

GLOSSARY

Cash diskon → Diskon khusus yang diberikan secara langsung

Cash Reward → Diskon khusus yang diberikan karena adanya penghargaan yang lebih (berupa diskon musiman dan diskon kuantitas) misalnya dengan 101 (dengan 10 kali melakukan pembelian layanan perusahaan dapat diberikan layanan gratis sekali untuk jasa layanan yang sama tersebut)

Early Payment Diskon → potongan harga untuk pembayaran dimuka

Feedback anniversary → Bingkisan pada konsumen mempunyai hari istimewa

Implement → -kkt. melaksanakan, menjalankan, dll.

Implementasi sinonim pelaksanaan

Loss Leader Pricing

Strategi penjualan berupa pemasaran untuk penekanan harga murah, potongan harga namun dengan target waktu, kuantitas tertentu (misalkan gratis gelas cantik untuk pembeli 100 pertama)

Lucky Draw → Pengadaan penarikan undian

Member get member

Strategi *word of mouth* yaitu adanya program penghargaan apabila konsumen mampu memberikan masukan untuk mengajak orang terdekatnya menggunakan layanan perusahaan.

Saver cost program

Program-program yang harganya lebih mudah terjangkau bagi konsumen apabila ingin melakukan peningkatan pembelian.

- Saver youngest travel (ages up \leq 17)
- Saver travel with friends (a party of 5 or more friends)
- Saver 2nd Service

Shopping advisor (Advanced Travel Management) (10,256)

Menarik banyak klien bergensi untuk mendorong adanya pengkonfirmasi yang menyenangkan, pengetahuan pemeriksaan laporan cuaca, laporan lalu lintas, kondisi keamanan, panduan terhadap kota dan negara tujuan perjalanan (mulai dari restoran, peristiwa kebudayaan setempat, rumah sakit, dll.)

LAMPIRAN

LAMPIRAN I

I-1 Kuesioner Penelitian

I-2 Pedoman Wawancara

LAMPIRAN I-1

Pengisi Kuesioner Yang Terhormat

Saya mahasiswa Universitas Kristen Maranatha Bandung, saat ini saya sedang mengadakan penelitian dengan menyebarkan kuesioner untuk memperoleh data dalam pembuatan Tugas Akhir “Perancangan Sistem Informasi Customer Relationship Manajement PT. Anta Express Tour dan Travel”. Saya sangat mengharapkan bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Atas partisipasinya, saya ucapkan Terima Kasih.

Hormat Saya

Yuliana

Bagian I

Petunjuk Pengisian : Berilah tanda *check list* (√) pada salah satu jawaban dari pertanyaan dibawah ini.

1. Pemanfaatan produk layanan perusahaan yang digunakan untuk atas nama
 Sendiri Corporate (perusahaan) Keluarga Rekan / teman (kelompok)
2. Usia Anda
 17 - 23 tahun 31- 40 tahun 51-65 tahun
 24 - 30 tahun 41 – 50 tahun
3. Penghasilan anda perbulan
 < Rp. 0,3 juta Rp. 0,7 - 4 juta Rp.6 – 8 juta
 Rp. 0,3 – 0,7 juta Rp. 4- 6 juta > Rp. 8 juta
4. Frekuensi anda memanfaatkan jasa PT. Anta Express dilakukan
 Selalu (≥ 6 kali per 6 bulan) Jarang (1- 2 kali per 6 bulan)
 Sering kali (3 - 5 kali per 6 bulan) Tidak pernah
5. Secara umum, Anda memanfaatkan layanan perusahaan sebagai
 Prioritas utama Alternatif layanan yang ada (lainnya)
6. Produk layanan perusahaan apa yang sering digunakan (dapat lebih dari satu jawaban)
 Pemesanan tiket pesawat Pembuatan visa dan dokumen perjalanan
 Inbound atau domestic tour Reservasi hotel
 Outbound (perjalanan luar negeri)
7. Secara umum, Anda memanfaatkan layanan perusahaan pada waktu
 Akhir minggu Hari-hari libur Tidak tentu
8. Tujuan penggunaan jasa perusahaan yang ada
 Wisata/rekreasi/liburan Pribadi (misalkan mudik)
 Bisnis/dinas/tugas kantor (lainnya)
9. Sumber Informasi tentang jasa layanan perusahaan diperoleh berdasarkan
 Rekomendasi dari Iklan
 Pengalaman (lainnya)
 Open house (pameran)

10. Anda memiliki pengetahuan yang luas mengenai jasa layanan tour lainnya
 Sangat tidak setuju Setuju
 Tidak setuju Sangat setuju
11. Anda ingin tetap terus melakukan pembelian jasa perusahaan pada beberapa tahun mendatang sebagai pelanggan perusahaan
 Sangat tidak setuju Setuju
 Tidak setuju Sangat setuju
12. Anda bersedia untuk merekomendasikan produk dan kelebihan nilai positif perusahaan kepada orang lain
 Sangat mungkin Tidak mungkin
 Mungkin Sangat tidak mungkin
13. Anda bersedia mendorong orang lain untuk melakukan pemakaian layanan perusahaan
 Sangat mungkin Tidak mungkin
 Mungkin Sangat tidak mungkin
14. Secara keseluruhan, menurut anda kualitas pelayanan jasa yang diberikan perusahaan
 Sangat baik Tidak baik
 Baik Sangat tidak baik

Bagian II

Petunjuk :

- Berilah tanda *check list* (√) pada kolom bagian kiri, untuk menunjukkan seberapa penting terhadap item-item yang disebutkan dan sangat Anda harapkan terhadap Pelayanan PT. Anta Express Tour & Travel.

Keterangan : STP : Sangat Tidak Penting P : Penting
 TP : Tidak Penting SP : Sangat Penting

No	Pernyataan	Atribut			
		STP	TP	P	SP
Faktor Product					
1	Kelengkapan produk yang ditawarkan (contohnya: variasi tujuan penerbangan)	1	2	3	4
2	Adanya fasilitas tambahan penunjang jasa (contohnya delivery service untuk tiket)	1	2	3	4
3	Tersedianya informasi lengkap tentang paket tour dan travel	1	2	3	4
4	Tersedianya program paket khusus/event-event khusus (misalkan: Lebaran promo, Christmas promo)	1	2	3	4
5	Pertimbangan akan citra perusahaan dalam pembelian	1	2	3	4
6	Tersedianya paket liburan yang menarik	1	2	3	4
7	Tersedianya jaminan asuransi bagi konsumen dengan penambahan biaya yang sesuai	1	2	3	4
8	Pemberian imbalan pada konsumen yang setia (seperti voucher diskon, souvenir)	1	2	3	4
Faktor Price					
9	Penentuan harga yang wajar terhadap setiap produk yang ditawarkan	1	2	3	4
10	Fasilitas sebanding dengan biaya yang dikeluarkan (misalkan: akomodasi, hotel, restoran, dll)	1	2	3	4
11	Terdapat potongan harga pada bulan-bulan tertentu	1	2	3	4
12	Harga spesial bagi konsumen yang setia	1	2	3	4
13	Tersedianya tenggang waktu dalam pembayaran layanan jasa perusahaan	1	2	3	4
Faktor Promosi					
14	Penawaran secara langsung untuk memperoleh informasi yang lengkap dan jelas (tatap muka, via telepon)	1	2	3	4
15	Penawaran promosi melalui media cetak	1	2	3	4
16	Penawaran promosi melalui media elektronik (termasuk via e-mail)	1	2	3	4
17	Pengaruh teman dalam memberikan masukan atas pemilihan layanan	1	2	3	4
18	Promosi penjualan yang diadakan secara reguler	1	2	3	4
19	Tersedianya promosi penjualan untuk program khusus/event-event khusus melalui leaf let	1	2	3	4
20	Terdapatnya pameran (open house) layanan perusahaan secara regular (misalkan sekali per 6 bulan) di daerah publik	1	2	3	4

