

**DESAIN *WEBSITE* PORBIKAWA UNTUK
MEMPEROLEH LOYALITAS KONSUMEN DAN
MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING**

TESIS



Oleh:

**DANIEL EKOWIBOWO, S.T.
NIM : 8112407030**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIKA WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2010**

**DESAIN *WEBSITE* PORBIKAWA UNTUK MEMPEROLEH
LOYALITAS KONSUMEN DAN MENCAPAI KEUNGGULAN
BERSAING**

TESIS

**Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala
untuk memenuhi persyaratan
gelar Magister Manajemen**



**Oleh:
DANIEL EKOWIBOWO, S.T.
NIM: 8112407030**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIKA WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2010**

LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis berjudul DESAIN *WEBSITE* PORBIKAWA UNTUK MEMPEROLEH LOYALITAS KONSUMEN DAN MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING yang ditulis dan diajukan oleh Daniel Ekowibowo, ST (8112407030) telah disetujui untuk diuji.



Dr.rer.pol. Debby Ratna Daniel,Ak.

Pembimbing Tesis

Tesis berjudul *DESAIN WEBSITE PORBIKAWA UNTUK MEMPEROLEH LOYALITAS KONSUMEN DAN MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING* yang ditulis dan diajukan oleh Daniel Ekowibowo, ST. (8112407030) telah diuji dan dinilai oleh Panitia Penguji Program Magister Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Pada tanggal 2 September 2010

PANITIA PENGUJI

KETUA



Dr. Hermeindito Kaaro, MM

SEKRETARIS



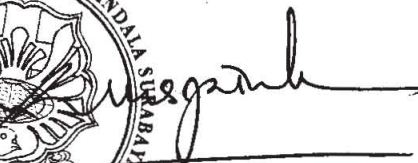
Dr. rer. pol. Debby Ratna Daniel, Ak.

ANGGOTA



Y.B. Budi Iswanto Ph. D.

PROGRAM PASCASARJANA
DIREKTUR



Dr. Wuri Soedjatmiko

Tesis oleh Daniel Ekowibowo, ST. (8112407030) ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 2 September 2010

Dewan Penguji
Ketua,



(Dr. Hermeindito Kaaro, MM)

Anggota



(Dr. rer.pol. Debby Ratna Daniel, Ak.)

Anggota



(Y.B. Budi Iswanto Ph.D.)

Mengetahui

Direktur Program Pasca Sarjana

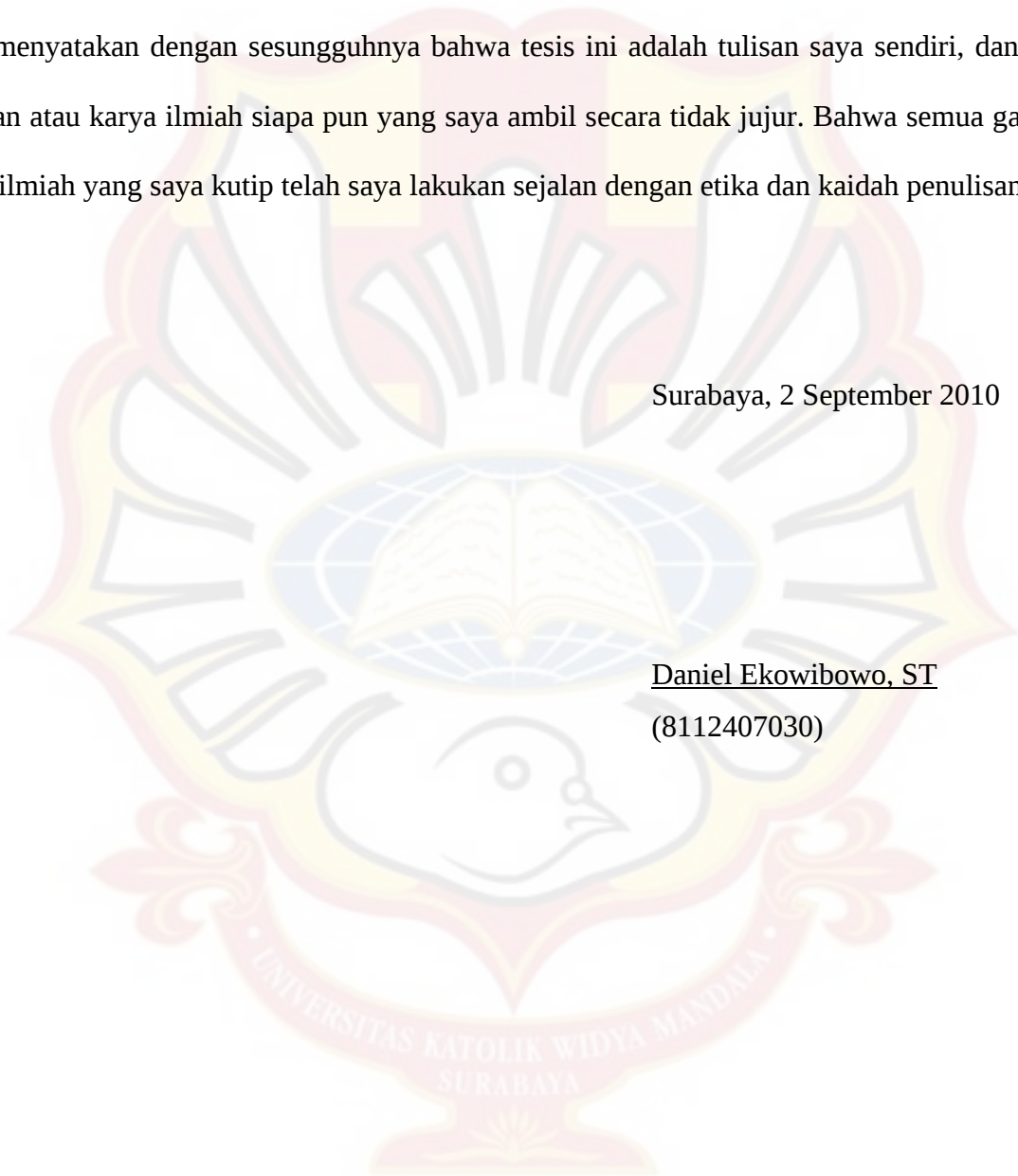
(Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko)

