

Pemanfaatan Website Perusahaan dan PT. Petrokopindo Cipta Selaras Guna Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Aulia Life Rahma Putri & Nurul Azizah

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

aulialife18@gmail.com

ABSTRAK

Pengabdian ini dilakukan selama 5 (lima bulan) dimulai tanggal 04 Maret 2024 yang pelaksanaannya sesuai dengan tahapan program dan selesai bulan Juli 2024. Tujuan pengabdian ini adalah Belajar mengenai Pemanfaatan Website perusahaan apakah dapat dimanfaatkan guna meningkatkan Loyalitas pelanggan dan memperkuat citra baik perusahaan. Website dimanfaatkan untuk membangun portofolio dan informasi terkait Barang atau Jasa yang ditawarkan kepada konsumen yang mana itu termasuk pemanfaatan Digitalisasi dalam bisnis. Pemanfaatan website ini berupa pengunggahan konten dan informasi terkait dengan profil perusahaan dan apa saja yang ditawarkan. Selain dari website digitalisasi perusahaan juga melalui media sosial Instagram yang menampilkan berbagai informasi kegiatan perusahaan dan terkait informasi kontak yang bisa dihubungi untuk memulai bisnis bersama PT. Petrokopindo Cipta Selaras. Hasil pengabdian merupakan hal baru di Perusahaan ini, karena perusahaan menjadi lebih aware dan menjadi lebih dikenal dengan citra yang baik berkat branding yang dibangun pada website dan sosial medianya.

Kata Kunci: Pemanfaatan Website, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This service was conducted over a period of five (5) months, starting from March 4, 2024, and implemented according to the program stages, concluding in 29 July 2024. The objective of this service was to learn about the utilization of the company's website and whether it can be leveraged to enhance customer loyalty and strengthen the company's positive image. The website is used to build a portfolio and provide information about the goods or services offered to consumers, which is part of the digitalization efforts in business. The utilization of the website involves uploading content and information related to the company's profile and its offerings. In addition to the website, the company's digitalization efforts also extend to its Instagram social media account, where various information about company activities is displayed, along with contact details for initiating business with PT. Petrokopindo Cipta Selaras. The result of this service is a new development for the company, as it has become more aware and gained greater recognition with a positive image, thanks to the branding built through its website and social media platforms. of socialization programs, introduction to rhizome plants and their functions, land preparation, to the practice of planting rhizomes.

Keywords: Utilization of the website, Customer Loyalty.



PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang terus berkembang, organisasi harus secara efektif mengelola tantangan dan peluang yang ada agar tetap signifikan dalam pasar global yang sangat ketat ini, dan lebih siap menghadapi pesaing yang ada. Persaingan pasar yang semakin ketat dapat secara tidak langsung mempengaruhi suatu perusahaan untuk mencari, menciptakan, dan bahkan mempertahankan keunggulan dari para pesaingnya. Selain tergantung pada produk yang dibuat oleh para pemasar dengan berbagai macam perbedaan dan manfaat keunggulannya, salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan menggunakan merek (Kotler dan Keller, 2009).

PT. Petrokopindo Cipta Selaras adalah anak Perusahaan dari Yayasan Petrokimia Gresik yang telah berperan penting dalam kelancaran dan keberlangsungan pendistribusian pupuk dan produk-produk yang dihasilkan oleh PT.Petrokimia Gresik. Perusahaan ini adalah Perusahaan yang membantu sarana logistik Perusahaan induknya. Perusahaan yang terletak di Kawasan industri Gresik ini terus berinovasi dan berkontribusi untuk terus memuaskan konsumen atau user yang menggunakan jasa dari PCS ini. PT.Petrokopindo juga telah mengembangkan inovasinya melalui sistem informasi manajemen distribusi pupuk berbasis web sebagai salah satu contoh aplikasi teknologi yang digunakan dalam operasionalnya.

