

PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI DENGAN APLIKASI CMS WORDPRESS UNTUK MENARIK MINAT BELI KONSUMEN PADA UKM COUNTER HP IZZY CELL MOJOKERTO

Vembi Ade Ismana Putra -1¹
Umi Khabibah -2²

^{1,2} Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

¹ vembiade12@gmail.com,

² umi.khabibah@polinema.ac.id,

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengembangkan media promosi dengan aplikasi *CMS Wordpress* untuk menarik minat beli konsumen pada UKM counter HP Izzy Cell Mojokerto.

Penelitian ini merupakan penelitian tindakan (*action research*) dengan menggunakan pengumpulan data observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Unit analisis yang dipilih yaitu dua orang pemilik usaha, dua orang ahli IT, dua orang ahli pemasaran, dan empat konsumen.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa website ini dapat menarik minat beli konsumen karena dengan aplikasi ini informasi dari penjual dapat tersampaikan dengan maksimal dan jangkauan promosinya luas bisa di akses dari mana saja dan kapan saja.

Kata-kata kunci: media promosi; *CMS wordpress*; minat beli.

Abstract

This research aimed developing promotion media with CMS Wordpress application to attract consumer buying interest on SME Mojokerto Izzy cell mobile phone counter.

This research is an action research using observation data collection, interviews, questionnaires and documentation. The units of analysis selected were two business owners, two IT experts, two marketing experts, and four consumers.

From the results of the study, it can be concluded that the website can attract consumer buying interest because with this application information from the seller can be conveyed properly to consumers and can be accessed from anywhere and anytime.

Keywords: promotion media; CMS wordpress; buying interest

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

UKM di Indonesia salah satu jenis usaha yang memberikan kontribusi yang tinggi terhadap perekonomian di Indonesia. Karena UKM mampu memaksimalkan sumberdaya yang ada dan tidak bergantung dengan impor. Produk yang di hasilkan unik dan berkualitas. UKM dapat berkembang salah satunya dengan memaksimalkan media promosi yang ada khususnya promosi online agar dapat menjangkau masyarakat luas. Media promosi yang dilakukan sesuai dan tepat sasaran akan membuat usaha berkembang dengan baik dan dapat meningkatkan minat beli konsumen. Internet merupakan media promosi yang potensial, terlihat dari begitu banyaknya pengguna internet saat ini, salah satu media promosi yang sering digunakan saat ini yaitu website. Dengan media ini dapat menjangkau

calon konsumen lebih luas dan fleksibel. Dari pemaparan singkat di atas maka dibuat website sebagai pengembangan media promosi pada counter hp Izzy cell. Berdasarkan hal tersebut maka skripsi ini mengambil judul "Pengembangan Media Promosi Dengan Aplikasi CMS Wordpress Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada UKM Counter Hp Izzy Cell Mojokerto"

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah " Bagaimana Pengembangan Media Promosi Dengan Aplikasi CMS Wordpress Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada UKM Counter Hp Izzy Cell Mojokerto?"

1.3. Tujuan Penelitian

Mengembangkan Media Promosi Dengan Aplikasi CMS Wordpress Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada UKM Counter Hp Izzy Cell Mojokerto.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Kajian Empiris

Adapun penelitian sebelumnya menurut Aini (2017) Diperoleh dari hasil skor Indikator EPIC menunjukan 3,96 bahwa web dikatakan layak dan efektif digunakan sebagai pengembangan media promosi.

Menurut Rizkianingsih (2018) Dari perhitungan indikator *webqual* memperoleh persentase sebesar 90,44 %. Dari persentase tersebut hasil website dapat dikatakan "Sangat Baik" layak digunakan sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan produk.

Menurut Fakhurramadhan (2019) Hasil perhitungan EPIC menunjukan skor 4,318 menunjukan bahwa website dikategorikan sangat efektif dan layak digunakan sebagai media promosi .

Menurut Prawira (2017) hasil menunjukan bahwa pembuatan website sebagai pengembangan media promosi dapat dikatakan efektif dan memenuhi syarat website yang baik dalam promosi dan menyampaikan informasi.

