

Desain Website Sebagai Ujung Tombak Pemasaran Pada Layanan Berbasis Pendidikan

Oleh:

Rusdiana Zulfa

Dra. Lilik Indayani, MM

Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juli, 2023



Pendahuluan

Pada kemajuan di era globalisasi telah menuntut adanya perubahan paradigma lama dalam segala bidang, salah satunya adalah bidang pemasaran[1]. Dengan berkembangnya teknologi dan informasi selalu diiringi dengan berkembangnya penggunaan internet pula. Internet sangat membantu sebagai sarana mencari informasi tentang apapun yang kita butuhkan seperti mengakses pengetahuan, bisnis atau pemasaran, bahkan dalam hal pendidikan.

Perkembangan teknologi yang semakin tinggi ini juga dapat menginovasi proses pembelajaran seperti banyaknya bimbingan belajar online yang memiliki banyak fitur yang menarik dan dapat membantu meringankan pembelajaran siswa. Saat ini siswa tidak hanya bergantung pada pembelajaran di sekolah, namun siswa juga bisa melakukan bimbingan belajar di luar sekolah dengan menggunakan jasa pendidikan secara online. Saat ini banyak sekali layanan-layanan yang dapat dimanfaatkan oleh seluruh masyarakat untuk mendapatkan informasi dan segala hal yang dibutuhkan. Seperti contoh layanan pendidikan. Penelitian ini meneliti salah satu layanan berbasis Pendidikan di sidoarjo yakni PT Starla Education.

Pendahuluan

Desain yaitu menentukan target audiens, membangun identitas, menentukan manfaat bagi pengunjung, membuat tentang tata letak, warna, organisasi, dan konten[10]. Desain merupakan penataan letak pada website yang mengatur letak gambar, video atau konten agar terlihat lebih rapi oleh sang pembaca.

Fitur ialah karakteristik dari website perusahaan tersebut, fitur yang terdapat pada website Starla education ialah seperti kelas starla edu, privat starla edu, Starla Edu Assistant, Video Starla Edu, Pusat bisnis, dan saat ini terdapat fitur baru yakni Robot Pintar AI.

Promosi dapat juga diartikan sebagai upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.

Fenomena yang ditemukan pada penelitian ini ialah, saat adanya covid 19 banyak sekali orang tua dan siswa mencari layanan pendidikan online untuk pembelajaran dari rumah, kemudian para orang tua dan siswa mencari informasi tersebut melalui internet, sedangkan saat ini covid 19 sudah berlalu, maka bagaimana cara perusahaan untuk mempertahankan perusahaannya agar tetap mendapatkan client atau customer untuk tetap menggunakan jasa nya meskipun sekolah tatap muka sudah diberlakukan seperti semula.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)



Rumusan masalah

Untuk mengetahui strategi pemasaran terkait desain, fitur, dan promosi berbasis website milik PT Starla Education.



Pertanyaan penelitian

Bagaimana strategi pemasaran terkait desain, fitur, dan promosi berbasis website milik PT Starla Education?



Kategori SDGs

Penelitian ini berfokus pada *sustainable development goals* pilar pembangunan ekonomi pada poin 8 yakni pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi

Metode

• Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode kualitatif merupakan teknik penelitian yang menghasilkan data berbentuk deskriptif, sumber data yang diperoleh saat pengumpulan data yaitu berupa kalimat, foto atau gambar, metode ini tidak bisa diukur dengan angka. Hasil wawancara adalah sumber data primer dalam penelitian ini tidak boleh dipandang sebagai kesimpulan sementara melainkan sebuah keutuhan

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data :

1. Wawancara dengan seorang narasumber yang diperlukan untuk memperoleh informasi yang mendalam secara langsung
2. Dokumentasi, data ini diambil dari buku, jurnal, skripsi, tesis, dll.

Teknik Analisis Data

Pengumpulan data, Penyajian Data, Meyusun Data, Penarikan Kesimpulan

Hasil

- **Starla Education Perusahaan Layanan Pendidikan**

Starla Education, salah satu layanan pendidikan berskala cukup besar menyediakan jasa bimbingan belajar mulai jenjang SD, SMP, SMA, Mahasiswa, dan umum. Luis Kholilur Rohman Sa'ani adalah pendiri Starla Education, perusahaan ini bergerak dibidang teknologi pendidikan dan pengembangan karir. Target Starla Education di masa depan adalah menjadi pusat layanan produk pendidikan dan pengembangan karir. Tujuan didirikannya perusahaan ini yaitu untuk membantu para orang tua dan siswa untuk mencari bimbingan belajar dan juga memberdayakan teman-temannya yang ingin bekerja atau mencari pekerjaan. Kegiatan awal Starla Education hanya menerapkan satu fitur pada websitenya yaitu marketplace guru. Secara umum masyarakat lebih mengenal pasar online yang menyediakan kebutuhan sehari-hari.