No	Pernyataan	Atribut			
		STP	TP	P	SP
	Faktor People (Service Personel)	1	2	3	4
21	Kecepat tanggapan operator akan keluhan serta keinginan dari konsumennya	1	2	3	4
22	Keramahan operator kepada para konsumennya	1	2	3	4
23	Kesopanan operator kepada para konsumennya	1	2	3	4
24	Operator memiliki pengetahuan yang akurat untuk menjawab semua pertanyaan konsumen	1	2	3	4
25	Operator yang komunikatif	1	2	3	4
26	Kerapihan operator	1	2	3	4
	Faktor Process				
27	Proses pelayanan administrasi cepat	1	2	3	4
28	Proses pelayanan administrasi yang mudah	1	2	3	4
29	Kemudahan cara pembayaran (bisa debit, kredit)	1	2	3	4
30	Keterbukaan perusahaan dalam menerima keluhan	1	2	3	4
31	Daya tanggap perusahaan untuk menanggulangi keluhan yang ada	1	2	3	4
32	Kemudahan memperoleh informasi tentang layanan yang diinginkan atau tentang perusahaan	1	2	3	4

Bagian ini untuk mengetahui bobot dari dimensi 7P. Anda diminta mengisi bobot dimensi yang ada, sehingga apabila dijumlahkan akan berjumlah sama dengan 100. Semakin besar bobot yang Anda berikan berarti Anda menganggap dimensi tersebut semakin penting.

No.	Dimensi 7 P	Bobot
1	Product (produk jasa)	
2	Price (harga)	
3	Promotion (promosi)	
4	People (service personal)	
5	Process (cara pembayaran, pelayanan)	
	Total	100

LAMPIRAN I-2

Pedoman Wawancara

Perancangan Sistem Informasi Customer Relationship Management

Data Umum	Pernyataan
Data Umum Perusahaan	Bidang usaha apa yang sedang dijalankan perusahaan
	Kapan dan dimana berdirinya perusahaan
	Siapakah yang mendirikan perusahaan
	Apa yang menjadi latar belakang yang mendasari berdirinya perusahaan
	Apa visi dan misi perusahaan
	Faktor-faktor apa saja yang menjadi kunci keberhasilan perusahaan
	Siapa saja pihak yang terlibat dan berkepentingan dengan perusahaan saat ini
	Mengapa pihak tersebut ikut terlibat dan berkepentingan bagi perusahaan
	Bagaimana peranan pihak tersebut pada jalannya proses pelayanan yang diberikan
	Apa yang menjadi harapan utama konsumen terhadap perusahaan
	Bagaimana model sistem hubungan perusahaan dengan pelanggan saat ini

Internal Variabel	Pernyataan
Price	Bagaimana kondisi harga produk yang ditawarkan perusahaan terhadap produk yang ada dan persaingan yang ada
	Biaya-biaya apa saja yang dibebankan pada konsumen untuk tiap layanan yang diberikan
	Bagaimana kebijakan perusahaan mengenai harga yang diberikan
	Bagaimana pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan untuk penetapan harga yang diberikan
Produk	Jenis-jenis layanan apa saja yang diberikan
	Fasilitas apa saja yang diberikan untuk konsumen
	Bagaimana kondisi perkembangan produk layanan yang diberikan
	Bagaimana caranya untuk suatu pendesain inovasi produk layanan yang ada serta untuk perbaikan produk yang ada
	Bagaimana kebijakan perusahaan untuk mencapai optimalisasi kualitas produk yang ada
	Karakteristik bagi perusahaan untuk suatu produk layanan terbaik adalah
	Siapa yang berperan untuk melakukan peningkatan kualitas produk yang ada? Bagaimana?
Upaya-upaya apa saja yang dilakukan perusahaan untuk mengoptimalkan kualitas produk yang ada	
Promotion	Bagaimana cara perusahaan melakukan promosi kepada konsumen
	Bagaimana kondisi perencanaan pemasaran/marketing perusahaan
	Bagaimana kebijakan perusahaan mengenai rencana pemasaran yang akan dilakukan
Place	Faktor apa saja yang mempengaruhi pemilihan tempat usaha layanan yang ada
People	Bagaimana bentuk struktur organisasi yang ada
	Berapa banyak sumber daya yang digunakan
	Bagaimana mengenai keahlian sumber daya yang dimiliki
	Bagaimana tingkat kelayakan pegawai pada perusahaan
Pyhsical evidence	Bagaimana kebijakan perusahaan pada pegawai saat ini (mengenai gaji, tunjangan dan hak cuti karyawan)
	Faktor apa saja yang berpengaruh dalam pendesainan tata letak untuk ruangan pelayanan serta atribut yang dipakai perusahaan (seperti logo, merek, dll)
Proses	Bagaimana prosedur untuk tiap-tiap pemesanan layanan yang ada
	Bagaimana perusahaan menindaklanjuti hubungan setelah konsumen melakukan pembelian: (Apakah ada upaya untuk mempertahankan pelanggan)
	Informasi apa saja yang dibutuhkan, disampaikan dan diperoleh oleh konsumen dan perusahaan saat melakukan suatu prosedur pelayanan
	Bagaimana keterbukaan perusahaan dalam penangan keluhan yang ada: 1. Keluhan yang sering diterima 2. Bagaimana penanganannya
	Bagaimana perencanaan, pengendalian dan sistem yang dimiliki perusahaan

Eksternal Variabel	Pernyataan
Politik	Bagaimana pengaruh politik saat ini dengan perkembangan layanan perusahaan
Ekonomi	Bagaimana pengaruh ekonomi saat ini dengan perkembangan layanan perusahaan
Sosial	Bagaimana pengaruh kehidupan sosial saat ini dengan perkembangan layanan perusahaan
Budaya	Bagaimana pengaruh peranan kebudayaan masyarakat didalam perkembangan layanan perusahaan
Teknologi	Teknologi apa yang saat ini digunakan oleh perusahaan dan apakah terdapat pengaruh peranan perkembangan teknologi saat ini dengan perkembangan layanan perusahaan
Lingkungan	Bagaimana pengaruh peranan kondisi dan perkembangan lingkungan saat ini yang dimiliki didalam pengembangan layanan perusahaan
Persaingan & pendatang baru	Permasalahan apa saja yang sedang dialami perusahaan saat ini
	Faktor apa saja yang mempengaruhi kemunduran bagi perusahaan /mendorong terjadinya permasalahan tersebut
	Bagaimana kondisi dan perkembangan persaingan yang ada
	Siapa yang menjadi saingan bagi perusahaan
	Bagaimana pengaruh persaingan tersebut pada perusahaan
Pemasok	Hal-hal apa saja yang dapat dilakukan perusahaan untuk menanggulangi semakin besarnya persaingan yang ada
	Siapa saja yang menjadi pemasok untuk produk layanan perusahaan
	Apa yang mendasari pemilihan untuk kerjasama terhadap pemasok
Pembeli	Bagaimana kebijakan perusahaan untuk mencapai kerjasama yang saling menguntungkan
	Bagaimana perilaku konsumne saat ini? Apa pengaruhnya serta bagaimana penanganannya?
Produk Pengganti	Adakah produk yang dapat menggantikan layanan yang diberikan oleh perusahaan

