

IMPLEMENTASI WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI PADA MAX Team OUTBOUND TRAINING UNTUK MEMUDAHKAN DAN MENINGKATKAN DAYA TARIK PELANGGAN

Hendri Rasminto, Danang Danang

Komputerisasi Akuntansi STEKOM Semarang; hendri@stekom.ac.id
Teknik Elektro, STEKOM Semarang; danang@stekom.ac.id

Abstract

The development of computer and internet science has covered the world community today. including companies and agencies around the world have internet facilities and websites as a form of promotion to the public. Likewise with MAX team Outbound Training Semarang, which continues to strive for improvement in its promotion program. To be able to provide convenience in promotional activities on MAX team requires a media campaign that is fast and can be accessed by the wider community. In this study concluded that the ease of accessing the website is very good, namely 81.67%. In addition, the attractiveness of consumers in accessing products online is also getting better, reaching 78.9%.

Keyword : Promotion; Information; Media

1. Pendahuluan

MAX team Outbound Training adalah perusahaan yang bergerak di bidang *jasa pelayanan outbound* dengan membuat pelatihan berupa permainan hal ini ber tujuan mengasah kemampuan sehingga peserta bisa merasakan manfaatnya, dengan kegiatan ini diharapkan mampu diaplikasikan ke perusahaan untuk memotivasi kerja lebih baik. Jasa yang ditawarkan MAX team sebagian merupakan kebutuhan instansi, perusahaan ataupun masyarakat umum antara lain yaitu *In house training, outbound motivation training*. Keunggulan MAX team adalah mempunyai misi mengedepankan rasa cinta terhadap negeri, mempunyai *trainer* yang berpengalaman sebagai praktisi nasional ataupun organisasi.

Kebutuhan akan strategi promosi pada MAX team saat ini sangatlah penting, mengingat persaingan bisnis begitu banyak. Dan masing-masing mempunyai strategi promosi dan informasi yang jitu untuk menawarkan barang ataupun jasa. (Rasminto, 2011) Dengan adanya website untuk membantu kegiatan promosi maka informasi kepada konsumen akan berjalan dengan baik. Dalam penelitian (Nur, Ika. Indah, 2011) menyebutkan adanya website membuat media

promosi pada PIDRA, dalam menyampaikan informasi akan lebih mudah, hal ini tentunya akan menambah minat calon konsumen untuk melihat produk yang ada pada PIDRA. Sedangkan dalam penelitian (Rozieqy, 2018) Secara *parsial* kemudahan dalam bertransaksi secara online memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

1.1. Rumusan Masalah

Dari latar belakang permasalahan yang sudah dijelaskan diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana merancang media promosi agar pemasaran lebih menarik minat calon konsumen?
- 2) Bagaimana memberikan informasi kepada konsumen dengan cepat dan mudah .

1.2. Tujuan Penelitian

- 1) Merancang media promosi berupa website agar lebih efektif dan efisien.
- 2) Mengimplementasikan website agar informasi mudah di jangkau konsumen secara cepat.

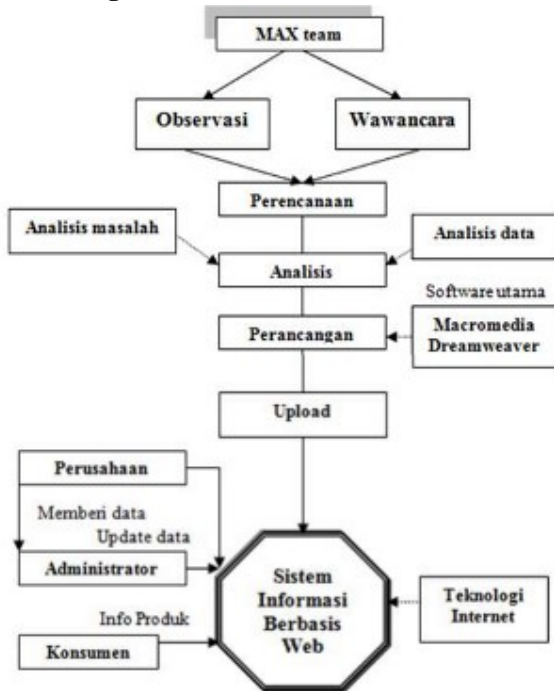
1.3. Manfaat Penelitian

- 1) Pembuatan website akan membentuk brand bahwa lembaga yang di kelola merupakan

