

# PROMOSI MELALUI E-COMMERCE BERBASIS WEBSITE DENGAN APLIKASI WORDPRESS DI UKM CATUR COFFE MALANG

Oleh :

Maya Yuanita Safitri 1,Umi Khabibah

Email:<sup>1</sup>yuanita058@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk membuat website berbasis E-commerce sebagai media promosi tambahan dan membantu untuk meningkatkan kualitas penjualan pada Catur Coffe Malang dengan menggunakan CMS Wordpress.

Pada penelitian ini menggunakan metode action research dengan prosedur penelitian yang terdiri dari observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi kepada Unit analisis yang terdiri dari 2 ahli pemasaran, 2 ahli komputer, 1 pemilik usaha sekaligus admin ,dan 3 calon konsumen.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa website E-commerce Catur Coffe Malang termasuk dalam kategori baik dan efektif. Sehingga dapat membantu Catur Coffe Malang mempromosikan produknya dan dapat meningkatkan kualitas layanan penjualan bagi calon konsumen.

Kata-kata Kunci: Website, media promosi, CMS Wordpress, E-commerce,

*Abstract.*

*The purpose of this research is to create a website based E-Commerce as a promotional media and improve the selling quality at Catur Coffe Malang using CMS WordPress.*

*This study uses action research methods with research procedures consisting of observations, interviews, questionnaires, and documentation to the analysis unit consisting of 2 marketing experts, 2 computer experts, 1 business owner as well as admin, and 3 potential customers.*

*The conclusion of this study is that the Catur Coffe Malang website is included in the good and effective category. the design of this website can help Catur Coffe Malang promote its products and can improve the quality of their services for potential customers. Abstrak berisikan penjelasan singkat yang memuat tujuan penelitian, populasi dan sampel penelitian, Hasil Penelitian, dan rekomendasi/saran bagi penelitian selanjutnya yang telah diterjemahkan dalam bahasa Inggris.*

*Keywords: Websites, Promotional Media, CMS WordPress, E-commerce,*

## 1. Pendahuluan

Perkembangan zaman yang semakin pesat tak terlepas dari peranan teknologi informasi dan komunikasi. pesatnya kemajuan di bidang teknologi salah satunya adalah penggunaan e-commerce. Khususnya bagi para pelaku bisnis industri dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Website e-commerce adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam

melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya.

Data dari databoks.katadata.co.id tahun (2021) menjelaskan bahwa sebanyak 88,1% pengguna internet di Indonesia memakai layanan e-commerce untuk membeli produk tertentu dalam beberapa bulan terakhir. Oleh karena itu banyak pengusaha dari berbagai kalangan

menggunakan website sebagai salah satu platform untuk mengembangkan usaha mereka agar cepat di kenal oleh masyarakat melalui informasi dan pelayanan yang mereka berikan.

Catur Coffe adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berbentuk seperti kafe dan bergerak dalam bidang Minuman khususnya kopi dan ada beberapa macam makanan serta memproduksi kopi bubuk instan seperti kopi arabika dan robusta untuk dijual. hanya mengandalkan media promosi melalui yaitu Whatsapp dan Instagram saja. Media promosi yang digunakan tersebut dirasa masih kurang, karena menurut laporan data dari kompas.com pada tahun 2020 menyatakan bahwa masyarakat khususnya konsumen indonesia selalu membuka website sebelum mereka melakukan pembelian secara online untuk mendapatkan informasi tentang perusahaan tersebut.

Penggunaan CMS Wordpress diharapkan dapat membantu dalam pembuatan website e-commerce bagi Catur Coffe dan diharapkan mampu meningkatkan penyampaian informasi yang mendetail akan produk perusahaan kepada masyarakat . Atas dasar hal tersebut diatas maka skripsi ini mengambil Judul “Promosi Melalui E-Commerce Berbasis Website dengan Aplikasi Wordpress di UKM Catur Coffe Malang”.

### 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Bagaimana Promosi Melalui E-Commerce Berbasis Website dengan

Aplikasi Wordpress di UKM Catur Coffe Malang?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan memahami berbagai media promosi yang ada di Catur Coffe Malang.
2. Mengaplikasikan dan menerapkan website e-commerce pada Catur Coffe Malang.

## 2. Kajian Pustaka

### 2.1. Promosi

Menurut Ari Setyaningrum dkk (2015:226), “Promosi adalah segala bentuk usaha agar seseorang atau pihak tertentu membeli sebuah produk atau jasa”/

### 2.2. E-commerce

Menurut Kotler & Armstrong (2012) “E-commerce adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan”.

### 2.3. Website

Menurut Dr. Deni Darmawan (2016:2), “Secara basic, Website digunakan untuk media publikasi informasi yang akan disediakan secara beraneka ragam mulai dari profile pribadi hingga Company Profile”.

