

Jurusan / Program Studi Sistem Informasi

Skripsi Sarjana Komputer

Semester Genap Tahun 2007 / 2008

ANALISA DAN PERANCANGAN E-MARKETING

PADA PT. PANCA BUDI IDAMAN

Lucky 0700707162

Steve Novento 0700710005

Sugandhi 0700712553

Kelas / Kelompok: 07 PBM / 04

Abstrak

Strategi pemasaran merupakan faktor penting dalam upaya perusahaan untuk memasarkan produknya kepada pelanggan. PT. Panca Budi Idaman merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur dan renovasi *velg* truk. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis proses bisnis dan strategi pemasaran yang sedang berjalan pada PT. Panca Budi Idaman, serta merancang sistem pemasaran berupa aplikasi yang berbasis *web* yang digunakan untuk mendukung kegiatan pemasaran pada PT. Panca Budi Idaman. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis dan metode perancangan. Metode analisis meliputi wawancara dan survei langsung ke perusahaan, serta tiga tahap awal dari 7 (tujuh) tahap *internet marketing*. Sedangkan metode perancangan meliputi 4 (empat) tahap akhir dari 7 (tujuh) tahap *internet marketing*. Simpulan dari hasil yang dicapai dalam penelitian yaitu suatu aplikasi *e-marketing* yang dapat membantu PT. Panca Budi Idaman dalam menyebarkan informasi seputar perusahaan dan produknya, serta meningkatkan komunikasi dengan pelanggan. Penerapan aplikasi *e-marketing* pada PT. Panca Budi Idaman dimaksudkan untuk menjangkau area pemasaran yang lebih luas dan pada akhirnya diharapkan dapat membawa keuntungan bagi perusahaan.

Kata Kunci: analisa, perancangan, *e-marketing*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, karunia dan anugrah-Nya yang telah diberikan-Nya selama penulisan skripsi ini kepada kami sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Analisa dan Perancangan *E-Marketing* pada PT Panca Budi Idaman".

Adapun proyek penelitian skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan akhir kelulusan studi Sistem Informasi jenjang pendidikan Strata-1 pada Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bina Nusantara, Jakarta.

Kami menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak. Maka dari itu, melalui kesempatan ini kami sebagai penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah begitu banyak membantu dalam penyusunan dan penyelesaian proyek penelitian skripsi ini, antara lain :

1. Prof. Dr. Drs. Gerardus Polla, M.App.Sc., selaku Rektor Universitas Bina Nusantara.
2. Bapak Ir. Sablin Yusuf, M.Sc., M.CompSc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer.
3. Bapak Johan.S.Kom.,MM, selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi.
4. Bapak Siswono.S.kom.,MM, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

5. Seluruh dosen di Universitas Bina Nusantara yang telah membimbing dan membekali kami dengan berbagai ilmu pengetahuan selama mengikuti perkuliahan
6. Keluarga dan teman-teman yang telah banyak memberikan dukungan, semangat dan doa pada penulis

Dalam penulisan skripsi ini, kami telah berusaha semaksimal mungkin untuk menulis sebaik-baiknya berdasarkan kemampuan dan pengetahuan kami. Untuk itu, saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan skripsi ini sangat kami hargai.

Akhir kata, semoga proyek penelitian skripsi ini dapat memberikan sumbangan pikiran dan juga menambah wawasan bagi para pembaca.

Jakarta, Januari 2008

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| Halaman Judul Luar | i |
| Halaman Judul Dalam | ii |
| Halaman Persetujuan Hard Coverl | iii |
| Halaman Pernyataan Dewan Penguji | iv |
| Abstrak | vii |
| Kata Pengantar | viii |
| Daftar Isi | x |
| Daftar Tabel | xv |
| Daftar Gambar | xvii |
| Daftar Lampiran | xviii |
| BAB 1 PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Ruang Lingkup | 2 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat | 3 |
| 1.4 Metodologi Penelitian | 4 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 5 |
| BAB 2 LANDASAN TEORI | |
| 2.1 Teori-teori Umum | |
| 2.1.1 Pengertian Internet | 7 |
| 2.1.2 Pengertian Pemasaran | 8 |
| 2.1.3 Konsep Pemasaran | 8 |
| 2.1.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) | 9 |