LAMPIRAN II

II-1 Data Hasil Penyebaran Kuesioner

II-2 Data Hasil Wawancara

II-3 Data Pengamatan Analisis Sistem (aplikasi manual dan komputasi)

LAMPIRAN II-1

Bagian I (Data Umum Responden)

Tabel LII-1 Ringkasan Hasil Kuesioner Penelitian Bagian I

No	KETERANGAN	Jumlah	%	
1	Penggunaan Produk	Sendiri	38	31.67
		Corporate	40	33.33
		Keluarga	12	10.00
		Rekan/teman	30	25.00
2	Usia	17-23	26	21.67
		24-30	39	32.50
		31-40	31	25.83
		41-50	14	11.67
		51-65	10	8.33
3	Penghasilan	<Rp.0,3 juta	-	-
		Rp. 0,3 juta-0,7juta	15	12.50
		Rp. 0,7 juta- 4juta	68	56.67
		Rp. 4 - 6 juta	19	15.83
		Rp. 6 - 8 juta	12	10.00
		> Rp. 8 juta	6	5.00
4	Frekuensi penggunaan jasa PT. Anta	> 6 kali per 6 bulan	11	9.17
		3 - 5 kali per 6 bulan	35	29.17
		1 - 2 kali per 6 bulan	62	51.67
		Tidak pernah	12	10.00
5	Pemanfaatan layanan yang ada	Proritas utama	51	42.50
		Alternatif Layanan	33	27.50
		Tanpa perencanaan	36	30.00
6	Produk yang sering digunakan	Pemesanan tiket	112	93.33
		Inbound/domestic tour	3	2.50
		Outbound	7	5.83
		Pembuatan Visa	-	-
7	Waktu untuk pemakaian layanan yang ada	Reservasi hotel	89	74.17
		Akhir minggu	13	10.83
		Liburan	46	38.33
8	Tujuan Wisata	Tidak tentu	61	50.83
		Wisata/rekreasi	10	8.33
		Bisnis/dinas	80	66.67
		Pribadi	30	25.00
9	Sumber informasi	Rekomendasi	17	14.17
		Pengalaman	55	45.83
		Pameran (open house)	26	21.67
		Iklan	15	12.50
		Langsung ditempat	7	5.83
10	Pengetahuan yang luas mengenai jasa layanan tour lainnya	Sangat tidak setuju	39	32.50
		Tidak setuju	26	21.67
		Setuju	27	22.50
		Sangat setuju	28	23.33
11	Keinginan untuk tetap menjadi pelanggan perusahaan selama satu tahun ke depan	Sangat tidak setuju	-	-
		Tidak setuju	25	20.83
		Setuju	53	44.17
		Sangat setuju	42	35.00

Tabel LII-1 Ringkasan Hasil Kuesioner Penelitian Bagian I (lanjutan)

No	KETERANGAN	Jumlah	%	
12	Merekomendasikan	Sangat mungkin	25	20.83
		Mungkin	67	55.83
		Tidak mungkin	14	11.67
		Sangat tidak mungkin	14	11.67
13	Mendorong orang lain untuk memakai jasa perusahaan	Sangat mungkin	32	26.67
		Mungkin	34	28.33
		Tidak mungkin	17	14.17
		Sangat tidak mungkin	37	30.83
14	Kualitas pelayanan yang diberikan	Sangat Baik	52	43.33
		Baik	55	45.83
		Tidak baik	13	10.83
		Sangat tidak baik	-	-

BAGIAN II (Tingkat Kepentingan Konsumen)

Tabel LII-2 Data Mentah Hasil Kuesioner Bagian II

Resp	Pernyataan																																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	
1	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4
2	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2	2	4	3	
3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	
5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	
6	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	2	2	4	4	
7	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
8	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	
9	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	
10	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
11	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	2	4	4
12	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	
13	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3
14	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
15	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
16	4	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
17	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3
18	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3
19	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	2	4	3	
21	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	
22	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
23	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
24	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
25	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	2	4	2	3	4	3	4	4	3	3	
27	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	
28	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4
29	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4
30	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3
33	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4
34	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
35	4	3	3	2	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	
36	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	3	
37	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	
38	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	
39	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
40	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4
41	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	2	3
42	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
43	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4
44	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	2	2	2	3	
45	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
47	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4
48	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
49	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
50	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	2	2	3	
51	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
53	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
54	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3
55	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3
56	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
57	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
58	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3												

LAMPIRAN II-2

HASIL WAWANCARA

Data Umum Perusahaan

1. Bidang Usaha apa yang sedang dijalani oleh perusahaan
Tour dan travel agent
2. Kapan dan dimana mulai berdirinya perusahaan serta siapa pendiri perusahaan
Secara pasti saya lupa, akan tetapi diperkirakan usaha berjalan pada tahun 1990-an, namun untuk pastinya dapat dilihat buku laporan annually perusahaan.
3. Apa yang menjadi latar belakang yang mendasari dibuka usaha ini
Yang pasti karena ada peningkatan pemenuhan kebutuhan dan tersediannya suppliers
4. Apa yang menjadi visi dan misi perusahaan
Visi : Menjadi perusahaan berkualitas berstandar internasional.
Misi : Mengenai pelayanan yang berkualitas terbaik
5. Faktor-faktor apa saja yang dapat menjadi kunci keberhasilan perusahaan
Produk yang berkualitas, kinerja terbaik dari pekerja, profitability dan terpenuhinya kepuasan konsumen
6. Siapa saja pihak yang berkepentingan dan terlibat dengan perusahaan saat ini terdiri dari
 - ❖ Pihak Internal (yaitu karyawan terdiri dari *front office* dan *back office* serta tenaga operasional)
 - Front Office seperti Operator (menjadi pelayanan pada konsumen, menangani transaksi, melakukan pengarsipan data, dan lain-lain)
 - *Staff Back office* yaitu karyawan yang bekerja berhubungan untuk hal keuangan misalkan acc. receivable (tim penagih), kasir, acc payable (tim pembayaran pada suppliers).
 - Operasional yaitu dinas luar (messenger) yang merupakan bagian distributor tim pengantar *ticket box* atau surat menyurat perusahaan.
 - ❖ Pihak Eksternal
 - Konsumen yaitu pelanggan perorangan, pelanggan berupa corporate
 - Suppliers misalkan
 - untuk penerbangan ada: Batavia, Garuda, Sriwijaya, Air Asia, dan lain-lain
 - untuk hotel : Holiday Inn, Novotel, Cemerlang, Imperium, dan lain-lain
 - Bank dan Institusi keuangan biasanya berupa Money Changer

