

ANALISIS DAN PERANCANGAN *E-MARKETING* BERBASIS WEBSITE PADA CV.EROSA PRIMA

SKRIPSI

Oleh

Nama : Alvin Wahyudi

NIM : 1100001824



**PROGRAM GANDA
SISTEM INFORMASI DAN MANAJEMEN
BINUS UNNIVERSITY
JAKARTA
2012**

**ANALISIS DAN PERANCANGAN *E-MARKETING* BERBASIS
WEBSITE PADA CV.EROSA PRIMA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk gelar kesarjanaan pada
Program Ganda
Jenjang Pendidikan Strata 1

Oleh

Nama : Alvin Wahyudi

NIM : 1100001824



**PROGRAM GANDA
SISTEM INFORMASI DAN MANAJEMEN
BINUS UNIVERSITY
JAKARTA
2012**

Halaman Pemberian Hak Cipta Non Eksklusif dari Mahasiswa ke Universitas Bina Nusantara

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Alvin Wahyudi

NIM : 1100001824

Judul Skripsi : ANALISIS DAN PERANCANGAN *E-MARKETING* BERBASIS *WEBSITE*
PADA CV. EROSA PRIMA

Memberikan kepada Binus University *hak non – eksklusif* untuk menyimpan, memperbanyak, dan menyebarkan skripsi karya saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja, dalam bentuk format tercetak dan atau elektronik.

Menyatakan bahwa saya, akan mempertahankan **hak eksklusif** saya, untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi skripsi saya, guna pengembangan karya di masa depan, misalnya bentuk artikel, buku, perangkat lunak, ataupun sistem informasi.

Jakarta, 10 Maret 2012

Alvin Wahyudi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini digunakan sebagai salah satu syarat bagi mahasiswa untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 Sistem Informasi dan Manajemen di Universitas Bina Nusantara.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik berupa kritik, saran, dukungan, nasehat, maupun bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pihak – pihak tersebut antara lain :

1. Bapak Dr. Ir. Harjanto Prabowo, MM., selaku Rektor Binus University.
2. Bapak Ir. Sablin Yusuf, M.Sc., M.Comp.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Binus University.
3. Bapak Engkos Achmad Kuncoro, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Binus University.
4. Bapak Henkie Ongowarsito, S.Kom., M.Sc, selaku Ketua Program Ganda Sistem Informasi dan Manajemen Binus University.
5. Bapak Johan, S.Kom., MM., selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Binus University dan juga selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Idris Gautama So, SE., S.Kom., MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Binus University dan juga selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak Sacha Darwin, selaku pemilik CV.Erosa Prima yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di dalam perusahaannya. Terima kasih atas kesediaannya memberikan waktu dan informasi yang telah diberikan.
8. Ibu Nifria Tilova, selaku Supervisor CV.Erosa Prima yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di dalam perusahaannya. Terima kasih atas waktu, informasi, keterbukaan, keramahan yang telah diberikan kepada penulis.
9. Seluruh Dosen Binus University yang telah memberikan bekal dan tuntunan kepada penulis dengan berbagai pengetahuan selama ini.

Terima kasih juga diucapkan kepada keluarga penulis (Ayah, Ibu dan Adik tercinta) yang telah memberikan dukungan moril dan materiil kepada penulis sehingga dapat membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Tidak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada teman – teman jurusan ganda SI-Mn angkatan 2007 yang secara langsung maupun tidak langsung membantu, terutama kepada sahabat penulis, Andrew Wijaya, Silvia Yulita

Kristiana, Hendra DPS, Tony Kamajaya, Jimmy Purnama, Erwin Andrew yang telah memberikan dukungan serta nasehat kepada penulis. Serta kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis sadar bahwa masih ada kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan dapat lebih mengembangkan wawasan serta pengetahuan yang lebih baik. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan bagi penulisan di waktu yang akan datang.

