

PENGEMBANGAN PROMOSI DENGAN DESAIN *WEBSITE* COMPANY PROFILE MENGGUNAKAN APLIKASI CMS *WORDPRESS* UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA UMKM PAWON BROMO CAFE AND RESTO MALANG

Seroja Puteri Indira ¹
Umi Khabibah ²

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

¹9b.serojaputeri@gmail.com,

²umi.khabibah@polinema.ac.id.

Abstrak

UKM Pawon Bromo Cafe and Resto merupakan usaha yang terletak di Kabupaten Malang dan bergerak dibidang wisata dan kuliner. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan media promosi dengan mendesain Website Company Profile media promosi pada UKM Pawon Bromo Cafe and Resto untuk meningkatkan Brand Awareness dengan menggunakan aplikasi CMS WordPress.

Adapun metode yang digunakan yaitu action research dengan tahap penelitian yang terdiri dari perencanaan, tindakan, observasi, dan refleksi. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan penyebaran kuesioner. Pengukuran efektifitas desain diukur dengan menggunakan metode EPIC (Empathy, Persuasion, Impact, Communication) dan tingkatan Brand Awareness.

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden menyatakan bahwa skor dari dimensi Empathy sebesar 4,16, dimensi Persuasion sebesar 4,16, dimensi Impact sebesar 4,16, dan dimensi Communication sebesar 4.13. Dengan keseluruhan dari EPIC Rate adalah 4,15. Pada tingkatan Brand Awareness menyatakan Unware of Brands sebesar 4,4, Brand Recognition sebesar 4,15, Brand Recall sebesar 4,15, dan Top of Mind sebesar 4,1. Dengan keseluruhan dari tingkatan Brand Awareness adalah 4,2.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Website Company Profile ini efektif sebagai media promosi untuk meningkatkan Brand Awareness pada Pawon Bromo Cafe and Resto.

Kata Kunci: Promosi, Website Company Profile, CMS WordPress, Brand Awareness, UKM Pawon Bromo Cafe and Resto

Abstract

UKM Pawon Bromo Cafe and Resto is a business located in Malang Regency and engaged in tourism and culinary service. The purpose of this research is to develop a company website using WordPress CMS application as a promotional medium at UKM Pawon Bromo Cafe and Resto to increase brand awareness.

The present study is an action research. The data collection methods were of observation, interview, documentation and dissemination of questionnaires. The measurement of design effectiveness was done using EPIC method (Empathy, Persuasion, Impact, Communication) and Brand Awareness level.

From the results of the questionnaires, it was found that the score of empathy dimension was 4.16, persuasion dimension was 4.16, impact dimension was 4.16, and communication dimension was 4.13. The equivalent of the EPIC Rate was 4.15. At the level of brand awareness, it was stated unware of brands was 4.4, brand recognition was 4.15, brand recall was 4.15, and top of mind was 4.1. The equivalent of the brand awareness level was 4.14.

The results indicate that the company profile website is effective as a promotional medium to increase brand awareness at Pawon Bromo Cafe and Resto.

Keywords: Promotion, Website Company Profile, WordPress CMS, Brand Awareness, UKM Pawon Bromo Cafe and Resto

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Website Company Profile adalah salah satu *website* yang berisi mengenai informasi tentang perusahaan, yang juga dimanfaatkan sebagai

media promosi dan branding. Salah satunya dengan membuat media promosi melalui *Website Company Profile* yang dapat mempengaruhi calon konsumen untuk menarik minat pembelian. Pembuatan *Website Company*

Profile dapat dibuat dengan cara pemogramman dan melalui *Content Management System* (CMS) yang efektif dalam pembuatan webiste.

Pawon Bromo Cafe and Resto adalah restoran makanan yang beralamat di Jalan Raya Kebonsari No.62, kecamatan Tumpang, Malang. Usaha ini sebelumnya menggunakan promosi melalui *Instagram*, *Whatsapp*, dan *word of mouth* yang kurang efektif karena informasi yang didapatkan terbatas, hanya fokus pada layanan/ produknya saja. Pada segi *Brand Awareness* nya Pawon Bromo Cafe and Resto usaha memiliki logo dan slogan. Pembuatan *Website Company Profile* ini bertujuan untuk mengembangkan media promosi dan meningkatkan *Brand Awareness* di Pawon Bromo Cafe and Resto.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Pengembangan Promosi dengan Desain Website Company Profile menggunakan Aplikasi CMSWordpress dapat meningkatkan Brand Awareness pada Pawon Bromo Cafe and Resto Malang?.

