

TIM PENULIS



Agunawan
Konsultan Pendidikan dan Teknologi Informasi
Pendidikan S1 - Teknik Informatika, S2 - Sistem Komputer,
dan saat ini dalam pendidikan S3 - Pend. Vokasi Keteknikan.



La Ode Amijaya Kamaluddin
CEO DetikSultra.Com
Pendidikan S1 - Sosiologi, S2 - Administrasi Kebijakan Publik,
dan S3 - Administrasi Publik.



Mashur Razak
Ketua STIE Nobel Indonesia Makassar
Pendidikan S1 - Manajemen, S2 - Manajemen dan
S3 - Ilmu Ekonomi

Buku ini adalah penjabaran dari penelitian yang dilakukan oleh Penulis di Jeger Barber & Coffeeshop. Membahas bagaimana membangun aplikasi bisnis digital/online berbasis komunitas, sekaligus implementasi customer relationship management.

Di awal dipaparkan kondisi terkini yang menjadi dasar dibangunnya platform yang dibahas dalam buku ini. Dilanjutkan kajian teoritis, penelitian sejenis dan metodologi yang digunakan.

Pembahasan berupa tahapan-tahapan yang dilakukan mulai pendaftaran hosting dan domain, pembuatan website dan komponen pendukungnya. Langkah membuat Channel YouTube dan Halaman Facebook Business yang merupakan rangkaian platform terintegrasi antara website dan media sosial. Pembahasan dalam bentuk aplikatif yang bisa dipraktikkan langsung bagi pemula di bidang teknologi informasi.

Bagian lampiran menjelaskan peluang-peluang bisnis digital yang dapat dicoba dan dilakukan dengan modal dari secangkir kopi. Juga melampirkan contoh kasus beberapa bisnis digital yang awalnya sukses kemudian gagal, dianalisis dan diberikan solusi agar tidak terulang bagi pembaca yang mencoba membangun bisnis digital.

Penerbit



Membangun Bisnis Digital Berbasis Komunitas Dari
Secangkir Kopi
Penerapan Customer Relationship Management

Membangun Bisnis Digital Berbasis Komunitas Dari **Secangkir Kopi**

Penerapan Customer Relationship Management

Sekapur Sirih Dr. Badaruddin Muhdini, ST., MM.

**“ ONLINE
DIGITAL
BISNIS
KREATIVITAS ”**



Penulis :

- Agunawan
- La Ode Amijaya Kamaluddin
- Mashur Razak

Nobel Press



MEMBANGUN

**BISNIS DIGITAL BERBASIS KOMUNITAS
DARI SECANGKIR KOPI**

(Penerapan Customer Relationship Management)



Sekapur Sirih – Dr. H. Badaruddin Muhdini, ST., M.M.

Penulis:

Agunawan

La Ode Amijaya Kamaluddin

Mashur Razak

Penerbit

Nobel Press

2021

UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan Sifat hak cipta Pasal 4

Hak cipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan ekonomi.

Pembatasan Perlindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24 dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar, dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidanakan dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah).

**Membangun
Bisnis Digital Berbasis Komunitas
Dari Secangkir Kopi**
Penerapan Customer Relationship Management

Penulis:
Agunawan, La Ode Amijaya K., dan Mashur Razak

ISBN: 978-623-6936-14-6

Editor:
Ahmad Firman
Muhammad Hidayat
Anshar Daud

Cover dan Layout:
Aminuddin

Cetakan Pertama: Juni 2021
Isi di luar tanggungjawab percetakan

Hak Cipta 2021, Pada Penulis

Copyright © 2021 by Nobel Press
All Right Reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotocopy, atau memperbanyak
sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit

**PENERBIT NOBEL PRESS
(STIE NOBEL INDONESIA MAKASSAR)
Anggota APPTI**

Kampus STIE Nobel Indonesia, Jalan Sultan Alauddin No. 212
Makassar

www.stienobel-indonesia.ac.id
email: press@stienobel-indonesia.ac.id

SEKAPUR SIRIH

Dr. H. Badaruddin Muhdini, S.T., M.M.