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis ini adalah tulisan saya sendiri, dan tidak ada gagasan atau karya ilmiah siapa pun yang saya ambil secara tidak jujur. Bahwa semua gagasan dan karya ilmiah yang saya kutip telah saya lakukan sejalan dengan etika dan kaidah penulisan ilmiah.

Surabaya, 2 September 2010

Daniel Ekowibowo, ST
(8112407030)



UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah yang telah dikaruniakan kepada penulis sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini tidak terlepas dari kesalahan-kesalahan mengingat keterbatasan kemampuan penulis serta keterbatasan data pendukung yang ada. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan oleh penulis.

Dalam penulisan tesis ini, penulis mendapatkan banyak bantuan baik berupa masukan-masukan yang membangun, rekomendasi serta dorongan baik secara moril maupun materiil dari berbagai pihak sebagai pemberi semangat penulis dalam menyelesaikan tesis ini. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan program Magister Manajemen.
2. Bapak Dr. Hermeindito Kaaro, MM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan masukan dan kemudahan dalam menyelesaikan studi di Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr.rer.pol. Debby Ratna Daniel, Ak selaku pembimbing yang dengan tulus meluangkan waktu, tenaga dan pikiran kepada penulis untuk memberikan bimbingan dan arahan selama proses penyusunan proposal sampai dengan tesis ini sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Y.B. Budi Iswanto Ph.D yang telah memberikan masukan-masukan yang berguna bagi tesis ini kepada penulis.
5. Seluruh dosen Program Pascasarjana Konsentrasi Manajemen Strategik yang tidak mengenal lelah dalam memberikan wawasan dan ilmunya.

6. Seluruh staf dan karyawan Program Pascasarjana dan seluruh petugas perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak membantu penulis dalam pemberian informasi dan data dalam penyusunan tesis ini.
7. Segenap pimpinan dan karyawan di semua Perguruan Porbikawa Surabaya yang telah memberikan banyak sumbangan waktu, tenaga, pikiran dan dukungan dalam penyusunan tesis ini.
8. Kedua orang tua saya yang selalu mendorong saya untuk tidak berputus asa dalam mengerjakan tesis ini dan mendorong saya untuk segera menyelesaikannya.
9. Seluruh sahabat-sahabat penulis yang telah memberikan dorongan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
10. Semua pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama masa studi dan terselesaikannya tesis ini.

Penulis berharap semoga mereka yang telah berbuat baik akan mendapat balasan yang melimpah dari Tuhan Yang Maha Esa. Akhir kata, semoga tesis ini dapat memberikan manfaat sebagai bahan referensi mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan semua pihak yang berkepentingan lainnya.