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui pengembangan macam-macam media promosi dan pembuatan Website Company Profile dapat meningkatkan Brand Awareness di Pawon Bromo Cafe and Resto Malang.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Kajian Empiris

1. Menurut Rosyanto, dkk (2016) dengan judul Perancangan Media Promosi Suoklat Dengan Teknik Vektor Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*.
2. Menurut Mayangsari, dkk (2017) dengan judul Perancangan dan Pembuatan *Company Profile* Berbasis *Website* Dengan Menggunakan *Wordpress* Sebagai Media Promosi B2B Di Super Kitchen Mojokerto.
3. Menurut Aini, dkk (2017) dengan judul Pembuatan *Website* Menggunakan CMS *WordPress* Sebagai Media Promosi Pada Rumah Crochet Batu.
4. Menurut Widitama, dkk (2019) dengan judul Desain *Website* Menggunakan CMS *Wordpress* Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Duta Abadi Trans Malang.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Pemasaran

Menurut Manap (2016:5) “Pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, penentuan proses produk, promosi dan tempat atau distribusi, seligus merupakan proses social dan manajerial untuk mencapai tujuan”.

2.2.2 Promosi

Menurut Maskan (2017:144) “Promosi merupakan salah satu variabel dalam marketing mix yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasa”.

2.2.3 Website

‘Menurut Sa’ad (2020:3), “Website merupakan halaman-halaman yang berisi informasi yang dapat diakses oleh browser dan mampu memberikan informasi yang berguna bagi para pengaksesnya”.

2.2.4 Company Profile

Menurut Enterprise (2015:31) “Pentingnya sebuah company profile adalah Umumnya, hampir semua situs niaga dan bisnis memiliki halaman company profile. Halaman ini bisa tersimpan di balik menu About Us atau menu lainnya. company profile memang penting untuk dibuat”.

2.2.5 CMS

Menurut Abdulloh (2018:), CMS adalah singkatan dari Content Management System. CMS merupakan aplikasi berbasis web yang digunakan untuk mengatur konten website.

2.2.6 Wordpress

Menurut Arsa (2020:11), Wordpress adalah sebuah perangkat lunak open source yang dapat anda gunakan untuk membuat situs web yang menarik seperti blog atau aplikasi.

2.2.7 Brand Awareness

Menurut Kopp (2019), dalam Kusuma , dkk (2020:31), Kesadaran merek ataupun brand awareness merupakan istilah pemasaran yang menggambarkan tingkat pengakuan konsumen terhadap suatu produk dengan suatu nama.

2.3 Pengukuran Efektifitas Pengembangan Desain

1. Menurut Durianto, dkk (2003:86) EPIC model yang dikembangkan oleh A.C Nielsen- salah satu perusahaan peneliti pemasaran terkemuka di dunia- mencakup empat dimensi kritis, yaitu: empati, persuasi, dampak, dan

komunikasi (*Empathy, Persuasion, Impact and Communication – EPIC*).

- Menurut Aaker (1997) dalam Durianto,dkk (2001:4), Pengukuran *Brand Awareness* didasarkan kepada pengertian-pengertian dari *brand awareness* yang mencakup tingkatan *Brand Awareness*, yaitu *Top of Mind* (puncak pikiran), *Brand Recall* (ingatan kembali merek) dan *Brand Recognition* (pengenalan merek).

3. Metode Penelitian

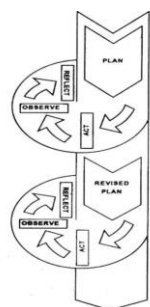
3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Agar tidak menyimpang dari judul penelitian, maka penelitian ini memiliki ruang lingkup manajemen pemasaran yaitu bauran promosi untuk meningkatkan *Brand Awareness*.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode action research. Menurut Yaumi, dkk (2016:4), Secara operasional bentuk penelitian tindakan yaitu rangkaian kegiatan bersama yang berkelanjutan antara para pihak terkait dalam hal merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi rangkaian upaya untuk mencapai perubahan status pola pikir, pandang, kerja, dan sikap baru yang disadari sebagai tindakan yang bersifat dinamis terhadap perubahan selanjutnya.

Model yang dikembangkan oleh Kemmis dan Mc Taggart didasarkan atas konsep pokok bahwa penelitian tindakan terdiri dari empat komponen pokok yaitu:



Gambar 4. Penelitian Tindakan yang dikembangkan Kemmis dan Mc Taggart
Sumber: Wiriaatmadja (2005:66)

3.3 Unit Analisis

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini, berjumlah 16 responden diantaranya, terdiri dari 2 orang ahli IT/komputer, 2 orang ahli pemasaran 1 orang pemilik/owner, 1 orang admin dan 10 orang konsumen.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu Observasi, Interview, Kuesioner, Dokumentasi di Pawon Bromo *Cafe and Resto*.

3.5 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017:93) menyatakan bahwa “Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social.”