Hasil

Seiring berjalannya waktu Starla Education berhasil mengembangkan fiturnya yaitu marketplace class, marketplace jasa, marketplace produk-produk pendidikan seperti buku-buku dan keperluan pendidikan yang lainnya. Kemudian pada saat ini telah diluncurkan fitur baru yang cukup menarik yaitu robot pintar AI yang berbasis santri. Fitur ini menawarkan kepada pengguna tentang pelayanan pendidikan terkait kualitas layanan pendidikan (sekolah, pondok pesantren), solusi, pendapat-pendapat yang akan dijawab oleh robot tanpa menunggu terlalu lama. Keunggulan lain dari fitur yang ditawarkan Starla Education adalah fitur suara. Sehingga pengguna dimudahkan tanpa perlu melakukan pengetikan manual ketika mencari kata kunci yang diperlukan. Fitur suara tidak hanya dapat digunakan satu arah saja, pengguna bisa melakukan diskusi dengan robot pintar seperti berkomunikasi antar manusia.

Hasil

Visi dan misi perusahaan adalah memberikan layanan, jasa, produk-produk pendidikan dan pengembangan karir dengan harga yang terjangkau, menciptakan lapangan pekerjaan bagi tenaga pendidik, dan membantu orang tua dan siswa untuk mencari bimbingan belajar melalui website dan aplikasi Starla Education. Keberadaan layanan pendidikan Starla Education menjadi jembatan bagi siswa dan tenaga pendidik di samping kebutuhan akademik sekaligus penyaluran tenaga kerja.

Hasil

Struktur organisasi perusahaan Starla Education:



Founder & CEO
: Luis Kholilur
Rohman Saani,
M.Pd



CMO : Haidar
Isa Yahya
Zakariya. M.Ag



CFO : Mulia
Indah Febriyanti,
S.M

Hasil

- Produk dan Jasa Perusahaan



Optimalisasi Pemasaran Website Starla Education

Desain Website

Tampilan website yang menarik dan ringan cenderung lebih sering dikunjungi daripada website dengan tampilan biasa saja. Karena itu, strategi pemasaran terkait desain dari website perusahaan Starla Education ini memilih desain yang simpel dan tidak berlebihan.

Fitur Website

Perusahaan ini mempunyai fitur terbaru yang dipasarkan yaitu Robot Pintar AI dimana robot ini bisa melayani customer dengan berbagai macam cara seperti ngobrol seperti layaknya manusia, jadi robot ini dapat menjawab pertanyaan dari customer. Kemudian robot pintar ini dapat live diskusi atau berkomunikasi. .

Strategi Pemasaran Website

Pemasaran yang dilakukan melalui website yaitu penggunaan fungsi Search Engine Optimization (SEO). Kata kunci digunakan dalam mengoptimalkan kinerja website, sehingga ketika seseorang mencari jasa guru les maka mesin pencari langsung mengarahkan pada halaman Starla Education.

Kelebihan dan Kekurangan Promosi Melalui Website

- **Kelebihan dan kekurangan promosi melalui website**
 - **Kelebihan:**
 - a. Mudah diakses dimana saja
 - b. Fleksibel
 - c. Mudah dijangkau oleh siapapun asalkan ada akses internet
 - **Kekurangan:**
 - a. Banyaknya persaingan
 - b. Serangan hacker hampir setiap hari dihadapi PT Starla Education

Kendala-Kendala dan Cara Mengatasinya

- **Kendala yang Dialami Saat Mempromosikan Perusahaan Starla Education Melalui Website**

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa perusahaan itu selalu memiliki kendala dalam mengoperasikannya terutama dalam hal pemasaran melalui website seperti ini. Karena kita mempromosikan produk kita pada dunia maya, maka banyak sekali serangan-serangan yang masuk pada website kita, terkadang merusak server yang membuat website perusahaan menjadi lemot. Dan juga banyak lagi serangan-serangan yang lain yang merusak isi pada website tersebut.

