MEMBANGUN SARANA KEGIATAN PROMOSI DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) TEH WALINI DENGAN MENGGUNAKAN WEBSITE

Oleh:

Adi Triana

NIM 10308703

Program Studi Teknik Industri

Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer

Universitas Komputer Indonesia

Bandung, Februari 2012

Menyetujui,

Pembimbing

Iyan Andriana, MT

NIP. 4127.70.03.009

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri

I Made Aryantha A, MT

NIP. 4127.70.03.004

ABSTRAK

"MEMBANGUN SARANA KEGIATAN PROMOSI DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) TEH WALINI DENGAN MENGGUNAKAN WEBSITE*"*

oleh

Nama : Adi Triana

NIM : 10308703

PT. Perkebunan Nusantara VIII (PTPN VIII) merupakan perusahaan yang bergerak agribisnis dan agroindustri. PTPN VIII juga mengembangkan Industri Hilir Teh (IHT) untuk pemasaran domestik dalam bentuk kemasan yang bermerek Walini.

Namun pendistribusian produk yang semakin luas tidak sebanding dengan kegiatan promosi yang dilakukan yang masih terbatas pada wilayah DKI Jakarta dan Jawa Barat khususnya Bandung. Pihak PTPN VIII sendiri belum melirik website sebagai salah satu media promosi yang digunakan untuk meningkatkan *awareness* dan menanamkan *image* Walini yang lebih kuat yang mencakup wilayah yang lebih luas serta untuk berinteraksi dengan pelanggan.

Dalam pembuatan Tugas Akhir ini penulis merancang media promosi melalui internet dengan pembuatan website sebagai sarana informasi dan interaksi terhadap konsumen dengan menggunakan tahapan *Website Production Mangement Techniques.* Dengan tujuan sebagai sarana promosi dan interaksi bagi konsumen, serta sebagai kepanjangan dari kegiatan promosi yang sedang dan akan berjalan supaya perusahaan dapat berhubungan terus dengan pelanggan. Perancangan website dilakukan dengan melakukan analisis industri, memahami kebutuhan audiens dan membuat konsep *Customer Relationship Management* (CRM) sebagai dasar dari pembuatan struktur website.

Kata kunci : *Website Production Management Techniques, Customer Relationship Management (CRM)*

Tugas Akhir ini dibuat sebagai bentuk pengabdian untuk Ayahanda dan Ibunda tercinta yang selama ini telah mendidik dan membesarkan anaknya hingga menjadi seperti sekarang. Serta untuk kakak dan adik tercinta yang selalu memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulis mampu melewati tahapan demi tahapan kehidupan ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya serta lindunganNya yang telah melimpahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Laporan Tugas Akhir yang diberi judul **"MEMBANGUN SARANA KEGIATAN PROMOSI DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) TEH WALINI DENGAN MENGGUNAKAN WEBSITE"** ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Komputer Indonesia.

Dalam kesempatan ini penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan yang telah dilakukan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, baik dalam hal penyajian isi materi maupun dalam sistematika penyusunannya. Oleh karena itu penulis sangat menghargai kritik dan saran yang bersifat membangun mengenai kekurangan yang ada untuk memperbaiki dan menyempurnakan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan, serta nasihat yang paling berharga dari berbagai pihak, penulis tidak dapat menyelesaikan laporan ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini pula penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang memberikan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
2. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan, material, serta do'a, semoga selalu diberikan kesehatan dan kebahagiaan.
3. Kakek dan nenek yang selalu memberikan dukungan, material, serta do'a, semoga selalu diberikan kesehatan dan kebahagiaan .
4. Bapak I Made Aryantha A., MT selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Komputer Indonesia.
5. Bapak Iyan Andriana, MT sebagai dosen pembimbing
6. Ibu Julian Robecca, MT selaku koordinator Tugas Akhir.

7. Bapak Alam Santosa, MT, Ibu Heny, MT, Bapak Gabriel Sianturi, MT, Bapak Agur Riyanto, MT selaku dosen tetap Teknik Industri
8. Sahabatku satu kelas di teknik industri unikom yang selalu membarikanku semangat.
9. Dan buat semua pihak yang tidak bisa disebut satu-persatu yang telah membantu penulis dalam menyusun laporan Tugas Akhir ini, penulis ucapkan terima kasih banyak.

Penulis menyadari Tugas Akhir ini masih belum sempurna, untuk itu segala saran dan kritik yang sifatnya membangun selalu penulis harapkan untuk kemajuan kita bersama.

