PEMBUATAN MEDIA PROMOSI BERUPA *WEBSITE* MENGGUNAKAN APLIKASI CMS (*CONTENT MANAGEMENT SYSTEM*) *WORDPRESS* UNTUK MENARIK MINAT BELI PADA EMPATBELASSCRAFT BLITAR

M.Machrus Ridho Hermawan [1]
Joni Dwi Pribadi [2]

[1,2] Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
[1] machrus.r.h@gmail@gmail.com
[2] joni.dwi@polinema.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan media promosi secara *online* dan meningkatkan minat beli melalui website menggunakan aplikasi (*Content Management System*) CMS Wordpress pada Empatbelasscraft Blitar.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian tindakan. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuisioner. Kuisioner dibagikan kepada 1 orang ahli komputer, 1 orang ahli pemasaran, dan 7 orang calon pengguna terdiri dari pemilik perusahaan dan pelanggan. Metode untuk pengelolahan data menggunakan metode AIDA.

Hasil penelitian pada siklus 2 mendapatkan hasil yang sangat baik yang dapat diartikan website tersebut dinilai efektif untuk dijadikan media promosi pada Empatbelasscraft Blitar. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa *website* Empatbelasscraft Blitar dapat digunakan sebagai media promosi untuk mengenalkan produk yang dijual kepada masyarakat luas. Namun disaran untuk mengembangkan media promosi yang sudah ada, dan melakukan update secara berkala.

Kata-kata kunci: *website*; CMS *wordpress*; media promosi; Empatbelasscraft Blitar

Abstract

This study aims to develop online promotion media and increase buying interest through the website using the CMS Wordpress application (Content Management System) at Empatbelasscraft Blitar.

The research method used in this research is action research. Methods of data collection using the questionnaire method. Questionnaires were distributed to 1 computer expert, 1 marketing expert, and 7 potential users consisting of company owners and customers. Methods for data management using the AIDA method.

The results of the research in cycle 2 get very good results which can be interpreted as the website is considered effective to be used as a promotional media for Empatbelasscraft Blitar. Based on the results of the study, it can be concluded that the Empatbelasscraft Blitar website can be used as a promotional media to introduce products sold to the wider community. However, it is recommended to develop existing promotional media, and update it regularly.

Key words: website; Wordpress CMS; promotion media; Empatbelasscraft Blitar.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Kemajuan Teknologi Informasi sangatlah pesat, informasi dapat kita ketahui dengan mudah. Semakin banyaknya situs-situs web di internet sebagai wadah informasi secara global yang tidak mengenal waktu dan tempat menjadi suatu hal yang sangat dibutuhkan oleh setiap orang. Kalangan bisnis kecil hingga besar yang sudah banyak memanfaatkan website sebagai media untuk mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan agar dapat meningkatkan minat beli calon konsumen.

Media promosi saat ini telah mengalami perkembangan yaitu media online yang memanfaatkan internet. Sehingga mendorong berbagai macam kelompok perusahaan maupun UKM (Usaha Kecil Menengah) untuk menggunakan media promosi online dalam kegiatan bisnisnya.

Empatbelasscraft Blitar merupakan sebuah UKM yang bergerak di bidang pembuatan kado berupa bouquet, piala boneka, boneka wisuda dan masih banyak lagi, karena itu Empatbelasscraft Blitaro perlu adanya website didalam media promosinya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk membuat judul yaitu: "Pembuatan Media Promosi berupa Website Menggunakan Aplikasi CMS (Content Management System) Wordpress untuk Menarik Minat Beli pada Empatbelasscraft Blitar".

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana desain *website* dengan *CMS Wordpress* sebagai media promosi pada Empatbelasscraft Blitar?"

