

PERANCANGAN DESAIN *WEBSITE* MENGGUNAKAN APLIKASI *CMS WORDPRESS* SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN *WEBSITE* PADA UKM NfHANDMADE *GIFT BOX* MALANG

Mohamad Iqbal Daffah¹
Tri Istining Wardani²

^{1,2}Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
¹iqbaldaffah.polinema@gmail.com,
²tri.istining@polinema.ac.id,

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk membuat *website* sebagai media promosi pada UKM Nfhandmade *Gift Box* Malang menggunakan *CMS Wordpress*.

Metode penelitian ini adalah metode *Action Research* dengan prosedur penelitian yang terdiri dari observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Unit analisis yang terdiri dari 2 ahli pemasaran, 2 ahli komputer, dan 6 calon pengguna. Pengukuran efektivitas pengembangan desain berdasarkan metode *WebQual* dengan dimensi penggunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan.

Website UKM Nfhandmade *Gift Box* Malang termasuk kategori sangat baik. Sehingga diharapkan perancangan desain *website* ini dapat membantu UKM Nfhandmade *Gift Box* Malang mempromosikan produknya dan dapat meningkatkan kualitas layanan *website* bagi calon pelanggan.

Kata-kata kunci: *Website*, *CMS Wordpress*, media promosi, *company profile*.

Abstract

This research is to create a website as a promotional media and company profile at UKM Nfhandmade Gift Box Malang using CMS Wordpress.

This research is an Action Research method with research procedures consisting of observation, interviews, questionnaires, and documentation. The unit of analysis consists of 2 marketing experts, 2 computer experts, and 6 potential users. The measurement of effectiveness of the design development based on the WebQual method with dimensions of use, information quality, and service interaction quality.

UKM Nfhandmade Gift Box Malang website is in the exceptionally good category. This website design is expected to help UKM Nfhandmade Gift Box Malang in promoting their products and can improve the quality of their service for potential consumers.

Keywords: Website, CMS Wordpress, promotional media, company profile.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin pesat tak terlepas dari peranan teknologi informasi dan komunikasi. Di era revolusi industri 4.0 penerapan teknologi menjadi kebutuhan untuk keberlangsungan bisnis secara efektif dan efisien tak terkecuali Usaha Kecil Menengah (UKM).

Data *We are social* menunjukkan tentang bagaimana konsumen Indonesia (pengguna *internet*) mencari informasi sebuah produk melalui *internet* dan bertransaksi secara daring. 93% konsumen mencari sebuah produk atau jasa secara daring sebelum membeli, 90% mengunjungi *website* sebuah toko *online*.

Dari data diatas tersebut dapat disimpulkan, *website* menjadi sebuah *platform* yang memberikan kemudahan dalam

penyampaian informasi dan sebagai media promosi pada masa kini.

NfHandmade adalah UKM yang bergerak dalam bidang jasa kreatif menjual serta memproduksi *gift* atau kado secara *costum*. Nfhandmade hanya mengandalkan media promosi melalui *Instagram*, *paid promote Instagram*, *word of mouth*, dan melalui fitur *Whatsapp* dan *Instagram stories*.

Penggunaan *CMS Wordpress* diharapkan mampu meningkatkan kredibilitas dan menyampaikan informasi secara mendetail akan produk dan promosi perusahaan bagi pelanggan maupun calon konsumen UKM Nfhandmade *Gift Box* Malang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka skripsi ini berjudul "Perancangan Desain *Website* Menggunakan Aplikasi *CMS Wordpress* sebagai Media Promosi untuk

Meningkatkan Kualitas Layanan *Website* pada UKM Nfhandmade *Gift Box* Malang”.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana media promosi yang digunakan oleh UKM Nfhandmade *Gift Box* Malang?
2. Bagaimana Perancangan Desain *Website* Menggunakan Aplikasi *CMS Wordpress* sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Kualitas Layanan *Website* pada UKM Nfhandmade *Gift Box* Malang?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Memahami media promosi yang digunakan oleh UKM Nfhandmade *Gift Box* Malang
2. Mengaplikasikan Perancangan Desain *Website* Menggunakan Aplikasi *CMS Wordpress* sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Kualitas Layanan *Website* pada UKM Nfhandmade *Gift Box* Malang .