- lembaga yang bertaraf profesional di mata konsumen.
- 2) Dengan adanya sistem promosi seperti ini diharapkan pelanggan dapat mudah mengakses dan melihat keunggulan yang ditawarkan sehingga pelanggan cepat tertarik.

- 7) Pemilik perusahaan memberi dan menerima laporan dan memberikan kebijakan dari Konsumen mengakses informasi lewat internet.

1.4. Kerangka Pemikiran



Gambar.1 Kerangka Pemikiran

Dari Gambar 1 menjelaskan alur dari kerangka penelitian :

- 1) Masyarakat melihat informasi tentang MAX team tanpa harus datang langsung ke tempat tujuan dengan cara akses internet dan membuka *website* MAX team.
- 2) Perencanaan adalah menyadari masalah yang terjadi di MAX team *outbound training*, dengan mengumpulkan data dengan cara wawancara, observasi.
- 3) Dengan menganalisis masalah pada MAX team dan mengumpulkan data yang ada
- 4) Rancangan adalah membuat desain rancangan website dengan menggunakan Dreamweaver, PHP, MYSQL.
- 5) Setelah Desain siap sistem di upload, dengan begitu konsumen langsung bisa mengakses informasi lewat internet
- 6) Administrator bisa melakukan update data produk dari website

2. Kajian Pustaka

- 1) Dalam penelitian yang berjudul “Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Produk”. Hasil penelitian ini adalah website mampu memperluas jangkauan promosi dan Konsumen merasa mudah dalam pemilihan selain itu pengelola website dapat menyusun produk secara terstruktur. (Marudut,2018)
- 2) Selain itu pada penelitian yang berjudul “Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi” menunjukkan dengan adanya website pada *ves boutique*, dapat membantu mempublikasikan informasi, produk, kegiatan, dan program diskon. (Sudarto, 2018)

Berdasarkan kajian penelitian yang dilakukan di atas, dengan adanya website dapat membantu memudahkan konsumen untuk mengakses informasi produk. Akan tetapi dalam penelitian tersebut belum ada pembahasan tentang produk berupa jasa. Sehingga perlu adanya penelitian lanjutan yang berbeda untuk mengetahui sejauh mana website mampu membantu perusahaan dalam melakukan promosi kepada konsumen.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada MAXteam *Outbound Training Semarang*. Metode penelitian menggunakan analisis Deskriptif, dengan menggunakan kuesioner atau angket yang disebar oleh peneliti sesuai kebutuhan. Dalam penelitian yang dilakukan, penulis menggunakan koresponden berjumlah 30 orang.

4. Analisa Dan Perancangan

1. Kelayakan Penelitian

Yang perlu diperhatikan dalam kelayakan penelitian ini adalah;

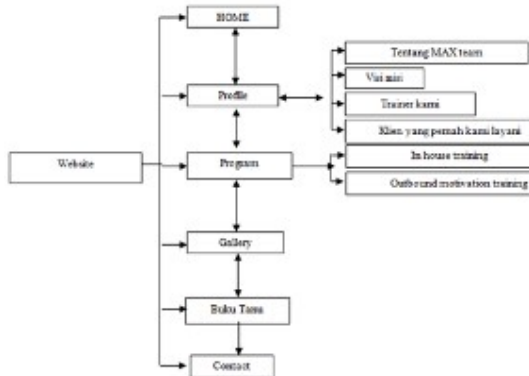
- a. Aspek teknologi

IMPLEMENTASI WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI PADA MAX Team OUTBOUND TRAINING UNTUK MEMUDAHKAN DAN MENINGKATKAN DAYA TARIK PELANGGAN

