

# RANCANG BANGUN WEB SITE PROMOSI ONLINE PADA USAHA MIKRO PKBM HANDAYANI UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN PEMASARAN

Bambang Mardiono S, Bambang Tristiyono  
Jurusan Desain Produk Industri, FTSP, ITS

## Abstract

At the moment, marketing online is one of interesting alternative to promote the product or promotion of effort. Marketing online offer various advantage, among other things; expense reached (free may even exist), technology support (access the internet progressively easy to and cheap), having mass effect (consumer internet in Indonesia mount at full speed and become the potential goals for marketing online which we do.

This program aim to increase knowledge technique of marketing online, especially through website because enabling more custom designedly interesting and more complete feature and also have goal to feel typically according to image usaha kecil, so that can improve the brand image usaha kecil. On the chance of can become the example for the application of other usaha kecil. Create website which can be used by usaha kecil as mode marketing online in order to extending consumer reach.

Result from this program is intended can assist the usaha kecil in promoting its effort recognizable so that society widely on the chance of sale will progressively mount and usaha kecil become to expand, so that later can become the example and applicable for the other usaha kecil

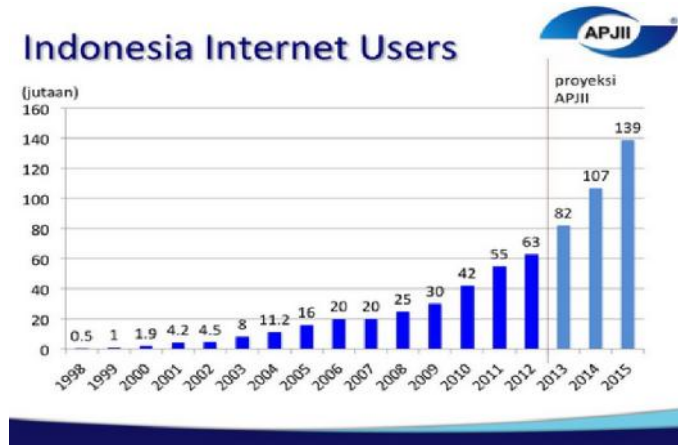
**Keywords** : Online Marketing, Promotion, "usaha kecil"

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia pada 10 tahun terakhir sangat cepat. Dua belas tahun lalu, pengguna internet di Indonesia hanya 2 juta orang, sampai akhir Desember 2012, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia mencatat pengguna internet di negeri ini telah mencapai 63 juta orang. Merkteers bersama MarkPlus Insight mengeluarkan sebuah laporan survei terkait jumlah pengguna internet di Indonesia berjudul Indonesia Internet Survey 2013. Menurut laporan Indonesia Internet Survey 2013, saat ini pengguna internet di Indonesia sudah

mencapai angka 74 juta orang atau 28 persen dari jumlah populasi penduduk Indonesia. Hampir separuh dari pengguna internet di Indonesia atau Netizen merupakan pengguna internet muda. Mereka berasal dari usia di bawah 30 tahun, sedangkan 16 persen adalah Netizen berusia di atas 45 tahun. Selain itu hampir 95 persen dari pengguna internet di Indonesia mengakses internet melalui perangkat mobile seperti smartphone.

Berikut adalah grafik data dan prediksi jumlah pengguna internet di Indonesia yang dirilis oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet di Indonesia, periode tahun 1998-2015.



Gambar. Grafik data dan prediksi jumlah pengguna *internet* di Indonesia-periodode 1998-2015

Promosi online adalah salah satu alternatif yang menarik untuk memasarkan produk atau sekedar mengenalkan usaha yang kita lakukan. Promosi online menawarkan berbagai keuntungan, diantaranya; biaya terjangkau (bahkan banyak yang gratis), teknologi mendukung (akses internet semakin mudah dan murah), mempunyai efek massal (pengguna internet di Indonesia meningkat dengan pesat dan menjadi target potensial bagi promosi online yang kita lakukan). Direktur perusahaan iklan media digital AdPlus, Pandu Wirawan, menjelaskan dalam seminar bertema Media Online: “Pertumbuhan Pengakses, Bisnis, dan Problem Etika” yang digelar Aliansi Jurnalis Independen Jakarta, AJI Indonesia, dan Ford Foundation di Hotel Morrissey, Jakarta, Kamis, 7 Maret 2013, bahwa jumlah pengguna internet di negeri ini setara dengan jumlah penduduk di delapan negara, yakni Singapura, Malaysia, Hongkong, Belgia, Brunei Darussalam, Denmark, Thailand, dan Austria digabung menjadi satu. Karena itu, kita tidak perlu pergi buka lapak ke luar negeri untuk berbisnis di dunia maya. Bahkan, kini banyak perusahaan dari luar negeri berbondong-bondong datang untuk mengeruk pasar Indonesia. Diperkirakan

bahwa dalam tiga atau empat tahun lagi, tren waktu yang dihabiskan orang untuk mengakses Internet akan mengalahkan waktu yang mereka habiskan untuk mengakses media televisi dan cetak.