Akhir kata, penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Bandung, Februari 2012

Penulis

(Adi Triana)

NIM : 10308703

DAFTAR ISI

LEMBARPENGESAHAN……. i
ABSTRAK……... ii
LEMBAR PERUNTUKAN…..……..... iii
KATA PENGANTAR……..…… iv
DAFTAR ISI…….…….... vi
DAFTAR TABEL…….…….... ix
DAFTARGAMBAR…… x

Bab 1 Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah ……..... 1
1.2. Identifikasi Masalah …… 3
1.3. Tujuan Penelitian ……..... 3
1.4. Pembatasan Masalah ……..... 3
1.5. Sistematika Penulisan…. ……... 3

Bab 2 Landasan Teori

2.1. Keunggulan dan Kelemahan Pemasaran *Online*……... 6
2.2. Melakukan Pemasaran *Online*…… 7
2.3. Kehadiran Secara Elektronis..……... 8
2.4. Memasang Iklan *Online*…….…… 10
2.5. Forum, *Newsgorups*, *Bulletin Boards* dan Komunitas Web ……..…….. 11
2.6. Keunggulan Internet …… 12
2.7. *Customer Relationship Management* (CRM)…..…… 13
2.7.1. Konsep dan Pengertian *Customer Relationship Management* (CRM)……. 13
2.7.2. Tujuan *Customer Relationship Management* (*CRM*)…… 15
2.7.3. Manfaat *Customer Relationship Management*..... 16
2.7.4. Proses *Customer Relationship Management*..... 18
2.7.5. Fase *Customer Relationship Management* (CRM) ……..... 19
2.8. Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Untuk Mempererat dan Mempertahankan Konsumen…… 20
2.8.1. Siklus Hidup Konsumen.……... 20
2.8.2. Strategi Memelihara Konsumen 22
2.9. *Website Production Management Techniques*…….….... 25
2.9.1. Menemukan (*Discover*)…… 26
2.9.1.1. Analisis Industri.……..... 26
2.9.1.2. Memahami Audiens……..…… 29
2.9.2. Menetapkan (*Define*)…..…… 31
2.9.2.1. Sasaran dan Tujuan.……...…… 31

2.9.2.2. Rencana Proyek..... 33
2.9.2.3. Menetapkan Persyaratan..... 37
2.9.3. Struktur (*Structure*)..... 38
2.9.3.1. Konten (*Content)*..... 38
2.9.3.2. Tampilan web (*Web View*)..... 40
2.9.3.3. Tampilan Layar (*Screen View*)..... 42
2.9.3.4. Tampilan Pengguna (*User View*)..... 43
2.9.4. Desain dan Prototipe..... 45
2.9.5. Membangun dan Menguji..... 45
2.9.5.1. Membangun (*Building*)..... 45
2.9.5.2. Pengujian (*Testing*)..... 47

Bab 3 Kerangka Pemecahan Masalah

3.1. Kerangka Pemecahan Masalah..... 49
3.2. *Flowchart Website Production Management Technique* 50
3.3. Langkah-langkah Pemecahan Masalah 51
3.3.1. Flowchart Penelitian..... 51
3.3.2. *Flowchart Website Production Management Technique*..... 52

Bab 4 Identifikasi dan Perumusan Masalah

4.1. *Explore*..... 55
4.1.1. Analisis Industri..... 55
4.1.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan..... 55
4.1.1.2. Tujuan Perusahaan..... 55
4.1.1.3. Visi dan Misi Perusahaan..... 56
4.1.1.4. Saluran Distribusi..... 56
4.1.1.5. Struktur Organisasi Perusahaan Industri Hilir The (IHT) Walini..... 57
4.1.1.6. Strategi dan Aktivitas Promosi..... 57
4.1.1.7. Website Sekarang..... 64
4.1.1.8. Persaingan di Internet..... 66
4.1.1.9. Produk..... 68
4.1.2. Memahami Audiens..... 69
4.1.2.1. Mengidentifikasi Kebutuhan Konsumen Terhadap Sebuah Web..... 69
4.1.2.2 Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) produk teh Walini..... 73
4.1.2.2.1. Konsep Dasar CRM produk teh Walini 73
4.1.2.2.2. Fase CRM untuk Website teh Walini 73
4.1.2.2.3. Manajemen Saluran CRM Produk Teh Walini 75
4.1.2.2.4. Mengoptimalkan Perolehan Pelanggan Loyal..... 75
4.2. *Define*..... 76
4.2.1. Sasaran dan Tujuan..... 76
4.2.2. Membuat Rencana Proyek..... 77
4.2.3. Menetapkan Persyaratan..... 79
4.3. Rancangan Struktur Web..... 80