- b. Aspek Pengoperasian
- c. Ditinjau dari segi Biaya
- d. Lingkup penyebaran informasi

Pada Gambar 4 dibawah. Terdapat Desain Layout, mempunyai ukuran 1024 pixels x 768 pixels, karena dengan satuan pixels yang lebih fleksibel terhadap resolusi dan keberadaan *browser*. Dan isi dari layout ini adalah sebagai berikut ;

2. Flowchart Obyek Penelitian

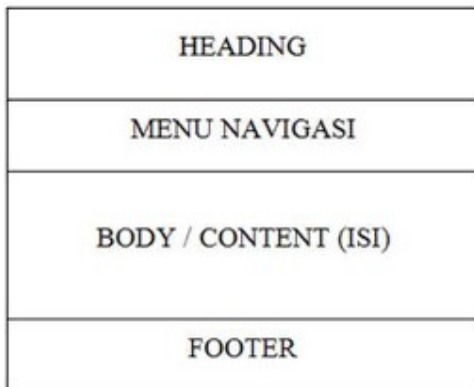


Gambar.2 Flowchart Obyek Penelitian

Dalam Gambar 2.Flowchart Obyek penelitian pembuatan desain mengutamakan informasi yang jelas dan kemudahan mencari informasi yang dibutuhkan calon konsumen. Untuk mencapai hasil yang diinginkan sesuai kebutuhan konsumen, didalam pembuatan situs website ini, maka penulis mambuat Flowchart dulu untuk merancang proses dan pengembangan pembuatan situs website.

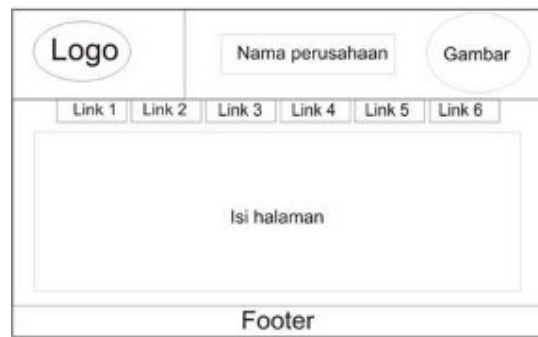
3. Desain Layout

Layout yang di desain merupakan penyesuaian dengan kegiatan promosi dalam bidang jasa yang ditawarkan oleh MAX team outbound training. Rancangan desain layout ini dengan menggunakan bentuk atau model layout Top Index pada Gambar 3. Layout Top Index;



Gambar 3. Layout Top Index

1. Logo : Berisi logo dari MAX team outbound training
2. Nama perusahaan : Berisi nama MAX team Outbound Training
3. Gambar : Berisi gambar Rafting.
4. Link : Memuat Link yang nantinya akan muncul pada isi halaman.
5. Isi Halaman : Akan memuat isi dari website.
6. Footer : Akan menampilkan nama pembuat *website*.



Gambar 4.Desain Layout

5. Hasil Dan Pembahasan

Hasil dari penelitian ini menghasilkan satu rancangan desain website yang telah dipublikasi dan di implementasikan kepada masyarakat. Hasil desain website sebagai berikut:



Gambar 5. Halaman Home

Pada Gambar 5 adalah halaman home pada MAX team Outbound Training mempunyai konten menu

yang mengkaitkan ke halaman halaman lain. Selain dari konten menu juga terdapat konten isi yang menginformasikan tentang sejarah dan profile MAX team.



Gambar 6. Halaman Profile Trainer Maxteam
 Pada Gambar 6 memberikan gambaran halaman yang berisi profile trainer atau fasilitator sehingga calon konsumen dapat melihat latar belakang dari trainer masing masing.