7. Apa yang sering kali diharapkan pelanggan terhadap perusahaan

Banyak pertanyaan mengenai perincian biaya dalam paket tour yang ada, variasi produk layanan, minta potongan harga, sistem pembayaran kredit, proses layanan yang cepat, penambahan line telepon (terbatasnya line komunikasi yang dimiliki saat ini hanya ada 9 penempatan)

8. Bagaimana model sistem hubungan perusahaan dengan pelanggan saat ini

Perusahaan jarang melakukan kegiatan interaktif untuk menarik konsumen pemasaran dilakukan hanya marketing saja (misal *open house* sekali dalam setahun, penambahan inovasi produk)

9. Permasalahan apa saja yang dialami perusahaan saat ini.

Permasalahan yang ada pada perusahaan adalah kemunduran dalam pendapatan perusahaan (yang disebabkan adanya tingkat persaingan dan perkembangan dari suppliers), kemunduran kemampuan sumber daya yang ada (kejenuhan pekerjaan), biaya pengembalian modal sulit karena penumpukkan piutang dagang, adanya kelemahan sistem saluran pemasaran melalui internet yang tidak optimal, walaupun sudah melakukan promosi, sulit untuk memperoleh konsumen yang baru serta keterbatasan line komunikasi.

10. Untuk menangani permasalahan tersebut apa saja yang telah dilakukan oleh perusahaan

- Pelatihan intensif dan jalinan komunikasi dengan karyawan perusahaan
- Penambahan cabang-cabang baru pada daerah/kota yang berpotensi.
- Melakukan rapat laporan pertanggung jawaban dan evaluasi perbaiki tiap tahunnya
- Integrasi data keseluruhan cabang yang ada secara terpusat
- Melakukan kerjasama yang baik dengan suppliers

Internal Variabel

1. Bagaimana kondisi harga produk yang ditawarkan perusahaan terhadap produk yang ada dan persaingan yang ada

Harga yang diberikan perusahaan mampu bersaing (harga yang diberikan tidak jauh berbeda dengan pesaing yang ada) untuk penjualan layanan tiket, reservasi hotel, dan dokumen perjalanan, sedangkan untuk perencanaan perjalanan tarif yang ada diberikan setara dengan kualitas yang diberikan.

2. Biaya-biaya apa saja yang dibebankan pada konsumen untuk tiap layanan yang diberikan

Bervariasi menurut jasa yang dibutuhkan dengan berubah secara fleksibel. Perusahaan mengambil profit dari penambahan beban administrasi yang diberlakukan ataupun komisi yang diperoleh dari suppliers (Bagaimana mengenai adanya fair price perusahaan? penambahan ataupun price yang diberikan mempunyai tidak banyak perbedaan signifikan terhadap pesaing atau harga pelayanan yang sebenarnya khususnya

untuk pelayanan pemesanan tiket, pembuatan dokumentasi perjalanan, ataupun reservasi hotel penghasilan)

3. Bagaimana kebijakan perusahaan mengenai harga yang diberikan

Perusahaan semaksimal mungkin memberikan pelayanan yang terbaik pada setiap konsumen tanpa harus bersaing dengan cara memberikan harga yang murah sehingga menyebabkan berpengaruh turunya kualitas pelayanan atau kepuasan pelanggan.

4. Bagaimana pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan saat ini

Terjadi beberapa penurunan pertumbuhan dan pengembangan pendapatan keuntungan karena;

- ✓ Konsumen berkurang berdampak pada penurunan usaha (merupakan dampak salah satunya pengaruh tingkat daya beli masyarakat, pesaing, dll)
- ✓ Adanya pengaruh seasonal (musiman) sangat besar untuk profitabilitas pelayanan serta pertumbuhan pemakaian jasa layanan.
- ✓ Kerugian adanya tingkat nilai kredit menumpuk (belum dibayar) sehingga perputaran modal menjadi sulit.
- ✓ Pengaruh kerjasama suppliers untuk penciptaan hubungan yang saling menguntungkan.
- ✓ Semakin jarang atau sulit perusahaan mendapatkan konsumen baru dan banyak hilangnya konsumen lama mengakibatkan sumber pemasukan menjadi berkurang
- ✓ Tingginya tingkat persaingan institusi layanan jasa yang sama didorong kemudahan informasi dengan pengembangan teknologi informasi dari pesaing dan suppliers menyebabkan konsumen menjadi lebih membandingkan selektif produk jasa layanan.

5. Jenis-jenis layanan apa saja yang diberikan

1. Pemesanan tiket pesawat dengan tujuan domestic atau luar negeri
2. Perjalanan wisata dalam
3. Perjalanan wisata luar negeri
4. Reservasi hotel dan layanan pengurusan tiket

6. Fasilitas apa saja yang diberikan untuk konsumen

1. Adanya delivery service dan asuransi perjalanan
2. Adanya jaminan kualitas produk yang terbaik
3. Adanya masa tenang untuk suatu pembayaran layanan kredit
4. Adanya sarana penerimaan keluhan FAQ

7. Bagaimana kondisi perkembangan produk layanan yang diberikan

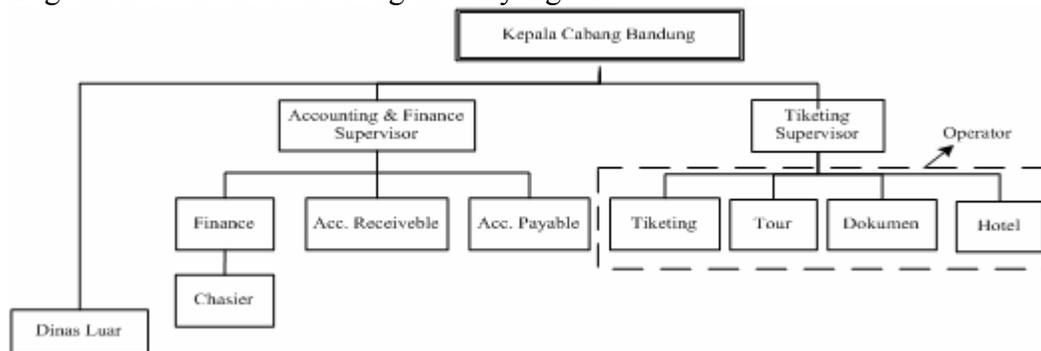
Berkembang mengikuti perancangan produk untuk tiap suppliers ataupun menerbitkan produk rancangan program perjalanan wisata Vantaq oleh department perancangan produk dikantor pusat, akan tetapi juga memungkinkan perusahaan cabang untuk melakukan pengembangan desain produk eksklusif untuk group/kelompok tertentu.