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Kajian Empiris

1. M. Fachri Widiatama (2019), Penelitian ini berjudul Desain *Website* menggunakan *CMS Wordpress* sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Konsumen pada Duta Abadi Trans Malang. Penelitian ini adalah Duta Abadi Trans Malang. Penelitian ini menggunakan metode *Action Research*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuisioner.
2. Jessica Juanita Cynthia (2018), Penelitian ini berjudul Aplikasi *CMS Wordpress* untuk Pembuatan *Website* sebagai Media Promosi di Wisata Keramik Dinoyo Kota Malang. Lokasi penelitian ini adalah Wisata Keramik Dinoyo Kota Malang. Penelitian menggunakan metode *Action Research*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, kuisioner, observasi, dan dokumentasi.
3. Penda Sudarto Hasugian (2018), Penelitian ini berjudul Perancangan *Website* sebagai Media Promosi dan Informasi. Lokasi penelitian ini adalah pada *Ves Boutique*. Pembuatan *website* dengan merancang tabel *database* serta menjelaskan hubungan antara data keseluruhannya.

2.2. Kajian Teori

2.2.1 Internet

Menurut Kristianto (2014:1) “*Internet* adalah salah satu bentuk media komunikasi

informasi interaktif. Wujud *internet* adalah jaringan komputer yang terhubung diseluruh dunia. Sehingga melalui *internet* kita bisa mengakses dan bertukar informasi secara cepat.”

2.2.2 Website

Menurut Kristianto (2014:2) “*Website* adalah halaman untuk menampilkan informasi di *internet* dan melakukan interaksi pada halaman *websitenya*.”

2.2.3 Promosi

Menurut Arifin (2019:97) “Promosi adalah komunikasi antara penjual dan target pasar untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Promosi itu beraneka ragam targetnya, walaupun pada umumnya tujuannya satu yaitu penjualan berkelanjutan.”

2.2.4 CMS (*Content Management System*)

Menurut Rahman (2019:5) “*CMS* merupakan kepanjangan dari *Content Management System* atau dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai sistem manajemen konten. Secara mudah, dengan *CMS* ini seseorang tidak perlu mengerti bahasa pemrograman *website* untuk bisa membuat *website*. Cukup memahami penggunaan *CMS* maka sebuah *website* bisa tercipta dalam waktu singkat.”

2.2.5 Wordpress

Menurut Rahman (2019:15) “*Wordpress* merupakan *platform* untuk membuat *blog* dan bersifat gratis. Penggunaannya tidak memerlukan *domain* dan *hosting*, hanya perlu mendaftar dan mulai melakukan instalasi maka sebuah *blog Wordpress* sudah tercipta dan siap diisi konten.”

2.3. Pengukuran Efektivitas Pengembangan Desain

Menurut Slabey dalam Syaifullah (2013: 20) “*WebQual* adalah pengukuran berdasarkan *Quality Function Deployment* (QFD). *Webqual* adalah suatu pengukuran untuk mengukur kualitas dari sebuah *website* berdasarkan instrumen-instrumen penelitian yang dapat dikategorikan kedalam tiga variabel yaitu : *usability*, *information quality*, dan *services interaction*. Kesemuanya adalah pengukuran kepuasan konsumen atau *user* terhadap kualitas dari *website* tersebut.

3. Metodologi

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian *Action Research* (Penelitian Tindakan). Menurut Sopiah & Sangadji dalam Sudaryono

(2018:89) “*Operation research (Action Research)* atau penelitian tindakan adalah suatu penelitian yang dilakukan oleh seseorang yang bekerja mengenai sesuatu yang sedang ia laksanakan tanpa mengubah sistem pelaksanaannya.”

