

Website Sebagai Alat Promosi *Online* Dalam Upaya Merekrut CMB Pada Universitas Raharja

Dede Cahyadi*¹, Khanna Tiara², Dhita Rezki Mayosi³

^{1,2,3}Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Raharja
E-mail: *¹dede.cahyadi@raharja.info, ²khanna.tiara@raharja.info, ³dhitamayosi@raharja.info

Abstrak

Dalam era globalisasi ini, teknologi berkembang semakin maju untuk mempermudah manusia melakukan berbagai kegiatan didalam kehidupan, salahsatunya dengan adanya internet. Dengan internet semua orang dapat berkomunikasi dengan orang yang berada di berbagai belahan dunia. Melalui media ini mereka dapat memperoleh dan menyampaikan berbagai informasi yang dibutuhkan kapan saja dan dimana saja. Saat ini internet tidak hanya digunakan untuk memperoleh informasi saja, melainkan dapat digunakan sebagai media untuk melakukan bisnis dengan membangun sebuah website. Universitas-universitas pada saat ini suka maupun tidak suka harus mulai terbiasa dengan pola promosi secara online menggunakan website, dikarenakan website berfungsi sebagai salah satu alat promosi paling mujarab dan paling efisien jika dibandingkan dengan cara pemasaran tradisional. Aplikasi sistemonline yang dapat mempermudah menyampaikan sejumlah informasi yang besar serta menampilkan keunggula-keunggulandari universitasmerupakan hasil yang diharapkan pada penelitian ini. Namun demikian, aplikasi sistemini juga masih memiliki kekurangan dari sisi fasilitas dan tampilan sehingga masih memerlukan banyak penyempurnaan lagi.

Kata kunci---Website, Promosi, Online, Universitas.

Abstract

In this era of globalization, technology develops increasingly advanced to make it easier for people to do various activities in life, one with the Internet. With the internet everyone can communicate with people who are in different parts of the world. Through this media they can obtain and convey various information needed anytime and anywhere. Nowadays the internet is not only used to obtain information, but it can be used as a medium to do business by building a website. Universities at this time like or dislike should be accustomed to the pattern of promotion online using the website, because the website serves as one of the most efficacious promotional tools and most efficient when compared to Traditional way of marketing. An online system application that can make it easier to convey a large amount of information and feature the superiority of the university is the expected outcome of this research. Nevertheless, the application of this system also still has a lack of facilities and appearance, so it still requires a lot of refinement.

Keywords---Website, promotions, Online, University.

1. PENDAHULUAN

Kinerja penerimaan CMB (Calon Mahasiswa Baru) merupakan sebuah kondisi yang mencerminkan keadaan suatu instansi yang bergerak dalam bidang pendidikan khususnya pendidikan tinggi. Sebuah Institusi Pendidikan atau Universitas akan berada dalam kondisi sehat apabila institusi tersebut memiliki kinerja penerimaan CMB yang baik yang tidak hanya pada satu periode melainkan selalu mengalami peningkatan kinerja penerimaannya. Begitu juga sebaliknya, sebuah institusi dapat dikatakan dalam kondisi tidak sehat jika mengalami penurunan kinerja penerimaan CMB. Semakin luasnya wilayah pangsa pasar dari institusi, membuat tim promosi dari sebuah kampus bekerja ekstra untuk dapat menjangkau wilayah yang belum terjamah tersebut, dan hal tersebut tentunya akan memakan banyak waktu, tenaga terlebih lagi biaya. Seperti telah diketahui bersama, biasanya tim promosi dari sebuah kampus menggunakan media media cetak sebagai alat untuk promosi, seperti : Flyer, Pamflet, Spanduk, dll. yang kesemuanya tersebut membutuhkan biaya yang cukup besar untuk membuatnya. Keterbatasan tenaga waktu dan biaya untuk menjangkau keseluruhan wilayah promosi merupakan hal yang mendorong dilakukannya penelitian ini, maka penelitian ini mengambil judul berdasarkan permasalahan diatas, yaitu: *Website sebagai alat promosi online dalam upaya merekrut CMB pada Universitas*" yang mengambil study kasus dan lokasi penelitian pada Universitas Raharja, Tangerang.