Tantangan terbesar pebisnis saat ini adalah memulai kembali usahanya setelah terpuruk. Akibat Pandemi Covid-19, hampir semua lini usaha di dunia terdampak, termasuk Indonesia. Dan salah satu usaha yang paling drastis merasakan dampaknya adalah bisnis makanan dan minuman. Dan disaat New Normal pun, dibutuhkan inovasi baru untuk usaha ini agar tetap bertahan dan berkembang, di tengah pembatasan protokol kesehatan. Salah satu yang dapat dilakukan pemilik usaha adalah dengan mengubah model usaha dari bisnis konvensional menjadi bisnis digital. Hal ini juga sejalan dengan tuntutan era Industri 4.0. dimana transaksi dan interaksi bisnis sudah memanfaatkan teknologi informasi.

Buku ini hadir untuk menjawab keinginan tersebut, meskipun contoh kasus yang diangkat pada usaha makanan dan minuman (kafe). Dikemas dengan bahasa yang umum, dengan pendekatan yang dapat diikuti oleh pemula di bidang teknologi informasi dalam membangun aplikasi digital berbasis online. Meski membahas tentang aplikasi perangkat lunak, buku ini dikaitkan juga dengan teknik menjaga hubungan dengan pelanggan berbasis komunitas dan menerapkan customer relationship management dalam bentuk digital.

Bagian pertama menjelaskan kondisi yang terjadi saat ini dan dikaji permasalahannya, tujuan serta manfaatnya karena memang buku ini ditulis dari hasil penelitian. Bagian kedua menjelaskan teori-teori pendukung tentang bisnis digital, aplikasi-aplikasi yang digunakan dalam mengembangkan platform ini, teori-teori yang terkait komunitas dan customer relationship management serta promosi. Selain teori dari artikel dan buku, juga dari jurnal-jurnal hasil penelitian relevan yang sudah dilakukan peneliti lainnya. Metodologi dipaparkan di bagian ketiga dan dilanjutkan Pembahasan dari aplikasi yang dikembangkan pada bagian berikutnya. Bagian ini menjelaskan tahapan-tahapan yang dilakukan Penulis dalam membangun aplikasi bisnis digital, diawali bagaimana membangun sebuah Website untuk bisnis digital menggunakan WordPress. Paparan dimulai dengan langganan Hosting dan Domain,

komponen-komponen minimal yang harus dimiliki website, themes dan plugins, menu dan lainnya. Uraian dilengkapi dengan gambar untuk memudahkan pemahaman dari apa yang dikerjakan dalam pengembangan ini. Selain website, juga dijelaskan bagaimana membuat channel di YouTube sebagai bagian dari bisnis digital yang terintegrasi, membuat halaman di Facebook dan ditutup dengan promosi dan iklan. Bagian terakhir ditutup dengan kesimpulan yang dihasilkan serta rekomendasi terkait pengembangan lebih lanjut.

Buku ini melampirkan peluang-peluang bisnis digital yang dapat dicoba dan dilakukan dengan modal dari secangkir kopi. Juga melampirkan contoh kasus beberapa bisnis digital yang sempat besar pada awalnya namun gagal, dianalisis dan diberikan solusi agar tidak terulang bagi pembaca yang mencoba membangun bisnis digital.

Semoga buku ini dapat membuka jalan untuk menemukan jawaban terhadap membangun bisnis digital. Dengan demikian, buku ini dapat dinilai sebagai suatu upaya yang penting untuk membantu merespon tantangan terkait inovasi dalam bisnis dan sekaigus mengubah persepsi bahwa mengembangkan bisnis digital itu sulit dan mahal.

Akhir kata, saya berharap buku ini bisa bermanfaat bagi pembaca, terutama mereka yang memiliki keinginan mendigitalkan bisnisnya.

Makassar, 17 Juni 2021

Badaruddin Muhdini

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah, segala puji dan syukur dihaturkan atas kebesaran Allah SWT. yang senantiasa memberikan limpahan rahmat, nikmat dan kesehatan bagi kita semua. Dan atas nikmat-Nya, buku "*Membangun Bisins Digital Berbasis Komunitas Dari Secangkir Kopi – Penerapan Customer Relationship Management*" dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam terkirim untuk Rasulullah Muhammad SAW. sebagai suri tauladan untuk semua ummat manusia.