## METODE PENELITIAN

Urutan tahapan- tahapan yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

- Pengumpulan data dan Studi pendahuluan (kondisi eksisting, spesifikasi produk yang dihasilkan, ciri khas produk, *image* mitra dan Aplikasi *software- software* pendukung untuk pembuatan *website*).
- Studi pustaka (penelitian terdahulu yang relevan, teori penunjang).
- Konsep desain (*brainstorming website content, benchmark competitor, Interface exploration, color scheme definition*).
- *Preliminary design* dan *analysis (content analysis, Characters Image analysis, interface & hirearchy link analysis, color scheme analysis)*.
- *Implementation (pembuatan web site)*.

Secara lengkap tahapan riset disajikan dalam tabel berikut.

Tabel. Tahapan Kegiatan Riset

No.	Kegiatan	Luaran	Indikator Capaian (KPI)
1	<i>Data Collecting</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Matrik QFD</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Terdefinisinya Prioritas Kebutuhan Desain <i>Website</i></li> </ul>
2	Studi Eksisting usaha kecil & <i>Benchmark Competitor</i>		
3	Studi Kebutuhan		
4	<i>Brainstorming Website Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Konsep <i>Lay Out &amp; Content</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Terdefinisinya Konsep <i>Lay Out &amp; Content</i></li> </ul>
5	<i>Lay Out &amp; Interface Exploration</i>		
6	<i>Content Analysis</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alternatif <i>Lay Out &amp; Content</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Adanya 3 (Tiga) Alternatif <i>Lay Out &amp; Content</i></li> </ul>
7	<i>Interface &amp; Hirearchy Link Analysis</i>		
8	<i>Characters Image Analysis</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alternatif <i>Characters Image &amp; Color Scheme</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Adanya 3 (Tiga) Alternatif <i>Characters Image &amp; Color Scheme</i></li> </ul>
9	<i>Color Scheme Definition</i>		
10	<i>Implementation</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Final Web Design</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Adanya Final <i>Web Design</i></li> </ul>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi Kebutuhan Desain Web

Hasil Studi Kebutuhan Desain Web PKBM Handayani adalah sebagai berikut:

Atribut Kebutuhan		Index of interest	Deskripsi
<b>MENARIK</b>	Bentuk interface tidak monoton	3	Cukup penting karena dapat menjadi daya tarik sebuah website sehingga user bisa lebih lama melihat website kita
	Komposisi warna tidak monoton	5	Sangat penting karena kombinasi yang monoton membuat web tidak menarik dan membosankan.
	Ada tampilan animasi	4	Penting karena bisa menjadi titik perhatian/point of interest orang dalam melihat sebuah website. Harus menarik agar mampu menghentikan orang walau sejenak untuk melihat website kita, mengingat begitu banyak web yang ada.
	Button menu interaktif	3	Cukup penting karena bisa memecah kebosanan user, setelah begitu lama menelusuri informasi.

<b>INFORMATIF</b>	Tampilan seimbang antara tulisan dan gambar	5	Keseimbangan sangat penting karena akan menjadi media promosi yang informative tentang kemampuan institusi. Terlalu banyak tulisan membuat user bosan. Terlalu banyak gambar membuat informasi kurang detail.
	Mudah dibaca	5	Sangat penting karena informasi web harus mudah dibaca, agar user betah menelusuri nya, serta memudahkan user dalam membaca berita artikel.
	Urutan menu mudah dipahami	5	Sangat penting karena untuk memudahkan user dalam menjelajah website kita
	Tampilan grafis cukup kontras	4	Penting karena membuat tampilan web lebih dinamis, sehingga tidak membosankan dan lebih beridentitas.
<b>KHAS</b>	Khas dalam desain	3	Cukup penting karena bisa menjadi daya tarik lebih yang akan selalu diingat user dan lebih membuat web mempunyai karakter khas.
	Khas dalam warna	4	Penting karena akan mejadi color identity bagi intitusi yang akan selalu diingat konsumen untuk pertama kali dan terus menerus tentang institusi kita.