- **Mengatasi kendala**

Perusahaan harus merekrut orang yang ahli dalam bidang IT yang diutamakan tujuan untuk memantau website disetiap harinya apakah ada hacker masuk atau tidak. Karena customer bisa kapan saja mengunjungi website perusahaan Starla education, jadi perusahaan harus selalu waspada dalam penyerangan hacker tersebut. Jika ada serangan hacker langsung diatasi oleh ahlinya.

Promosi yang Dilakukan Melalui Website Sesuai dengan Rasio Kesuksesan yang ditargetkan Perusahaan Starla Education

Promosi melalui website sangat menjadi prioritas bagi perusahaan Starla Education karena selain informasi yang disampaikan itu lengkap dan valid, mempromosikan produk lewat website itu jangkauannya juga sangat luas, tidak hanya di daerah berdirinya perusahaan saja, tetapi bisa keluar kota, bahkan luar negeri bisa mengakses website perusahaan selagi ada jaringan internet semua bisa mengunjungi website perusahaan.

Mengukur Skala Kepuasan Konsumen pada Website Perusahaan Starla Education

Pengaduan tidak hanya hal negative saja, hal positif juga bisa disampaikan kepada perusahaan agar perusahaan lebih bersemangat untuk mengembangkan bisnisnya. Kemudian perusahaan juga harus menerima pengaduan negatif guna evaluasi dan memperbaiki agar perusahaan bisa lebih baik lagi dalam beroperasi. Pada perusahaan Starla Education ini memberikan platform kepada customer untuk menghubungi admin, kemudian admin bisa mengirim link tempat customer melakukan pengaduan, jadi saya simpulkan bahwa perusahaan Starla education ini menerima pengaduan positif atau negatif bersifat privasi..

Mengatasi Trend Pasar yang Sering Berubah-Ubah Terkait Layanan pada PT Starla Education

Pada zaman ini sering terjadinya trend yang berubah-ubah. Perusahaan harus tau trend apa yang sedang booming saat ini. Itu juga termasuk strategi promosi karena dengan mengikuti trend saat ini dapat menarik perhatian customer untuk mengunjungi website dari perusahaan. Jadi PT Starla Education ini selalu update terkait trend. Akan tetapi PT Starla Education juga tetap mengutamakan kebutuhan manusia.