2.2. Kajian Teori

2.2.1 Promosi

Menurut Manap (2016: 301) "Promosi itu adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa".

2.2.2 Media Promosi

Menurut Sulistyorini dan alif Suharson (2019) "Media promosi adalah sarana kita untuk menjual produk atau layanan jasa usaha bisnis yang kita miliki".

2.2.3 Website

Menurut Abdullah (2018: 1). Website dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang berisi informasi data digital baik berupa teks, gambar, animasi, suara dan video atau gabungan dari semuanya yang disediakan melalui jalur koneksi internet sehingga dapat diakses dan dilihat oleh semua orang diseluruh dunia.

2.2.4 CMS

Menurut Abdullah (2016: 1) "CMS adalah singkatan dari Content Management System. CMS merupakan aplikasi berbasis web yang digunakan untuk mengatur konten website."

2.2.5 Wordpress

Menurut Rachmadi (2013: 12) "Wordpress adalah sebuah aplikasi sumber terbuka (Open source) yang sangat populer digunakan sebagai mesin blog (blog engine). Wordpress dibangun dengan bahasa

pemrograman PHP dan basis data (database) MySQL."

2.2.6 Minat Beli

Menurut Nufian S, Febriani dan Wayan Weda Asmara D. (2018:86) "Minat Beli sendiri diartikan sebagai sesuatu yang timbul dengan sendirinya setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihat, dari sana timbul ketertarikan untuk membeli dan memilikinya."

3. Metodologi

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian tindakan atau *Action Research*. Menurut Arikunto dalam Winarno (2013: 72). Penelitian tindakan adalah salah satu strategi pemecahan masalah yang memanfaatkan tindakan nyata dalam bentuk proses pengembangan inovatif yang "dicoba sambil jalan" dalam mendeteksi dan memecahkan masalah.

3.2. Unit Analisis

Penelitian ini melibatkan 2 ahli pemasaran, 2 ahli IT, 2 pemilik dan 4 konsumen untuk menilai tingkat keefektifitasan medi promosi *Website* dengan menggunakan metode EPIC.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan 4 metode pengumpulan data, yaitu observasi, *interview*, kuesioner, dan dokumentasi.

3.4. Pengembangan Kuesioner

Dalam penelitian ini menggunakan EPIC sebagai dasar pengembangan kuesioner. Menurut AC Nielsen pada Freddy Rangkuti (2009: 385) Efektifitas iklan dapat dianalisa menggunakan AC Nielson ads@work dengan menggunakan pendekatan EPIC yang memproyeksikan efektifitas periklanan dari empat Indikator kritis yaitu *Emphaty, Persuasion, Impact and Communication*.

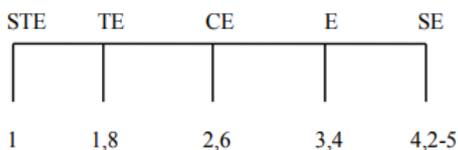
3.5. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Fadila dkk. (2020 : 56) Skala likert adalah suatu skala psikometrik yang digunakan dalam kuesioner dan merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan dalam evaluasi suatu program atau kebijakan perencanaan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial.

Lalu Menentukan nilai EPIC rate ditentukan dengan rumus berikut

$$\text{EPIC Rate} = \frac{\text{XE} + \text{XP} + \text{XI} + \text{XC}}{4}$$

Kemudian menggunakan rentang skala penilaian untuk menentukan posisi tanggapan responden



Gambar 1. Posisi Keputusan EPIC Model
 Sumber : Durianto Dalam indah dan Zenitha Maulida (2017)

Keterangan:

STE = Sangat Tidak efektif skala (1,0-1,80)

TE = Tidak Efektif skala (1,80-2,60)

CE = Cukup Efektif skala (2,60-3,40)

E = Efektif skala (3,40-4,20)

SE = Sangat Efektif skala (4,20-5,00)

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

Counter HP Izzy Cell Berdiri sejak bulan Agustus tahun 2009 yang beralamat kan di Jl. Komando Hayam Wuruk, Dsn Kembangore, Ds. Petak, Kec Pacet, Kab. Mojokerto, yang bergerak dibidang jual beli HP, aksesoris, dan Service. Pemiliknya bernama Ahmad Yayan Arikurniawan dan adiknya yang bernama Nanda Triandika Permana. Usaha ini berdiri karena pemilik usaha memiliki bakat dibidang elektronik dan melihat peluang pada saat itu masih jarang penjual HP dan aksesoris di Kec. Pacet Kab Mojokerto.