Dalam berbisnis, PT Petrokopindo Cipta Selaras menghadapi banyak tantangan, salah satunya adalah memastikan omset penjualan terus meningkat di tengah ketatnya persaingan bisnis. Tantangan dalam meningkatkan performa penjualan sangat kompleks. Strategi penawaran harga dan tender yang kurang tepat dapat mengakibatkan penurunan nominal penawaran hingga hilangnya konsumen karena

ketidaktepatan sasaran. Melalui bidang perdagangan, PT Petrokopindo Cipta Selaras bertugas memastikan bahwa semua proses bisnis, termasuk strategi peningkatan performa penjualan, dilaksanakan secara maksimal untuk mencapai omset dan keuntungan tertinggi.

PT Petrokopindo Cipta Selaras adalah perusahaan logistik yang menyediakan solusi lengkap di bidang transportasi dan distribusi barang, bertujuan untuk memastikan kelancaran rantai pasok di berbagai industri. Dengan pengalaman yang telah teruji di dunia logistik, PT Petrokopindo Cipta Selaras mampu menyediakan berbagai layanan, termasuk pengelolaan rantai pasok, penyimpanan di gudang berstandar tinggi, serta distribusi barang dengan efisiensi tinggi dan ketepatan waktu. Perusahaan ini fokus pada penyediaan layanan yang unggul dengan prioritas pada kecepatan, keamanan, dan keandalan, memastikan setiap kebutuhan logistik klien dipenuhi secara efisien. Selain itu, PT Petrokopindo Cipta Selaras terus berinovasi dan mengadopsi teknologi terkini untuk menjaga relevansi dan kualitas layanannya, menjadikannya sebagai mitra yang dapat diandalkan dalam menunjang operasi bisnis dan mendorong pertumbuhan usaha kliennya.

Di era digital sekarang pasti banyak konsumen lebih memilih untuk melihat review dan citra perusahaan sebelum mempercayakan pengerjaan jasa nya pada penyedia layanan. Dengan adanya website dan sosial media yang ada, PT.Petrokopindo Cipta Selaras mampu memberikan citra yang baik bagi konsumen sehingga PT.Petrokopindo Cipta Selaras masih terus berkontribusi dalam dunia bisnis layanan penyedia jasa.

Sebagai perusahaan penyedia solusi logistik yang berpengalaman dan terpercaya, PT. Petrokopindo Cipta Selaras terus berkomitmen untuk memberikan dukungan penuh dalam

memastikan kelancaran rantai pasok serta mendorong pertumbuhan bisnis para pelanggannya. Dengan layanan yang mengedepankan efisiensi, keandalan, dan kecepatan, perusahaan ini berfokus pada pemenuhan kebutuhan logistik secara optimal di setiap tahap operasional. Tidak hanya itu, PT. Petrokopindo Cipta Selaras juga selalu berinovasi dengan mengadopsi teknologi modern, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan sekaligus menghadirkan solusi yang lebih adaptif terhadap perkembangan industri logistik yang dinamis. Melalui pendekatan ini, perusahaan siap menjadi mitra strategis yang dapat diandalkan oleh berbagai sektor industri dalam menghadapi tantangan logistik yang semakin kompleks dan menuntut di era globalisasi saat ini.

Pemanfaatan *Digital Marketing* Berbasis *website* ini diharapkan dapat memperluas Jangkauan pasar dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Melalui strategi pemasaran berbasis media sosial, iklan digital, dan kolaborasi dengan platform e-commerce, PT. Petrokopindo Cipta Selaras mampu meningkatkan visibilitas brand, memperkuat citra, serta mendorong loyalitas konsumen. Dengan informasi portofolio yang kreatif dan interaktif, perusahaan ini berhasil menarik perhatian target audiens sekaligus menciptakan pengalaman yang lebih personal bagi para pelanggan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan pengoptimalan branding perusahaan pada website dan sosial media. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian di PT. Petrokopindo Cipta Selaras , Gresik ditunjukkan dalam tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan pengabdian