| | | |
|------------------------------------|---|----|
| 2.1.5 | Delapan Aturan Emas dalam Perancangan | 11 |
| 2.1.6 | Definisi Database..... | 13 |
| 2.1.7 | Definisi ASP (<i>Active Server Pages</i>) | 14 |
| 2.2 | Teori-Teori Khusus | |
| 2.2.1 | Pengertian <i>Internet Marketing</i> | 15 |
| 2.2.2 | Manfaat Pemasaran <i>Online</i> | 15 |
| 2.2.3 | Tujuh Tahapan Perancangan <i>Internet Marketing</i> | 17 |
| 2.2.3.1 | Membentuk Peluang Pasar | 18 |
| 2.2.3.2 | Memformulasikan Strategi Pemasaran | 25 |
| 2.2.3.3 | Mendesain Pengalaman Pelanggan | 32 |
| 2.2.3.4 | Merancang <i>Interface</i> Pelanggan | 35 |
| 2.2.3.5 | Merancang Program Pemasaran | 40 |
| 2.2.3.6 | Memperluas Informasi tentang Pelanggan Melalui Teknologi | 45 |
| 2.2.3.7 | Mengevaluasi Program Pemasaran | 46 |
| BAB 3 ANALISIS SISTEM BERJALAN | | |
| 3.1 | Latar Belakang Perusahaan | 47 |
| 3.2 | Struktur Organisasi | 49 |
| 3.3 | Deskripsi Pekerjaan | 49 |
| 3.4 | Membentuk Peluang Pasar | 52 |
| 3.4.1 | Mengidentifikasi peluang dalam <i>value system</i> yang baru atau yang ada | 52 |
| 3.4.2 | Kebutuhan Pelanggan yang masih belum terpenuhi | 58 |

| | | |
|-------|---|----|
| 3.4.3 | Segmentasi Pasar | 61 |
| 3.4.4 | Sumber Daya Perusahaan | 62 |
| 3.4.5 | Kompetitif, Teknologi dan Keuangan | 63 |
| | 3.4.5.1 Kompetitif | 63 |
| | 3.4.5.2 Teknologi | 65 |
| | 3.4.5.3 Mikro Ekonomi | 67 |
| 3.4.6 | <i>Go / No Go Decision</i> | 67 |
| 3.5 | Memformulasikan Strategi Pemasaran | 71 |
| | 3.5.1 Visi Perusahaan | 71 |
| | 3.5.2 Misi Perusahaan | 71 |
| | 3.5.3 Tujuan Pemasaran | 71 |
| | 3.5.4 Strategi Pemasaran | 72 |
| | 3.5.4.1 Produk | 72 |
| | 3.5.4.2 <i>Price</i> | 72 |
| | 3.5.4.3 <i>Promotion</i> | 72 |
| | 3.5.4.4 <i>Place / Distribution</i> | 73 |
| | 3.5.5 <i>Strategi E-marketing</i> | 73 |
| | 3.5.5.1 Segmentasi | 73 |
| | 3.5.5.2 <i>Targeting</i> | 74 |
| | 3.5.5.3 <i>Positioning</i> | 75 |
| 3.6 | Mendesain pengalaman pelanggan | 76 |
| | 3.6.1 <i>Functionality</i> | 77 |
| | 3.6.2 <i>Intimacy</i> | 78 |

| | | |
|---|--|-----|
| 3.6.3 | <i>Evangelism</i> | 80 |
| BAB 4 PERANCANGAN APLIKASI <i>E-MARKETING</i> | | |
| 4.1 | Merancang <i>Interface</i> Pelanggan | 82 |
| 4.1.1 | <i>Context</i> | 83 |
| 4.1.2 | <i>Content</i> | 87 |
| 4.1.3 | <i>Community</i> | 92 |
| 4.1.4 | <i>Customization</i> | 93 |
| 4.1.5 | <i>Communication</i> | 95 |
| 4.1.6 | <i>Connection</i> | 97 |
| 4.1.7 | <i>Commerce</i> | 98 |
| 4.1.8 | Rancangan Layar <i>User</i> | 99 |
| 4.1.9 | Rancangan Layar Admin | 129 |
| 4.2 | Mendesain Program Pemasaran | 142 |
| 4.2.1 | <i>Relationship</i> | 142 |
| 4.2.2 | <i>Marketspace matriks</i> | 146 |
| 4.2.2.1 | <i>Product</i> | 146 |
| 4.2.2.2 | <i>Price</i> | 148 |
| 4.2.2.3 | <i>Communication</i> | 149 |
| 4.2.2.4 | <i>Community</i> | 150 |
| 4.2.2.5 | <i>Distribution</i> | 151 |
| 4.3 | Memperluas Informasi tentang Pelanggan melalui Teknologi | 154 |
| 4.3.1 | Rancangan Database | 154 |
| 4.3.2 | Kebutuhan Implementasi | 160 |

