

## PENGEMBANGAN WEBSITE PROFIL UNTUK ONLINE BRANDING PADA OMAH AMPIRAN WONOLOPO MIJEN KOTA SEMARANG

**Maya Utami Dewi<sup>1</sup>, Siswanto<sup>2</sup>, Putu Gde Sukarata<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Studi Sistem Informasi, Universitas Sains Dan Teknologi Komputer

Jl. Majapahit 605, Semarang, Jawa Tengah

<sup>3</sup> Program Studi Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Bali

Jl. Bukit Jimbaran, Badung, Bali

E-mail: maya@stekom.ac.id<sup>1</sup>, prosenopati@gmail.com<sup>2</sup>, sukarata@pnb.ac.id<sup>3</sup>

**Abstrak** – Potensi pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal di Omah Ampiran Kelurahan Wonolopo Mijen Kota Semarang belum bertumbuh dan berkembang secara berkelanjutan dikarenakan media promosi yang belum maksimal dan efektif. Dengan berbagai macam kampung tematik yang mempunyai nilai menarik untuk dikunjungi wisatawan, maka eksistensi website profil dengan konten yang selalu mengalami pembaruan secara berkelanjutan sangat dibutuhkan, sekaligus dengan menggunakan nama domain yang sesuai dengan lokasi destinasi dan juga terhubung dengan berbagai macam sosial media dan jejaring sosial. Maka dari itu, pengembangan website dengan teknologi Content Management System direalisasikan untuk hasil yang lebih baik.

**Kata Kunci** : Omah Ampiran; Online Branding; Content Management System.

**Abstract** – *The potential for the economic empowerment of the local community in Omah Ampiran, Wonolopo Mijen Sub -District, Semarang City has not grown and developed on a sustainable manner due to promotional media that has not been optimal and effective. With a variety of thematic villages that have attractive values to visit tourists, the existence of profile websites with content that is always experiencing sustainable updates is very much needed, as well as using domain names that are in accordance with the location of the destination and also connected to various kinds of social media and social networks. Therefore, website development with content management system technology is realized for better results.*

**Keywords:** Omah Ampiran; Online Branding; Content Management System.

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mengalami kemajuan yang begitu pesat dan bergerak begitu cepat, terutama dalam perkembangan teknologi website dan framework berbasis Content Management System. Kemudahan dalam pembuatan website dengan teknologi CMS membuat banyak bermunculan website yang dikerjakan oleh orang-orang yang tidak perlu mempunyai latarbelakang kemampuan pemrograman tingkat tinggi.

Keberadaan website sangat penting sebagai media informasi dan promosi untuk banyak hal, terutama untuk kepentingan usaha, baik yang bersifat pribadi dan komunitas. Maraknya komunitas pelaku UMKM diberbagai wilayah, baik di pedesaan maupun perkotaan, merupakan entitas usaha yang tepat untuk

dibantu strategi promosi dan pemasaran secara online melalui website, baik yang berkonsep katalog online atau toko online.

Omah Ampiran Wonolopo, sebagai salah satu bagian dari 7 kampung tematik destinasi wisata yang berlokasi di Kelurahan Wonolopo Mijen Kota Semarang, sebagai obyek yang dijadikan kegiatan pengabdian dalam rangka mendukung pengembangan promosi dan pemasaran dengan media website yang terhubung dengan jejaring sosial dan media sosial. Didalam website profil tersebut, dikembangkan konten yang berkaitan dengan beberapa tematik lainnya, seperti Unit Usaha Tempe, Unit Usaha Jamu Tradisional, Tanaman Hias, Kampung Eduwisata dan Pusat Jajan Serba Murah.

### LANDASAN TEORI

Website Profile : adalah website yang berisi rangkuman atau penjelasan singkat mengenai

suatu perusahaan, sejarah berdirinya perusahaan tersebut, tujuan dan pencapaian yang diinginkan dalam masa depan, visi dan misi, produk yang ditawarkan, klien-klien yang telah menjalankan kerja sama, serta berbagai informasi lainnya terkait dengan perusahaan itu sendiri.(Solution, 2010:171) Setiap profil perusahaan, informasi kontak selalu disertakan. Informasi kontak mungkin tidak lebih dari sekedar alamat fisik dan surat untuk kantor pusat perusahaan, atau mungkin termasuk nama dan alamat dari petugas atau eksekutif tertentu dari perusahaan. Biasanya nomor telepon dan nomor faks juga dimasukkan dalam data kontak. Dalam beberapa tahun terakhir, alamat email dan informasi umum juga dianggap penting dalam sebuah profil perusahaan.