Surabaya, September 2010

Penulis

DAFTAR ISI

Hal

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN SAMPUL DALAM	
HALAMAN PERSYARATAN GELAR	
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS	
LEMBAR PENETAPAN PANITIA PENGUJI TESIS	
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TESIS	
LEMBAR PERNYATAAN	
UCAPAN TERIMA KASIH	
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB 1 : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Keputusan	12
2.3 Perilaku Membeli Konsumen	12
2.4 Sistem Dukungan Keputusan (<i>Decision Support System</i>)	14
2.4.1 Komponen DSS	17

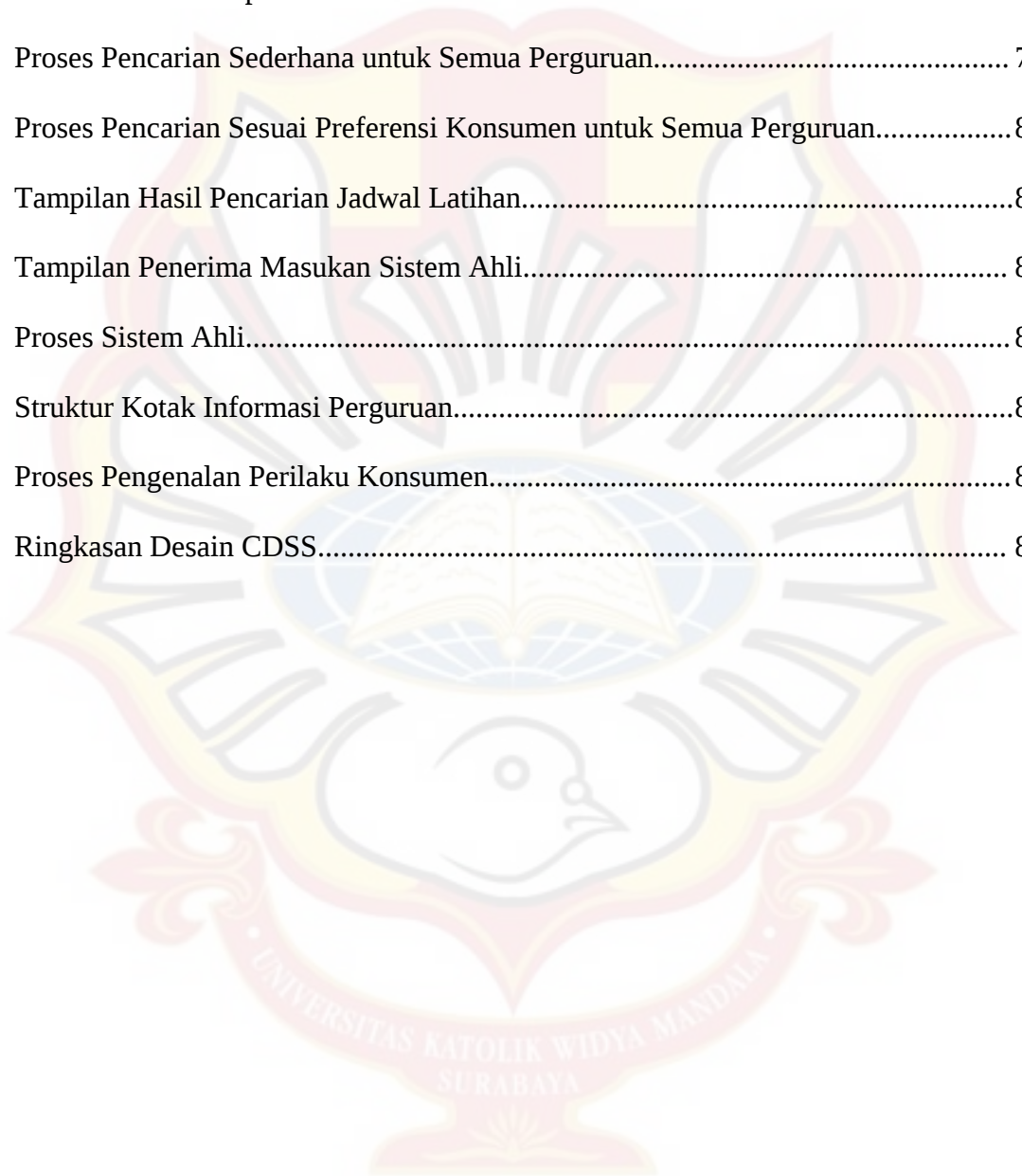
2.4.1.1 <i>Data Management Subsystem</i>	18
2.4.1.1.1 <i>DSS Database</i>	19
2.4.1.1.2 <i>Database Management System (DBMS)</i>	21
2.4.1.1.3 <i>Query Facility and Data Directory</i>	23
2.4.2 <i>Model Management Subsystem</i>	24
2.4.3 <i>The User Interface (UI) Subsystem</i>	25
2.4.4 <i>The Knowledge-Based Management Subsystem</i>	26
2.5 <i>Sistem Pakar (Expert System)</i>	28
2.5.1 <i>Komponen Sistem Pakar (ES)</i>	29
2.5.2 <i>Struktur Dasar ES</i>	31
2.6 <i>Proses Pengambilan Keputusan Pembeli</i>	33
2.7 <i>Consumer Decision Support System (CDSS)</i>	36
2.8 <i>CDSS dan Loyalitas Konsumen</i>	38
BAB 3 : <i>METODE PENELITIAN</i>	39
3.1 <i>Kerangka Konseptual</i>	39
3.2 <i>Metode Penelitian Kualitatif</i>	44
3.3 <i>Tahapan Proses Penelitian</i>	46
3.4 <i>Teknik Pengambilan Data</i>	46
3.5 <i>Pelaksanaan Penelitian</i>	47
BAB 4 : <i>HASIL DAN ANALISIS DATA PENELITIAN</i>	49
4.1 <i>Sejarah Porbikawa</i>	49
4.2 <i>Materi dalam Porbikawa</i>	51
4.2.1 <i>Materi Umum</i>	51
4.2.2 <i>Materi Khusus</i>	51
4.3 <i>Senjata yang Digunakan dalam Porbikawa</i>	54
4.3.1 <i>Pisau</i>	54
4.3.2 <i>Toya</i>	54

