i>	Atribut yang diekspektasikan pelanggan pada

No.	Atribut	Keterangan
		pengalaman aplikasi yang berbasis web seperti web cepat untuk diakses, ketersediaan halaman pencarian, dan banyaknya tautan berguna di halaman beranda, dan yang lainnya.
4.	<i>Value added service</i>	Atribut yang berkaitan dengan layanan yang dapat memberikan manfaat selain layanan utama seperti informasi yang detail mengenai destinasi pariwisata, ketersediaan <i>emergency booking</i> , dan kemudahan untuk mengakses web
5.	<i>Implicit service</i>	Atribut yang berkaitan dengan layanan seperti penukar mata uang, <i>web blog</i> , dan layanan untuk <i>book</i> kendaraan seperti mobil atau taksi.
6.	<i>Hotel service</i>	Atribut yang berkaitan dengan layanan hotel
7.	<i>Convenience</i>	Atribut yang berkaitan dengan pengalaman layanan yang baik seperti ketersediaan layanan selama dua puluh empat jam tujuh hari dan bahasa yang mudah dipahami
8.	<i>Multi language detail</i>	Atribut tentang ketersediaan bahasa lain.

Terdapat kesesuaian antara penelitian tersebut dengan hasil survei yang dilakukan tentang masalah dan ekspektasi pelanggan terhadap layanan umrah atau pariwisata pada umumnya. Masalah dan ekspektasi pelanggan tersebut memiliki kemiripan dengan atribut-atribut pada tabel I.1 kecuali atribut *implicit service* dan *multi language detail*.

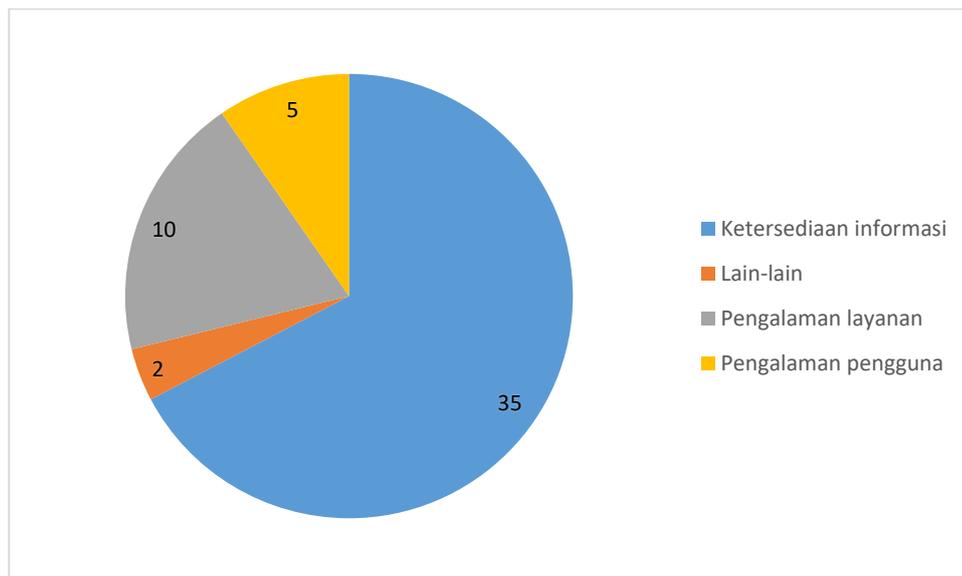


Gambar I.1 Hasil survei tentang masalah yang dihadapi calon pengguna

Pada gambar I.1 ditunjukkan hasil survei yang telah dilakukan. Responden merupakan masyarakat umum yang menjadi calon pelanggan PT. Haifa Nida Wisata. Dari 40 responden didapatkan sebanyak 27 jawaban tentang masalah yang dihadapi responden saat menggunakan layanan pemesanan tiket/paket

pariwisata *online*. Jawaban tersebut dikelompokkan menjadi lima kategori seperti pada setiap bagian diagram di gambar.

Pengelompokan didasarkan oleh kemiripan jawaban satu dengan yang lainnya. Kategori Pengalaman Pengguna merupakan masalah yang terkait dengan kemudahan antarmuka pengguna dan eror yang terjadi pada platform layanan. Kemudahan Pembayaran merupakan kategori masalah tentang transaksi pembayaran pada platform layanan. Ketersediaan Informasi menunjukkan masalah yang berkaitan dengan informasi tiket/paket yang akan dipesan seperti harga, detail fasilitas, dan lain-lain. Pengalaman Layanan adalah kategori masalah yang berkaitan dengan layanan mulai dari sebelum sampai dengan sesudah memesan tiket/paket seperti prosedur yang merepotkan atau kesulitan untuk melakukan *refund*. Kemudian terdapat kategori lain untuk masalah yang kurang relevan terhadap penelitian seperti kendala jaringan internet.



Gambar I.2 Hasil survei tentang ekspektasi calon pelanggan

Pada gambar I.2 disajikan data tentang ekspektasi responden terhadap layanan pemesanan tiket/paket pariwisata *online*. Kategorisasi jawaban responden sama dengan hasil survei masalah calon pelanggan yang telah disampaikan sebelumnya. Berbeda dengan kategori masalah calon pelanggan, hasil survei ini menunjukkan kategori Ketersediaan Informasi merupakan hal yang paling

diharapkan calon pengguna ketika menggunakan layanan pemesanan tiket/paket pariwisata berbasis *online*.