#### 2.4. Wordpress

Menurut Sarah McHarry (2013:6), “WordPress is a powerful package of software that sits in the background on your web server and performs all the technical processing that delivers your content to your visitor on their local computer”

#### 2.5. WooCommerce

Menurut Lisa Sims (2018:42), “WooCommerce is an open source e-commerce platform used with WordPress selfhosted websites to create online stores”.

#### 2.6. Kajian Empiris

Rulia Puji Hastanti dan Bambang Eka Purnama (2015), Penelitian ini berjudul Sistem Penjualan Berbasis Web (E-Commerce) Pada Tata Distro Kabupaten Pacitan. Objek Penelitian ini adalah Tata Distro dan menggunakan sistem WooCommerce.

Aziz Ridwan Sugianto dan Umi Khabibah (2018), Penelitian ini berjudul Pengembangan Media Penjualan Online Dengan Menggunakan Aplikasi CMS Petahsop Untuk Pembuatan Website Toko

Online Beruang House Di Kota Malang. Objek Penelitian ini adalah Beruang House. Penelitian ini menggunakan sistem WooCommerce sebagai plugin Toko Online dan menggunakan aplikasi CMS Petashop.

Rita Wahyuni Arifin (2016), Penelitian ini berjudul Website Sebagai Media Promosi Untuk Memasarkan Produk Industri Kreatif. Objek dari penelitian ini adalah Produk Industri

Kreatif yang menggunakan Aplikasi Wordpress Sebagai Media Promosi.

### **3. Metodologi Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan menggunakan metode Action Research atau yang biasa disebut penelitian tindakan. Ahli yang pertama kali menciptakan model penelitian tindakan adalah Kurt Lewin, tetapi yang sampai sekarang banyak dikenal adalah Kemmis dan Mc Taggart (1988).

Responden pada penelitian ini berjumlah 8 orang diantaranya adalah, 2 ahli komputer agar dapat membantu dalam mengetahui efisien dan kualitas sebuah website yang telah dibuat, 2 ahli pemasaran untuk menilai dan juga membantu dalam segi kualitas promosi dan penjualan yang telah dibuat dan disampaikan dalam sebuah website, 1 pemilik sekaligus admin untuk memberi saran terhadap website yang sudah dibuat sudah sesuai dengan tujuan perusahaan dan keinginan pemilik dan 3 calon pengguna/konsumen untuk menilai seberapa efektif penggunaan website dalam melakukan pemesanan dan penyampaian informasi.

Data primer didapatkan secara langsung dengan melakukan observasi dan interview kepada pemilik UKM Catur Coffe Malang. Selain itu data yang didapat juga melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada calon responden. Dalam hal ini yang menjadi responden adalah para ahli IT/komputer, Pemasaran, Pemilik dan Calon konsumen dari Catur Coffe Malang.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu: (1) Observasi, data yang akan diperoleh adalah dengan mengamati media promosi yang di pakai oleh Catur Coffe Malang. Guna untuk menganalisis apa kekurangan dari media promosi tersebut untuk dibuat sebuah evaluasi. (2) wawancara, untuk mendapatkan profil perusahaan dan macam produk-produk di Catur Coffe Malang. (3) dokumentasi, Data yang di peroleh dari metode ini adalah berupa struktur organisasi, foto produk dan juga tempat serta lokasi Catur Coffe Malang.

Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan mengembangkan variabel-variabel pertanyaan dari EPIC Model, Menurut AC Nielsen dalam Rangkuti (2009 : 385) dengan empat indikator yaitu empati, persuasi, dampak, komunikasi. Hasil kuesioner selanjutnya akan diolah menggunakan skala Likert.

#### **4. Hasil dan Pembahasan**

Catur Coffe Malang berdiri pada Januari 2018 berlokasi di Jl. Tunggul Ametung No.182 Candirenggo, Singosari, Kab. Malang. dan bergerak dibidang makanan dan minuman khususnya adalah kopi. Pemilik dari catur coffe adalah Septian Mauludin SP.d salah satu lulusan dari universitas di Malang. Bisnis ini berdiri karena pemilik ingin membuat tempat berkumpul dan bersantai yang nyaman dan sederhana dengan teman atau keluarga. Alasan lain berdirinya Catur Coffe Malang ini adalah karena hobi dari sang pemilik yang sangat

menyukai aneka minuman yang berbahan dasar kopi. dan melihat peluang yang tersedia karena di daerah Singosari, Kab. Malang sangat minim tempat untuk bersantai dan berkumpul seperti kedai kopi yang bertemakan cafe.