4.3.3 Tongkat.....	54
4.3.4 Pedang Kembar.....	54
4.4 Porbikawa Karate-Do Indonesia.....	55
4.5 Tampilan <i>Website</i> Karate.....	56
BAB 5 : PEMBAHASAN.....	65
5.1 Desain Sistem Pengambilan Keputusan Untuk Konsumen (CDSS).....	67
5.1.1 Sistem Informasi Pemasaran.....	68
5.1.2 <i>Database</i> Internal Sistem CDSS.....	71
5.1.3 Model-model dalam Sistem CDSS.....	74
5.1.3.1 Model Pencarian (<i>Search Engine</i>).....	74
5.1.3.1.1 Model Pencarian Spesifik.....	75
5.1.3.1.1.1 Pencarian Spesifik untuk Jadwal Latihan.....	75
5.1.3.1.2 Model Pencarian Sederhana.....	78
5.1.3.1.3 Model Pencarian Sesuai Preferensi.....	79
5.1.3.1.4 Tampilan Hasil Pencarian.....	80
5.1.3.2 Model Sistem Ahli.....	81
5.1.3.3 Model Perilaku Konsumen.....	84
BAB 6 : SIMPULAN DAN SARAN.....	87
6.1 Simpulan.....	87
6.2 Saran.....	87
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	89