| | | |
|------------------------------|---|-----|
| 4.3.2.1 | Kebutuhan Perangkat Keras | 160 |
| 4.3.2.2 | Kebutuhan Perangkat Lunak | 161 |
| 4.3.2.3 | Kebutuhan Sumber daya Manusia | 161 |
| 4.4 | Mengevaluasi Program Pemasaran | 162 |
| 4.4.1 | Evaluasi situs web | 162 |
| 4.4.2 | Tinjauan terhadap situs yang dibuat | 166 |
| BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN | | |
| 5.1 | Simpulan | 169 |
| 5.2 | Saran | 170 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 171 |
| RIWAYAT HIDUP | | 173 |
| LAMPIRAN – LAMPIRAN | | L1 |
| FOTO COPY SURAT SURVEI | | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabel 3.1 Peluang Pasar | 57 |
| Tabel 3.2 Segmentasi Pasar PT. Panca Budi Idaman | 62 |
| Tabel 3.3 Spesifikasi <i>hardware</i> | 66 |
| Tabel 3.4 Kemampuan SDM dalam menggunakan internet | 69 |
| Tabel 3.5 Pengalaman Pelanggan PT. Panca Budi Idaman | 76 |
| Table 4.1 <i>Marketspace matrices</i> | 152 |
| Tabel 4.2 Tabel Customer | 154 |
| Tabel 4.3 Tabel Kota | 154 |
| Tabel 4.4 Tabel Propinsi | 155 |
| Tabel 4.5 Tabel Company_Testimonial | 155 |
| Tabel 4.6 Tabel <i>Product</i> | 155 |
| Tabel 4.7 Tabel <i>Product</i> _Testimonial | 156 |
| Tabel 4.8 Tabel Kategori | 156 |
| Tabel 4.9 Tabel Merek | 156 |
| Tabel 4.10 Tabel Kendaraan | 157 |
| Tabel 4.11 Tabel Pemesanan | 157 |
| Tabel 4.12 Tabel Item_Pemesanan | 157 |
| Tabel 4.13 Tabel FAQ | 158 |
| Tabel 4.14 Tabel <i>Question</i> | 158 |
| Tabel 4.15 Tabel Kritik | 158 |
| Tabel 4.16 Tabel <i>News</i> | 159 |
| Tabel 4.17 Tabel <i>CartTmp</i> | 159 |

| | |
|------------------------------|-----|
| Tabel 4.18 Tabel Pesan | 160 |
|------------------------------|-----|

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Konsep Pemasaran | 9 |
| Gambar 2.2 Empat P dari Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>) | 11 |
| Gambar 2.3 Tujuh Tahapan <i>Internet Marketing</i> | 17 |
| Gambar 2.4 Kerangka Kerja Peluang Pasar | 18 |
| Gambar 2.5 Keputusan Strategi Pemasaran | 25 |
| Gambar 2.6 Skenario <i>Targeting Brick-and-Mortar</i> | 29 |
| Gambar 2.7 Skenario <i>Positioning Brick-and-Mortar</i> | 30 |
| Gambar 3.1 Bagan Struktur Organisasi PT. Panca Budi Idaman | 49 |
| Gambar 3.2 Jumlah Kendaraan Bermotor, 2002 – 2006 | 53 |
| Gambar 3.3 Sebaran Bus AKAP di berbagai propinsi tahun 2006 | 53 |
| Gambar 3.4 Sebaran Bus Pariwisata di berbagai propinsi tahun 2006 | 54 |
| Gambar 3.5 Proses pemasaran produk | 58 |
| Gambar 3.6 Kompetitor dari PT. Panca Budi Idaman | 64 |
| Gambar 3.7 Penilaian <i>Go / No Go</i> | 67 |
| Gambar 3.8 <i>Market size</i> PT. Panca Budi Idaman | 70 |
| Gambar 3.9 Segmentasi PT. Panca Budi Idaman | 74 |
| Gambar 3.10 <i>Targeting</i> PT. Panca Budi Idaman | 74 |
| Gambar 4.1 Tujuh elemen perancangan <i>interface</i> | 83 |
| Gambar 4.2 Elemen <i>Context</i> pada Layar Halaman Utama | 86 |
| Gambar 4.3 Dimensi <i>Offering Mix</i> pada Layar Produk | 88 |
| Gambar 4.4 Dimensi <i>Offering Mix</i> pada Layar Spesifikasi Produk | 89 |
| Gambar 4.5 Dimensi <i>Appeal Mix</i> pada Layar Halaman Utama | 91 |

