

ABSTRAKSI

Pemanfaatan teknologi informasi di bidang ekonomi atau *e-commerce* khususnya internet, saat ini semakin marak. Banyak perusahaan telah memanfaatkan internet website sebagai media promosi atau komersialisasi produk, pemasaran dan penjualan produk, kontak dengan konsumen, forum berita, antisipasi terhadap perkembangan dunia bisnis, dsb.

PT Mita Mantari sebagai salah satu perusahaan furnitur kantor, selama ini belum mempunyai media promosi melalui website. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan akan informasi produk, meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan, memperluas pangsa pasar perusahaan, dan sebagai bentuk penerapan CRM (*Customer Relationship Management*), maka perlu adanya website perusahaan sebagai media pemasaran dan pemesanan produk yang sesuai dengan kebutuhan *customer*. Sebelum website dibuat perlu dilakukan kegiatan perancangan web terlebih dahulu agar tujuan diatas dapat tercapai dengan baik.

Perancangan website sebagai media pemasaran dan pemesanan produk ini melalui beberapa tahap, namun ada tiga tahap utama dalam perancangan website ini. Tahap pertama yaitu perancangan isi dan non isi web berdasar kuisioner dari responden. Tahap yang kedua yaitu tahap perancangan desain web dan program pemesanan. Kemudian tahap yang terakhir yaitu tahap analisa hasil rancangan.

Dari penelitian dapat disimpulkan bahwa perancangan website yang sesuai dengan kebutuhan *customer* akan memberikan dampak positif saat implementasi yaitu; web dapat efektif dalam menarik *user* atau pelanggan untuk mengunjungi website perusahaan. Selain itu pemasaran dan pemesanan produk perusahaan melalui web akan memperluas pangsa pasar perusahaan, meningkatkan kualitas layanan kepada *customer*, serta sebagai sarana sistem informasi manajemen dalam mengelola data pelanggan sehingga keandalan dan keamanan data terjamin.

Kata kunci : perancangan website, pemasaran, sistem informasi manajemen, CRM