No	Tahapan	Kegiatan
1.	Tahap awal	Survei Lapangan a. Identifikasi Permasalahan b. Analisis Pemasaran Perusahaan
2.	Tahap Persiapan	a. Penyusunan konsep isi portofolio <i>Website</i> b. Perundingan tentang program pengabdian kepada bidang terkait
3.	Penyusunan program hasil kesepakatan	Penyesuaian rencana program pengabdian
4.	Implementasi pelatihan	a. Sosialisasi program pada <i>staff</i> perusahaan b. Pembuatan konsep portofolio dan konten yang akan dimasukkan kedalam <i>website</i> dan sosial media. c. Pelaksanaan program
5.	Laporan	Penyusunan Jurnal

HASIL DAN PEMBAHASAN

PCS atau PT. Petrokopindo Cipta Selaras adalah anak Perusahaan dari Yayasan Petrokimia Gresik (YPG) yang bergerak dibidang jasa sarana dan logistik. PT.Petrokopindo Cipta Selaras ini berdiri pada tanggal 18 April 1990 yang sampai dengan saat ini konsisten mendukung ekosistem bisnis PT. Petrokimia Gresik dalam mencapai visi dan misi serta mengembangkan perekonomian disekitar Kawasan. PT. Petrokopindo Cipta Selaras memiliki 3 anak perusahaan lainnya yang juga

bergerak dibidang jasa yaitu yang pertama ada PT. Kopindo Cipta Sejahtera yang bergerak dibidang Angkutan Laut, yang kedua ada PT. Trans Cipta Selaras yang bergerak di bidang Jasa Pengurusan Transportasi dan yang ketiga adalah PT. Berlian Cipta Sejahtera yang bergerak dibidang Jasa Bongkar Muat. Petrokopindo Cipta Selaras ber Alamat di Jl.Raya Roomo No. 242, Maduran, Roomo Kecamatan Manyar,Kabupaten Gresik, Jawa Timur.

PT Petrokopindo Cipta Selaras (PCS) dikenal sebagai perusahaan penyedia sarana logistik. Namun, seiring berjalannya waktu, PCS terus mengembangkan bisnisnya ke beberapa bidang usaha. Ini termasuk bengkel yang melayani perbaikan otomotif dan kendaraan seperti mobil, truk pengangkut untuk kebutuhan logistik. Selain itu, PCS juga menawarkan jasa persewaan alat berat, jasa pengangkutan, pergudangan dan pengan-tongan, pengerukan, dan pengurukan. PCS juga bergerak di bidang jasa dan perdagangan barang, di mana sebagian besar pengguna jasa dan barang ini adalah PT Petrokimia Gresik.

Luaran dari kegiatan pengabdian ini berdasar pada tujuan kegiatan yakni pemanfa-atan website dan digital marketing guna meningkatkan loyalitas pelanggan. Luaran adalah sebagai berikut:

- a. Perusahaan terfokus pada pemasaran nyata dikarenakan hampir pengguna jasanya adalah PT.Petrokimia Gresik, namun PCS melebarkan sayapnya untuk melayani konsumen dari luar mitra tetap.
- b. PT.Petrokopindo Cipta Selaras dinilai kurang aktif dalam pemanfaatan website dan sosial media yang ada untuk pemasaraan Barang dan Jasa nya.
- c. Kurangnya pemanfaatan website dan sosial media dalam digitalisasi bisnis

mengakibatkan kurang dilihatnya citra perusahaan di mata pelanggan

Melihat jika perusahaan belum memaksimalkan penggunaan Pemasaran digital melalui website dan sosial media, penulis mengusulkan agar website dan sosial media mengunggah konten-konten dan protfolio terbaru terkait perusahaan. Hal ini bertujuan agar konsumen tetap maupun calon konsumen dapat melihat informasi terbaru terkait perusahaan saat ini. Hal tersebut juga akan berdampak baik bagi citra perusahaan dan branding perusahaan. Berikut adalah tahapan dalam pemanfaatan Website dan sosial media perusahaan:

a. Website PT.Pterokopindo Cipta Selaras

Pada pemanfaatan *website* penulis memberikan saran untuk menonjolkan profil perusahaan dan memberikan informasi terkait jasa yang ditawarkan. *Website* ini berisi tentang informasi- informasi sejarah perusahaan dan informasi-informasi terkait jasa yang ditawarkan dan bagaimana memulai bisnis bersama PT.Petrokopindo Cipta Selaras karena di Website tersebut juga berisi Kontak yang bisa dihubungi untuk memulai kemitraan nya.



Gambar 1 Website PT.Pterokopindo Cipta Selaras

b. Sosial Media Instagram

Pada Instagram, memanfaatkan 3 fitur untuk memberikan branding perusahaan yaitu *Feeds*, *Snapgram* dan *Hastag*. 3 fitru inilah yang digunakan untuk menyampaikan

informasi-informasi terkait perusahaan maupun informasi-informasi perayaan seperti hari batik, hari kemerdekaan dan hari pancasila. Hal ini membuat klien dan masyarakat umum memiliki pemikiran positif terhadap PT.Petrokopindo Cipta Selaras karena platform digital yang dimiliki sangat informatif.



Gambar 2 Sosial Media Instagram
PT.Petrokopindo Cipta Selaras.

KESIMPULAN

Dari kegiatan tersebut dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan Bisnis digital melalui Website dan Sosial Media berdampak baik bagi perusahaan. Di era globalisasi yang serba modern ini Konsumen dan masyarakat lebih memilih menggunakan Platform Digital untuk mengakses informasi yang dibutuhkan. Penulis mengusulkan jika pemanfaatan Website dan sosial media untuk terus dilakukan agar perusahaan dapat menciptakan citra positif bagi pelanggan.

Citra positif dan Profesional kerja yang dilakukan diharapkan dapat menciptakan

loyalitas pelanggan yang tinggi serta dapat menggaet pelanggan-pelanggan baru untuk bergabung dengan bisnis di PT.Petrokopindo Cipta Selaras. Penerapan pemasaran dan informasi melalui Platform digital Website dan sosial media ini meliputi pengupload-an konten dan informasi terkait perusahaan, menciptakan Branding positif pada perusahaan dan mengisi sosial media instagram dengan berbagai informasi perayaan seperti hari kemerdekaan, hari pancasila dan sebagainya. Hal ini menjadi nilai tambah karena perusahaan dianggap peduli, bukan soal bisnis saja tetapi soal hari-hari penting kenegaraan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur (UPNV Jatim) atas dukungan dan kerjasamanya dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada mitra kami, PT Petrokopindo Cipta Selaras (PT PCS), yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas yang luar biasa, sehingga program pengabdian ini dapat berjalan dengan baik. Dukungan dari kedua pihak sangat berperan dalam keberhasilan kegiatan ini, dan kami berharap kerja sama yang baik ini dapat terus berlanjut di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alviany, L. (2018). Laporan Magang Pada Bagian Telesales Pt. Berca Hardaya Perkasa. Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents,10. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/4445>