Pengertian Website : Situs Web site 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. Hubungan antara satu halaman web dengan halaman web yang lainnya disebut hyperlink, sedangkan teks yang dijadikan media penghubung disebut hypertext. Ada beberapa hal yang dipersiapkan untuk membangun website, maka harus tersedia unsur-unsur pendukungnya sebagai berikut: a. Nama Domain (Domain name/URL – Uniform Resource Locator) b. Rumah Website c. Content Management System (CMS)

Perkembangan dunia website pada saat ini lebih menekankan pada pengelolaan content adalah sebuah website. Pengguna yang tidak dapat bahasa pemrograman web site pada saat ini dapat membuat website dengan memanfaatkan CMS tersebut.

Jenis-Jenis Website : Seiringan dengan perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat, website juga mengalami perkembangan yang sangat berarti. Dalam pengelompokan jenis web, lebih diarahkan berdasarkan kepada

fungsi, sifat atau style dan bahasa pemrograman yang digunakan. Adapun jenis-jenis web berdasarkan sifat atau stylennya yaitu: Website Dinamis, merupakan sebuah website yang menyediakan content atau isi yang selalu berubah-ubah setiap saat. Bahasa pemrograman yang digunakan antara lain PHP, ASP, NET dan memanfaatkan database MySQL atau MS SQL. Misalnya website [www.artikel.com](http://www.artikel.com), [www.tecnomobile.co.cc](http://www.tecnomobile.co.cc), [www.arsipdosen.com](http://www.arsipdosen.com), [www.detik.com](http://www.detik.com), dan lain-lain.

Website Statis, merupakan website yang contentnya sangat jarang diubah. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah HTML dan belum memanfaatkan database. Misalnya: web profile organisasi, dan lain-lain.

Digital branding : Merupakan identitas merek yang digunakan suatu produk atau perusahaan secara online, yang berbeda dengan merek tradisional. Membangun kekuatan digital menjadi wajib dilakukan oleh perusahaan yang ingin menguasai pasar

E - Commerce : merupakan kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (consumers), manufaktur (manufactures), serviceproviders dan pedagang perantara (intermediaries) dengan menggunakan jaringan komputer (computernetworks) yaitu internet. Penggunaan sarana internet merupakan suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan spektrum kegiatan komersial (Mawardi, 2008).

Ada beberapa definisi E-Commerce dari beberapa sumber diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Berhubungan dengan pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui Internet, khususnya Word Wide Web.
2. Suatu tindakan melakukan transaksi bisnis secara elektronik dengan menggunakan Internet sebagai media komunikasi yang paling utama.
3. Menjual barang dagangan atau jasa melalui Internet. E-Commerce akan merubah semua kegiatan marketing dan juga memangkas

biaya-biaya operasional untuk kegiatan tranding (perdagangan).

Adapun proses yang terjadi dalam E-Commerce adalah sebagai berikut :

- a. Presentasi Elektronis (Pembuatan Website) untuk produk dan layanan.
- b. Pemesanan secara langsung dan tersedianya tagihan
- c. Otomasi account pelanggan secara aman (nomor rekening ataupun kartu kredit)
- d. Pembayaran dilakukan secara langsung (online)

Resiko dan kerugian E-Commerce :

1. Kehilangan segi financial secara langsung karena kecurangan .
2. Pecurian informasi rahasia berharga
3. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan
4. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak
5. Kehilangan kepercayaan dari para konsumen

Metode Pembayaran Dalam Transaksi Ecommerce Beberapa motivasi bagi pebisnis untuk memfasilitasi pembayaran online bagi pelanggannya melalui suatu penyedia layanan pembayaran online adalah sebagai berikut (Lowry et al, 2006).