1.3. Tujuan Penelitian

Menambah dan meningkatakn media promosi baru dan minat beli pada Empatbelasscraft Blitar.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Kajian Empiris

Ocktaviani (2017), *Website* yang telah dibangun menggunakan *CMS Wordpress* mudah untuk digunakan, memiliki informasi yang jelas, dan memiliki tampilan yang menarik. Aini (2017) memiliki hasil bahwa *web* rumah Croche Batu dikatakanefektif dan layak digunakan sebagai pengembangan media promosi untuk meningkatkan penjualan; Iradatus (2018), *website* memiliki tampilan yang menarik dan mudah digunakan sehingga pengguna tidak bingung dalam pengoperasiannya;

2.2. Kajian Teori

2.2.1.* Pengertian *Internet

Menurut Simarmata (2010:247), "Kelompok kumpulan dari jutaan komputer. Penggunaan *Internet* memungkinkan kita untuk mendapatkan informasi komputer yang ada didalam kelompok tersebut dengan asumsi bahwapemilik komputer memberikan izin akses.Untuk mendapatkan sebuah informasi, sekumpulan protokol harus digunakan, yaitu sekumpulan aturan yang menetapkan bagaimana suatu informasi dapat dikirim dan diterima."

2.2.2.* Pengertian *Web

Menurut Abdulloh (2016 : 1) menyatakan bahwa, "*Website* atau disingkat *web*, dapat diartikan sekumpulan halaman yang terdiri atas beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk data *digital*, baik berupa *text*, gambar, video, audio, dan animasi lainnya yang disediakan melalui jalur koneksi internet."

2.2.3. Wordpress

Menurut Budiarto (2010:1), "*Wordpress*" adalah sebuah aplikasi *web* yang memberikan kemudahan dalam membuat *website* secara gratis dan tanpa perlu pengetahuan mendalam mengenai *web*.

2.2.4. Promosi

Menurut Jaiz (2014:43) menyatakan bahwa, "Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengikatkan kembali manfaat suatu produk untuk mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut".

2.2.5. Minat Beli

Menurut Priansa (2017:168-169) minat pembelian konsumen dapat diukur dengan berbagai dimensi. Secara umum, dimensi tersebut adalah berkenaan dengan empat dimensi pokok, yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, minat eksploratif.

3. Metodologi

3.1. Ruang Lingkup Penelitian

Kegiatan penelitian dilakukan di Empatbelasscraft Blitar yang merupakan perusahaan home industry pembuatan kado berupa bouquet, piala boneka, boneka wisuda dan masih banyak lagi. Aplikasi yang digunakan untuk membuat website yaitu *CMS Wordpress* yang cukup sering dan mudah digunakan dalam mendesain sebuah *Website*.

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *Action Research* atau di sebut juga penelitian tindakan. Menurut Kurt Lewin dalam Arikunto (2013: 131) model penelitian didasarkan atas konsep pokok bahwa penelitian tindakan terdiri dari empat komponen yaitu: 1. Perencanaan (*planning*), 2. Tindakan (*Acting*), 3. Pengamatan (*Observing*), 4. Refleksi (*Reflecting*).

3.3. Unit Analasis

Dalam penelitian ini akan melibatkan beberapa pihak, antara lain:

1. Pemilik Empatbelasscraft Blitar
2. Dosen ahli Pemasaran Politeknik Negeri Malang.
3. Dosen ahli Komputer Politeknik Negeri Malang.
4. Calon konsumen.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari 4 metode pengumpulan data yang sebagai berikut : observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi.

3.5. Metode Analisa

3.5.1. Skala Pengukuran

Setelah penyajian data penelitian dan data kuesioner telah dihasilkan untuk menganalisis uji hasil dari pembuatan website sebagai media prmosi yaitu dengan menggunakan skala *Likert*.