- Maulana, F., Arwan, A., & Pramono, D. (2019). Pengembangan Sistem Aplikasi Manajemen Distribusi Pupuk Berbasis Web (Studi Kasus : PT. Petrokopindo Cipta Selaras) Fahrir). <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/6656>
- ARTAMEVIAH, R. (2022). Kajian Pustaka Jasa. Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 12(2004), 6–25.
<https://journal.yrpiiku.com/index.php/ms-ej/arti cle/view/4828>
- Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer, 3(10), 10279–10286. Petrokopindo Cipta Selaras Solusi Sarana Logistik.(2024). Retrieved from petrokopindo.com:<https://petrokopindo.com/profil-pcs/ TrainingGRC>. (2023, September 1). Pelatihan Rewinding Motor. Retrieved from traininggrc.com: <https://training-grc.com/pelatihan-rewinding-motor/>
- Mita Purnamasari, A. s. (2023). Preferensi Konsumen Terhadap Produk Minuman. Jurnal Sains Terapan Pariwisata, 156-165. <https://journal.polteksahid.ac.id/index.php/jstp/ article/view/311>
- Rasyid, H. A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecod emica/article/view/2026/pdf>
- Indriasari, R. A. (2021). Penerapan Strategi dalam Upaya Mempertahankan Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan Melalui Pemanfaatan E -Commerce. National Conference of Islamic Natural Science. <https://proceeding.iainkudus.ac.id/index.php/N COINS/article/view/55>
- Kristanto, Y. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang. Jurnal Ilmu Manajemen, 13-22. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/arti cle/d ownload/50173/17708>
- Fanny Setiyo Saputri, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Website, Kemudahan Penggunaan Website, Keamanan Website, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada e-commerce shopee). Jurnal Akuntansi dan Pajak, 1-17.
<https://jurnal.stieaas.ac.id/index.php/jap/a rticle/ view/6468/pdf>
- Aulia Gustika, M. N. (2021). Sistem Customer Relationship Management Dalam Upaya Peningkatan Loyalitas Dan Kepuasan Pelanggan. Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI), 68-73. <https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/siste minfo rmasi/article/view/1321/471>
- Audina Faza, A. P. (2021). Analisa Kualitas Layanan Website PT. Masusskita United Menggunakan Metode Webqual. Jurnal TEKNO KOMPAK, 88-99. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/t eknok ompak/article/view/1155>
- Natallios Peter Sipasulta, D. K. (2024). Digitalisasi Dan Proses Transformasi Perusahaan Dalam Menjalankan Bisnis Dengan Mengimplementasikan System Customer Relationship Manajemen. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 168-174 <https://journal.admi.or.id/index.php/JEK MA/ar ticle/view/1500>
- Putriana, A. (2023). AnalisisStrategi Bisnis di Era Transformasi Digital. Jurnal Ilmu Komunikasi, 223-232. <https://www.journal.yp3a.org/index.php/ mukas i/article/view/2105/923>
- Handoyo Harsono, G. J. (2023). Pengaruh Rantai Pasokan Digital pada Kinerja Organisasi: Studi Empiris di Industri Pertahanan. Journal of Industrial Engineering &Management Research, 80-90.
<https://jiemar.org/index.php/jiemar/article /view/339/258>

- Fajar Yuswantoro, N. O. (2022). Peran Implementasi E-Procurement dan Inovasi Supply Chain Terhadap Kinerja Supply Chain Industri Pertahanan Pada Era Digital. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 7-16. <https://jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/320/243>
- Bilal Lanna Surya Muhammad, T. L. (2023). Penerapan Pemasaran Digital sebagai Media Promosi. 501-508. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/confere nce/article/view/10013/4450>
- Andriawan Pamungkas, D. A. (2021). Pengaruh Atmosfir Store, Brand Identity, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Mediasi Minat Beli. *Borobudur Management Review*, 12-31. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/bmar/ar ticle/view/5009>
- Arivia, A., Margaretha, C., & Hayati, R. A. (2023). Performance evaluation: Benarkah objektif dan terukur? *Buletin KIPN*. Diakses dari <https://buletin.kipin.org/index.php/arsipartikel/1368-performance-evaluation-benarkah-objektif-dan-terukur>
- Egha, H., Widiastomo, H., & Achsa, A. (n.d.). Strategi pemasaran terhadap tingkat penjualan. *Jurnal*, 18(1), 2021–2036. Diakses dari http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINE_RJA