Jakarta, 18 Juli 2012

Penulis

Alvin Wahyudi
1100001824

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul Luar	i
Halaman Judul Dalam	ii
Tanda Persetujuan Skripsi	iii
Abstrak	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiv
BAB 1 : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	3
1.3. Tujuan dan Manfaat	4
1.4. Metodologi Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1. Definisi <i>Internet</i> dan <i>Web</i>	8
2.1.1. Definisi <i>Internet</i>	8
2.1.2. Pengertian <i>World Wide Web</i>	8
2.2. Pengertian Sistem Informasi	10
2.2.1. Pengertian Sistem	10
2.2.2. Pengertian Informasi	11
2.2.3. Pengertian Sistem Informasi	12

2.3. Pengertian E – Business	14
2.4. Pengertian E-Marketing	14
2.4.1. Keuntungan E-Marketing	16
2.4.2. Manfaat E-Marketing	17
2.5. Teori Manajemen	18
2.5.1. Pengertian Manajemen	18
2.5.2. Pengertian Manajemen Strategis	18
2.5.3. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	19
2.5.4. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	21
2.5.5. Cakupan Bersaing	22
2.5.6. Lima Kekuatan Porter	22
2.5.7. Kerangka Manajemen Strategis	26
2.6. Tujuh Tahap Internet Marketing	43
2.6.1 Tahap Analisis	43
2.6.1.1. <i>Framing the market opportunity</i>	43
2.6.1.2. <i>Formulating the marketing strategy</i>	48
2.6.1.3. <i>Designing the customer experience</i>	52
2.6.2. Tahap Perancangan	55
2.6.2.1. <i>Creating the customer interface</i>	55
2.6.2.2. <i>Designing the marketing program</i>	56
2.6.2.3. <i>Leveraging customer information through technology</i>	61
2.6.2.4. <i>Evaluating the marketing program</i>	62
2.7. <i>Search Engine Optimixer</i>	63

BAB 3 ANALISIS SISTEM YANG BERJALAN

3.1. Sejarah Singkat CV.Erosa Prima	64
3.2. Struktur Organisasi CV.Erosa Prima	65
3.3. Tugas dan Wewenang	65
3.4. Analisis Proses Berjalan	67
3.5. Analisis Lima Kekuatan Porter	68
3.6. Kerangka Kerja Perumusan Strategi	71
3.6.1. Tahap Masukan	71
3.6.1.1. External Factor Evaluation	71
3.6.1.2. Internal Factor Evaluation	77
3.6.1.3. Competitive Profile Matrix	80
3.6.2. Tahap Pencocokan	82
3.6.2.1. Matrix IE	82
3.6.2.2. Matrix SWOT	83
3.6.2.3. Matrix Grand Strategy	85
3.6.3. Tahap Keputusan	88
3.7. Tahap Analisis Internet Marketing	93
3.7.1. Tahap 1 : <i>Framing the market opportunity</i>	93
3.7.2. Tahap 2 : <i>Formulating the marketing strategy</i>	107
3.7.3. Tahap 3 : <i>Designing the customer experience</i>	109
BAB 4 : PERANCANGAN <i>E-MARKETING</i>	
4.1. Tahap 4 : <i>Creating the Customer Interface</i>	112
4.2. Tahap 5 : <i>Designing the Marketing Program</i>	135
4.3. Tahap 6 : <i>Leveraging Customer Information Through Technology</i>	151

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan 160

5.2 Saran 161

DAFTAR PUSTAKA 162

RIWAYAT HIDUP 164

LAMPIRAN

SURAT SURVEI

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1 - Wawancara	L - 1
LAMPIRAN 2 – Pemberian Peringkat dan Bobot	L - 6
LAMPIRAN 3 – Tampilan Halaman User	L - 16
LAMPIRAN 4 – Tampilan Halaman Admin	L - 28

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Tabel Matriks EFE	27
Tabel 2.2. Tabel Matriks IFE	28
Tabel 2.3. Tabel Matriks CPM	30
Tabel 2.4. Tabel Matriks SWOT	35
Tabel 2.5. Tabel Matriks QSPM	37
Tabel 2.6. Tabel Marketspace Matriks	58
Tabel 3.1. Tabel EFE	72
Tabel 3.2. Tabel IFE	76

Tabel 3.3. Matriks CPM	77
Tabel 3.4. Matriks SWOT	80
Tabel 3.5. Pemilihan Strategi Alternatif	84
Tabel 3.6. Matriks QSPM	87
Tabel 3.7. Tabel peluang sistem berjalan dan sistem baru	93
Tabel 3.8. Tabel segmentasi CV.Erosa Prima	96
Tabel 3.9. Customer Experience CV.Erosa Prima	108
Tabel 4.1. Tabel Market Space Matrix	146