Gambar 7. Halaman komentar pengunjung website
 Pada tampilan yang terdapat pada gambar 7 terdapat halaman yang didalamnya terdapat fasilitas komentar pengunjung yang dimana pengunjung dapat memberikan testimoni terhadap MAXteam. Sedangkan hasil data kuesioner yang disebar kepada koresponden menunjukkan sebagai berikut ;

Tabel 1 Hasil kuesioner aspek daya tarik website

Validator	Aspek Daya Tarik Website			Jumlah
	I.1	I.2	I.3	
Eksternal	94	97	93	284

Hasil dari uji kuesioner yang terdapat dari Tabel.1 menunjukkan bahwa dari 30 responden diajukan tiga indikator pertanyaan yang berkaitan dengan aspek daya tarik website dengan jumlah skor jawaban 284.

Berikut ini dilakukan perhitungan data yang telah diperoleh oleh penulis:

$$P = \frac{\text{Skor hasil pengumpulan data}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

$$P = \frac{284}{4 \times 30 \times 3} \times 100\%$$

$$P = \frac{284}{360} \times 100\%$$

$$P = 78,9\%$$

Tabel 2. Hasil uji kuesioner tentang kemudahan mengakses informasi website

Validator	Aspek kemudahan penyebaran informasi Website Kepada Konsumen					Jumlah
	I.1	I.2	I.3	I.4	I.5	
Eksternal	92	92	106	100	100	490

Tabel 2 menyatakan adanya hasil dari uji kuesioner yang dilakukan oleh 30 responden dari calon konsumen MAX team Outbound Training. Diajukan lima indikator pertanyaan yang berkaitan dengan aspek kemudahan dalam mengakses website dengan jumlah skor jawaban 490. Berikut ini dilakukan perhitungan data yang telah diperoleh oleh penulis:

$$P = \frac{\text{Skor hasil pengumpulan data}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

$$P = \frac{490}{4 \times 30 \times 5} \times 100\%$$

$$P = \frac{490}{600} \times 100\%$$

$$P = 81,67\%$$

6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan diatas maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Telah dibuat website dengan alamat www.maxteamoutboundtraining.com yang menambah daya tarik terhadap calon konsumen dalam halmenyampaikan informasi, terbukti dari data kuesioner yang menyatkendengan adanya media website yang telah dikembangkan oleh penulis tergolong dalam kategori sangat baik yaitu mencapai presentase 78,9 %.
- 2) Dalam Desain Website juga menampung berbagai informasi produk berupa jasa

sehingga konsumen mudah mengakses informasi untuk mengetahui dan sekaligus mengenali tentang produk MAX team *outbound training*. Hal ini dapat dilihat dari hasil kuesioner yang telah dilakukan oleh calon konsumen tentang kemudahan mengakses informasi website bahwa produk website yang telah dirancang oleh penulis masuk kedalam kategori sangat baik dengan presentase 81,67%.

7. Daftar Pustaka

Marudut, Victor. Siregar., 2018. *Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Produk*. Jurnal TAM (Technology Acceptance Model) Volume 9, Nomor 1, p-ISSN : 2339-1103, Hal. 15-21

Nur, Ika. Indah., Lies Yulianto, 2011. *Pembuatan Website Sebagai Sarana Promosi Produk Kelompok Pidra Desa Gawang Kecamatan Kebonagung Kabupaten Pacitan*. Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi, Volume 3 No 4 - 2011

Rasminto, Hendri., 2011, *Pemanfaatan Desain Web Sebagai Media Promosi Di MAX team Outbound Training Semarang*, Skripsi, Sekolah Tinggi Elektronika Dan Komputer PAT

Rozieqy, Ahmad. Rois., 2018. *Pengaruh Kemudahan Kepercayaan, Kualitas Informasi Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Shopee.co.id*. Fakultas Ekonomi UNISMA, JRM

Sudarto, Penda. Hasugian., 2018. *Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi*, Journal Of Informatik Pelita Nusantara, Volume 3 No 1, e-ISSN 2541-3724