8. Bagaimana caranya untuk suatu pendesain inovasi produk layanan yang ada serta untuk perbaikan produk yang ada
Memerlukan pengumpulan informasi yang akurat, adanya ketersediaan, adanya kebutuhan konsumen (antusias konsumen), perlu untuk pembelajaran dan pengembangan yang mendetail.
9. Siapa yang berperan untuk melakukan peningkatan kualitas produk yang ada? Bagaimana?
Suppliers yang langsung mengadakan penyelenggaraan layanan produk yang dimiliki, namun perusahaan juga berkepentingan, dengan melakukan kerjasama yang menjadikan dorongan peningkatan, variasi/jenis, kualitas layanan untuk produk pelayanan yang dapat ditawarkan dengan melakukan pemberian laporan dan masukan kepada suppliers.
10. Upaya-upaya apa saja yang dilakukan perusahaan untuk mengoptimalkan kualitas produk yang ada
Salah satu dengan mengumpulkan feedback konsumen atas layanan yang telah dilakukan serta koordinasi dengan suppliers.
11. Bagaimana cara perusahaan melakukan promosi kepada konsumen
Hanya dengan pengadaan *open house* dikawasan public, pengadaan promosi undian, dll.
12. Bagaimana kondisi perencanaan pemasaran/marketing perusahaan
Dirasakan adanya ketidak optimalan dan kurangan efektifnya kegiatan promosi yang dilakukan untuk menjangkau pelanggan yang baru atau menarik pelanggan lama untuk membeli kembali sehingga perencanaan pemasaran yang ada fungsi dan tujuannya tidak dapat dikembangkan dan menjadi tidak dioptimalkan.
13. Bagaimana kebijakan perusahaan mengenai rencana pemasaran yang akan dilakukan
Rencana pemasaran sekedar dengan pengadaan *open house* dikawasan public, pengadaan promosi undian dikawasan public (seperti mall) secara annually pada saat mendekati event-event tertentu misalkan saat liburan tingkat penjualan perjalanan wisata yang cenderung tinggi lebih difokuskan
14. Faktor apa saja yang mempengaruhi pemilihan tempat usaha layanan yang ada
Membangun didaerah kawasan publik yang ramai dan pusat kota.
15. Bagaimana mengenai keahlian sumber daya yang dimiliki & bagaimana tingkat kelayakan pegawai pada perusahaan
Karyawan perusahaan kebanyakan karyawan lama yang telah mengabdikan kepada perusahaan selama 1-2 tahun dengan background pendidikan mayoritas dari pendidikan perhotelan & pariwisata, ekonomi, dan lain-lain.

16. Berapa banyak sumber daya yang digunakan

Perusahaan saat ini memiliki 20 orang karyawan, yaitu adalah: Staff Kantor (7 orang), Operator (8 orang), Dinas Luar (5 orang)

17. Bagaimana bentuk struktur organisasi yang ada



18. Bagaimana kebijakan perusahaan pada pegawai saat ini (mengenai gaji, tunjangan dan hak cuti karyawan)

Terus memonitor karyawan, memberikan pengembangan (misal kegiatan team building, pembelajaran penerapan standar pelayanan dalam kegiatan, atau penghargaan untuk karyawan yang berprestasi) serta memperhatikan kesejahteraan karyawan (misal ada cuti, pembayaran lembur, uang makan, atau bon untuk pengambilan gaji dimuka)

19. Faktor apa saja yang berpengaruh dalam pendesainan tata letak untuk ruangan pelayanan serta atribut yang dipakai perusahaan (seperti logo, merek, dll)

Untuk penentuan logo, merek kita mengikuti kantor pusat jakarta. (Bagaimana dengan pendesaian tata ruang tempat perusahaan perusahaan? Untuk itu kita hanya berusaha untuk pengoptimalan lahan tempat kerja yang ada, penataan lebih yang rapi untuk tempat kerja).

20. Bagaimana prosedur untuk tiap-tiap pemesanan layanan yang ada

Kebutuhan → Komunikasi (telephone, fax) (diterima customer service) → menghubungi atau pengecekan secara e-commerce untuk jasa layanan suppliers → terjadi penawaran ataupun sekedar menjawab beberapa informasi mengenai layanan jasa perusahaan yang dibutuhkan → apabila ada kesepakatan konsumen dapat langsung registrasi pemesanan yaitu memberikan informasi yang dibutuhkan, penyampaian dan informasi penting untuk diperoleh pelanggan (biasanya berupa informasi mengenai konsumen, deskripsi produk yang digunakan, pemberian diskon invoice, reservasi order, dll) → kesepakatan → transaksi (konfirmasi ulang kepada konsumen dengan memeriksa ketepatan produk yang diinginkan), → lalu melakukan pembayaran melalui pembayaran rekening ATM atau secara langsung pada kasir.

21. Bagaimana perusahaan menindaklanjuti hubungan setelah konsumen melakukan pembelian: (Apakah ada upaya untuk mempertahankan pelanggan)

Belum pernah melakukan hubungan tindak lanjut hanya berupa umpan balik dari konsumen biasanya hanya tindak lanjut berupa survei tanggapan dan keluhan untuk produk layanan yang ada atau hubungan sebatas penagihan utang pada konsumen.

22. Informasi apa saja yang dibutuhkan, disampaikan dan diperoleh oleh konsumen dan perusahaan saat melakukan suatu prosedur pelayanan

	Konsumen	Perusahaan
Disampaikan	Personal data	Deskripsi produk (dipengaruhi pada jenis layananyang dibutuhkan)
	Nama	
	Alamat	
	Contact person	
	Deskripsi kebutuhan konsumen (order)	
Diperoleh	Deskripsi produk (dipengaruhi pada jenis layananyang dibutuhkan)	Personal data Deskripsi kebutuhan konsumen (order)
Dibutuhkan	Informasi deskripsi produk yang detail dan akurat (dari perusahaan)	Informasi mengenai produk yang detail dan akurat (dari suppliers)
		Informasi kebutuhan yang diinginkan konsumen

23. Bagaimana keterbukaan perusahaan dalam penanganan keluhan yang ada:

Perusahaan mengadakan kuesioner penelitian untuk mencatat respon konsumen terhadap pelayanan jasa sesudah terjadinya penyelenggaraan layanan (khususnya untuk pemanfaat layanan perjalanan wisata). Kuesioner ini dibuat rancangan secara tertulis yaitu dengan tanggapan email, fax ataupun pengisian kertas komentar.

Eksternal Variabel

1. Bagaimana pengaruh politik saat ini dengan perkembangan layanan perusahaan

Dengan jaminan keamanan dan perkembangan kondusif dapat mendukung untuk kelangsungan tetap melakukan pelayanan jasa yang ada. Misalnya adanya perencanaan politik kerjasama hubungan bilateral dengan negara lainnya yang baik maka memudahkan untuk melakukan layanan dokumen perjalanan atau perencanaan tour luar negeri.

2. Bagaimana pengaruh ekonomi saat ini dengan perkembangan layanan perusahaan

Kalau situasi ekonomi stabil maka memungkinkan terjadinya meningkatkan daya beli konsumen, atau sekedar keteraturan untuk perencanaan strategi pemasaran dapat ditingkatkan.

3. Bagaimana pengaruh kehidupan sosial saat ini dengan perkembangan layanan perusahaan

Karena tingkat rutinitas kegiatan keseharian dan tinggi keperluan untuk melakukan mobilitas masyarakat sekedar untuk berekreasi libur dari rutinitas yang menjemukan dapat menjadi dasar pengembangan peluang pengembangan layanan jasa perusahaan.

4. Teknologi apa yang saat ini digunakan oleh perusahaan dan apakah terdapat pengaruh peranan perkembangan teknologi saat ini dengan perkembangan layanan perusahaan

Karena semakin tinggi pemanfaatan teknologi internet membuat daya dukung layanan, distribusi informasi dan data terus menerus berkembang karena menghasilkan

banyak kemudahan, efisiensi, flexible (khususnya pemasaran *e-bisnis* dan penerapan *e-commerce* harus semakin menunjang).

