Bab I
Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Internet (*Interconnection-networking*) ialah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan standar *Internet Protocol Suite* (TCP/IP) untuk melayani miliaran pengguna di seluruh dunia. Jumlah pengguna internet yang saat ini sangat besar dan semakin berkembang, telah mewujudkan budaya internet. Internet juga mempunyai pengaruh yang besar atas berbagai macam akses informasi berpandukan mesin pencari seperti Google, Bing, Yahoo dan banyak lainnya.

Pengguna internet di Indonesia yang berkembang sangat pesat tiap tahunnya memberikan potensi pasar yang luas bagi kegiatan pemasaran produk yang dilakukan dimulai dari usaha kecil sampai perusahaan besar. Internet merupakan salah satu penunjang dalam pengembangan pasar, meningkatkan efisiensi, dapat menekan biaya, serta memberikan akses yang lebih luas bagi partner dan pelanggan perusahaan.

Salah satu kegiatan pemasaran yang banyak dilakukan perusahaan adalah melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan website. Website merupakan salah satu alat promosi yang paling murah, efektif dan efisien. Dilihat dari sudut pandang apapun media promosi dengan menggunakan website memiliki keunggulan tertentu baik dari sudut pandang pendistribusian informasi, kecepatan penyampaian informasi atau harga yang harus dikeluarkan.

PT. Perkebunan Nusantara VIII (persero), disingkat PTPN VIII merupakan perusahaan yang bergerak di bidang agribisnis dan agroindustri, serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya Perseroan untuk menghasilkan barang dan atau jasa yang bemutu tinggi dan berdaya saing kuat. Kegiatan usaha perusahaan meliputi pembudidayaan tanaman, pengolahan atau produksi dan penjualan komoditi perkebunan teh, karet, kelapa sawit, kina dan kakao.

Sebagai salah satu perusahaan BUMN dengan bisnis perkebunan teh terbesar mencapai 26.000 hektar di Nusantara, PTPN VIII juga mengembangkan Industri Hilir Teh (IHT) dalam kemasan yang diberi merk Walini. Saat ini pendistribusian teh Walini bekerja sama dengan perusahaan Atri Distributindo dan Puskopar PTPN VIII dan beberapa sub-distributor lainnya serta dengan beberapa retailer diantaranya outlet, swalayan, indomart dan alfamart seluruh Indonesia.

Namun pendistribusian yang semakin luas tidak sebanding dengan kegiatan promosi yang dilakukan. Saat ini kegiatan promosi masih terpusat di daerah DKI Jakarta dan Jawa Barat. Salah satu media promosi yang paling banyak digunakan produk Walini adalah iklan koran lokal, brosur, billboard, radio dan lain-lain. 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.

Kemudian setelah melakukan survei prapenelitian dengan menggunakan *e-Quisioner*, diketahui kebanyakan audiens merespon setuju bahwa website merupakan salah satu media promosi yang baik. Proporsi respon audiens tersebut dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 1.1. Diagram hasil survei prapenelitian

Berdasarkan dari latar belakang diatas, peneliti akan membangun sebuah website untuk kegiatan promosi produk teh Walini serta untuk media interaksi dengan konsumen. Selain untuk objek penyusunan Tugas Akhir, pembangunan Website Walini ini juga dilakukan karna permintaan oleh pihak perusahaan. Oleh karena itu peneliti akan melakukan penelitian Tugas Akhir berjudul **"MEMBANGUN SARANA KEGIATAN PROMOSI DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) TEH WALINI DENGAN MENGGUNAKAN WEBSITE"**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasikan suatu permasalahan yang timbul yaitu:

- Bagaimana membuat website teh Walini sebagai sarana kegiatan promosi?
- Bagaimana membuat website untuk interaksi dengan konsumen?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pembuatan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

- Membuat website produk teh Walini sebagai sarana promosi dan interaksi dengan konsumen.
- Menyediakan informasi mengenai produk Walini kepada konsumen pengguna internet.

1.4. Pembatasan Masalah

Agar pembahasan masalah tidak terlalu luas serta tidak menyimpang dari yang diharapkan, maka penelitian ini akan dibatasi pada:

1. Penelitian dilakukan di PTPN VIII produk Industri Hilir Teh (IHT) Walini.
2. Pembangunan Website sesuai dengan tahapan *Website Production Management Techniques*.
3. Analisis audiens dilakukan dengan menggunakan *e-Quisioner*

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Menjabarkan teori-teori yang berkaitan serta mendukung permasalahan yang dibahas.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Terdiri dari obyek penelitian, teknik pengumpulan data, metode pengolahan data dan kerangka pemecahan masalah.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan pengumpulan data-data yang diambil dan memuat tentang bagaimana melakukan pengolahan terhadap data-data yang telah diambil dengan melakukan pendekatan yang sesuai dengan metode yang dipergunakan.

BAB V ANALISIS

Berisi analisis dari hasil perhitungan yang diperoleh dari proses pengolahan data.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan tentang Kesimpulan yang merupakan jawaban atas permasalahan yang telah dirumuskan dan saran bagi perusahaan.