Buku ini membahas tentang bagaimana mengembangkan aplikasi bisnis digital berbasis komunitas dengan modal atau inspirasi dari secangkir kopi. Aplikasi yang dikembangkan berbentuk online dengan website sebagai platform utama. Website menggunakan Content Management Service (CMS) WordPress, diintegrasikan dengan Facebook Business Suite (Halaman FB, Instagram dan WhatsApp), dan Video Sharing – YouTube. Dengan integrasi semua platform online ini dapat mewujudkan penerapan dari Customer Relationship Management (CRM).

Buku ini merupakan luaran dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, selain kaya akan teori dan referensi, juga bersifat terapan dan aplikatif dalam pengembangan bisnis digital. Studi kasus dari penelitian ini pada bisnis kuliner, yaitu Jeger Barber & Coffeeshop di Kota Makassar.

Penulis berpandangan bahwa cara belajar yang terbaik adalah dengan mengajar dan menuliskan apa yang diajarkan dan dilakukan. Untuk itu ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada yang telah membantu hingga terselesainya buku ini, yaitu:

1. Orangtua, istri dan anak-anak serta saudara-saudari kami yang senantiasa mendoakan, memberkati dan mendukung setiap usaha yang saya lakukan.
2. Yayasan Pendidikan Nobel Indonesia, STIE Nobel Indonesia Makassar beserta pengurus dan jajarannya di mana penulis merasakan iklim yang nyaman dan bersahabat hingga mendukung munculnya kreatifitas Penulis.
3. Arman Umar, SE., M.M. (Pemilik Jeger Barber & Coffeeshop) dan keluarga yang berkenan memberikan kesempatan penelitian.

4. Segenap Karyawan dan Karyawati serta Komunitas Jeger Barber & Coffeeshop atas dukungan dan kerjasamanya.
5. Para rekan-rekan Dosen di STIE Nobel Indonesia Makassar atas dukungan dan kebersamaannya.
6. Dan sahabat-sahabat lainnya yang tidak sempat disebutkan. Kalian semua memiliki andil di buku ini.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih banyak kekurangan dan celah. Saran dan kritikan tentunya diharapkan untuk penulisan yang lebih baik. Dan semoga buku ini memberi manfaat sebesar-besarnya kepada kita semua dan terkhusus pembaca.

Makassar, Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

SEKAPUR SIRIH	iii
PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
SINOPSIS	xv
BAB PERTAMA – PENDAHULUAN	1
A. Kondisi Saat Ini	1
B. Kajian	3
C. Tujuan	3
D. Manfaat	3
BAB KEDUA - KAJIAN TEORI	4
A. Bisnis Digital	4
B. Platform Digital Online	5
1. Website	5
2. WordPress	30
3. Media Sosial	44
4. Berbisnis di Facebook	45
5. Facebook Business Suite	49
6. Aplikasi Chatting	51
7. Video Sharing	53
C. Komunitas	58
D. Customer Relationship Management (CRM)	60
E. Promosi Usaha	61
BAB KETIGA METODOLOGI	64

A. Model Pengembangan	64
B. Kerangka Konseptual	68
BAB KEEMPAT – PLATFORM BISNIS DIGITAL	70
A. Website – WordPress	71
1. Instalasi Content Management System.....	72
2. Pengaturan Awal.....	76
3. Konten	80
4. Layanan Komunitas Digital.....	97
5. Customer Relationship Management	105
B. Channel YouTube	107
1. Akun YouTube	108
2. Membuat Channel	109
3. YouTube Studio.....	112
4. YouTube Partner Program (YPP)	114
C. Halaman Facebook Untuk Bisnis	118
1. Persyaratan.....	119
2. Persiapan	119
3. Pembuatan	120
4. Pengelolaan.....	122
5. Fitur-Fitur.....	124
6. Pengembangan	126
D. Promosi dan Iklan	129
1. Iklan Facebook.....	130
2. Kapan Mulai Beriklan.....	134
BAB KELIMA PENUTUP	137
A. Simpulan	137
B. Rekomendasi	137