Keterangan:

- Skala Index of interest, yaitu: 1=sangat tidak penting, 2=tidak penting, 3=cukup penting, 4=penting, 5=sangat penting.
- Sumber penilaian: stakeholder, source expert, design reference.

- Matrik QFD (quality function deployment)

Dari studi kebutuhan diatas selanjutnya menjadi sumber untuk menentukan prioritas penyelesain desain web dalam analisa penilaian matrik QFD sebagai berikut:

		How	TECHNICAL DETAIL									
			What	IoI	Header styles	Running text	Slide show project	Layout menu & artikel	Background	Button & styles	Color theme & graphic	Komposisi warna & teks
<i>PKBM Handayani Desain Web</i>	<b>MENARIK</b>	Bentuk interface tidak monoton	3	∇	∇		⊕	∇	⊕	∇	∇	
		Komposisi warna tidak monoton	5	⊕	∇	∇		⊕		⊕		
		Ada tampilan animasi	4	⊕		⊕	∇	∇			∇	∇
		Button menu interaktif	3	∇	∇	∇		∇			∇	∇

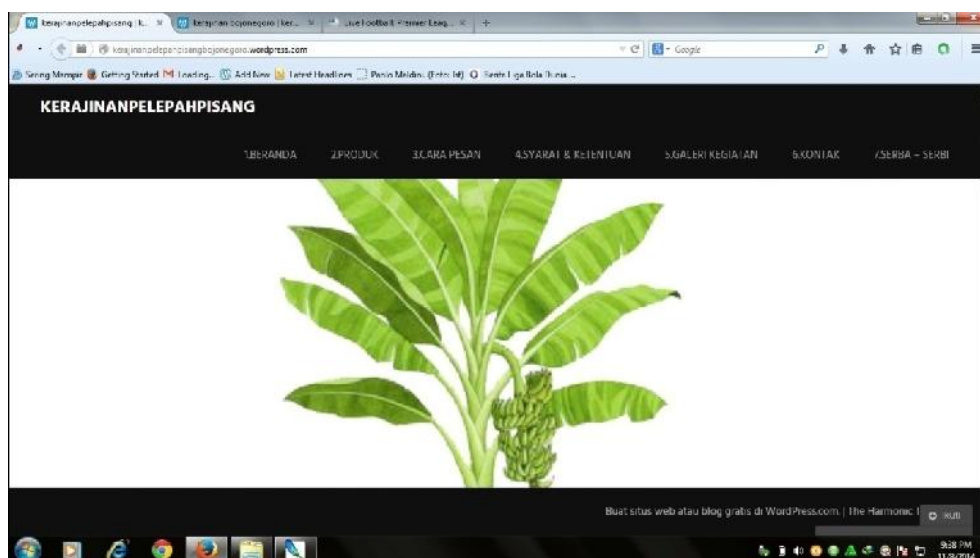
INFORMATIF	Tampilan seimbang tulisan & gambar	5		▽		⊕	▽	▽	▽	▽	
	Mudah dibaca	5	▽	⊕	▽	⊕	▽	▽	▽	⊕	
	Urutan menu mudah dipahami	5	▽	▽	▽	⊕	▽	▽	▽	▽	▽
	Tampilan grafis cukup kontras	4		⊕	⊕	⊕		⊕		⊕	⊕
KHAS	Khas dalam desain	3	⊕	▽	▽		⊕			▽	▽
	Khas dalam warna	4	⊕	▽						▽	
Absolute importance			123	85	97	159	89	107	91	87	101
Legend			β=5(strong)			=3(medium)			ë=1(weak)		

Dari matriks QFD diatas dapat disimpulkan bahwa urutan prioritas penyelesaian desain web adalah:

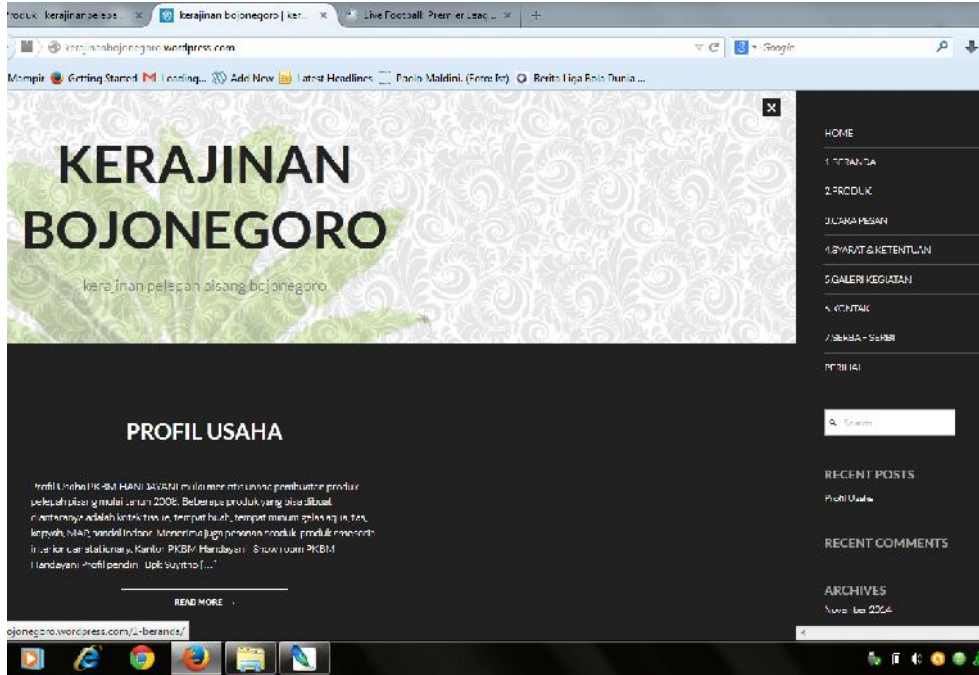
No.	TECHNICAL DETAIL	SCORE
1	Layout menu & artikel	159
2	Header styles	123
3	Button & styles	107
4	Footer styles	101
5	Slide show project	97
6	Color theme & graphic	91
7	Background	89
8	Komposisi warna & teks	87
9	Running text	85

### Proses Desain dan Pengembangan

Proses pengembangan desain web PKBM Handayani sebagai berikut:



Gambar 1. Tampilan template dan layout



Gambar 2. Tampilan template dan layout



Gambar 3. Tampilan template dan layout



Gambar 4. Pengembangan konfigurasi menu-menu web



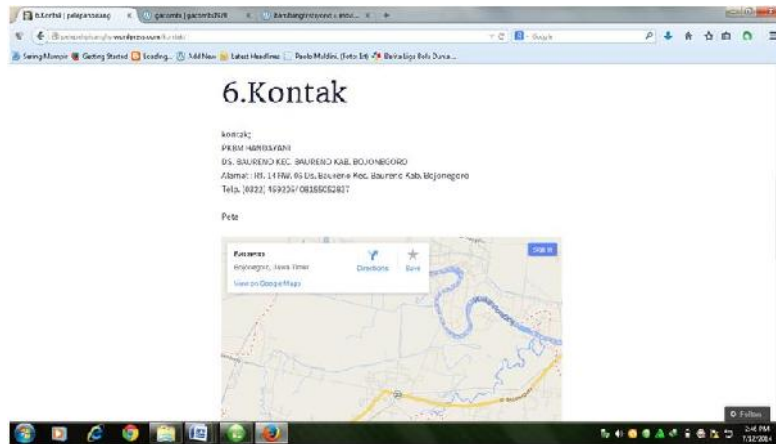
Gambar 5. Tampilan submenu beranda



Gambar 6. Pengembangan tampilan submenu produk



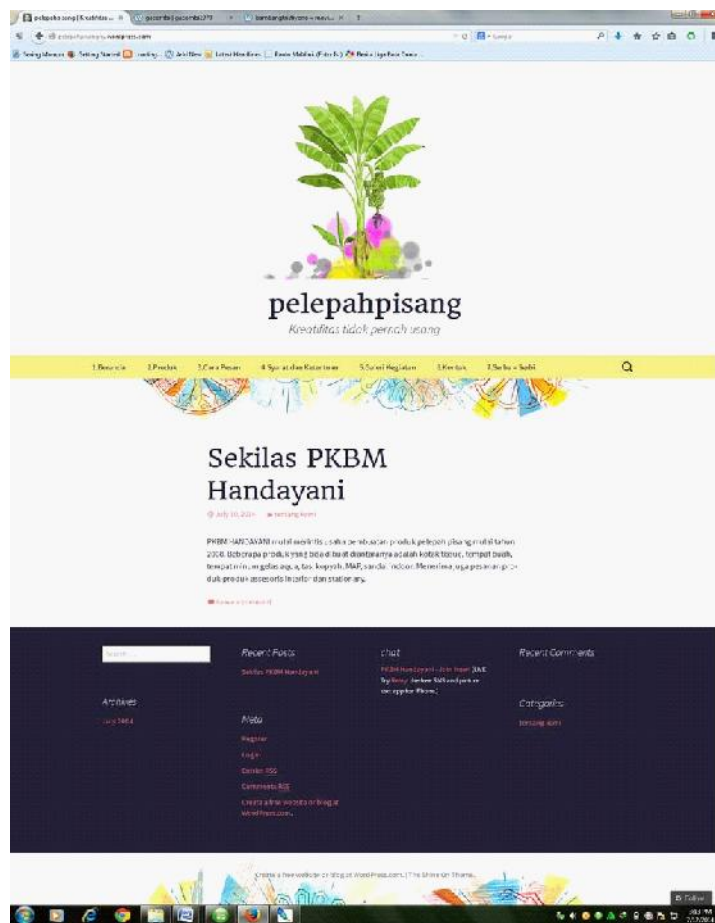
Gambar 7. Tampilan submenu cara pesan



Gambar 8. Tampilan submenu kontak



Gambar 9. Tampilan widget comment



Gambar 10. Tampilan penuh web page. <http://pelepahpisanghy.wordpress.com/>



## KESIMPULAN DAN SARAN

Promosi adalah hal yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan, apapun strategi dan jenisnya, namun yang terpenting harus disesuaikan dengan kemampuan modal yang ada. Promosi harus direncanakan dengan baik agar target terpenuhi, tepat sasaran dengan alokasi anggaran yang ada, sehingga penjualan bisa meningkat dan usaha menjadi berkembang.

Pada saat ini, pemasaran online adalah salah satu alternatif yang menarik untuk mempromosikan produk atau sekedar mengenalkan usaha yang kita lakukan. Pemasaran online sangat cocok diterapkan untuk usaha kecil dalam rangka memperluas jangkauan pasar.

Pemasaran online menawarkan berbagai keuntungan, diantaranya;

1. Biaya terjangkau (bahkan ada yang gratis)
2. Teknologi mendukung (akses internet semakin mudah dan murah),
3. Mempunyai efek massal (pengguna internet di Indonesia meningkat dengan pesat dan

menjadi target potensial bagi pemasaran online yang kita lakukan).

4. Mengurangi biaya pemasaran
5. Menjangkau pasar lebih luas
6. Tidak terbatas oleh waktu, tidak seperti pemasaran offline lainnya.
7. Layanan pemasaran bisnis melalui internet bisa diakses konsumen selama 24 jam non stop.

Kendala yang dirasakan hanyalah masalah teknik penyampaian pesan pada media pemasaran online tersebut, yang secara umum dikenal dengan website atau situs internet. Kendala ini terutama sangat terasa untuk bisnis setara usaha kecil yang kebanyakan hanya sibuk mengurus masalah produksi sementara promosi masih memakai teknik yang konvensional. Hasil desain web dapat diakses di: <http://www.pelepahpisanghy.wordpress.com>.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Chaudhury, Abijit & Jean-Pierre Kuilboer. 2002. "*e-Business and e-Commerce Infrastructure*", McGraw-Hill, ISBN 0-07-247875-6  
<http://bisnis.vivanews.com/news/read/283654-era-pemasaran-online-pengusaha-harus-jeli>  
[http://www.id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan\\_elektronik.htm](http://www.id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik.htm)  
<http://www.bisnisukm.com/strategi-pemasaran-bisnis-melalui-internet-marketing.html>  
Kessler, M. 2003. "*More shoppers proceed to checkout online*". Retrieved, January 13, 2004  
<http://harianti.com/indonesia-internet-survey-2013-pengguna-internet-indonesia-kini-mencapai-74-juta-orang/>; diakses; tanggal; 12 juli 2014, 3.45 PM  
<http://portalpengusaha.com/marketing/ada-100-juta-pengguna-internet-di-indonesia-di-tahun-2014>; diakses; tanggal; 14 juli 2014, 2.23 PM  
Tristiyono, Bambang, Tim. 2011, "*Rancang Bangun website untuk program vokasional desain satu tahun-Prodes ITS*", Laporan Bimbingan tugas akhir Prodes, 2011.