5. Bagaimana pengaruh peranan kondisi dan perkembangan lingkungan saat ini yang dimiliki didalam pengembangan layanan perusahaan

Lingkungan menjadi lebih terawat, terjadi banyak pembangunan fasilitas dan sarana penunjang layanan, pendapatan per kapita masyarakat dapat meningkat ataupun mungkin sebaliknya mengakibatkan efek negative pada kerusakan (misalkan semakin dikit lahan (tingginya pembangunan), dll).

6. Bagaimana kondisi dan perkembangan persaingan yang ada

Pesaing makin banyak, khususnya banyak pesaing yang berada pada satu kawasan yang sama, strategi pesaing yang lebih unggul (baik pemasaran ataupun sistem pengembangannya) ataupun banyaknya *suppliers* cenderung melakukan operasional sendiri (menjual langsung pada masyarakat) terutama intergasi pesaing dan suppliers yang lebih luas dengan penerapan system teknologi informasi online layanan yang lebih baik memberikan kemudahan bagi konsumen, konsumen menjadi lebih selektif sehingga menyebabkan penurunan permintaan dari konsumen

7. Siapa yang menjadi saingan bagi perusahaan

Bayu Buana Leisure, Harlie Tour, Panorama, Global Wisata, Interlink Tour & Travel, Sutura Tour, Exodus Vacation, Tradana Tour & Travel, Holiday T&T, Selia tour, Atalanta tour, Tiara tour dan banyak lagi perusahaan lainnya.

8. Bagaimana pengaruh persaingan tersebut pada perusahaan

Konsumen tidak loyal (mudah berimigrasi), target konsumen semakin kecil, terjadi penurunan pendapatan terutama karena pesaing memberikan banyak promosi (misalkan berkaitan dengan harga) atau usaha-usaha mempertahankan pelanggan mereka untuk tetap tidak berpindah, dan banyak lagi strategi pesaing lainnya.

9. Hal-hal apa saja yang dapat dilakukan perusahaan untuk menanggulangi semakin besarnya persaingan yang ada dengan

1. Pelatihan intensif atas pengembangan sumber daya manusia
2. Penambahan cabang-cabang baru pada daerah/kota yang berpotensi.
3. Modernisasi teknologi informasi perusahaan salah satunya dengan intergrasi menyeluruh data dari pusat sampai anak cabang selain memudahkan pengontrolan.
4. Pengembangan hubungan kerjasama dengan suppliers yang saling menguntungkan

10. Siapa saja yang menjadi pemasok untuk produk layanan perusahaan

Maskapai penerbangan:

Dom (Merpati, Garuda, Mandala, Batavia, sriwijaya, lion air, adam air), Inter (Garuda, Singapore airlines, china airlines, Qantas, tahi International, Cathay Pacific)

Hotel dan Restoran (dom dan inter)

Bebas keseluruhan tergantung pada permintaan serta ketersediaan suppliers yang ada.

Paket tour yang ada

Berasal dari organisasi kepariwisataan atau sekedar pemasaran dari tiap-tiap objek wisata yang dimiliki. Misalnya: ATS (Asia China Travel services), Uniquely Singapore.

Pembuatan dokumen Perjalanan

Berdasarkan ketersediaan pelayanan lembaga yang ada (berupa penempatan kedutaan)

11. Apa yang mendasari pemilihan kerjasama terhadap pemasok?
Yaitu dengan mempertimbangkan keunggulan dari supplier yang ada (agar dapat menjamin kualitas terbaik yang diberikan bagi konsumen), serta pengaruh bagaimana kebijakan perusahaan dengan suppliers yang dapat menciptakan kerjasama yang saling menguntungkan. Namun tak jarang perusahaan tidak selektif pada setiap suppliers (semua diterima untuk memberikan variasi produk yang beragam).
12. Bagaimana perilaku konsumen saat ini? Apa pengaruhnya serta bagaimana penanganannya?
Berdasarkan data yang diperoleh perusahaan konsumen dominan merupakan konsumen menengah ke atas (terdiri dari keluarga, pribadi, perusahaan dan bahkan golongan mahasiswa ada). Karakter pembeli berbeda beda, namun untuk pembelian terjadi siklus berulang berdasarkan periode waktu (misalkan pada saat liburan maka pasti akan terjadi peningkatan jumlah konsumen perusahaan).
13. Adakah produk yang dapat menggantikan layanan yang diberikan oleh perusahaan
Konsumen biasanya juga dapat memenuhi kebutuhan langsung kepada supplier.
14. Bagaimana perencanaan, pengendalian dan sistem yang dimiliki perusahaan
Sampai saat ini perusahaan masih menggunakan system yang lama yang berbasis LAN keseluruhan perusahaan Anta yang ditangani, dimonitor perencanaannya dan pengendalian sistem ataupun pengembangan secara terpusat yaitu pada departement E-Biz yang berlokasi di kantor pusat Jakarta.