4.2. Pelaksanaan Action Research

4.2.1. Siklus 1

Dilakukan observasi awal mengunjungi lokasi usaha dan melakukan wawancara dengan pemilik usaha untuk mengetahui media promosi apa saja sudah pernah digunakan dan Ditemukan permasalahan yaitu media promosi yang digunakan kurang maksimal. Sehingga perlu adanya media promosi baru berupa website yang mampu melengkapi media promosi tersebut.

1. Perencanaan (Planing)

Pada tahap perencanaan ini dibuat website menggunakan CMS Wordpress, direncanakan membeli jasa penyedia hosting dan domain di webhostid, disepakati memberi nama domain yaitu Izzycell.com, dan tema website berwarna orange.

2. Pelaksanaan Tindakan (Action)

Melakukan pembelian hosting dan domain untuk website di idwebhost.com, lalu mendaftarkan nama domain. Menginstall wordpress secara online dan

mendesain website sesuai pada tahap perencanaan.

3. Pengeamatan (Observation)

Observasi yang dilakukan adalah Menyebarkan kuesioner ke sejumlah unit analisis dan menganalisa data dari hasil kuesioner bahwa masih terdapat responden yang mengisi tidak setuju pada indikator *emphaty*, *impact*, dan *communication*. Selain itu ada beberapa saran dari responden.

4. Refleksi (Reflection)

Berdasarkan dari hasil analisa observasi terdapat indikator *empathy*, *impact* dan *communication* yang masih terdapat kekurangan. Terdapat beberapa saran yang diberikan untuk menyempurnakan kekurangan tersebut, maka pada penelitian tindakan ini akan dilanjutkan ke siklus 2.

4.2.2. Siklus II

1. Perencanaan (Planning)

Perencanaan perbaikan dibuat sesuai dengan apa yang di sarankan responden pada siklus I bertujuan untuk menyempurnakan kekurangan website.

2. Pelaksanaan Tindakan (Action)

Pada tahap pelaksanaan di siklus 2 dilakukan dengan memperbaiki website. Perbaikan dilakukan berdasarkan masukan dari responden yaitu mengubah format ke png untuk menghindari gambar pecah, memperbaiki UI dan UX, memaksimalkan penggunaan tampilan promo, memaksimalkan headline, menambahkan halaman service HP.

3. Pengamatan (Observation)

Pada tahap ini dilakukan observasi dengan cara menunjukkan hasil perbaikan kepada unit analisis dan mengirimkan kuesioner siklus 2 untuk memperoleh penilaian. Kemudian hasil kuesioner siklus 2 di analisa, hasilnya setelah perbaikan website terdapat peningkatan, terlihat dari kuesioner sudah tidak ada yang mengisi Tidak Setuju..

4. Refleksi (Reflection)

Berdasarkan hasil kuesioner pada siklus II bahwa website ini efektif dan siap dipublikasikan sebagai media promosi di counter HP Izzycell. Maka tidak perlu dilanjutkan siklus selanjutnya. Terlihat tidak ada yang mengisi tidak setuju.

4.3 Bahasan

Nilai EPIC indikator *emphaty* 4.4, indikator *persuasion* 4.1, indikator *impact* 4.05 dan indikator *communication* 4.1. Hal tersebut

dibuktikan dengan direntangkan pada skala *EPIC Rate*, satu indikator yang masuk dalam kategori sangat efektif dan tiga indikator dalam kategori efektif. Kemudian dirata – rata, skor keseluruhan *EPIC Rate* adalah 4,17 skor tersebut masuk kategori efektif dan *website* dikatakan layak sebagai media promosi.