1.1. PERMASALAHAN

Dalam melakukan promosi penerimaan CMB yang dilakukan dalam upaya menambah jumlah mahasiswa setiap tahunnya, Universitas Raharja memiliki beberapa masalah, yaitu :

1. Masih menggunakan metode pemasaran secara tradisional, yang menyebabkan banyak wilayah tidak terjamah dan menghabiskan banyak waktu, tenaga dan biaya.
2. Belum memiliki sistem pendaftaran secara *online*, sehingga setiap CMB yang ingin mendaftar harus datang ke kampus.
3. Belum memilikinya sebuah sistem promosi *online* yang secara khusus memberikan informasi mengenai Universitas Raharja melalui internet.

1.2. TINJAUAN PUSTAKA

Pada era modern sekarang ini teknologi telah menjadi hal yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan seseorang. Jika dahulu masyarakat masih menggunakan cara mendatangi langsung tempat yang dapat memenuhi kebutuhannya, saat ini proses tersebut telah semakin mudah, hanya bermodalkan komputer ataupun *gadget* yang terhubung internet sudah dapat mencari dan menentukan apa yang diinginkannya dengan adanya *website* penyedia layanan. *Website* menjadi fenomena kegemaran baru sebagian masyarakat Indonesia, karena tersedianya informasi keragaman jenis kebutuhan. Mulai dari berita politik, olahraga, berbelanja, mencari informasi pendidikan bahkan untuk berbelanja secara *online*. Namun demikian, tidaklah mudah melakukan promosi secara *online* melalui sebuah *website*. Jika ada pelaku bisnis ataupun perusahaan yang mempromosikan bisnisnya secara *online*, disarankan agar *website* yang dimiliki memiliki konten-konten informasi yang valid dan mudah digunakan.

1.3. LITERATUR REVIEW

Literatur review merupakan penelitian yang berkaitan dengan tema serupa yang menjadi dasar penelitian, Literature Review pada penelitian ini, yakni pada penelitian milik Suhartanto (2013), melakukan penelitian dengan judul "Pembuatan Website Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Delanggu Dengan Menggunakan Php Dan MySQL". Sistem ini bertujuan untuk mempermudah sekolah dalam memberikan informasi kepada masyarakat dan siswa SMPN 3 Delanggu, sehingga siapapun juga yang membutuhkan informasi tentang sekolah ini tidak perlu datang ke sekolahnya.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data agar mendapatkan hasil yang valid dan sesuai dengan yang diharapkan, maka penulis melakukan *Observasi* langsung ke lapangan. Hal ini dilakukan dengan cara *observasi* langsung ke Universitas Raharja untuk memperoleh gambaran sistem yang sedang berjalan dan untuk memperoleh data kebutuhan yang obyektif mengenai sistem promosi online pada Universitas Raharja.

2.2. Metode Wawancara

Selain metode observasi, dilakukan juga metode wawancara atau tanya jawab untuk mendapatkan suatu data dan dilakukan juga tanya jawab secara lisan kepada *stakeholder* yang berhubungan langsung dengan rekrutmen CMB (Calon Mahasiswa Baru) guna memperoleh informasi yang diperlukan.

2.3. Metode Pustaka

Metode pustaka merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari beberapa sumber (*literature*) atau buku-buku untuk kebutuhan penganalisaan dan pengembangan yang terkait dengan penelitian ini.

2.4. Kajian Dokumen/Literatur pengkajian

Kajian dokumen atau literatur pengkajian data melalui dokumen atau literatur dilakukan untuk menggali segala informasi atau data yang dapat diperoleh untuk kebutuhan penelitian seperti dokumen organisasi yang berkaitan dengan landasan hukum keberadaan organisasi, uraian struktur organisasi, tugas, fungsi dan gambaran proses bisnisnya. Kajian ini dapat digunakan sebagai referensi dari informasi atau data yang diperoleh dari hasil observasi di lapangan.