1. Meningkatkan efisiensi cash flow.
2. Transaksi yang terjamin.
3. Biaya operasional yang lebih hemat.
4. Meningkatkan proteksi informasi sensitif.

Sementara itu, bentuk pembayaran pada toko online menggunakan media internet, tata cara pembayaran (transaksi) dapat dibagi menjadi lima mekanisme utama yaitu :

- a. Transaksi model ATM. Transaksi ini hanya melibatkan toko online dan pemegang account yang akan melakukan pembayaran dari account masing-masing.
- b. Pembayaran dua pihak tanpa perantara, transaksi dilakukan langsung pada kasir toko online (Cash Money).
- c. Pembayaran dengan perantaraan pihak ketiga, umumnya proses pembayaran yang menyangkut debit, kredit maupun cek

masuk dalam kategori ini. Ada beberapa metode pembayaran yang dapat digunakan, yaitu : sistem pembayaran kartu kredit online dan sistem pembayaran check online.

- d. Micropayment, transaksi ini penting dikembangkan karena sangat diperlukan pembayaran receh yang kecil tanpa overhead transaksi yang tinggi pada toko online.
- e. Anonymous digital cash, yaitu uang elektronik yang di enkripsi.Uang elektronik Menjamin privacy dari user cash tetap terjamin sama seperti uang kertas maupun coin yang kita kenal.

Content Management System (CMS) : adalah sebuah aplikasi yang berfungsi untuk mengelola, mengubah, dan mempublikasikan konten web. CMS juga memungkinkan beberapa pengguna sekaligus untuk berkolaborasi dalam mengelola konten web.

Berikut ini adalah beberapa peran penting CMS lainnya:

- a. Mempermudah pembuatan konten.
- b. Mempermudah penyimpanan dan pengelolaan konten.
- c. Memungkinkan kolaborasi dan multi-user.
- d. Memudahkan proses publikasi dan editing konten

## METODOLOGI

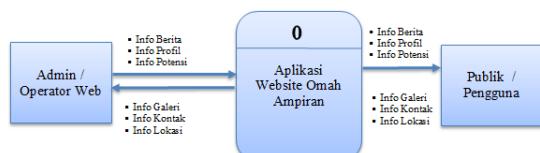
Metode penelitian menggunakan Research and Development (R&D), R&D merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan produk tersebut (Sugiyono, 2015). Untuk dapat menghasilkan produk tertentu, digunakan penelitian yang bersifat analisis kebutuhan dan untuk menguji keefektifan produk tersebut supaya dapat berfungsi dengan baik di masyarakat luas, maka diperlukan penelitian untuk menguji keefektifan produk..

Tahapan Review : Pengambilan data dalam penelitian ini dengan cara observasi, wawancara (interview) kepada pengelola Omah Ampiran dan studi kepustakaan dengan cara mempelajari buku pedoman dan literature yang

permasalahannya menyerupai penelitian terkait.

Tahapan Perancangan : Penelitian ini dilaksanakan pada Omah Ampiran Wonolopo Mijen Kota Semarang. Tahapan perancangan untuk membentuk sebuah peta jalan dan konsep yang disesuaikan dengan kebutuhan dari pihak pengelola supaya menjadi produk tepat guna dan tepat sasaran serta mempunyai kemanfaatan besar secara berkelanjutan.

Tahapan Pembuatan : Untuk memudahkan pembangunan / pembuatan website, pengembangan website Omah Ampiran Wonolopo Mijen Kota Semarang difokuskan pada proses pembuatan website menggunakan Content Management Systems (CMS) dari WordPress karena menyediakan template standar (Sutanta dan Mustofa, 2012). Model diagram alir perancangan website Omah Ampiran Wonolopo ditunjukkan pada gambar berikut :



**Gambar 1.** Diagram Alir Level 0

Pada diagram diatas, di ilustrasikan terkait bagaimana proses aliran data dan informasi dari pengelola yang ditujukan ke publik melalui media website online. Terdapat beberapa jenis data yang diubah menjadi informasi sistematis dan menarik sehingga diharapkan masyarakat publik yang menjadi segmen pasar akan melakukan kunjungan setelah mengetahui informasi lengkap yang tersedia di website.



