

# ANALISIS DAN PENGEMBANGAN E-MARKETING PADA BINUS INTERNATIONAL UNIVERSITY

Budi - 0800760881

Ricki Soeprpto - 0800764646

## ABSTRAK

Pemasaran berbasis *internet* sudah banyak dilakukan oleh Universitas – universitas sekarang ini. BINUS INTERNATIONAL UNIVERSITY adalah salah satu Universitas yang sudah menerapkan pemasaran berbasis *internet* untuk memasarkan produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana strategi pemasaran berbasis *internet* yang sudah diterapkan oleh BINUS INTERNATIONAL UNIVERSITY dan melakukan pengembangan terhadap strategi *e-marketing* BINUS INTERNATIONAL UNIVERSITY. Metode analisis yang digunakan adalah QFD (*Quality Function Deployment*), yang bertujuan untuk perencanaan dan pengembangan produk yang terstruktur yang memungkinkan untuk melakukan spesifikasi secara jelas apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode analisis QFD maka diketahui adanya kekurangan dalam strategi *e-marketing* BINUS INTERNATIONAL UNIVERSITY. Maka dapat disimpulkan BINUS INTERNATIONAL UNIVERSITY perlu melakukan pengembangan terhadap strategi *e-marketing* nya, terutama pada desain tampilan *website* dan penambahan fasilitas FAQ.

Kata kunci : *Internet, E-Marketing, Website, Quality Function Deployment*

## KATA PENGANTAR

Sebelumnya penulis ingin mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas Berkat dan RahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini, disusun berdasarkan survey lapangan, wawancara, dan penyebaran kuisisioner ditambah penjelasan dari dosen pembimbing serta buku – buku yang berkaitan dengan topik skripsi ini.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pembuatan skripsi ini, terutama kepada :

- Bapak Prof. Geraldus Polla, M.App.Sci, selaku rektor BINUS UNIVERSITY.
- Bapak E.A. Kuncoro, SE., MM selaku Pejabat Dekan Fakultas Ekonomi.
- Bapak Idris Gautama, S.kom.,SE.,MM.,MBA selaku Ketua Jurusan BNUS UNIVERSITY dan Dosen Pembimbing yang selalu menyertai dan membimbing penulis selama penulisan skripsi ini.
- Bapak Fransiskus Asisi A. S.,MM, selaku Manajer Marketing BINUS INTERNATIONAL UNIVERSITY yang telah mengijinkan penulis untuk melakukan penelitian di BINUS INTERNATIONAL UNIVERSITY.
- Segenap Staff BINUS INTERNATIONAL UNIVERSITY, yang telah rela meluangkan waktu untuk membantu penulisan skripsi ini.
- Para Dosen BINUS UNIVERSITY yang selama ini telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga sebagai dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Seluruh keluarga terutama orang tua dan saudara – saudara penulis yang telah memberikan dorongan semangat dan dukungan.

- Semua pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca, agar dapat lebih lagi dalam penyusunan karya ilmiah dimasa mendatang.

Jakarta, 14 Januari 2008

Penyusun,

Budi & Ricki Soeprapto

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
Bab 1. Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
Bab 2. Landasan Teori dan Kerangka Pemikiran	
2.1 Teori – teori umum.....	4
2.1.1 Pemasaran	
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	4
2.1.1.2 Konsep Pemasaran.....	4

2.1.1.3 Bauran Pemasaran.....	5
2.1.2 Internet.....	6
2.1.3 Kriteria-kriteria dalam mendesain suatu web.....	7
2.2 Teori – teori khusus	
2.2.1 Pengertian E-business.....	8
2.2.2 Pengertian E-commerce.....	8
2.2.3 Pengertian E-Marketing.....	9
2.2.4 Bauran Pemasaran Melalui Internet.....	10
2.2.5 Jenis – jenis E-Marketing.....	11
2.2.6 Lima Kekuatan Persaingan Porter.....	13
2.2.7 Analisis QFD.....	15
2.2.8 Langkah – langkah untuk membangun QFD.....	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
<b>Bab 3. Gambaran Umum Perusahaan</b>	
3.1 Perkembangan Perusahaan	
3.1.1 Kilas Sejarah.....	22
3.1.2 Visi, Misi dan Budaya Mutu.....	27
3.1.3 BINUSIAN Yang Berkualitas.....	28
3.1.4 Nilai Tambah BINUS UNIVERSITY.....	28
3.1.5 Unit Antar Muka Masyarakat.....	30