2.5. Menelaah Kebutuhan Bisnis dan Informasi

Pada tahap ini akan dilakukan analisis lebih dalam mengenai kebutuhan bisnis dan informasi yang diharapkan oleh manajemen perusahaan. Data yang telah dikumpulkan sebelumnya akan dijadikan sebagai masukan dalam proses analisis terhadap kebutuhan bisnis dan informasi tersebut.

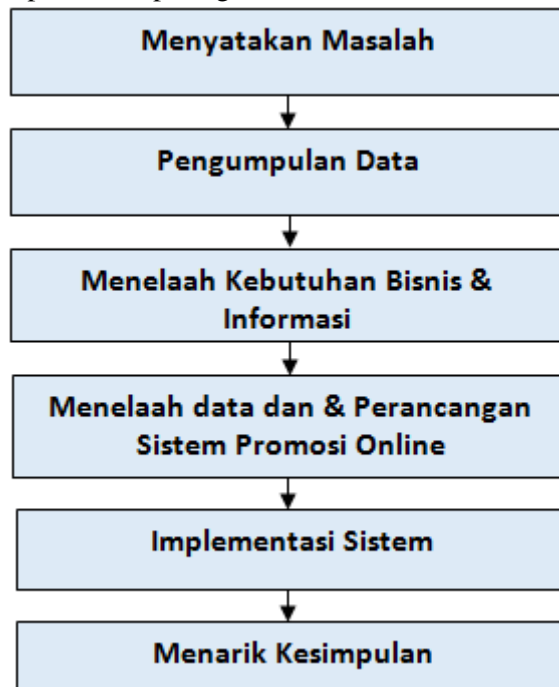
2.6. Menelaah Data dan Perancangan Sistem.

Agar sistem dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan maka perlu diadakan telaah terhadap sistem yang akan dibangun, pada tahapan ini penulis mencoba merancang sistem dengan menggambarannya melalui use case dan activity diagram dari sistem promosi *online* sampai dengan pendaftaran *online*.

2.7. Implementasi Sistem

Proses yang dilakukan pada tahapan ini yakni mengimplementasikan dan menguji *website* yang telah terbentuk sesuai dengan rancangan sistem.

Alur dari penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1. Di bawah ini:



Gambar 1. Tahapan Alur Penelitian

Penjelasan lebih detail dari masing-masing tahapan diatas dapat dilihat pada Tabel 1. ini:

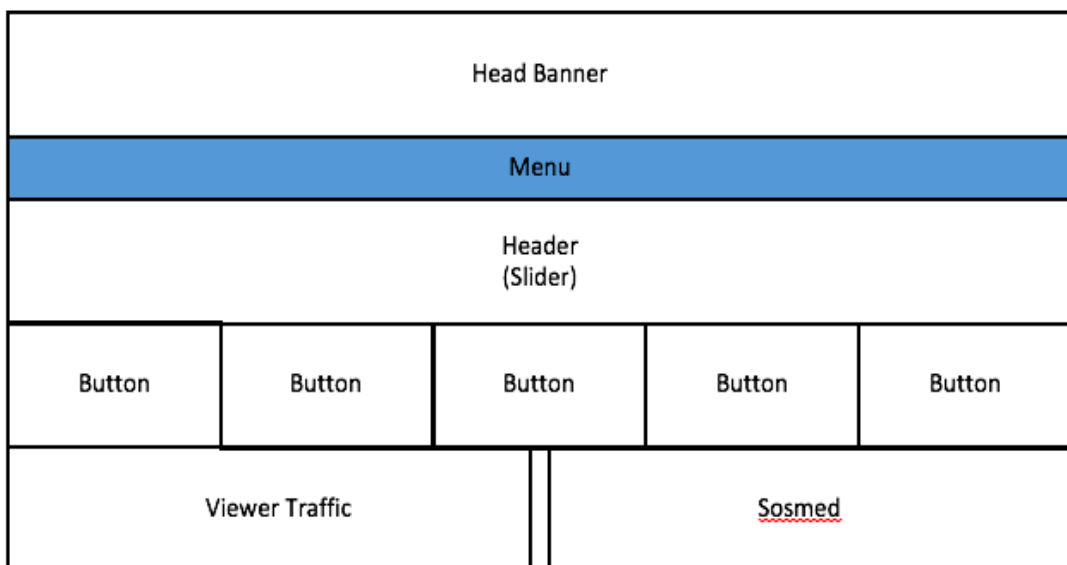
Tabel 1. Tahapan Alur Pengerjaan

Menyatakan Masalah	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Metode : Studi Literatur ❖ Hasil : Pertanyaan Penelitian
Pengumpulan Data	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Metode : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Observasi Lapangan ▪ Kajian Dokumen ❖ Hasil : Data Penelitian
Menelaah Kebutuhan Bisnis dan Informasi	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Analisis kebutuhan bisnis dan informasi ❖ Hasil : Kebutuhan bisnis dan informasi
Menelaah data dan rancangan Alat Promosi Online	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Perancangan arsitektur Universitas ❖ Hasil : Rancangan Alat Promosi Online
Implementasi Sistem	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Metode : Tahapan Website ❖ Hasil : Presentasi Website
Menarik Kesimpulan	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Metode : Deduktif ❖ Hasil : Kesimpulanhasil penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

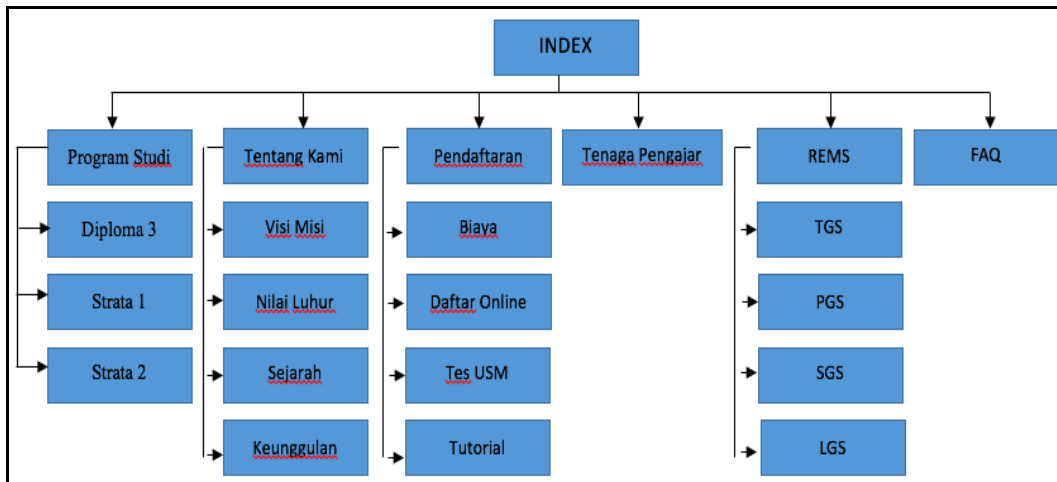
Kegiatan yang dilakukan pada penelitian ini mengenai website sebagai alat promosi online dalam upaya merekrut CMB pada Universitas Raharja, yakni sebagai berikut :

- a) Persiapan
Observasi lapangan, peneliti melakukan observasi langsung ke Universitas yang menjadi objek penelitian yaitu Universitas Raharja untuk mengetahui sistem promosi yang berjalan saat ini. Kesimpulan dari observasi yang dilakukan, proses promosi yang dilakukan oleh Universitas Raharja melibatkan divisi Pemasaran/*Marketing*, yang dalam tugasnya mempromosikan Universitas Raharja kepada siswa-siswi sekolah dengan cara mendatangi langsung ke sekolah mereka. Universitas Raharja telah memiliki sebuah *website* yang beralamat di [Http://www.raharja.ac.id](http://www.raharja.ac.id) , namun keberadaan *website* tersebut belum sempurna didalam memberikan informasi tentang Universitas Raharaja yang dapat menarik minat CMB (Calon Mahasiswa Baru).
- b) PerancanganLayout/ rancangan tampilan halaman web www.pmb.raharja.ac.id tergambar pada gambar 2.berikut dibawah ini :