4.3.1. Konten…… 80
4.3.2. Tampilan Situs (*Site View*)…… 80
4.3.3. Tampilan Layar (*Screen View*)…… 81
4.4. Desain dan Prototipe…… 82
4.5. Pembuatan dan Pengujian…… 85
4.5.1. Pembuatan …… 85
4.5.1.1. Pembuatan Website…… 85
4.5.1.2. Pembuatan Media Interaksi…… 87
4.5.2. Pengujian…… 89

Bab 5 Analisis

5.1. Analisis Dari Seluruh Kegiatan Promosi…… 93
5.2. Website Sekarang…… 94
5.3. Persaingan di Internet…… 94
5.4. Memahami Audiens..…… 94

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

6.1. Kesimpulan…… 96
6.2. Saran…… 96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Analisis Fitur Informal……..……...……..	27
Tabel 2.2.	Membangun Tim Proyek…….……..…….	34
Tabel 4.1.	Rencana proyek pembuatan website teh Walini…….……	77
Tabel 5.1.	Kebutuhan audiens dan penerapannya dalam website Walini……	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Proses CRM …….	18
Gambar 2.2.	Fase-fase yang saling ber hubungan dan terintergrasi …….	20
Gambar 2.3.	Siklus Hidup Konsumen……...……	21
Gambar 3.1.	*Flowchart* penelitian tugas akhir ……	49
Gambar 3.2.	*Flowchart Website Production Management Technique* ……	50
Gambar 4.1.	Rantai saluran distribusi teh Walini ……...…….	56
Gambar 4.2.	Struktur Organisasi IHT Walini …….	57
Gambar 4.3.	Website PTPN VIII tampak depan …….....	64
Gambar 4.4.	Tampilah halaman IHT produk teh Walini…….....	65
Gambar 4.5.	Tampilan halaman IHT produk *Ready To Drink* …..…….	65
Gambar 4.6.	Grafik perbandingan teh Walini dan produk pesaing untuk periode tahun 2011…….	67
Gambar 4.7.	Peta kekuatan teh Walini jika dilihat dari sisi regional berdasarkan volume pencarian di internet untuk periode 2004-sekarang…….	68
Gambar 4.8.	Sebagian tampilan e-Quisioner yang sudah dibuat …….	69
Gambar 4.9.	Grafik untuk pertanyaan pertama …….….	70
Gambar 4.10.	Grafik untuk pertanyaan kedua… …….	70
Gambar 4.11.	Grafik untuk pertanyaan ketiga... ……..….	71
Gambar 4.12.	Grafik untuk pertanyaan keempat …….	71
Gambar 4.13.	Grafik untuk pertanyaan kelima.. ……..….	72
Gambar 4.14.	Grafik untuk pertanyaan keenam. ……..….	72
Gambar 4.15.	Fase-fase CRM …….……	74
Gambar 4.16.	Manajemen saluran CRM produk teh Walini ……..…….	75
Gambar 4.17.	Tampilan Layar (*Screen View*)….…….	81
Gambar 4.18.	*Header* website Walini …….	82

Gambar 4.19.	Tampilan *Left Menu* …….	83
Gambar 4.20.	Tampilan *Right Menu*……..….	84
Gambar 4.21.	Tampilan *footer* website Walini …..…….	85
Gambar 4.22.	Proses menjalankan *local server* untuk pembuatan website teh Walini……	86
Gambar 4.23.	Tampilan website teh Walini yang sudah jadi …..…….	87
Gambar 4.24.	Tampilan Forum Walini……	87
Gambar 4.25.	Tampilan Jejaring Sosial……..	88
Gambar 4.26.	Informasi Kontak……..	88
Gambar 4.27.	Proses *export database* di *phpmyadmin*……	89
Gambar 4.28.	Software FileZilla FTP *Client* ...…...…….	90
Gambar 4.29.	Proses *Upload* dengan FileZilla……..	91
Gambar 4.30.	Tampilan layar Login ke cPanel..…...…….…….	91
Gambar 4.31.	Tampilan cPanel..…...……	92
Gambar 4.32.	Tampilan website teh Walini yang sudah di *hosting* ……...	92