

PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI DENGAN APLIKASI CMS WORDPRESS UNTUK PEMBUATAN WEBSITE PADA PT ATMAJAYA TRANS PASURUAN

Muhamad Fathur Rozi¹
Heru Utomo²

^{1,2} Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
¹ muhammadfathur87@gmail.com,
² heruutomo@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan aplikasi *CMS Wordpress* sebagai media promosi untuk meningkatkan pangsa pasar pada PT Atmajaya Trans.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian tindakan, yaitu dengan melakukan suatu kegiatan atau tindakan perbaikan terhadap permasalahan yang dihadapi. Metode pengumpulan data adalah observasi, kuisioner, interview, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menggunakan kuisioner bahwa media promosi website sangat efektif mampu digunakan sebagai media promosi tambahan bagi PT Atmajaya Trans. Hal tersebut dibuktikan dengan *EPIC Rate* sebesar 4.45. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan PT Atmajaya Trans dapat menggunakan website sebagai media promosi tambahan sehingga calon konsumen mendapatkan informasi yang lengkap dan akurat. Kata-kata kunci: *Website, CMS Wordpress, Media Promosi*

Abstract

This research aims to develop promotional media with wordpress CMS application to increase market share in PT Atmajaya Trans.

This research is a type of action research, attempting to solve problems related to additional promotion media at PT Atmajaya Trans. The data collection methods used observation, questionnaire, interview, and documentation.

The results of this study used a questionnaire showed that is a very effective website that can be used as an additional promotional media for PT Atmajaya Trans. This was provided by the result of EPIC Rate 4.45. Based on these research results, PT Atmajaya Trans can use the website as an additional promotional media so that potential customers get complete and accurate information.

Keywords: Website; CMS Wordpress; Media Promotion

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Website adalah kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman.

Salah satu aplikasi yang digunakan untuk membuat *website* adalah *Wordpress*. *Wordpress* merupakan salah satu *Content Management System (CMS)* yang aplikasinya bersifat sumber terbuka (*open source*). Sifatnya yang *Open source* membuat *Wordpress* berkembang pesat dan memiliki banyak pengguna.

Berdasarkan uraian di atas maka diambil judul skripsi Pengembangan Media Promosi

dengan Aplikasi *CMS Wordpress* untuk Pembuatan *Website* pada PT Atmajaya Trans Sentosa Pasuruan.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, a) Bagaimana media promosi pada PT Atmajaya Trans Pasuruan?, b) Bagaimana mengembangkan media promosi Mengetahui media promosi pada PT Atmajaya Trans dengan aplikasi *CMS Wordpress* untuk pembuatan *website* pada PT Atmajaya Trans Pasuruan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah, a) Untuk, b) Mengembangkan media promosi dengan aplikasi *CMS Wordpress* untuk pembuatan *website* pada PT Atmajaya Trans Pasuruan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Kajian Empiris

Didalam pembuatan skripsi sangat

penting untuk mengetahui penelitian yang dilakukan sebelumnya agar bisa digunakan sebagai dasar dalam pembuatan penelitian selanjutnya. Menurut Penelitian Desainta (2018) menunjukkan bahwa dengan pengembangan media promosi menggunakan *website* mampu meningkatkan penjualan jasa. Penelitian Zakiah (2018) menunjukkan bahwa dengan dibuatnya media promosi *website* dapat memperluas daerah pemasaran diperlukan pengembangan media promosi.

2.2. Kajian Teori

2.2.1 Promosi Penjualan

Menurut McDaniel dalam Kurniawati (2018:13) Promosi Penjualan adalah kegiatan komunikasi pemasaran, selain daripada periklanan, penjualan pribadi, dan hubungan masyarakat, dimana insentif jangka pendek memotivasi konsumen dan anggota saluran distribusi untuk membeli barang atau jasa dengan segera, baik dengan harga yang rendah atau dengan menaikkan nilai tambah.

2.2.2 Website

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman”.

2.2.3 CMS Wordpress

CMS (Content Management System) adalah software yang dibangun khusus untuk membuat toko di dunia maya atau yang sering disebut *e-commerce*” sebuah aplikasi yang bermanfaat mengatur isi sebuah situs web. Dengan aplikasi content management, administrator *website* dapat mengatur semua isi di *websitenya* (MADCOMS 2011:2). Isi *website* dapat berupa tipe berbagai file, seperti *text, image, audio, video, document*, dan semua tipe file yang mampu ditampilkan di *website*.