Gambar 2. Tampilan Layout web www.pmb.raharja.ac.id

- a) Struktur Navigasi Web www.pmb.raharja.ac.id yang dibangun memiliki struktur navigasi seperti tertera pada gambar 3. berikut :



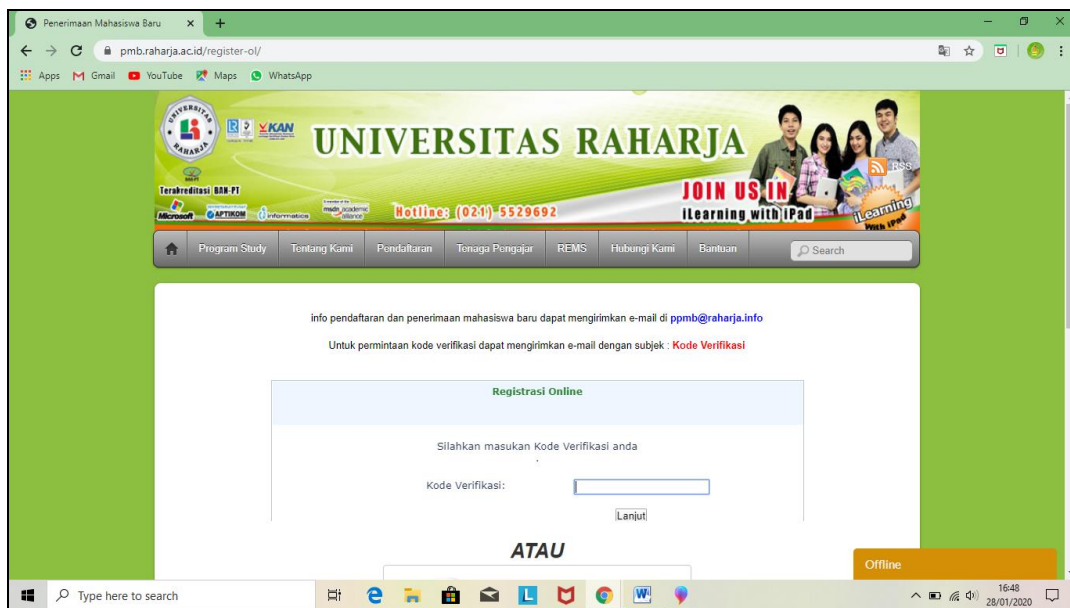
Gambar 3. Struktur Navigasi web pmb.raharja.ac.id

- b) Instalasi Pembuatan website www.pmb.raharja.ac.id menggunakan Content Management System (CMS) Wordpress dengan langkah-langkah sebagai berikut :
- Login terlebih dahulu di alamat [Http://ilearning.me](http://ilearning.me)
 - Platform Wordpress dan Data Base sudah tersedia pada ilearning.me, dikarenakan [iLearning.me](http://ilearning.me) merupakan salah satu teknologi pembelajaran yang dimiliki oleh Universitas Raharja.
 - Setelah login selesai, masuk Admin Web berbasis CMS Wordpress, atur tema.
- c) Langkah terakhir yaitu melakukan Posting Artikel dengan memasukkan informasi-informasi promosi.
- d) Gambar 4. Berikut dibawah ini merupakan hasil halaman utama yang bisa diakses melalui halaman [website www.pmb.raharja.ac.id](http://www.pmb.raharja.ac.id)



Gambar 4. Halaman Utama Website: pmb.raharja.ac.id

- e) Gambar 5. Berikut dibawah ini merupakan Info Pendaftaran atau Registrasi Online yang bisa diakses melalui halaman [website www.pmb.raharja.ac.id](http://www.pmb.raharja.ac.id)



Gambar 5. Info Pendaftaran atau Registrasi Online Website: pmb.raharja.ac.id

- f) Gambar 6. Berikut dibawah ini merupakan halaman Tes Seleksi Masuk CMB USM online yang bisa diakses melalui halaman [website www.pmb.raharja.ac.id](http://www.pmb.raharja.ac.id)