DAFTAR GAMBAR

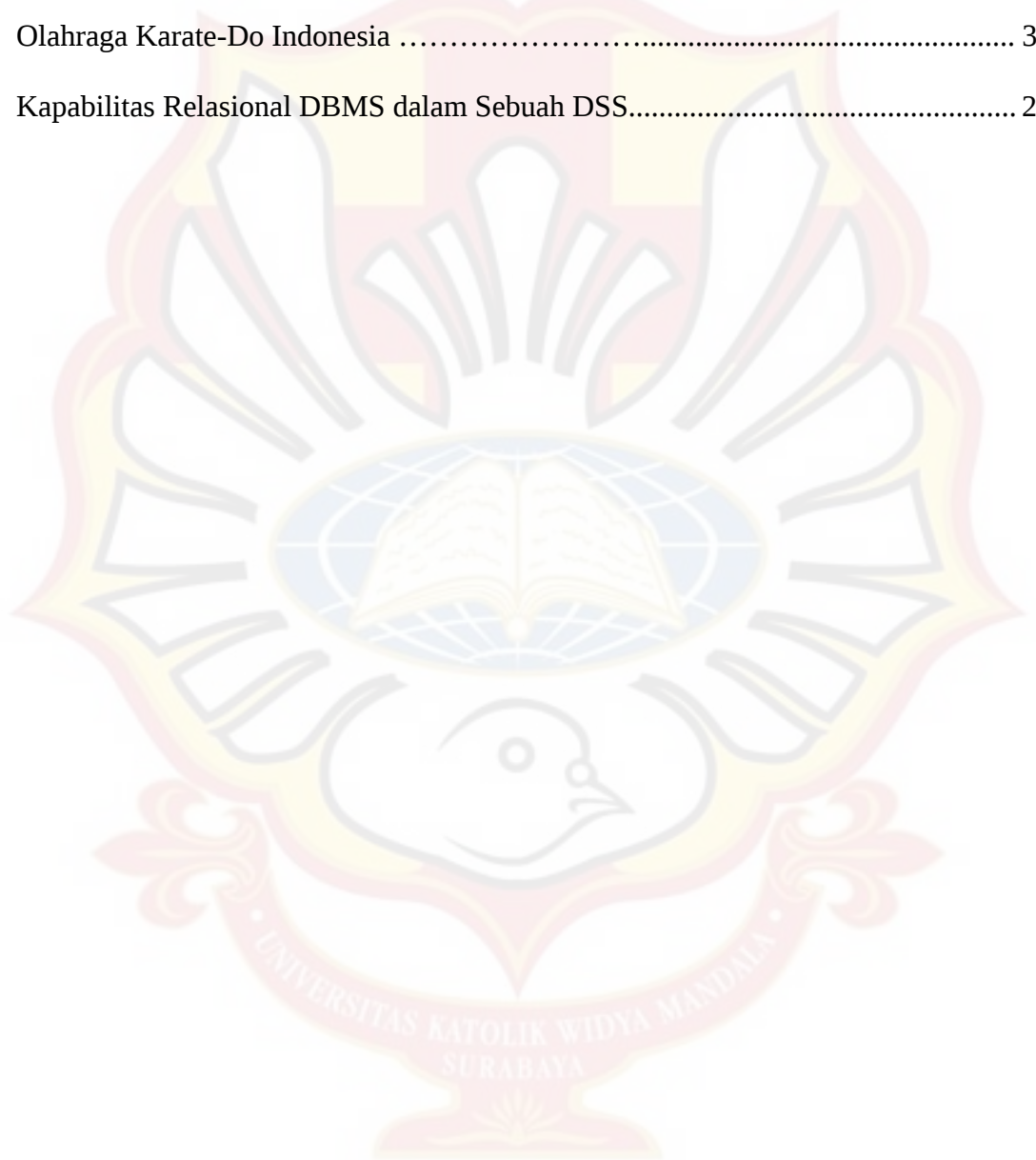
Gambar	Hal
2.1 Model Perilaku Pembeli	14
2.2 Karakteristik dan Kapabilitas DSS.....	16
2.3 Komponen Sistem Pendukung Keputusan.....	18
2.4 Empat Penggunaan Utama Paket DBMS.....	21
2.5 Hubungan Komponen-komponen ES.....	29
2.6 Struktur Sistem Pakar (ES).....	31
2.7 Proses Pengambilan Keputusan Membeli.....	33
2.8 <i>Consumer Decision Support System (CDSS)</i>	37
3.1 Kerangka Konseptual CDSS.....	40
4.1 Tampilan Awal <i>Website Kyokushinkai</i>	57
4.2 Tampilan Menu Redaksi.....	58
4.3 Tampilan Menu <i>News</i>	59
4.4 Tampilan Menu <i>History</i> dan <i>Curriculum</i>	60
4.5 Tampilan Menu <i>Organization</i>	61
4.6 Tampilan Menu <i>Karate Coach</i>	62
4.7 Tampilan Menu <i>Events</i> dan <i>Black Belt Forum</i>	63
5.1 <i>Database</i> Konsumen.....	68
5.2 <i>Database</i> Preferensi Konsumen.....	69
5.3 <i>Database</i> Perguruan.....	69
5.4 <i>Database</i> Pelatih.....	70
5.5 <i>Database</i> Jadwal Latihan.....	70
5.6 <i>Database</i> Alamat dan Transportasi.....	71
5.7 <i>Database</i> Akses dan Transportasi.....	71