LAMPIRAN II-3

Tabel LII-3 Hasil Observasi Metode PIECES Permasalah Sistem Perusahaan

Pernyataan	Terjadi Permasalahan Layanan		Terjadi Permasalahan Pemasaran		Dapat diperbaiki
	YA	TIDAK	YA	TIDAK	
PERFORMANCE					
Waktu Respons (penundaan rata-rata antara transaksi atau permintaan dengan respons ke transaksi atau permintaan tersebut)	✓			✓	Ya, melalui perancangan proses yang terbaik untuk dilakukan oleh perusahaan
INFORMATION					
A. Input					
- Data tidak dicapture		✓		✓	Ya, melalui perencanaan data yang terpenting untuk diketahui perusahaan
- Data tidak dicapture pada waktunya untuk berguna		✓		✓	
- Data tidak dicapture secara akurat		✓		✓	
- Data sulit dicapture		✓		✓	
- Data dicapture berlebihan (adanya lebih dari sekali capture)		✓		✓	
- Terlalu banyak data dicapture		✓		✓	Tidak, sulit dalam perencanaannya
- Data ilegal dicapture		✓		✓	
B. Data Tersimpan					
- Data disimpan secara berlebihan dalam banyak file/database	✓			✓	Tidak, dalam penyelesaian sulit untuk penyelesaian permasalahan yang ada untuk penggambaran proses aliran data tersimpan
- Integrasi data yang jelek	✓			✓	
- Data tersimpan tidak akurat	✓			✓	
- Data tidak aman dari kecelakaan/vandalisme		✓		✓	
- Data tidak fleksibel (tidak mudah untuk memenuhi kebutuhan informasi baru dari data tersimpan)	✓			✓	
- Data tidak dapat diakses		✓		✓	
C. Output					
- Kurangnya informasi		✓	✓		Ya, memperlihatkan pengaruh data-data yang dapat digunakan untuk pembuatan keputusan (terlihat pada sinkronisasi data)
- Kurangnya informasi yang diperlukan		✓	✓		
- Kurangnya informasi yang relevan	✓		✓		
- Terlalu banyak informasi		✓		✓	
- Informasi yang tidak dalam format yang berguna		✓		✓	
- Informasi yang tidak akurat	✓			✓	
- Informasi yang sulit untuk diproduksi	✓		✓		
- Informasi yang tidak tepat waktunya untuk penggunaan selanjutnya		✓		✓	
ECONOMICS					
A. Biaya					
- Biaya tidak diketahui	✓			✓	Tidak, sulit melakukan dalam penaksiran biaya
- Biaya tidak dapat dilacak ke sumber	✓		✓		
- Biaya terlalu tinggi		✓		✓	
B. Keuntungan					
- Pasar-pasar baru dapat dieksplorasi		✓		✓	Ya, dapat diselesaikan dengan perancangan CRM yang ada
- Pemasaran saat ini dapat diperbaiki	✓		✓		
- Pesanan-pesanan dapat ditingkatkan		✓		✓	
CONTROL					
A. Keamanan atau kontrol yangterlalu lemah					
- Input data tidak diedit dengan cukup	✓		✓		Ya, dapat diselesaikan dengan perancangan CRM yang ada
- Adanya kejahatan (misalkan pengelapan, pencurian) terhadap data		✓		✓	
- Data tersimpan secara berlebihan tidak konsisten dalam file/database		✓	✓		
- Peraturan atau panduan privasi data dilanggar (atau dapat dilanggar)		✓		✓	
- Error pemrosesan terjadi		✓		✓	
- Error pembuatan keputusan	✓			✓	
B. Kontrol atau keamanan berlebihan					
- Prosedur birokratis memperlambat sistem		✓		✓	Tidak, sulit dilakukan perbaikan untuk kontrol berkaitan pd wewenang
- Pengendalian mengganggu pelanggan dan karyawan		✓		✓	
- Pengendalian berlebihan menyebabkan penundaan pemrosesan		✓		✓	
EFFICIENCY					
A. Orang, mesin atau komputer membuang waktu					
- Data secara berlebihan diinput/disalin		✓		✓	Ya, dilakukan pengembangan lebih baik oleh CRM
- Data secara berlebihan diproses		✓		✓	
- Informasi secara berlebihan dihasilkan		✓		✓	
B. Orang, mesin atau komputer membuang material dan persediaan	✓		✓		
C. Usaha yang dibutuhkan untuk tugas terlalu berlebihan		✓		✓	Tidak, pengaruh yang berdampak tidak begitu besar
D. Material yang dibutuhkan untuk tugas terlalu berlebihan		✓		✓	

Tabel LII-3 Hasil Observasi Metode PIECES Permasalahan Sistem Perusahaan (lanjutan)

Pernyataan	Terjadi Permasalahan Layanan		Terjadi Permasalahan Pemasaran		Dapat diperbaiki
	YA	TIDAK	YA	TIDAK	
SERVICE					
- Sistem menghasilkan produk yang tidak akurat	✓			✓	Ya, merupakan bagian dari pengembangan strategi CRM
- Sistem menghasilkan produk yang tidak konsisten		✓		✓	
- Sistem menghasilkan produk yang tidak dapat dipercaya		✓		✓	
- Sistem tidak mudah dipelajari	✓			✓	
- Sistem tidak mudah digunakan	✓			✓	
- Sistem canggung untuk digunakan	✓			✓	
- Sistem tidak fleksibel apa situasi baru atau tidak umum		✓		✓	
- Sistem tidak fleksibel untuk berubah		✓		✓	
- Sistem tidak kompatibel dengan sistem-sistem lainnya	✓		✓		

LAMPIRAN III

III-1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

III-2 Hasil Analisis Faktor

LAMPIRAN III-1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.916	32

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	109.37	74.240	.612	.912
x2	109.50	74.328	.501	.913
x3	109.47	74.878	.446	.914
x4	109.60	74.593	.385	.915
x5	109.70	72.838	.567	.912
x6	109.60	74.455	.399	.915
x7	109.70	74.769	.418	.914
x8	109.40	74.386	.556	.913
x9	109.73	73.306	.595	.912
x10	109.60	73.903	.524	.913
x11	109.43	74.944	.456	.914
x12	109.63	73.275	.521	.913
x13	109.57	74.668	.439	.914
x14	109.53	72.878	.666	.911
x15	109.67	73.678	.477	.913
x16	109.60	74.731	.426	.914
x17	109.53	74.051	.522	.913
x18	109.43	74.875	.465	.914
x19	109.67	73.195	.602	.912
x20	109.73	74.754	.423	.914
x21	109.37	74.240	.612	.912
x22	109.90	73.748	.460	.914
x23	109.87	73.844	.439	.914
x24	109.57	73.840	.538	.913
x25	109.63	73.275	.521	.913
x26	109.67	75.126	.376	.915
x27	109.73	73.306	.595	.912
x28	109.60	75.007	.393	.915
x29	110.03	72.930	.419	.915
x30	110.03	72.930	.419	.915
x31	109.67	75.126	.376	.915
x32	109.63	73.620	.553	.912

LAMPIRAN III-2

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.620
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1075.950
	df	496
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
x1	1.000	.316
x2	1.000	.480
x3	1.000	.514
x4	1.000	.383
x5	1.000	.314
x6	1.000	.412
x7	1.000	.303
x8	1.000	.438
x9	1.000	.479
x10	1.000	.490
x11	1.000	.495
x12	1.000	.443
x13	1.000	.304
x14	1.000	.447
x15	1.000	.210
x16	1.000	.346
x17	1.000	.572
x18	1.000	.487
x19	1.000	.470
x20	1.000	.502
x21	1.000	.466
x22	1.000	.483
x23	1.000	.463
x24	1.000	.322
x25	1.000	.265
x26	1.000	.294
x27	1.000	.359
x28	1.000	.316
x29	1.000	.643
x30	1.000	.556
x31	1.000	.260
x32	1.000	.331

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.874	15.233	15.233	4.874	15.233	15.233	3.073	9.603	9.603
2	2.567	8.020	23.253	2.567	8.020	23.253	3.048	9.524	19.126
3	2.109	6.590	29.843	2.109	6.590	29.843	2.581	8.066	27.192
4	1.831	5.723	35.566	1.831	5.723	35.566	2.576	8.049	35.242
5	1.782	5.568	41.135	1.782	5.568	41.135	1.886	5.893	41.135
6	1.620	5.062	46.197						
7	1.495	4.671	50.868						
8	1.269	3.966	54.834						
9	1.145	3.580	58.413						
10	1.128	3.524	61.937						
11	1.067	3.333	65.270						
12	.986	3.082	68.353						
13	.889	2.778	71.130						
14	.869	2.717	73.847						
15	.831	2.598	76.445						
16	.793	2.477	78.922						
17	.742	2.319	81.240						
18	.693	2.165	83.406						
19	.612	1.914	85.319						
20	.558	1.744	87.063						
21	.510	1.594	88.658						
22	.499	1.560	90.217						
23	.448	1.399	91.616						
24	.436	1.361	92.978						
25	.403	1.258	94.236						
26	.356	1.112	95.348						
27	.337	1.053	96.401						
28	.296	.926	97.327						
29	.255	.796	98.123						
30	.229	.714	98.837						
31	.214	.668	99.506						
32	.158	.494	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
x1	.304	-.046	-.423	.152	.138
x2	.234	-.086	.013	.631	-.139
x3	.279	-.046	-.284	.570	.169
x4	.323	.212	-.156	.333	.314
x5	.318	.439	-.079	.024	-.117
x6	.505	.168	-.231	.124	-.245
x7	.424	-.141	.147	.033	.284
x8	.405	-.199	.372	.148	-.272
x9	.476	.089	-.059	-.480	-.103
x10	.427	-.056	-.064	-.437	-.331
x11	.500	-.045	-.446	-.152	-.145
x12	.549	.110	-.356	.039	.026
x13	.417	-.306	-.087	-.132	.107
x14	.579	-.262	.111	.139	.108
x15	.342	-.052	-.223	.079	.186
x16	.391	-.248	-.354	-.069	.031
x17	.466	-.474	.270	.084	-.225
x18	.443	-.238	.332	.199	-.290
x19	.514	.122	-.226	-.084	-.365
x20	.389	-.297	.505	-.082	-.019
x21	.425	-.476	.222	-.076	.063
x22	.369	.358	.388	-.071	.251
x23	.345	.387	.115	-.129	.405
x24	.440	.020	.166	.083	.306
x25	.355	.128	.008	-.144	.319
x26	.315	.019	-.207	-.138	.363
x27	.365	.148	.082	-.440	.056
x28	.301	.219	.349	-.003	.236
x29	.188	.644	.351	.253	-.077
x30	.165	.662	.188	-.017	-.233
x31	.195	.278	-.131	-.015	-.356
x32	.309	.268	-.010	.222	-.339