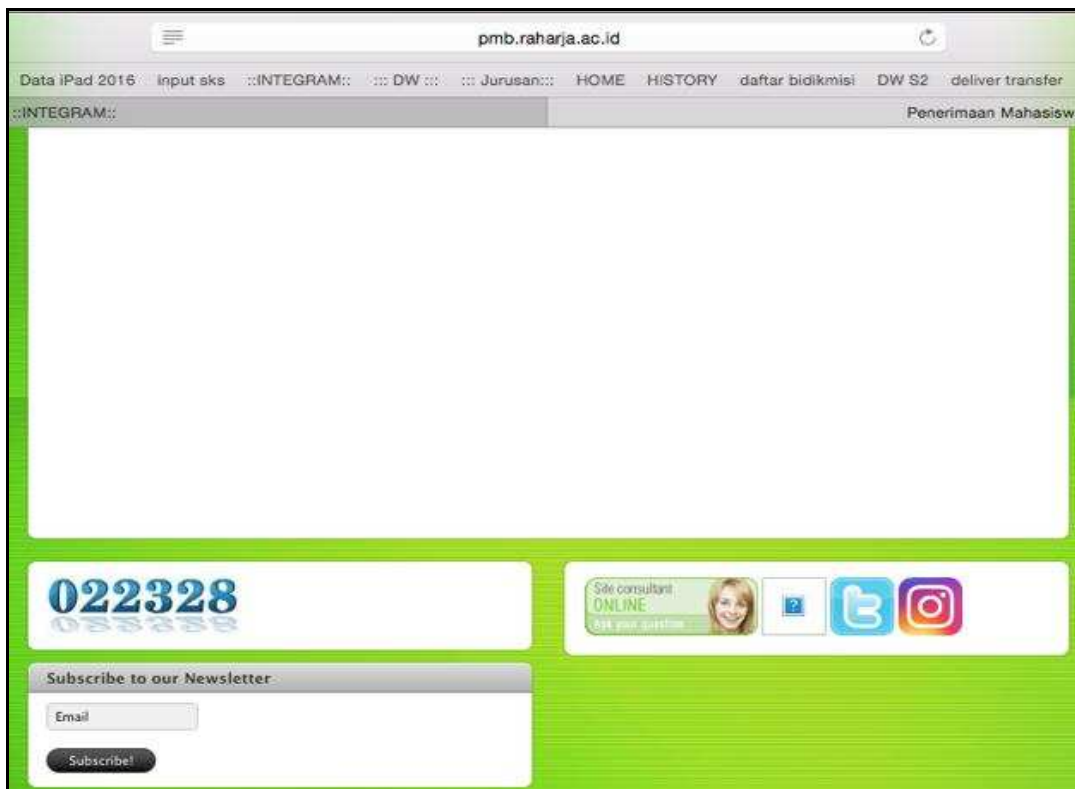
Gambar 6. Tes Seleksi Masuk CMB USM Online Website: pmb.raharja.ac.id

- g) Gambar 7. Berikut dibawah ini merupakan Program Study yang dapat dipilih oleh CMB dan bisa diakses melalui halaman [website www.pmb.raharja.ac.id](http://www.pmb.raharja.ac.id)



Gambar 7. Program Study yang dapat dipilih CMB di Website: pmb.raharja.ac.id

- h) Gambar 8. Berikut dibawah ini merupakan Jumlah Viewers yang bisa diakses melalui halaman [websitewww.pmb.raharja.ac.id](http://www.pmb.raharja.ac.id)



Gambar 8. Jumlah Viewers pada web pmb.raharja.ac.id

- i) Gambar 9. Berikut dibawah ini merupakan Jumlah Pendaftar Online yang bisa diakses melalui halaman [websitewww.pmb.raharja.ac.id](http://www.pmb.raharja.ac.id)



The screenshot shows a web interface titled "Browse responses: (Registrasi Online)". It contains two summary tables. The first table, "Response summary", lists: Full responses: 75, Incomplete responses: 219, and Total responses: 294. The second table, "Token summary", lists: Total invitations sent: 393, Total surveys completed: 65, Total with no unique Token: 0, and Total records in this token table: 401.