Nilai Minat Beli indikator Transaksional 4.4, indikator Referensial 4.6, indikator Preferensial 4.0 dan indikator Eksploratif 4.1. Hal tersebut dibuktikan dengan direntangkan pada skala *EPIC Rate*, dua indikator yang masuk dalam kategori sangat efektif dan dua indikator dalam kategori efektif. Kemudian dirata – rata, skor keseluruhan dengan rumus *EPIC Rate* adalah 4,3 skor tersebut masuk kategori sangat efektif dan *website* dikatakan dapat menarik minat beli konsumen.

5. Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Berdasarkan penelitian action research yang telah dilakukan dapat disimpulkan pengembangan media promosi dengan CMS Wordpress dapat menarik minat beli konsumen. karena dengan fitur yang ada pada *website* dapat menampilkan gambar, teks, audio, dan video sehingga informasi mengenai produk dapat tersampaikan dengan jelas, tampilan *website* yang menarik dan cara bertransaksi yang mudah membuat konsumen tertarik untuk membeli, selain itu *website* juga dapat diakses dari mana saja dan kapan saja sehingga memudahkan konsumen untuk membeli.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sudah memperoleh hasil yang baik tetapi ada beberapa saran untuk pemilik usaha yaitu:

1. Dalam pemesanan lebih melibatkan konsumen agar konsumen merasa puas karena memperoleh pelayanan yang maksimal, dan pemesanan sesuai kemauan konsumen
2. Disarankan untuk memaksimalkan penggunaan headline pada aplikasi *website* sebagai tempat menampilkan promo yang ada, sebab headline merupakan tampilan awal yang dilihat konsumen, jika headline menarik konsumen akan tertarik menjelajahi isi *website*.
3. Disarankan untuk pemilik usaha memperhatikan tampilan layout aplikasi tetap rapi agar konsumen merasa nyaman ketika menggunakan aplikasi ini dan tidak kebingungan.

6. Daftar Rujukan

- Abdullah, Rohi. 2018. *Easy & Simple Web Programing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Abdullah, Rohi. 2016. *Trix Mudah Membuat CMS Website Dari Nol*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Aini, Addinda. 2017. *Pembuatan Website Menggunakan Cms Wordpress Sebagai Media Promosi Pada Rumah Crochet Batu*. Jurnal Aplikasi Bisnis
- Fadila dkk. 2020. Penerapan Metode *Naive Bayes dan Skala Likert* Pada Aplikasi Prediksi Kelulusan Mahasiswa. Bandung: Kreatif Industri Nusantara
- Fakhrurrahman, Naufal. 2019. *Pembuatan Website Sebagai Pengembangan Media Promosi Di Malang Punya Tour & Trip Dengan Menggunakan Cms Wordpress*. Volume 5
- Indah dan Zenitha Maulida. 2017. Analisis Efektifitas Media Televisi Menggunakan Epic Model (Studi Kasus Produk A Mild di kota Langsa). JURNAL PENELITIAN EKONOMI AKUNTANSI (JENSI), VOL. 1, NO. 2
- Rangkuti, Fredy. 2009. Mengukur Efektifitas Program Promosi & Analisis kasus Menggunakan SPSS. Jalarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Manap, Abdull. 2018. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Nufian S, Febriani dan Wayan Weda Asmara D. 2018. *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press
- Prawira, Jessica. 2017. *Aplikasi Cms Wordpress Untuk Pembuatan Website Sebagai Media Promosi Di Wisata Keramik Dinoyo Kota Malang*. Jurnal Aplikasi Bisnis
- Rachmadi, Moch Lutfi. 2013. *Tips Membuat Website Tanpa Coding*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Rizkianingsih, Hesmi. 2018. *Peningkatan Media Promosi Dengan Pembuatan Website Menggunakan Aplikasi Cms (Content Management System) Wordpress Pada "A&R" Fashion Store Malang*. Jurnal Aplikasi Bisnis. Volume 4
- Sulistiyorini dan Arif. 2019. *Produk Kreatif dan Kewirasahaan*. Yogyakarta: Andi
- Winarno. 2013. *Metodologi Penelitian dalam Jasmani*. Malang: Um Press.