2.3. Pengukuran Efektivitas Desain

Efektivitas iklan dapat diukur dengan menggunakan Model EPIC menurut Durianto, dkk (2003). Alat analisis ini dikembangkan oleh A.C. Nielsen. Model EPIC terdiri dari empat dimensi yaitu

Empathy, Persuasion, Impact and Communication.

3. Metodologi

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian tindakan (*Action Research*).

3.2. Sampel

Jumlah sampel untuk penelitian ini yaitu sebanyak 15 orang.

3.3. Definisi Operasional Variabel

Analisa data yang digunakan mengacu pada EPIC Model sebagai indikator dalam kuisioner yang digunakan sebagai instrumen observasi pada penelitian ini. Menurut Durianto (2003:86), *EPIC Model* yang dikembangkan oleh AC Nielsen, salah satu perusahaan peneliti pemasaran terkemuka di dunia, *EPIC Model* dan mencakup empat dimensi kritis yaitu empati, persuasi, dampak, dan komunikasi (*Empathy, Persuasion, Impact and Communications*) kemudian hasil dari kuisioner akan dilakukan penilaian menggunakan skala likert.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengamatan data yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari observasi, wawancara, kuisioner, dan dokumentasi.

3.5. Metode Analisa

Analisis data yang digunakan untuk menjelaskan penelitian ini adalah skala likert menggunakan analisis data deskriptif. Menurut Sugiyono (2012) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju, jawaban itu dapat diberi skor sangat tidak setuju diberi skor 1, tidak setuju diberi skor 2, netral diberi skor 3, setuju diberi skor 4, dan sangat setuju diberi skor 5.

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1. Observasi Awal

Atmajaya Trans Sentosa adalah perusahaan yang awalnya bergerak dibidang usaha jasa dan transportasi. Atmajaya Sentosa Trans senantiasa berusaha melayani pelanggan secara khusus dan pribadi, serta konsisten dalam menjaga

kualitas dan integritas pelayanan agar selalu menjadi pelopor di bidang bisnis dan jasa transportasi. Untuk memenuhi permintaan pelanggan Atmajaya Trans menerapkan mutu yaitu selalu mengutamakan kepuasan pelanggan.

4.2. Siklus I

4.2.1 Planning

Pada tahap ini peneliti merencanakan pembuatan website dengan menggunakan aplikasi *CMS Wordpress* yang bertujuan untuk pengembangan media iklan. Website yang dibuat akan berisi mengenai informasi-informasi tentang produk yang ditawarkan.

4.2.2 Action

Pada tahap pelaksanaan tindakan, peneliti melakukan pembelian *domain* dan *hosting* sebagai peninjang pembuatan website.

4.2.3 Observation

Pengamatan dilakukan dengan menyebar kuisioner kepada 15 responden yang terdiri dari owner, 2 staff admin, 2 staff pemasaran, dan 10 calon konsumen. Dari kuisioner tersebut nantinya akan dapat disimpulkan apakah hasil pembuatan *website* dapat dikatakan efektif atau belum efektif untuk dipublikasikan.

4.2.4 Refleksi

Dilihat dari hasil kuisioner pembuatan website PT. Atmajaya Trans diketahui bahwa ada beberapa item yang mendapatkan jawaban netral sehingga perlu diperbaiki. Dari berbagai saran para ahli maka direncanakan untuk melaksanakan perbaikan, sehingga pelaksanaan tindakan siklus 1 akan dievaluasi sehingga dilanjutkan pada siklus ke 2.

4.3. Siklus II

4.3.1 Planning

Pada tahap ini peneliti merencanakan untuk melakukan perbaikan *website* sesuai dengan saran atau masukan pada saat menyebarkan kuisioner di siklus 1.

4.3.2 Action

Langkah selanjutnya adalah melakukan perbaikan website sesuai dengan saran para ahli, yaitu menambahkan informasi mengenai ketentuan waktu promosi, memperbaiki penulisan kata dalam website, memudahkan konsumen yang ingin melakukan pemesanan, menggunakan gambar yang memiliki resolusi yang tinggi, menambahkan *pop-up* dan testimoni,

menambahkan fitur *follow us* pada setiap *page*.

4.3.3 Observation

Observasi yang dilakukan adalah mengamati dan menganalisa data berdasarkan hasil kuisioner yang telah disebutkan dan diperoleh nilai EPIC di dimensi empati (*emphaty*) 4,5, dimensi persuasi (*persuasion*) 4,4, dimensi dampak (*impact*) 4,4 dan dimensi komunikasi (*communication*) 4,5.