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Lima Kekuatan Porter	23
Gambar 2.2. Kerangka Kerja Perumusan Strategi	26
Gambar 2.3. Matriks IE	32
Gambar 2.4. Matriks Grand Strategy	33
Gambar 2.5. Matriks SPACE	37
Gambar 2.6. Matriks BCG	38
Gambar 2.7. Tujuh Tahap Internet Marketing	43
Gambar 2.8. Opportunity Assesment	47
Gambar 2.9. Bricks and Mortar Segmentation Scenarios	48
Gambar 2.10. Bricks and Mortar Targeting Scenarios	50
Gambar 2.11. Bricks and Mortar Positioning Scenarios	51
Gambar 2.12. Tahap Customer Relationship	56
Gambar 3.1. Struktur Organisasi CV.Erosa Prima	62
Gambar 3.2. Pertumbuhan Pengguna Internet Indonesia	69
Gambar 3.3. Posisi Matriks IE	79
Gambar 3.4. Posisi CV.Erosa Prima pada Matriks Grand Strategy	83
Gambar 3.5. Customer Decision Process	95
Gambar 3.6. Peta Kompetisi CV.Erosa Prima	99
Gambar 3.7. Tingkat Penjualan CV.Erosa Prima	100

Gambar 3.8. CV.Erosa Prima Opportunity Assesment	103
Gambar 3.9. Bricks-and-Mortar Segmentation Scenarios	104
Gambar 3.10. Bricks-and-Mortar Targeting Scenarios	105
Gambar 3.11. Bricks-and-Mortar Positioning Scenarios	106
Gambar 4.1. Rancangan Halaman User : Beranda	117
Gambar 4.2. Rancangan Halaman User : Tentang Kami	117
Gambar 4.3. Rancangan Halaman User : Registrasi	118
Gambar 4.4. Rancangan Halaman User : Login	118
Gambar 4.5. Rancangan Halaman User : Profilku	119
Gambar 4.6. Rancangan Halaman User : Daftar Resep	119
Gambar 4.7. Rancangan Halaman User : Produk Mentah	120
Gambar 4.8. Rancangan Halaman User : Daftar Produk Paket	120
Gambar 4.9. Rancangan Halaman User : Artikel	121
Gambar 4.10. Rancangan Halaman User : Tips	121
Gambar 4.11. Rancangan Halaman User : Halaman FAQ	122
Gambar 4.12. Rancangan Halaman User : Testimonial	122
Gambar 4.13. Rancangan Halaman User : Tambah Testimonial	123
Gambar 4.14. Rancangan Halaman User : Keranjang Belanja	123
Gambar 4.15. Rancangan Halaman Admin : Beranda	124
Gambar 4.16. Rancangan Halaman Admin : Daftar Member	124
Gambar 4.17. Rancangan Halaman Admin : Detail Member	125
Gambar 4.18. Rancangan Halaman Admin : Daftar Artikel	125
Gambar 4.19. Rancangan Halaman Admin : Tambah Artikel	126
Gambar 4.20. Rancangan Halaman Admin : Daftar Tips	126
Gambar 4.21. Rancangan Halaman Admin : Tambah Tips	127
Gambar 4.22. Rancangan Halaman Admin : Daftar Resep	127
Gambar 4.23. Rancangan Halaman Admin : Tambah Resep	128
Gambar 4.24. Rancangan Halaman Admin : Daftar Produk Paket	128
Gambar 4.25. Rancangan Halaman Admin : Tambah Produk Paket	129
Gambar 4.26. Rancangan Halaman Admin : Daftar Pesanan	129
Gambar 4.27. Rancangan Halaman Admin : Detail Pesanan	130
Gambar 4.28. Rancangan Halaman Admin : Daftar Produk Mentah	131
Gambar 4.29. Rancangan Halaman Admin : Tambah Produk Mentah	131

Gambar 4.30. Rancangan Halaman Admin : Testimonial 132

Gambar 4.31. Rancangan Halaman Admin : Tambah FAQ 132