Response summary	
Full responses:	75
Incomplete responses:	219
Total responses:	294

Token summary	
Total invitations sent	393
Total surveys completed	65
Total with no unique Token	0
Total records in this token table	401

Gambar 9. Jumlah Pendaftar Online pada web pmb.raharja.ac.id

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian tentang website sebagai alat promosi *online* dalam upaya merekrut CMB pada Universitas Raharja yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Website promosi dapat menjangkau lebih luas lagi dalam promosi, sehingga sangat efektif untuk berpromosi dengan sasaran memperluas wilayah promosi.
- 2) Website tersebut mampu menghemat biaya pembuatan brosur, dengan viewers sebanyak 22.328, telah menghemat biaya pembuatan brosur sebesar Rp. 133.968.000,-. (asumsi brosur dengan harga pembuatan Rp. 6000/pc).
- 3) Website tersebut mempermudah calon mahasiswa yang ingin mendaftar tanpa harus datang ke kampus Universitas Raharja.

5. SARAN

Dari penelitian tentang website sebagai alat promosi online dalam upaya merekrut CMB pada Universitas Raharja yang telah dilakukan, maka dapat disarankan bahwa :

- 1) Disarankan agar website promosi online yang telah dibuat ini dapat disempurnakan lagi untuk dapat tetap digunakan dimasa mendatang.
- 2) Disarankan untuk dapat menghemat biaya agar website promosi online yang telah dibuat ini dapat diinformasikan kepada masyarakat luas secara berkala dan berkesinambungan.
- 3) Disarankan agar website promosi online yang telah memiliki fasilitas pendaftaran online ini agar diketahui oleh CMB (Calon Mahasiswa Baru), sehingga mereka bisa langsung dapat mendaftar secara online tanpa harus dating ke kampus universitas Raharja.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Gulo, W. 2010. Metodologi Penelitian. Grasindo. Jakarta.
- [2] Liu X., Wang J. (2012) Study on Promotion of E-Commerce Websites Based on SEO. In: Wang X., Wang F., Zhong S. (eds) Electrical, Information Engineering and Mechatronics 2011. Lecture Notes in Electrical Engineering, vol 138. Springer, London.
- [3] Hamid, Ainul Faizin Abdul., Purnama, Bambang Eka., Wardati, Indah Uli. 2013. Sistem Informasi Penjualan Produk Unggulan Berbasis Website Pada Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pacitan. IJNS Juli 2013 hal 1- 8.
- [4] Hiang, C. Goh. 2008. *Developing a Penang Cultural Tourism Website Prototype: A User-Centred Design Approach*. Wacana Seni (Journal of Arts Discourse). Jil./vol 7.2008. hal 91-109.
- [5] Suhartanto, Medi. 2013. Pembuatan Website Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Delanggu Dengan Menggunakan Php Dan MySQL. Indonesian Journal on Computer Science - Speed (IJCSS) 15 Vol 10 No 1 – Februari 2013 hal. 97-103.
- [6] Mirsahudin(2016). Perancangan Website Interaktif WEB3D Sebagai Media Promosi di Surya Citra Mozzaic. Skripsi Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.
- [7] Syuhaily Osman, Benjamin Chan Yin Fah, Yeoh Sok Foon (2011). Simulation of Sales Promotions towards Buying Behavior among University Students.
- [8] Jogiyanto, H.M (2005). Analisis dan Desain Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikaspi Bisnis. Andi Yogyakarta.
- [9] Prayoga Pribadi, Mulyadi (2011) Rancang Bangun Website Sebagai Sarana Promosi Properti di Purwokerto. Jurnal Telematika Vol. 4 No.2 Agustus 2011.
- [10] Andi Dwi Riyanto (2015), Pembuatan Website Sebagai Media Promosi Yang Terpercaya. Seminar Nasional Informatika 2015 (semnasIF 2015) ISSN: 1979-2328 UPN "Veteran" Yogyakarta, 14 November 2015.