4.3.4 Refleksi

Berdasarkan analisa hasil observasi dapat disimpulkan bahwa pada dimensi *empathy* sudah termasuk dalam kategori sangat efektif, dimensi *persuasion* termasuk kategori sangat efektif, dimensi *impact* termasuk kategori efektif, dan dimensi *communication* termasuk kategori sangat efektif. Sedangkan dilihat dari tabulasi untuk indikator EPIC dapat disimpulkan bahwa website sangat efektif untuk digunakan sebagai media promosi. Hal tersebut dibuktikan dengan skor EPIC Rate yang telah dirata - ratakan dalam kategori sangat efektif yaitu 4,4. Dari hasil tersebut, maka pada penelitian tindakan ini berhenti pada siklus II.

4.4. Bahasan

Hasil dari penelitian pembuatan website PT Atmajaya Trans yaitu website dinilai sudah sangat efektif sehingga dapat dijadikan sebagai media promosi. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil nilai EPIC Rate yang telah disebarkan kepada 15 responden yang terdiri dari pemilik, 2 ahli komputer, 2 ahli pemasaran dan 10 calon konsumen yaitu sebesar 4,45 yang berarti sangat efektif. Pembuatan website pada PT Atmajaya Trans memiliki desain yang menarik sesuai dengan perusahaan dan informasi produk yang dapat tersampaikan dengan jelas.

5. Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pembuatan *website* PT Atmajaya Trans dinilai sudah sangat efektif sehingga dapat dijadikan sebagai media promosi.

5.2. Saran

PT Atmajaya Trans Diharapkan mengimplementasikan penggunaan website

hasil dari penelitian ini dan disarankan juga untuk mendaftarkan alamat website pada Search Engine Google, PT Atmajaya Trans diharapkan meng-update produk produk ataupun event-event terbaru yang dikeluarkan oleh PT Atmajaya Trans dengan tujuan agar konsumen selalu mengikuti perkembangan produk terbaru dari PT Atmajaya Trans, PT Atmajaya Trans diharapkan membalas setiap komentar ataupun pertanyaan dari konsumen.

6. Daftar Rujukan

- Anjarkusuma, Dewangga. (2014). Penggunaan Aplikasi CMS Wordpress untuk Merancang Website sebagai Media Promosi pada Maroon Wedding malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. ISSN :2337-7887 Vol. 2 No. 1. (<http://jab.polinema.ac.id/> Diakses pada 19 Februari 2021)
- Chandra, Gregorius. (2012). *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Desinta, Ulfa Kurnia. (2018). Pengembangan Media Promosi dengan menggunakan Aplikasi CMS Wordpress untuk Merancang Website guna Meningkatkan Penjualan Di Wisata Petik Apel Agro Rakyat Adventure Batu. *Jurnal Administrasi Bisnis*. ISSN :2407-3741 Vol. 4 No. 1. (<http://jab.polinema.ac.id/> Diakses pada 10 Februari 2021)
- Fakhurramadhan, Naufal Hazim. (2019). Pembuatan Website sebagai Pengembangan Media Promosi di Malang Punya Tour & Trip dengan Menggunakan CMS Wordpress. *Jurnal Administrasi Bisnis*. ISSN :2407-3741 Vol. 5 No. 2. (<http://jab.polinema.ac.id/> Diakses pada 10 Februari 2021)
- Hidayat, Rahmat. (2011). *Cara Praktis Membangun Website Gratis*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler dan Keller. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13*. Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia.
- Lazuardi, Agam Mulia. (2018). Aplikasi CMS Wordpress untuk Pembuatan Website sebagai Media Iklan UKM Store Brush Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. ISSN :2407-3741 Vol. 4 No. 2. (<http://jab.polinema.ac.id/> Diakses pada 10 Februari 2021)
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zakiah, Iradatus. (2018). Pembuatan Website dengan menggunakan CMS Wordpress sebagai Media Iklan untuk Meningkatkan Penjualan Jasa di Biro Perjalanan Umroh dan Haji Khusus Hema Tour & Travel Bondowoso. *Jurnal Administrasi Bisnis*. ISSN :2407-3741 Vol. 4 No. 1. (<http://jab.polinema.ac.id/> Diakses pada 10 Februari 2021)