DAFTAR PUSTAKA	139
GLOSARIUM	143
LAMPIRAN 1. PELUANG-PELUANG BISNIS DIGITAL	
LAMPIRAN 2. SEBAB DAN SOLUSI KEGAGALAN BISNIS DIGITAL	
TENTANG PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbedaan WordPress.Com dan WordPress.Org.....	34
Tabel 2. Perbandingan Profil, Halaman dan Group.....	48
Tabel 3. Disain Alur Model.....	67
Tabel 4. Tujuan Bisnis dan Rekomendasi Iklan.....	136

DAFTAR GAMBAR

Gambar -1. Harga Domain Juni 2021.....	7
Gambar -2. Login Pada Client Area Penyedia Hosting.....	11
Gambar -3. Beranda Client Area.....	11
Gambar -4. Support Layanan Hosting (Help Desk).....	12
Gambar -5. Pengelolaan Hosting – Control Panel (cPanel).....	12
Gambar -6. Pembuatan Akun E-Mail.....	13
Gambar -7. Tambah Domain melalui Addon Domains.....	14
Gambar -8. WordPress Akselerator.....	15
Gambar -9. Beranda cPanel.....	16
Gambar 10. cPanel – Email.....	18
Gambar 11. cPanel – Files.....	20
Gambar 12. cPanel – Database.....	21
Gambar 13. cPanel – Domains.....	21
Gambar 14. cPanel – Metrics.....	22
Gambar 15. cPanel – Security.....	23
Gambar 16. cPanel – Software.....	24
Gambar 17. cPanel – Advanced.....	25
Gambar 18. cPanel – Preferenced.....	26
Gambar 19. Applications & Softaculous Apps Installer.....	27
Gambar 20. Logo WordPress.....	30
Gambar 21. Menambahkan Tema.....	38
Gambar 22. Memilih Tema.....	39
Gambar 23. Mencari Tema.....	39
Gambar 24. Pengaturan Tema.....	40

Gambar 25. Install Plugin.....	42
Gambar 26. Plugin Activated.....	43
Gambar 27. Upload Plugin.....	43
Gambar 28. Logo Facebook.....	45
Gambar 29. Facebook Business Suite – Overview.....	49
Gambar 30. Logo WhatsApp.....	51
Gambar 31. Logo Telegram.....	52
Gambar 32. Logo YouTube.....	53
Gambar 33. Model Waterfall (Roger S. Pressman, 2010).....	65
Gambar 34. Model Borg and Gall (Sugiyono, 2012).....	65
Gambar 35. Sintesis Model Pengembangan (Agunawan, 2020).....	66
Gambar 36. Diagram Konteks.....	68
Gambar 37. Set Protokol - Install WordPress.....	73
Gambar 38. Nama Website dan Deskripsi.....	73
Gambar 39. Pengaturan Administrator.....	73
Gambar 40. Advanced Options.....	74
Gambar 41. Pengaturan Tema Bawaan.....	74
Gambar 42. Login ke WordPress.....	75
Gambar 43. Dashboard WordPress.....	75
Gambar 44. Halaman Utama - Tema Hestia.....	81
Gambar 45. Layanan Bisnis Pada Halaman Utama.....	82
Gambar 46. Cuplikan Isi Blog Pada Halaman Utama.....	82
Gambar 47. Costumize Tema.....	83
Gambar 48. Landing Page Barbershop.....	84
Gambar 49. Halaman Maintenance.....	84
Gambar 50. Pengaturan Halaman Baru.....	85