3.5.2. Analisis Data

metode analisa data yang digunakan adalah eksperimentan dengan pendekatan deskriptif yang ditunjuk untuk mengetahui pembuatan. Pada umumnya menggunakan kategori tanggan dari Ahli Komputer, Ahli Pemasaran, dan Calon Pengguna pada saat uji coba dengan menggunakan Skala *Likert* dan *AIDA* dalam pengukurannya

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

Empatbelasscraft Blitar adalah sebuah UKM (Usaha Kecil Menengah) yang dimiliki oleh perseorangan dan didirikan pada awal tahun 2017 oleh Bapak karisma dan ibu citra. Berlokasi di Jl Buton No. 5, RT 01 RW01 Kelurahan Karangtengah Kecamatan Sanan Wetan, Kota Blitar. Empatbelasscraft merupakan sebuah UKM yang membuat dan memasarkan sendiri produknya melalui penjualan secara langsung serta melalui *social media* berupa instagram dan WhatsApp.

Setelah 3 tahun berjalan, bisnis yang dirintis Empatbelasscraft Blitar semakin berkembang. Empatbelasscraft Blitar sudah mempunyai banyak konsumen mulai dari dalam kota maupun dari luar kota. Empatbelasscraft akhir- akhir ini mulai mengembangkan berbagai varian produk yaitu katalog undangan untuk pernikaan, siluet dan lineart.

4.2. Pelaksanaan *Action Research*

4.2.1. Siklus 1

1. Perencanaan (*Planning*)

Peneliti melakukan perencanaan media promosi yang dapat membantu meningkatkan dan memperkenalkan Perusahaan Empatbelasscraft Blitar kepada masayarakat luas sehingga mampu meningkatkan minat beli bagi masyarakat untuk memilih produk Empatbelasscraft Blitar.

2. Tindakan (*Action*)

Peneliti melakukan pembuatan *website* dengan program aplikasi *CMS Wordpress* yang nantinya mempunyai fungsi sebagai media promosi dalam Perusahaan.

3. Observasi (*Observtion*)

Peneliti melakukan pengamatan dan pencatatan mengenai kekurangan dan kelebihan dari *website* Empatbelasscraft Blitar yang sudah dirilis. Unsur-unsur pengamatan yaitu adalah kemudahan pengoperasian *website* dan akses terhadap *website* tersebut.

4. Refleksi (*Reflection*)

Berdasarkan analisa hasil observasi dapat disimpulkan bahwa pada Variabel *Attention* sudah termasuk dalam kategori baik, Variabel *Interest* termasuk kategori rata - rata, Variabel *Desire* kategori baik, dan Variabel *Action* kategori baik. Dari hasil tersebut terdapat kurang sempurnanya desain website untuk Variabel *Interest*. Untuk menyumpurnakan kekurangan tersebut, maka pada penelitian tindakan ini akan dilanjutkan ke siklus 2.

4.2.2. Siklus 2

1. Perencanaan (*Planning*)

Pada tahap ini peneliti melakukan perencanaan untuk melakukan perbaikan website sesuai dengan masukan yang diberikan saat menyebar kuesioner.

2. Tindakan (*Action*)

Pada tahap pelakasanaan di siklus 2 ini dilakukan dengan merevisi desain dengan menggunakan aplikasi CMS *Wordpress*. Revisis dilakukan berdasarakan masukan yang didapatkan dari ahli komputer. Pada siklus 2 ini dilakukan penyempurnaan desain *website* yang berupa perbaikan pada beberapa halaman *website* yaitu perbaikan pada penggunaan bahasa menu yang benar, serta menambahkan menu *promo* pada *website*.

3. Observasi (*Observation*)

Peneliti melakukan uji coba ulang website yang telah diperbaiki melalui kuesioner untuk diberikan kepada responden (ahli computer dan ahli pemasaran) yang telah memberikan saran di siklus 1.

4. Refleksi (*Reflection*)

Berdasarakan analisa hasil observasi dapat disimpulkan bahwa pada Variabel *Attention* sudah termasuk dalam kategori istimewa, Variabel *Interest* termasuk kategori baik, Variabel *Desire* kategori istimewa, dan Variabel *Action* kategori istimewa. Dari hasil tersebut, maka pada penelitian tindakan ini berhenti pada siklus 2.