3.2. Sampel

Responden pada penelitian ini berjumlah 10 orang yang terbagi atas 3 kelompok, yaitu:

1. 2 Ahli Komputer, dipilih bertujuan untuk mengetahui kualitas *website* yang telah dibuat, kelayakan *website* dinilai dari sudut pandang ahli komputer.
2. 2 Ahli Pemasaran, dipilih bertujuan untuk menilai kualitas *website* yang telah dibuat dalam segi promosi dari sudut pandang seorang ahli pemasaran.
3. 6 Calon Pengguna termasuk Pemilik, dipilih bertujuan untuk mengetahui ketertarikan konsumen dalam membeli produk atau jasa setelah melihat *website*.

3.3. Definisi Operasional Variabel

Menurut Ismayanti (2019:69) “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.”

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan pada penelitian ini adalah menggunakan empat metode diantaranya, yaitu:

1. Observasi, Menurut Sudaryono (2018:216) “Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan atau sedang berlangsung.”
2. Wawancara (*Interview*), Menurut Sudaryono (2018:212) “Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara ini digunakan bila ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam serta jumlah responden sedikit.”
3. Kuesioner (Angket), Menurut Sudaryono (2018:207) “Angket atau kuesioner merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya-jawab dengan responden). Instrumen atau alat

pengumpulan datanya juga disebut angket berisi sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab atau direspon oleh responden.”

4. Dokumentasi, Menurut Sudaryono (2018:219) “Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian.”

3.5. Metode Analisa

Menurut Sudaryono (2018:82) “Deskriptif ditujukan untuk mendeskripsikan suatu keadaan atau fenomena-fenomena apa adanya.” Metode analisis ini dilakukan setelah seluruh data responden terkumpul dan mendeskripsikan hasil jawaban yang diperoleh setiap item pernyataan.

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1. Observasi Awal

UKM Nfhandmade *Gift Box* Malang merupakan usaha yang telah berjalan lebih dari 3 tahun yang telah memiliki pelanggan. Kegiatan promosi dilakukan dengan media *online*, diantaranya menggunakan sosial media *Instagram* digunakan sebagai katalog produk, terbatas dapat dilihat oleh sesama pengguna *Instagram* dan rendahnya *engagement* dengan *followers*. *Paid promote Instagram* dilakukan dengan memasang iklan pada kegiatan yang dilakukan organisasi atau komunitas, hal tersebut kurang efektif karena tidak meningkatkan *engagement* maupun *feedback*, *word of mouth*, melalui fitur *Whatsapp* dan *Instagram stories* yang terbatas pada *followers Instagram* dan kontak yang disimpan pada *WhatsApp* UKM Nfhandmade.

Media-media promosi diatas dinilai masih kurang, karena calon pelanggan membutuhkan informasi mendetail terkait portofolio produk dan untuk menambahkan *channel* media promosi. Maka perancangan desain *website* sebagai media promosi diharapkan dapat membantu menampilkan *company profile* pada *search engine* serta meningkatkan kualitas layanan *website* pada UKM Nfhandmade *Gift Box* Malang.

4.2 Siklus I

4.2.1 Perencanaan (*Planning*)

Pada tahap ini, dilakukan diskusi dan pengumpulan bahan, perancangan desain *website* menggunakan *Wordpress* 5.4 menjadi 5 menu yaitu Beranda, Produk, Blog, Hubungi

Kami, dan Belanja, serta menentukan *provider* untuk pembelian *hosting* dan *domain*.

4.2.2 Tindakan (Action)

Dimulai dengan melakukan pembelian *hosting* dan pendaftaran *domain*, perancangan desain *website* dari menu beranda, produk, *blog*, hubungi kami dan belanja.