Gambar 51. Plugin Website Builder – Elementor.....	86
Gambar 52. Blogs (Halaman Artikel).....	86
Gambar 53. Membuat Postingan Artikel.....	87
Gambar 54. Membuat Postingan Dengan Elementor.....	88
Gambar 55. Halaman Contact Us.....	90
Gambar 56. Menu Navigasi.....	91
Gambar 57. Membuat Menu Navigasi.....	92
Gambar 58. Menambahkan Widget Pada Footer.....	94
Gambar 59. Widgets Pada Halaman Footer.....	94
Gambar 60. Menambahkan Plugin Media Social.....	95
Gambar 61. Social Sharing Modul Pada Themes Hestia.....	96
Gambar 62. Share Link ke Media Sosial.....	96
Gambar 63. Fitur-Fitur Komunitas.....	98
Gambar 64. Cara Bergabung Komunitas Ruang Pulang.....	98
Gambar 65. Isian Registrasi Komunitas.....	99
Gambar 66. Login ke Komunitas.....	100
Gambar 67. Update Profil Keanggotaan.....	101
Gambar 68. Reset Password.....	101
Gambar 69. Plugin Simple Membership.....	102
Gambar 70. Pengaturan Level Keanggotaan.....	103
Gambar 71. Pengaturan WP Membership.....	104
Gambar 72. Editing Template WP Membership.....	105
Gambar 73. Perkembangan Pengguna Media Sosial 2021.....	107
Gambar 74. Membuat Channel YouTube.....	109
Gambar 75. Dashboard Channel YouTube.....	109
Gambar 76. Penyesuaian Channel YouTube.....	110

Gambar 77. Link Channel dan Media Sosial.....	111
Gambar 78. Konten Channel – Video dan Live.....	112
Gambar 79. Channel Dashboard - YouTube Studio.....	113
Gambar 80. YouTube Partner Program.....	115
Gambar 81. Facebook Untuk Bisnis.....	118
Gambar 82. Membuat Halaman Bisnis.....	121
Gambar 83. Isian Awal Halaman.....	121
Gambar 84. Dashboard Halaman Facebook.....	122
Gambar 85. Fitur Aplikasi Bisnis.....	125

SINOPSIS

Bagaimana membangun sebuah bisnis digital (contoh kasus usaha kuliner), hal itulah yang dibahas dalam buku ini. Dikemas dengan bahasa yang umum, dengan pendekatan yang dapat diikuti oleh pemula di bidang teknologi informasi dalam membangun aplikasi digital berbasis online. Meski membahas tentang aplikasi perangkat lunak, buku ini dikaitkan juga dengan teknik menjaga hubungan dengan pelanggan berbasis komunitas dan menerapkan customer relationship management dalam bentuk digital.

Bagian pertama menjelaskan kondisi yang terjadi saat ini dan dikaji permasalahannya, tujuan serta manfaatnya. Bagian kedua menjelaskan teori-teori pendukung tentang bisnis digital, aplikasi-aplikasi yang digunakan dalam mengembangkan platform ini, teori-teori yang terkait komunitas dan customer relationship management serta promosi. Selain teori dari artikel dan buku, juga dari jurnal-jurnal hasil penelitian relevan yang sudah dilakukan peneliti lainnya. Metodologi dipaparkan di bagian ketiga dan dilanjutkan Pembahasan dari aplikasi yang dikembangkan pada bagian berikutnya. Bagian ini menjelaskan tahapan-tahapan yang dilakukan Penulis dalam membangun aplikasi bisnis digital, mulai bagaimana membangun sebuah website untuk bisnis digital menggunakan WordPress. Paparan diawali dengan langganan hosting dan domain, komponen-komponen minimal yang harus dimiliki website, themes dan plugins, menu dan lainnya. Uraian dilengkapi dengan gambar untuk memudahkan pemahaman dari apa yang dikerjakan dalam pengembangan ini. Selain website, juga dijelaskan bagaimana membuat channel di YouTube sebagai bagian dari bisnis digital yang terintegrasi, membuat halaman dengan Facebook dan promosi serta iklan. Bagian terakhir ditutup dengan kesimpulan yang dihasilkan serta rekomendasi terkait pengembangan lebih lanjut.

Lampiran menguraikan ide-ide bisnis digital yang dapat dicoba dengan modal minim, bahkan hanya dari secangkir kopi. Terdapat pula analisis beberapa bisnis digital yang gagal serta solusi agar tidak terjadi bagi pembaca buku ini.