**Gambar 2.** Diagram Alir Menu Navigasi Website

Pada diagram diatas, dijelaskan terkait link menu navigasi beserta konten informasi yang disediakan oleh pihak pengelola dan ditujukan kepada publik. Terdapat beberapa konten yang muncul di lebih dari satu halaman web dikarenakan keterkaitan multi kategori berita.

Dengan penataan informasi yang sistematis dan diharapkan informatif, layout yang user friendly, akan membuka akses informasi dengan tujuan promosi dan pemasaran ke publik. Didalam website tersebut juga diberikan fitur interaktif komunikasi yang langsung terhubung ke pihak pengelola menggunakan teknologi pesan Whatsapp.

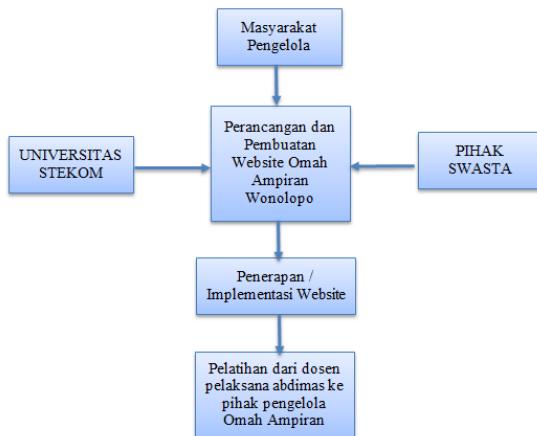
Selain itu, untuk mempermudah publik yang ingin berkunjung, juga disediakan fitur Map Route Guide atau Petunjuk Rute Peta yang terhubung dengan Google Map dan titik koordinat posisi calon pengunjung menuju destinasi yang dituju.

Seperti ditunjukkan pada Gambar 3, pelaksanaan penerapan website Omah Ampiran Wonolopo menggunakan model strategi kolaboratif, yaitu pembangunan CMS dan pelatihan dilakukan oleh tim pengabdian Universitas STEKOM , domain dan hosting disiapkan oleh pihak swasta yang menjadi bagian dari kegiatan abdimas , dan pendampingan administrator website dilaksanakan oleh dosen abdimas. Dengan model ini, pembaharuan isi konten website Omah Ampiran Wonolopo dapat secara kontinyu dilakukan.

Kolaborasi antara pihak perguruan tinggi, pihak swasta dan masyarakat merupakan sebuah kolaborasi ideal yang menghubungkan sinergitas dari multi elemen dan entitas untuk mewujudkan sebuah kegiatan produktif dan inovatif berbasis teknologi berbentuk website



**Gambar 3.** Model Kolaborasi Kerjasama 3 Entitas



**Gambar 4.** Alur Implementasi Pelatihan Manajemen Website ke Pengelola

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Content Management System (CMS) Website Omah Ampiran Wonolopo. Seperti ditunjukkan pada Gambar 2, website Omah Ampiran Wonolopo dibangun dengan beberapa data informasi dinamis berupa : Beranda, Profil, Peta Lokasi dan Pujasera Online, Hubungi Kami. Informasi-informasi yang terdapat pada website tersebut dapat dipantau dan dikelola secara mudah, sehingga informasi yang ada adalah informasi yang merupakan update terkini. Website ini dapat diakses oleh siapa saja dan darimana saja, namun untuk proses pembaruan data dan informasi dilakukan oleh pihak yang sudah diberikan akses login dan mengikuti pelatihan.

Website ini akan dimanfaatkan oleh masyarakat publik yang ingin mengetahui Omah Ampiran Wonolopo dan juga khususnya masyarakat lokal yang memanfaatkan untuk kepentingan promosi dan pemasaran usaha.