3.2 Struktur Organisasi BINUS UNIVERSITY.....	33
3.3 Struktur Organisasi Marketing JWC.....	34
3.4 Uraian Pekerjaan.....	35
3.5 Fakultas dan Jurusan.....	44
3.6 Kondisi dan Bisnis BINUS INTERNATIONAL UNIVERSITY.....	46
3.7 Analisis Masalah.....	48
Bab 4 . Analisis dan Pembahasan	
4.1 Analisis QFD.....	49
4.2 Perhitungan dalam Analisis QFD.....	76
4.3 Hasil dan Pembahasan.....	77
Bab 5 . Simpulan dan Saran	
5.1 Simpulan.....	85
5.2 Saran.....	85
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	86
Daftar Pustaka	
Riwayat Hidup	
Lampiran	

## DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 4.1	Derajat Kepentingan	51
Tabel 4.2	Perbandingan	55
Tabel 4.3	Parameter Teknis <i>Website</i> BINUS INTERNATIONAL UNIVERSITY	63
Tabel 4.4	Parameter Teknis <i>Website</i> Pesaing	63
Tabel 4.5	Kekuatan Hubungan Antara Atribut Produk dengan Parameter Teknis	66
Tabel 4.6	Kekuatan Hubungan Parameter Teknis	70

## DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Empat Pilar Konsep Pemasaran	5
Gambar 2.2	Analisis Porter	13
Gambar 2.3	Analisis <i>Quality Function Deployment</i>	17
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran	21
Gambar 3.1	Struktur Organisasi BINUS UNIVERSITY	33
Gambar 3.2	Struktur Organisasi Marketing JWC	34
Gambar 3.3	Study Programs	45
Gambar 3.4	Analisis Porter terhadap BINUS INTERNATIONAL UNIVERSITY	46
Gambar 4.1	Tahap Pertama Analisis QFD	49
Gambar 4.2	Hasil Analisis QFD Tahap Pertama	53
Gambar 4.3	Tahap Kedua Analisis QFD	54
Gambar 4.4	Hasil Analisis QFD Tahap Kedua	58
Gambar 4.5	Tahap Ketiga Analisis QFD	59
Gambar 4.6	Hasil Analisis QFD Tahap Ketiga	60
Gambar 4.7	Tahap Keempat Analisis QFD	61
Gambar 4.8	Hasil Analisis QFD Tahap Keempat	64
Gambar 4.9	Tahap Kelima Analisis QFD	65
Gambar 4.10	Hasil Analisis QFD Tahap Kelima	68
Gambar 4.11	Tahap Keenam Analisis QFD	69
Gambar 4.12	Hasil Analisis QFD Tahap Keenam	71
Gambar 4.13	Tahap Ketujuh Analisis QFD	72
Gambar 4.14	Hasil Analisis QFD Tahap Ketujuh	73
Gambar 4.15	Tahap Akhir Analisis QFD	74
Gambar 4.16	Hasil Analisis QFD Tahap Akhir	75
Gambar 4.17	Tampilan Halaman BI Home	78
Gambar 4.18	Tampilan Halaman About BINUS INTERNATIONAL	79
Gambar 4.19	Tampilan Halaman BINUS INTERNATIONAL Objectives	80
Gambar 4.20	Tampilan Halaman BINUS INTERNATIONAL Facilities	82
Gambar 4.21	Tampilan Halaman BINUS INTERNATIONAL Lecturers	83





## DAFTAR LAMPIRAN

		<b>Halaman</b>
Lampiran 1	Wawancara 1	L1
Lampiran 2	Wawancara 2	L3
Lampiran 3	Kuisioner	L5