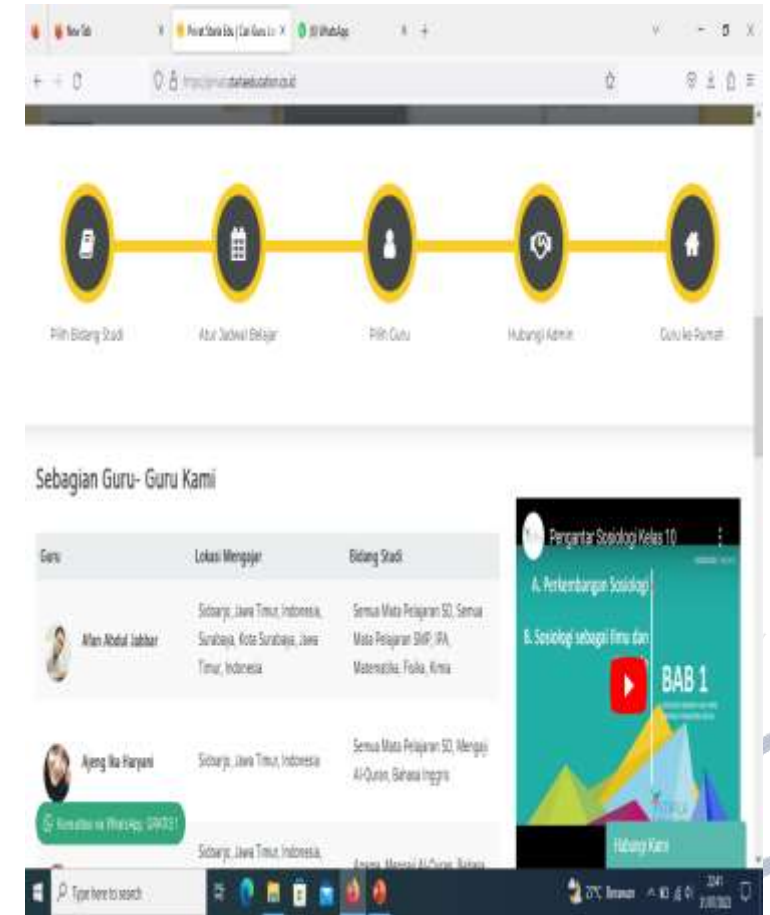
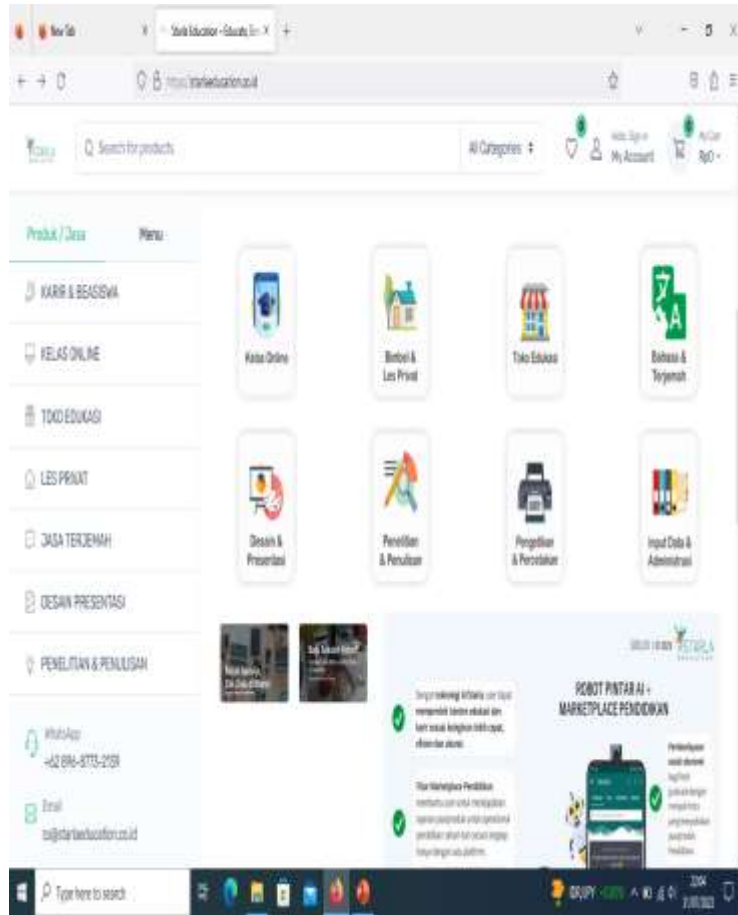
Strategi promosi untuk mengatasi adanya kompetitor

Perusahaan harus memiliki nilai yang berbeda dari layanan Pendidikan online yang lainnya. Seperti menciptakan fitur-fitur baru yang berbeda dengan yang lain. Agar customer mempunyai rasa penasaran dan ingin mencoba menggunakan fitur tersebut. Jadi strategi untuk mengatasi adanya competitor yaitu perusahaan harus kreatif dan inovatif dalam melakukan promosi.

Kesimpulan

- Strategi pemasaran terkait desain yang digunakan PT Starla Education ialah desain yang sederhana tidak terlalu biasa dan juga tidak terlalu ramai. Hal ini agar customer bisa langsung menemukan apa yang dibutuhkan. Tampilan desain yang sederhana juga pengaruh pada saat SEO (*Search Engine Optimization*), website yang mempunyai tampilan yang ringan seperti PT Starla Education dapat diterima dengan baik oleh google dan dalam pencarian di internet bisa berada di posisi teratas.
- Strategi pemasaran terkait fitur yang digunakan PT Starla Education ialah PT Starla Education memiliki unique value dari segi fitur pada website. PT.Starla Education memiliki fitur terbaru yang berbeda dengan yang lain yakni Robot pintar AI, dengan fitur yang menarik ini dapat menarik pengunjung untuk masuk dan menggunakan jasa dari PT Starla Education Strategi Pemasaran terkait fitur,
- Strategi promosi melalui website yang selalu menjadi prioritas dari PT Starla Education untuk mempromosikan jasa dan layanannya. Dengan fokus pada SEO (*Search Engine Optimization*) dengan tujuan website perusahaan Starla Education ini dikunjungi banyak orang dan tertarik dengan jasa dan layanannya.

