

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada era globalisasi saat ini tumbuh semakin pesat seiring dengan tingginya tuntutan hidup akan hiburan dan rekreasi atau travelling. Travelling merupakan aktivitas sebagian orang yang memanfaatkan waktu luang untuk melakukan perjalanan wisata. Travelling juga dapat diartikan dengan mengunjungi suatu tempat atau daerah untuk mengenal lebih jauh tempat-tempat yang akan dikunjungi dengan persiapan matang. Melakukan travelling ada beberapa hal yang harus dipersiapkan seperti biaya yang akan dikeluarkan, merencanakan suatu tempat wisata yang akan menjadi tujuan, penginapan, transportasi, serta tour guide untuk membimbing dalam melakukan travelling.

Dunia bisnis travel khususnya di kota besar atau daerah-daerah kini semakin menjamur, banyak perusahaan travel baru yang bermunculan setiap tahunnya. Oleh karena itu bisnis travel dianggap sebagai suatu peluang bisnis yang cukup besar bagi para entrepreneur. Dengan banyaknya perusahaan travel baru bermunculan tentu saja menimbulkan persaingan, sebagai dampak dari persaingan tersebut seperti penawaran fasilitas-fasilitas dan pelayanan menarik yang ditawarkan. Banting harga pun dilakukan dan bahkan ada yang menawarkan dengan harga relatif murah, serta diberikan diskon.

Untuk meningkatkan pengenalan akan suatu produk dan jasa yang

ditawarkan, banyak perusahaan yang masih menggunakan dengan cara lama atau tradisional untuk melakukan pemasaran akan suatu produk dan jasanya yang membutuhkan biaya yang cukup besar sehingga cara tersebut masih kurang praktis sebagai contoh seperti mencetak brosur-brosur produk atau jasa dan memasang iklan dimedia cetak, dan membayar sewa tempat ketika akan mengadakan workshop untuk mengenalkan produk atau jasa yang ditawarkan.

PT. MMBC Tour & Travel adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa tiket, hotel, maupun paket perjalanan wisata. PT. MMBC Tour & Travel didirikan oleh Bapak Zulkarnaini pada tahun 2007, dan PT. MMBC Tour & Travel ini memasarkan produk dan jasanya secara B2B dan B2C. PT. MMBC Tour & Travel terletak di

Jl. Kp. Pasir Gaok Kaum, Pasirgaok Kec. Ranca Bungur Bogor, Jawa Barat 16310. Diketahui banyaknya perusahaan travel yang sudah banyak berkembang, maka PT. MMBC Tour & Travel berencana untuk memperbaharui website yang sudah ada dan memperbaharui konten – konten yang sebelumnya sudah ada demi memasarkan suatu produk maupun jasanya kepasar yang lebih luas. Terdapat fenomena permasalahan yang diperoleh dari data penjualan di PT. MMBC Tour & Travel mengenai produk dan jasa yang menggunakan cara konvensional (seminar) dan website.

Dengan permasalahan di atas tentunya customer akan terbantu jika ada orang lain merekomendasikan sebuah travel yang sesuai dengan kriteria yang mereka inginkan. Tapi tidak mungkin setiap saat ada orang yang dapat

merekomendasikan tour travel tersebut kepada Kustomer lain, maka dari itu sebuah sistem rekomendasi yang dapat memberikan saran atau rekomendasi yang sesuai berdasarkan ketertarikan kustomer dan kriteria tour travel yang di inginkan sehingga dapat membantu.

Metode *Collaborative filtering* menghasilkan rekomendasi berdasarkan keterkaitan antar custome yang menyukai suatu item tertentu. Pada *collaborative filtering*, rekomendasi berdasarkan pada keterkaitan yang didapat diantara Kustomer yang telah me- rating atau bertransaksi dalam sistem. Misalnya Kustomer A menyukai item X dan Y, kemudian Kustomer B menyukai item Y maka sistem akan merekomendasikan item X kepada Kustomer B. Dalam penelitian yang menggunakan *collaborative filtering* untuk metode untuk menghasilkan sebuah sistem yang dapat merekomendasikan produk kepada pelanggan. Untuk itu penulis menyarankan membuat website strategi penjualan menggunakan *cross selling*. *Cross selling* adalah strategi penjualan yang dinilai dapat mengatasi persoalan dalam strategi pemasaran dan penjualan tiket. Sistem yang dibangun menggunakan PHP, database, MySQL dan menggunakan metode *cross selling* dan untuk pengembangan sistem menggunakan *prototype*, sehingga dapat menghasilkan sebuah website penjualan. Alasan penggunaan pentingnya *cross selling* yaitu karena bisa untuk meningkatkan penjualan, mengurangi biaya pemasaran hingga membantu meningkatkan loyalitas pelanggan.