Tabel 5. Skala *Likert*

Kategori	Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Data diolah (2021)

4. Pelaksanaan Action Reserch dan Penyajian Data

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

UKM Pawon Bromo *Cafe and Resto* merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner dan wisata. Usaha ini terletak 20 km sebelum wisata Gunung Bromo, yang beralamat di Jalan Raya Kebonsari, No. 622, Desa Kebonsari, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang. Mengusung tema atau slogan *The Luxury Street Food*, yang memiliki makna menyajikan menu makanan sederhana dan harga terjangkau

4.2 Pelaksanaan Action Research

4.2.1 Siklus 1

- Perencanaan
Pengamatan awal objek penelitian dan proses pembuatan *Website Company Profile* dengan menggunakan CMS *WordPress* dan membuat konten perpage.
- Tindakan
Pembelian *domain* dan *hosting* lalu mengaktifkan, menginstall tema dan membuat menu serta mengisi konten pada setiap menu.
- Observasi
Penyebaran kuesioner kepada unit analisis untuk mengetahui penilaian *website* yang telah dibuat.
- Refleksi

Terdapat masukan dan saran pada website yang telah dibuat sehingga penelitian lanjut ke siklus 2.

4.2.2 Siklus 2

1. Perencanaan
Memasukan saran dari unit analisis.
2. Tindakan
Melakukan perbaikan dari saran unit analisis
3. Observasi
Penyebaran kuesioner kepada unit analisis untuk mengetahui penilaian terhadap *website* yang telah diperbaiki.
4. Refleksi
Website Company Profile sudah efektif dan siap untuk digunakan.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil kuesioner dari ke 2 siklus yang telah disebarkan, pada siklus ke 2 didapatkan perolehan skor pada dimensi *empathy* 4,16, dimensi *persuasion* 4,16, dimensi *impact* 4,16, dan dimensi *communication* 4,13. Dari keseluruhan hasil mendapatkan skor EPIC Rate sebesar 4,15.

Perhitungan brand awareness memiliki perolehan skor *unware of brands* 4,4, brand recognition 4,15, brand recall 4,15, top of mind 4,1, dari keseluruhan *brand awareness rate* mendapatkan hasil keseluruhan 4,2 yang berarti *website* masuk kedalam kategori efektif.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

UKM Pawon Bromo *Cafe and Resto* merupakan usaha kecil menengah yang bergerak di bidang kuliner dan wisata di daerah Kabupaten Malang. Media promosi saat ini yang masih berjalan baik, menggunakan *social media Instagram*, tetapi ada hal yang kurang dalam penggunaan Instagram yaitu pada isi *feed* hanya memunculkan gambar menu makanan dan lokasi nya, untuk informasi mengenai *social media* pengetahuan produk belum tersajikan dalam konten Instagram. Adapun pada aspek *Brand Awareness* nya, usaha ini hanya menggunakan logo, slogan dan juga, yang jangkauan nya belum meluas. Maka dari itu pemilik memutuskan untuk menambah media promosi dan juga untuk meningkatkan *Brand Awareness* nya dengan membuat *Website Company Profile*.

Berdasarkan penelitian *action research Website Company* dapat digunakan menjadi tambahan media promosi dan juga sebagai

peningkatan *Brand Awareness* pada UKM Pawon Bromo *Cafe and Resto* menghasilkan EPIC rate dan tingkatan *Brand Awareness* dengan rentang skala 4,15 dan 4,2 yang masuk ke dalam kategori efektif.

5.2 Saran

Dari penelitian ini terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada perusahaan, yaitu dapat memaksimalkan *Website Company Profile* yang telah dibuat ini, dapat memberikan update terbaru, dan dapat mempertahankan media promosi yang telah dipakai.

6. Daftar Rujukan

- Abdulloh, Rohi. 2018. 7 in 1 Pemrograman Web Tingkat Lanjut. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Arsa, Muhammad Fadillah. 2020. Buku Sakti WordPress. Kab. Sukabumi : CV Jejak, anggota IKAPI
- Durianto, Darmadi. 2003. Invansi Pasar Dengan Iklan Yang Efektifitas. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Durianto, Darmadi, dkk. 2001. Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Enterprise, Jubilee, 2015. Membuat Company Profile Dengan Wordpress. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Kusuma, Aditya Halim Perdana, dkk. 2020. *Brand Management: Esensi, Posisi, dan Strategi*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Manap, H. Abdul. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Maskan, Dr. Drs. H. Mohammad. 2017. Manajemen Pemasaran 1. Malang : Polinema Press
- Sa'ad, Muhammad Ibnu. 2020. Membuat Website Edutainment. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : CV Alfabeta
- Yaumi, Muhammad, dkk. 2014. Action Research Teori, Model, Dan Aplikasi. Jakarta : Kencana
- Wiriaatmadja, Rochiati. 2005. Metode Penelitian Tindakan Kelas. Bandung : Remaja Rosdakarya