Hasil survei tersebut bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan layanannya dan menjadikan layanan lebih kompetitif di bidangnya. Selain dari hasil survei tersebut, faktor lain yang memengaruhi kualitas layanan *travel* terhadap pelanggan juga perlu diperhatikan. Faktor tersebut bisa berasal dari perspektif penyedia layanan dan dari pelanggan itu sendiri. Dari model *e-service quality* yang diajukan oleh Li et al. (2009) terdapat sembilan dimensi atau faktor yang memengaruhi kualitas layanan yang diterima pelanggan. Tujuh dari faktor tersebut berasal dari perspektif penyedia layanan yaitu *ease of use*, *website design*, *reliability*, *reliability*, *system availability*, *privacy*, *responsiveness*, dan *empathy*. Sedangkan dua faktor lainnya berasal dari perspektif pelanggan yaitu *experience* dan *trust*. Faktor *ease of use* adalah faktor yang paling memengaruhi dari perspektif penyedia layanan. *Ease of use* merupakan faktor pengalaman pengguna pada layanan daring yang berupa *website*. Sementara itu, dari perspektif pelanggan *trust* menjadi faktor yang paling memengaruhi kualitas layanan yang dialami pelanggan. *Trust* merupakan faktor kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang cepat dan kaya akan informasi.

Maka dari itu, dibutuhkan sebuah sistem informasi untuk meningkatkan kualitas layanan dan menjadikan perusahaan menjadi lebih kompetitif serta bisa memberikan *trust*. Sistem informasi yang diajukan nantinya akan berupa aplikasi web. Pada sistem informasi tersebut akan terdapat sebuah *landing page* yang digunakan untuk menyediakan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan hasil survei masalah dan ekspektasi calon pelanggan. Untuk memberikan pengalaman layanan yang lebih baik *landing page* juga akan dijadikan tempat untuk melakukan pemesanan paket umrah atau haji sehingga pelanggan tidak harus ke tempat fisik perusahaan atau agen yang telah bekerja sama. *Landing page* juga bisa memberikan *trust* dan kredibilitas (Teodorescu & Vasile, 2015) sehingga bisa dijadikan sebagai representasi daring yang dibutuhkan oleh perusahaan.

Dalam pengembangan aplikasinya akan digunakan metodologi *extreme programming* atau disebut juga dengan singkatan XP. XP adalah salah satu

metode *agile* dalam pengembangan perangkat lunak yang dikembangkan oleh Kent Beck pada tahun 1996 ketika mengerjakan proyek *C3 payroll*. Kent Beck kemudian mempublikasikan buku dengan judul “Extreme Programming Explained” pada tahun 1999. Metode ini sangat fleksibel terhadap *requirement* atau kebutuhan yang mudah berubah-ubah. Metode ini juga lebih cocok untuk tim kecil dan sedang. *Extreme programming* juga bersifat *iterative* yang artinya setiap kali mencapai suatu tahap akhir maka akan dimulai lagi siklusnya dari tahap awal dan terdapat *small release* yang memungkinkan merilis produk lebih cepat karena dilakukannya rilis kecil setiap iterasi (Beck, 1999). Dengan adanya *small release* produk akan mendapat umpan balik lebih cepat karena lebih cepat melakukan pengujian di setiap rilisnya. Hal inilah yang membuat XP menjadi salah satu metode yang adaptif terhadap perubahan kebutuhan sistem.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya terdapat beberapa rumusan masalah yang dibuat yaitu sebagai berikut.

1. Apa saja fungsionalitas yang perlu dibuat untuk peningkatan layanan umrah dan haji PT. Haifa Nida Wisata?
2. Apa saja informasi yang perlu disajikan pada *landing page* untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang telah dirancang terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai yaitu sebagai berikut.

1. Menganalisis dan mendesain sistem informasi pengelolaan layanan umrah PT. Haifa Nida Wisata untuk mengetahui kebutuhan terutama fitur yang akan dibuat pada aplikasi dan konten yang akan ditampilkan pada *landing page*.
2. Mengembangkan sistem informasi untuk pengelolaan layanan umrah PT. Haifa Nida Wisata yang berupa aplikasi berbasis web dengan menggunakan metodologi yang telah dipilih.

#### **I.4 Batasan Penelitian**

Analisa proses bisnis dan pengembangan sistem informasi yang dilakukan dibatasi pada pengelolaan layanan umrah PT. Haifa Nida Wisata terutama untuk layanan pemesanan paket. Adapun proses bisnis seperti transaksi dan pengelolaan keuangan tidak menjadi fokus dalam sistem yang akan dibuat. Analisis antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna juga bukan menjadi fokus pada penelitian ini. Selain itu, sistem yang dibuat pada penelitian ini tidak digunakan sampai tahap produksi.

#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi PT. Haifa Nida Wisata, penelitian ini bermanfaat dalam meningkatkan kualitas layanan dan menjadi lebih kompetitif dibanding perusahaan sejenis. Selain itu diharapkan adanya peningkatan kinerja perusahaan dalam melakukan operasional pengelolaan umrah.
2. Bagi Pelanggan PT. Haifa Nida Wisata, penelitian ini bermanfaat untuk memudahkan penggunaan layanan umrah PT. Haifa Nida Wisata.
3. Bagi peneliti lain yang bergerak dalam sistem informasi pendidikan tinggi, penelitian ini menjadi salah satu yang memberikan manfaat dalam menjelaskan pengembangan sistem informasi untuk bisnis pariwisata terutama umrah.