Pada siklus 1, (1) tahap perencanaan dengan menambah media promosi dengan menggunakan website berbasis e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan sudah. (2) tahap tindakan dengan embeli domain dan hosting dan instalasi website, (3) tahap observasi website akan dijelaskan cara kerja dan bagaimana cara pengoperasiannya kepada owner. Kemudian akan dilakukan uji coba terhadap website ini, yaitu dengan cara menyebar kuesioner dengan menggunakan google form. (4) tahap refleksi dilakukan evaluasi hasil dari jawaban responden ada beberapa indikator yang perlu diadakan perbaikan sehingga dilanjutkan pada siklus 2.

Pada siklus 2, (1) tahap perencanaan dilakukan perbaikan pada tampilan website, informasi pada website, penggunaan bahasa asing dan penilaian konsumen terhadap website. (2) tahap tindakan, dengan memperbaiki poin-poin masukan ahli. (3) tahap observasi, uji coba kembali kepada responden yang sama dan cara menyebar kuesioner dengan google form yang sama seperti siklus pertama. (4) tahap refleksi, menyatakan bahwa website ini sudah cukup baik untuk di gunakan.

Berdasarkan hasil keempat indikator, nilai rata-rata keseluruhan indikator yang diperoleh dari Epic Rate adalah 3,9. Nilai ini

termasuk dalam kategori efektif. Hal tersebut menunjukkan bahwa website yang dibuat sudah efektif untuk digunakan sebagai tambahan media promosi.

### **5.Simpulan dan Saran**

Catur Coffe Malang merupakan usaha mikro kecil menengah yang bergerak di bidang minuman khususnya kopi dan makanan yang berada di Malang sejak tahun 2018 dan telah melakukan promosi menggunakan media sosial. Media promosi yang digunakan yaitu melalui media sosial Whatsapp dan Instagram. Pada saat ini media promosi tersebut masih digunakan tetapi belum secara maksimal, karena konten pada instagram yang tidak menarik dan tidak adanya update produk terbaru pada menu yang ditawarkan sehingga tidak dapat menyampaikan informasi dengan baik kepada pelanggan.

Berdasarkan penelitian Action Research yang telah dilakukan, maka website e-commerce yang sudah dibuat ini dapat digunakan menjadi tambahan media promosi untuk penjualan Catur Coffe Malang karena pada hasil EPIC rate menghasilkan rentang skala 3,9 yang masuk ke dalam kategori efektif.

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan kepada Catur Coffe Malang adalah sebagai berikut: dapat memaksimalkan penggunaan website e-commerce yang telah dibuat ini sehingga dapat mendukung media promosi yang ada yaitu Instagram dan Whatsapp, melakukan pembaruan atau update produk terhadap website

ini sesuai dengan perkembangan produk yang dikeluarkan, dapat mempertahankan media promosi saat ini dan juga memperbaiki penggunaan media sosial instagram dengan membuat konten yang lebih menarik dalam penyampaian informasi dan menggunakan whatsapp khusus bisnis agar lebih efisien, memperpanjang domain dan hosting setiap tahun agar website ini selalu bisa digunakan secara maksimal dan berkelanjutan.

### **6.Daftar Rujukan**

- Aziz, Ridwan kk .2018. Pengembangan Media Penjualan Online Dengan Menggunakan Cms Prestashop Untuk Pembuatan Website Toko Online Beruang House Di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. Vol 4, No 2, (2018). E-ISSN: 2407-5523. ISSN:2407-3741
- Darmawan, Dr. Deni. 2016. *Desain dan Pemrograman Website*. Bandung: PT.
- Fitriana, Onny dkk.2017. Buku Ajar *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta : FKIP UHAMKA
- Hastanti, Rulia Fuji dkk. 2019. Sistem Penjualan Berbasis Web (E-Commerce) Pada Tata Distro Kabupaten Pacitan. *Jurnal Akademi Bina Sarana*. Vol 3, No 2, (2019) . E-ISSN: 2338-8145. ISSN :2338-9761
- Kotler, Philip and Gery Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- McHarry,Sarah.2013. *Wordpress To Go*. United States Of America : Amazon Copyright Department. Sims,Lisa. 2018. *Building Your Online Store With Wordpress and WooCommerce*. United States Of America : APRESS.

- Skalanews. (2019). Pertumbuhan E-Commerce di Indonesia capai 78%. Retrieved Februari 10, 2021, from kominfo.go.id:[https://kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media)
- Setyaningrum, Ari, Jusuf Udaya, dan Efendi. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Wahyuni, Rita dkk. 2016. Website Sebagai Media Promosi Untuk Memasarkan Produk Industri Kreatif: *Journal of Information Management*. Vol 1, No 1, (2016). E-ISSN 2558-3331. ISSN 2548-3331