| | |
|---|-----|
| Gambar 4.6 Elemen <i>Community</i> pada Layar Testimonial Perusahaan | 93 |
| Gambar 4.7 Elemen <i>Customization</i> pada Layar Kotak Pesan | 95 |
| Gambar 4.8 Elemen <i>Communication Broadcast</i> pada Layar Berita | 96 |
| Gambar 4.9 Elemen <i>Communication Interactive</i> pada Layar Tanya Jawab | 97 |
| Gambar 4.10 Elemen <i>Commerce</i> pada Layar Pemesanan | 98 |
| Gambar 4.11 Rancangan Halaman Utama | 99 |
| Gambar 4.12 Rancangan Halaman Utama sesudah Login | 100 |
| Gambar 4.13 Rancangan Halaman Profile Perusahaan | 101 |
| Gambar 4.14 Rancangan Halaman Visi & Misi Perusahaan | 102 |
| Gambar 4.15 Rancangan Halaman Testimonial Perusahaan | 103 |
| Gambar 4.16 Rancangan Halaman Produk | 104 |
| Gambar 4.17 Rancangan Halaman Spesifikasi Produk | 105 |
| Gambar 4.18 Rancangan Halaman Testimonial Produk | 106 |
| Gambar 4.19 Rancangan Halaman Beritahu Teman | 107 |
| Gambar 4.20 Rancangan Halaman Jasa Renovasi | 108 |
| Gambar 4.21 Rancangan Halaman <i>Central</i> Renovasi | 109 |
| Gambar 4.22 Rancangan Halaman Pemesanan Produk | 110 |
| Gambar 4.23 Rancangan Halaman Berita Acara | 111 |
| Gambar 4.24 Rancangan Halaman Berita Selengkapnya | 112 |
| Gambar 4.25 Rancangan Halaman FAQ | 113 |
| Gambar 4.26 Rancangan Halaman Jawaban FAQ | 114 |
| Gambar 4.27 Rancangan Halaman Tanya Jawab | 115 |
| Gambar 4.28 Rancangan Halaman Jawaban Pertanyaan | 116 |

| | |
|---|-----|
| Gambar 4.29 Rancangan Halaman Kritik dan Saran | 117 |
| Gambar 4.30 Rancangan Halaman Hubungi Kami | 118 |
| Gambar 4.31 Rancangan Halaman Profil Pelanggan | 119 |
| Gambar 4.32 Rancangan Halaman Ubah Password | 120 |
| Gambar 4.33 Rancangan Halaman Kotak Pesan | 121 |
| Gambar 4.34 Rancangan Halaman Pesan | 122 |
| Gambar 4.35 Rancangan Halaman <i>History</i> Pesanan | 123 |
| Gambar 4.36 Rancangan Halaman <i>History</i> Pesanan Detail | 124 |
| Gambar 4.37 Rancangan Halaman Peta Situs | 125 |
| Gambar 4.38 Rancangan Halaman Pencarian Rinci | 126 |
| Gambar 4.39 Rancangan Halaman <i>Register</i> | 127 |
| Gambar 4.40 Rancangan Layar Halaman Lupa Password | 128 |
| Gambar 4.41 Rancangan Halaman Admin Login | 129 |
| Gambar 4.42 Rancangan Halaman <i>Back Office</i> | 129 |
| Gambar 4.43 Rancangan Halaman Daftar Produk | 130 |
| Gambar 4.44 Rancangan Halaman Tambah/Ubah Produk | 130 |
| Gambar 4.45 Rancangan Halaman Kategori | 131 |
| Gambar 4.46 Rancangan Halaman Merek | 131 |
| Gambar 4.47 Rancangan Halaman Daftar Pelanggan | 132 |
| Gambar 4.48 Rancangan Halaman Tambah / Ubah Pelanggan | 132 |
| Gambar 4.49 Rancangan Halaman Daftar Berita | 133 |
| Gambar 4.50 Rancangan Halaman Tambah / Ubah Berita | 133 |
| Gambar 4.51 Rancangan Halaman Daftar Pemesanan | 134 |

| | |
|---|-----|
| Gambar 4.52 Rancangan Halaman Detail Pemesanan | 134 |
| Gambar 4.53 Rancangan Halaman Kotak Pesan Admin | 135 |
| Gambar 4.54 Rancangan Halaman Kirim Pesan | 135 |
| Gambar 4.55 Rancangan Halaman Propinsi | 136 |
| Gambar 4.56 Rancangan Halaman Kota | 136 |
| Gambar 4.57 Rancangan Halaman FAQs Admin | 137 |
| Gambar 4.58 Rancangan Halaman Daftar Kritik & Saran | 137 |
| Gambar 4.59 Rancangan Halaman Daftar Tanya Jawab | 138 |
| Gambar 4.60 Rancangan Halaman Jawab Pertanyaan | 138 |
| Gambar 4.61 Rancangan Halaman Laporan Harian | 139 |
| Gambar 4.62 Rancangan Halaman Laporan Bulanan | 139 |
| Gambar 4.63 <i>Navigation Diagram website</i> | 140 |
| Gambar 4.64 <i>Navigation Diagram admin</i> | 141 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|-------------|----|
| Kuisisioner | L1 |
| Wawancara | L4 |