4.4. Pembahasan

Dari hasil perhitunggan penyebaran kuesioner didapatkan hasil penelitian sebagai berikut, pada Variabel *Attention* diperoleh skor 80,1%, dimana skor ini termasuk dalam rentang 81%-100%, hal tersebut berarti desain *website* sudah sangat efektif. Pada Variabel *Interest* diperoleh dengan skor 78% dimana skor ini termasuk dalam rentang 61%-80% yang berarti desain website sudah efektif dalam menarik

responden. Pada Variabel *Desire* mendapatkan skor sebanyak 82% dimana skor tersebut termasuk dalam rentang 81%-100%, hal tersebut berarti desain *website* sudah sangat efektif dalam melibatkan konsumen didalam informasi yang diberikan, dimana konsumen juga dapat mengetahui informasi yang ada di *website.*

Pada Variabel *Action* mendapatkan skor sebesar 82% dimana skor tersebut termasuk dalam rentang 81%-100%, yang berarti desain *website* sudah mampu membuat konsumen untuk membeli produk didalam website tersebut.

5. Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Dari hasil penelitian desain website sebagai media promosi sudah dinyatakan baik. Hal ini didukung oleh hasil kuesioner dari ahli komputer, ahli pemasaran, owner, dan calon pembeli bahwa *website* sudah layak untuk dipublikasikan. Sedangkan hasil penelitian sebagai media promosi dalam metode AIDA menunjukkan bahwa pada variabel *attention*, *interest*, *desire*, dan *action* memperoleh hasil hasil yang baik dan istimewa. secara keseluruhan *website* Empatbelasscraft Blitar bisa dikatakan efektif dijadikan media promosi untuk menjangkau konsumen yang lebih luasdan meningkatkan minat beli konsumen.

5.2. Saran

Saran yang diberikan untuk penelitian ini adalah :

Mengembangkan media promosi yang sudah ada dan sering melakukan update secara berkala untuk memperbarui informasi tentang produk – produk baru di Empatbelasscraft Blitar. Perlu memanfaatkan *website* Empatbelasscraft Blitar yang telah dibuat agar menjangkau lebih banyak konsumen dan dapat meningkatkan penjualan di UKM Empatbelasscraft Blitar.

Diharapkan peneliti selanjutnya bisa melakukan penelitian dengan objek yang berbeda, apabila menggunakan objek yang sama diharapkan dapat menggunakan aplikasi – aplikasi *editing website* selain *CMS Wordpress.*

6. Daftar Rujukan

Abdulloh, Rohi. 2016. Easy & Simple Web Progamming. Cetakan Pertama. Jakarta : PT. Alex Media Kompetindo.

Aini, Addinda Qorri. 2017. *Pembuatan Website menggunakan CMS Wordpress sebagai Media Promosi Pada Rumah Crochet Batu*. Jurnal Aplikasi Bisnis ISSN :2407-3741. Diakses pada 13 Januari 2019.

Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.

Blog. Yogyakarta: Penerbit Andi

Budiarto, Raden. 2010. Wordpress Not Just A

Iradatus, Zakiah. 2018. *Pembuatan Website dengan enggunakan CMS WORDPRESS sebagai media iklan untuk meningkatkan penjualan jasa di biro dan perjalanan haji dan umrah Hema Tour and Travel Bondowoso*. Jurnal Aplikasi Bisnis ISSN :2407- 3741. Diakses pada 13 Januari 2019.

Jaiz, Muhammad. 2014. budiaDasar-dasar Periklanan. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Octaviani, Hapsari Lauda. 2017. *Aplikasi CMS Wordpress untuk Pembuatan Website Sebagai Media Promosi di Perusahaan Tahu Bahkacung Kota Kediri*. Jurnal Aplikasi Bisnis ISSN :2407- 3741. Diakses pada 13 Januari 2019.

Priansa, Donni Juni. 2017. Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Simarmata, Janner. 2010. Rekayasa Web. Yogyakarta: Penerbit Andi.