Hasil dari penelitian tersebut adalah dapat menyediakan rekomendasidaftar jenis tour dan travel sehingga pelanggan dapat memilih

dan mengambil keputusan untuk memilih jenis tour dan travel yang sesuai dengan tujuan yang ingin dilakukan. Menggunakan pengujian algoritma *pearson correlation* dengan pendekatan *content - based collaborative filtering*.

Dengan demikian sistem rekomendasi yang akan dibangun menggunakan pendekatan *item- based collaborative filtering* Dengan adanya sistem rekomendasi, perusahaan berupaya untuk memberikan informasi produk lebih mudah kepada pelanggan untuk pemesanan travel yang sedang dicari maupun yang direkomendasikan oleh sistem. Dengan demikian sistem rekomendasi yang akan dibangun menggunakan pendekatan *item- based collaborative filtering* Dengan adanya sistem rekomendasi, perusahaan berupaya untuk memberikan informasi produk lebih mudah kepada pelanggan untuk pemesanan *travel* yang sedang dicari maupun yang direkomendasikan oleh sistem.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana metode *Collaborative Filtering* dapat membantu PT. MMBC Tour & Travel dalam menyediakan sistem rekomendasi produk yang sesuai dengan ketertarikan dan kriteria pelanggan?
2. Bagaimana algoritma *Pearson Correlation* dalam pendekatan *content-based collaborative filtering* diimplementasikan dalam sistem rekomendasi untuk jenis tour dan *travel*

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti membuat batasan masalah, yaitu:

1. Skala penilaian (rating) yang di gunakan adalah skala 1 sampai 5
2. Kriteria jenis tour dan travel yang menjadi penentuan rekomendasi adalah kriteria yangditentukan oleh owner atau pemilik dari *cross selling*
3. Hanya menggunakan teknik *item based collaborative filtering* karena pada teknik ini yang pernah dibeli atau dicari user akan menjadi patokan untuk pemberian rekomendasi.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian tugas akhir ini adalah menghasilkan sebuah aplikasi *web* yang dapat menghasilkan sistem informasi rekomendasi produk menggunakan metode *item based collaborative filtering dan cross selling*. Manfaat daripenelitian Tugas Akhir ini, yaitu dapat membantu para pelanggan untuk mendapatkan informasi rekomendasi yang sesuai.

1.5 Metode Penelitian

Tugas akhir yang berjudul “SISTEM INFORMASI REKOMENDASI TOUR DAN TRAVEL MENGGUNAKAN METODE *ITEM BASED COLLABORATIVE FILTERING DAN CROSS SELLING* (Studi Kasus: PT. MMBC Tour andTravel)” ini menggunakan beberapa metode, yaitu sebagai berikut.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi : Observasi atau pengamatan langsung kegiatan yang

dilakukan User atau Pengelola cross selling sehingga bisa mendapatkan informasi yang jelas mengenai sistem yang ingin dibuat.

2. Metode Wawancara : Metode wawancara yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mewawancarai sumber-sumber terkait yang mengetahui dan memahami terhadap objek penelitian yang sedang dilakukan.
3. Metode Studi Pustaka : Metode studi pustaka digunakan untuk melengkapi data-data yang sudah didapat dan dipelajari, yaitu melalui perpustakaan, mempelajari catatan-catatan kuliah serta inter.

1.5.2 Metode Perancangan

Sistem Dalam pengembangan Sistem Rating dan kepuasan pelanggan ini penulis menggunakan metodologi *waterfall*. Metodologi *waterfall* adalah suatu proses pengembangan perangkat lunak berurutan, di mana kemajuan dipandang sebagai terus mengalir ke bawah (seperti air terjun) melewati fase-fase perencanaan, pemodelan, implementasi (konstruksi), dan pengujian.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode Observasi : Observasi atau pengamatan langsung kegiatan yang dilakukan User atau Pengelola cross selling sehingga bisa mendapatkan informasi yang jelas mengenai sistem yang ingin dibuat.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini digunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi gambaran umum penulisan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat, metodologi penulisan dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori dasar sebagai penunjang pembahasan penelitian yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang diangkat.

BAB III ANALISIS DAN RANCANGAN SISTEM

Bab ini berisi tentang desain dan perancangan mengenai sistem yang akan dibuat.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN ANALISIS SISTEM

Bab ini berisi tentang perancangan implementasi dan analisis sistem yang telah dibuat berdasarkan rancangan pada bab sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan rangkuman.



**TEKNOLOGI INFORMASI
UN4ERSITAS DARMA PERSADA**