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 5 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
x1	-.044	.538	.069	.016	-.139
x2	.311	.126	.233	-.064	-.556
x3	.067	.438	.096	.056	-.552
x4	-.061	.341	.131	.358	-.343
x5	-.084	.113	.489	.233	.036
x6	.143	.367	.505	.034	-.013
x7	.322	.243	-.111	.357	-.023
x8	.626	-.059	.199	.045	-.031
x9	.140	.263	.235	.183	.549
x10	.259	.215	.279	-.059	.543
x11	.084	.590	.280	-.075	.236
x12	.051	.565	.311	.155	.025
x13	.314	.401	-.109	.075	.167
x14	.520	.345	.008	.230	-.072
x15	.063	.424	.018	.146	-.068
x16	.153	.552	.002	-.071	.111
x17	.742	.125	.019	-.066	.031
x18	.660	-.002	.214	.012	-.073
x19	.179	.344	.522	-.048	.213
x20	.644	-.085	-.083	.226	.148
x21	.597	.206	-.206	.093	.129
x22	.127	-.092	.161	.653	.076
x23	-.096	.126	.087	.649	.096
x24	.249	.208	-.012	.459	-.074
x25	.022	.249	-.008	.432	.129
x26	-.062	.420	-.099	.303	.107
x27	.083	.122	.119	.323	.467
x28	.162	-.073	.071	.529	.004
x29	-.024	-.311	.537	.463	-.207
x30	-.131	-.254	.610	.310	.079
x31	-.029	.057	.491	-.069	.102
x32	.132	.046	.546	.021	-.114

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 10 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5
1	.552	.582	.396	.427	.136
2	-.573	-.229	.628	.473	-.010
3	.527	-.738	-.096	.410	.017
4	.141	.023	.168	-.061	-.973
5	-.263	.252	-.641	.650	-.184

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

LAMPIRAN IV

IV-1 Usulan Perancangan Instrument Registration Form

IV-2 Usulan Perancangan Instrument Survei Kepuasan Konsumen

City : _____
 Contact Number : _____ at home
 _____ at office
 _____ at cellular phone
 Email address : _____

HOBBIES

SPORT

- Golf
- Swimming
- Soccer
- Badminton
- Tennis
- Others _____

MUSIC

- Classic
- Pop
- Rock
- Others _____

READING

- News paper
- Magazine
- Others _____

Magazine and Newspapers Subscribe

Magazine

- Gatra
- Cosmopolitan
- Tempo
- Femina
- Others _____

News paper

- Kompas
- Suara Pembaruan
- Others _____

PREFERENCE

AIRLINE PREFERENCE

DOMESTIK

Name of Airline

- Garuda
- Air Asia
- Batavia
- Merpati
- Others

Province Destination

- Sumatra _____ to _____
 - Jawa _____ to _____
 - Kalimantan _____ to _____
 - Sulawesi _____ to _____
 - Bali _____ to _____
 - Others _____
-

INTERNATIONAL

Name of Airline	Destination
<input type="checkbox"/> Singapore Airlines	<input type="checkbox"/> Europe _____ to _____
<input type="checkbox"/> Garuda	<input type="checkbox"/> America _____ to _____
<input type="checkbox"/> China Airlines	<input type="checkbox"/> Asia _____ to _____
<input type="checkbox"/> Cathay Pasific	<input type="checkbox"/> Africa _____ to _____
<input type="checkbox"/> Others _____	<input type="checkbox"/> Others _____

HOTEL PREFERENCE

Hotel Name Place in domestic	Hotel Name Place in international
<input type="checkbox"/> Hilton	<input type="checkbox"/> Hilton
<input type="checkbox"/> Novotel	<input type="checkbox"/> Novotel
<input type="checkbox"/> Others _____	<input type="checkbox"/> Others _____
_____	_____
_____	_____

RELATIONSHIP PREFERENCE

Place contact : Home Business

Marketing Preference : Direct Indirect

FINANCIAL/KEUANGAN

Income in monthlly :

<input type="checkbox"/> < Rp. 0,3 juta	<input type="checkbox"/> Rp. 4- 6 juta
<input type="checkbox"/> Rp. 0,3 – 0,7 juta	<input type="checkbox"/> Rp.6 – 8 juta
<input type="checkbox"/> Rp. 0,7 - 4 juta	<input type="checkbox"/> > Rp. 8 juta

Credit Card Information

Credit Card Name	Bank Name	Number
<input type="checkbox"/> Visa	_____	_____
<input type="checkbox"/> Master Card	_____	_____
<input type="checkbox"/> Other _____	_____	_____

Spouse & Children Information

Name	Title	Date of birth	Passport No	Expiry

ANY ANOTHER INFORMATION

SUBMIT

LAMPIRAN IV-2

SURVEI KEPUASAN KONSUMEN

1. Apakah Anda pernah memakai jasa PT. Anta Tour
 Ya Tidak
2. Pelayanan apa yang terakhir digunakan
 Ticketing to _____
 Tour Inbound to _____
 Tour Outbound to _____
 Reservasi Hotel in _____
 Dokument perjalanan
3. Kalau “ya” jawaban Anda. Jasa layanan dicabang / dikota mana
Jakarta
 Kantor Pusat
 Cabang ITC
 Cabang Blok M
 Others _____
Luar Jakarta
 Cabang Bandung Cabang Makasar
 Cabang Denpasar Cabang Surabaya
 Cabang Bogor
Anak Cabang Vaya Tour
 Cabang Kota _____ Kawasan _____
4. Darimana Anda bisa mendapatkan informasi Biro Perjalanan Anda
 Koran Televisi
 Majalah Teman atau saudara
 Radio Spanduk
 Leaflet/Brosur SMS/Email/Website
 Others _____
5. Bagaimana Anda melakukan transaksi dengan perusahaan
 Langsung Melalui telepon Melalui email Others _____