Dokumentasi



Referensi

- I. H. Listyawati, "Peran Penting Promosi dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen," *Jbma*, vol. 3, no. 1, pp. 62–70, 2016.
- [2] J. Pendidikan, I. Anak, and U. Dini, "A s - S A B I Q U N," vol. 5, pp. 198–205, 2023.
- [3] N. Noerchoidah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Orenztaxi Di Surabaya)," *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, vol. 9, no. 2, p. 80, 2018, doi: 10.26740/bisma.v9n2.p80-90.
- [4] M. I. Firdaus, P. N. Azizah, and R. Sa'adah, "Pentingnya Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Di Era 4.0," *J. Graha Pengabdian*, vol. 4, no. 2, p. 154, 2022, doi: 10.17977/um078v4i22022p154-162.
- [5] A. Muhit and F. Maulana, "Pemanfaatan Situs Edukatif Islami sebagai Sumber Belajar dalam Pembelajaran Berbasis Online/Daring," *IQ (Ilmu Al-qur'an) J. Pendidik. Islam*, vol. 5, no. 01, pp. 60–72, 2022, doi: 10.37542/iq.v5i01.621.
- [6] S. W. Nuranita, "Pengelolaan Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Berbasis Sosial Media Di Smkn 1 Sragen," *J. Adm. Pendidik. Islam*, vol. 04, no. 02, pp. 149–155, 2022, doi: 10.30605/jadipid.04.02.149-155

Referensi

Ismail, "Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi," J. Inform. Pelita Nusant., vol. 3, no. 1, pp. 82–86, 2018.

[8] W. Erpurini, I. K. Ramadhan, and S. Indahsari, "Strategi Promosi Digital dalam Menarik Minat Beli Konsumen PT Sinverho Energi Indonesia," vol. 2, no. 1, pp. 95–107, 2023, doi: 10.55123/sosmaniora.v2i1.1761.

[9] F. Teknologi, D. A. N. Informatika, and U. Dinamika, Fachru riza bahijzahy 18410100065. 16ⁿ 2022.

[10] A. M. Sulaiman and A. Setiawan, "Pengembangan Desain Web Senitembaga.com sebagai Sarana Promosi Sentra Kerajinan Tembaga Tumang Boyolali," Ars J. Seni Rupa dan Desain, vol. 24, no. 2, pp. 87–98, 2021, doi: 10.24821/ars.v24i2.4933.

[11] K. Pembelian and S. N. Anugrah, "Achmad Hasan Hadfizi," vol. 2, no. 2, pp. 173–182, 202

Referensi

. M. Mulitawati and M. Retnasary, "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag)," *Komunikologi J. Pengemb. Ilmu Komun. dan Sos.*, vol. 4, no. 1, p. 23, 2020, doi:

10.30829/komunikologi.v4i1.7616.

[13] S. Raturan and S. S. Nafsika, "Desain NARAI Melalui Platform Instagram dan Website Sebagai Media Kampanye Generasi Muda dalam Pengurangan Sampah di Kota Bekasi NARAI Design Through Instagram Platform and Website as a Media for Youth Campaign in Reducing Waste in Bekasi City," vol. 2, no. 1, pp. 25–36, 2022.

ex.php/emba/article/view/45933

Referensi

- H. Achmadi, "Analisis Sistem Informasi dan Administrasi Pendaftaran Berbasis Web pada Perusahaan Start UP Bimbingan Belajar (Studi Kasus Ruanguru dan Zenius)," J. Pendidik. dan Konseling ..., vol. 4, pp. 5258–5273, 2022, [Online]. Available: <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/6319>
<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/download/6319/4723>
- [15] V.A.R.Barao, R.C.Coata, J.A.Shibli, M.Bertolini, and J.G.S.Souza, "No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title," Braz Dent J., vol. 33, no. 1, pp. 1–12, 2022.
- [16] M. A. Muhyidin, M. A. Sulhan, and A. Sevtiana, "Perancangan Ui/Ux Aplikasi My Cic Layanan Informasi Akademik Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Figma," J. Digit, vol. 10, no. 2, p. 208, 2020, doi: 10.51920/jd.v10i2.171.
- [17] P. Purba, "Peran Digital Marketing Dalam Peningkatan Penjualan Sabun Cuci Piring Ibu - Ibu Pkk Kelurahan Harjosari li," J. Mitra Prima, vol. 4, no. 2, 2022, doi: 10.34012/mitraprima.v4i2.2892.
- [18] G. J. et al Oroh, "Penerapan Marketing Mix 7P Pada CV. Indocipta Karya Gemilang Leilem," J. EMBA, vol. 11, no. 1, pp. 465–474, 2023, [Online]. Available: <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/45933>