Website Promosi dan Pemasaran Omah Ampiran Wonolopo menggunakan alamat <https://omahampiranwonolopo.my.id> dan berikut tampilan websitenya



**Gambar 5.** Tampilan Website Omah Ampiran Wonolopo

## KESIMPULAN

Beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari penerapan sistem terhadap permasalahan yang ada dalam Pengembangan Website Profil Untuk Online Branding Pada Omah Ampiran Wonolopo Mijen Kota Semarang adalah sebagai berikut:

1. Dengan adanya Pengembangan Website Profil Untuk Online Branding Pada Omah

- Ampiran Wonolopo Mijen Kota Semarang dapat memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh Omah Ampiran Wonolopo Mijen Kota Semarang dalam proses penjualan produk, dokumentasi laporan penjualan dan stok barang, serta sebagai solusi pemasaran produk.
2. Konsumen dapat memesan produk pada Website Profil Untuk Online Branding Pada Omah Ampiran Wonolopo Mijen Kota Semarang ini dimana saja yang terhubung dengan jaringan internet, konsumen hanya perlu memilih produk dan melakukan pemesanan.
  3. Tersedianya informasi yang lengkap dan jelas serta gampang dijangkau akan menolong meningkatkan reputasi Omah Ampiran Wonolopo Mijen Kota Semarang dihadapan pelanggan atau calon pelanggan, sehingga reputasinya akan meningkat.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Bapak Nama Sumarman sebagai Pengelola Omah Ampiran Wonolopo yang telah memberikan sumbangsih domain dan hosting website profile ini. Serta beberapa adik-adik mahasiswa yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu. Penelitian ini diharapkan dapat membantu berkembangnya Omah Ampiran Wonolopo menjadi semakin pesat.

## DAFTAR PUSTAKA

- D. Burhanuddin, "Sistem Informasi Penggajian Dosen Honorer Berbasis Dekstop Di Universitas Sari Mutiara Indonesia," J. Chem. Inf. Model., vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2013, [Online]. Available: <http://e-jurnal.sari-mutiara.ac.id/index.php/7/article/view/723/>.
- A. N. Ahmad Turmudi Zy, "Sistem Pendukung Keputusan Penilaian Kinerja Guru

*Terbaik Pada Sma Negri 1 Telukjambe Barat Menggunakan Metode Analytic Hierarchy Process (AHP)," SIGMA – J. Teknol. Pelita Bangsa, vol. 10, pp. 53–77, 2020, doi: 10.35979/alj.2020.02.60.53.*

- A. B. Santoso, A. Zainudin, and E. Zusrony, "Penerapan Google API Service Pada Sistem Informasi Geografis Untuk Pemasaran Dan Pemetaan Kelompok UKM Kota Salatiga," INOVTEK Polbeng - Seri Inform., vol. 6, no. 2, p. 248, 2021, doi: 10.35314/isi.v6i2.2097.
- R. Helilintar, W. W. Winarno, and H. Al Fatta, "Penerapan Metode SAW dan Fuzzy Dalam Sistem Pendukung Keputusan Penerimaan Beasiswa," Creat. Inf. Technol. J., vol. 3, no. 2, p. 89, 2016, doi: 10.24076/citec.2016v3i2.68.
- M. R. Alena Uperiati, Hendra Kurniawan, Erwin Prayoga, "Jurnal Sustainable : Jurnal Hasil Penelitian dan Industri Terapan Sistem Pendukung Keputusan Seleksi Penerimaan Beasiswa Bidikmisi," vol. 06, no. 02, pp. 61–67, 2017.
- F. Sembiring, M. T. Fauzi, S. Khalifah, A. K. Khotimah, and Y. Rubiati, "Sistem Pendukung Keputusan Penerima Bantuan Covid 19 menggunakan Metode Simple Additive Weighting (SAW) (Studi Kasus: Desa Sundawenang)," Explor. Sist. Inf. dan Telemat., vol. 11, no. 2, p. 97, 2020, doi: 10.36448/jsit.v11i2.1563.
- Frieyadie, "Penerapan Metode Simple Additive Weight (Saw) Dalam Sistem Pendukung Keputusan Promosi Kenaikan Jabatan," J. Pilar Nusa Mandiri Vol.XII, No. 1 Maret 2016 PENERAPAN, vol. 1, no. 1, pp. 37–45, 2016.
- Prof. Dr. Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D". Bandung: Alfabeta.,2015.