4.2.3 Observasi

Tahapan ini dilakukan pengamatan terhadap hasil perancangan desain. Menunjukkan hasil perancangan desain *website* UKM Nfhandmade *Gift Box* Malang dan meminta untuk memberikan penilaian kepada unit analisis yang telah ditentukan yaitu 2 ahli komputer, 2 ahli pemasaran, dan 6 calon pengguna. Hasil presentase siklus I pada dimensi *Usability* 84,8% (Sangat Baik), dimensi *Information Quality* 81,1% (Sangat Baik), dimensi *Interaction Quality* 82,8% (Sangat Baik).

4.2.4 Refleksi

Berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner *WebQual* siklus I didapatkan beberapa item dari indikator-indikator yang harus diperbaiki berdasarkan penilaian dan masukan pada beberapa indikator maka dilanjutkan pada siklus II.

4.3 Siklus II

Berdasarkan beberapa pertimbangan dan saran dari para responden. Maka dibuat sebuah perancangan untuk memperbaiki dan dapat menghasilkan sebuah *website* sebagai media promosi yang lebih baik. Pada tahap tindakan dalam siklus II dilakukan perbaikan *website* pada *CMS Wordpress*.

4.4 Bahasan

Pada siklus II ini peneliti melakukan pengamatan kembali terhadap hasil perbaikan *website* UKM NFHandmade *Gift Box* Malang. Didapatkan Hasil presentase pada dimensi *Usability* 88% (Sangat Baik), dimensi *Information Quality* 86,8% (Sangat Baik), dimensi *Interaction Quality* 84% (Sangat Baik).

Hasil pada siklus II dari *website* UKM NFHandmade *Gift Box* Malang yang telah diperbaiki, penilaian kualitas pelayanan *website* mengalami peningkatan tiap indikator dari siklus sebelumnya dengan presentase berada diatas 80% yang termasuk kategori sangat baik. Maka dapat disimpulkan, responden menyatakan bahwa *website* UKM NFHandmade *Gift Box* Malang telah efektif dan siap untuk dipublikasikan sebagai media promosi.

5. Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Melalui perancangan desain *website* UKM Nfhandmade dapat meningkatkan kualitas layanan yang meliputi : Penggunaan (*Usability*), Kualitas Informasi (*Information Quality*), dan Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*).

5.2. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan saran:

1. Menggunakan dan menampilkan alamat *website* pada berbagai media promosi
2. memperbarui konten promosi, katalog produk dan testimoni agar tetap *up to date*
3. Selalu memperpanjang layanan *domain* dan *hosting*

6. Daftar Rujukan

- Arifin, S. (2019). *Pemasaran Era Milenium*. Yogyakarta: Deepublish.
- Cynthia, Jessica. 2018. Aplikasi *CMS Wodpress* untuk Pembuatan *Website* sebagai Media Promosi di Wisata Keramik Dinoyo Kota Malang, *Jurnal Aplikasi Bisnis Polinema (JAB)*. Vol.3, No.2, Desember 2017. 578-582.
- Hasugian, P. S. 2018. Perancangan Website Sebagai Media Promosi dan Informasi, *Jurnal of Informatic Pelita Nusantara*. Vol.3, No.1, Maret 2018. 82-86.
- Ismayanti, A. (2019). *Metodologi Penelitian*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Kriastianto, A. (2014). *Internet untuk Pemula*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Rahman, S. (2019). *Buku Pintar Web Desain dan SEO Wordpress 5 PLUS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Syaifulallah. 2016. Pengukuran Kualitas *Webiste* menggunakan metode *Webqual* 4.0, *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*. Vol.2, No. 1, Februari 2016. 19-25.
- Widitama, M. F., & Sudjanarti, D. (2019). Desain Website Menggunakan CMS Wordpress sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Konsumen pada Duta Abadi Trans. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. ISSN :2407-3741 E-ISSN: 2407-5523 Volume:5 Nomor:2, Desember 2019, 326-329.