5.8	<i>Database Perilaku Konsumen</i>	72
5.9	<i>Knowledge Database</i>	73
5.10	Tampilan Pencarian Sederhana.....	74
5.11	Proses Pemilihan Jenis Pencarian.....	75
5.12	Tampilan Pencarian Spesifik untuk Jadwal Latihan.....	76
5.13	Proses Pencarian Spesifik untuk Jadwal Latihan.....	77
5.14	Proses Pencarian Sederhana untuk Semua Perguruan.....	79
5.15	Proses Pencarian Sesuai Preferensi Konsumen untuk Semua Perguruan.....	80
5.16	Tampilan Hasil Pencarian Jadwal Latihan.....	81
5.17	Tampilan Penerima Masukan Sistem Ahli.....	81
5.18	Proses Sistem Ahli.....	82
5.19	Struktur Kotak Informasi Perguruan.....	84
5.20	Proses Pengenalan Perilaku Konsumen.....	85
5.21	Ringkasan Desain CDSS.....	86



DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1.1 <i>Top 10 International Martial Arts</i>	2
1.2 Daftar Nama dan Alamat Pengurus Perguruan Anggota Federasi Olahraga Karate-Do Indonesia	3
2.1 Kapabilitas Relasional DBMS dalam Sebuah DSS.....	23



ABSTRAK

Sebuah perguruan Karate yang berharap mampu menyediakan layanan-layanan yang sesuai dengan keinginan-keinginan konsumennya akan senantiasa dituntut untuk mengembangkan keunggulan-keunggulan bersaingnya agar selalu bisa memposisikan persepsi yang tinggi terhadap layanan-layanannya di benak para konsumennya, dan memahami keinginan-keinginan para konsumennya dengan baik. Agar Porbikawa dapat diminati oleh orang-orang di Indonesia, maka sudah selayaknya dibutuhkan suatu usaha untuk dapat melakukan *rebranding* yang dapat membantu memfasilitasi pemasaran perguruan-perguruan yang menjadi anggotanya dengan membuat strategi pemasaran yang efektif untuk memberikan kemudahan-kemudahan bagi para konsumennya baik yang *existing* maupun yang *potential*, untuk mendapatkan berbagai informasi yang komprehensif. Penggunaan *Decision Support System* (DSS) pada *database web* dapat membantu Porbikawa dalam mengambil keputusan-keputusan dengan memberikan informasi-informasi, pertimbangan-pertimbangan atau saran-saran yang relevan, dan juga bisa digunakan untuk membantu konsumen dalam mengambil keputusan membeli atau membeli kembali sebuah produk atau layanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan desain *Decision Support System* (DSS) sebuah situs Porbikawa yang dapat memberikan *competitive advantage* yang diperlukan sehingga mampu membangun *customer loyalty*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Pengambilan data dilakukan dengan menerapkan teknik observasi dan wawancara dengan salah satu pengurus Porbikawa di Surabaya. Desain CDSS yang digunakan meliputi sistem informasi pemasaran yang terdiri dari 4 *database* yaitu *database* preferensi konsumen, *database* perguruan, *database* jadwal dan *database* akses dan transportasi. Model pencarian (*search engine*) yang akan diusulkan adalah model pencarian spesifik, model pencarian sederhana dan model pencarian sesuai preferensi yang akan semakin memudahkan para *user* dalam melakukan suatu pencarian. Penggunaan model sistem ahli dan model perilaku konsumen yang dibentuk dari *database* internal CDSS yaitu berupa *consumer behavior database* dan *knowledge database* akan semakin membantu para *user* karena sistem yang digunakan pada *website* tersebut dapat mengetahui dan memahami lebih detail akan keinginan konsumen.

Kata kunci: loyalitas konsumen, keunggulan bersaing, CDSS, model pencarian, sistem pakar.

ABSTRACT

In every kind of industry, consumer is one of the major factors that determined competitive advantage of a company. Therefore a company that had consumer loyalty has competitive advantage. Consumer loyalty can be gained if a company gives valuable and satisfactory products. One of the alternatives to achieve this is through understanding what consumer wants and treat each customers uniquely, this can be gained with website as a mean. This is the reason, why so many companies start to build their own website. But recently, company that has a website is losing its competitiveness because there are too many companies that use the same technology. This is why companies start to look another technology to enhance their current website. One of the technologies that can be used for is Consumer Decision Support Systems (CDSS). CDSS can help consumer to make a sound decision about which product to buy and also answer consumer question if there any. The purpose of this thesis is to make a design of CDSS for Porbikawa in order to increase companies' competitive advantage by achieving consumer loyalty.

Research method that is used in this thesis is a qualitative method. CDSS design which is developed in this thesis ease consumer effort to find information needed through search engine facility, provide suggestions that fit consumer preferences by reading consumer surfing behavior, and answer consumer problems and questions interactively through expert system.

Keywords: consumer loyalty, competitive advantage, CDSS, search engine, expert system.