

Website Design As The Spearhead Of Education – Based Service Marketing **[Desain Website Sebagai Ujung Tombak Pemasaran Pada Layanan Berbasis Pendidikan]**

Rusdiana Zulfa¹⁾, Lilik Indayani²⁾

¹⁾ Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: lilikindayani@umsida.ac.id

Abstract *This study aims to determine marketing strategies related to Starla Education's website-based design, features and promotions. This study uses qualitative methods with data collection methods used are interviews and documentation. Data analysis techniques in this study consisted of data collection, data reduction, data presentation, and conclusion or verification were used so that the data presented was easier to capture and understand. The results of this study indicate that: (1) The simple website design can reach the target market expected by Starla Education. (2) The features used by PT Starla Education are that PT Starla Education has unique value in terms of features on the website. PT Starla Education has a new feature that is different from the others, namely the AI smart robot, with this interesting feature it can attract visitors to enter and use the services of PT Starla Education. (3) Promotion strategy through the website which has always been a priority for PT Starla Education to promote its services and services. With a focus on SEO (Search Engine Optimization) with the aim that the Starla Education company website is visited by many people and is interested in its services and services.*

Keywords - Website, Design, Feature, Promotion, education based services

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran terkait desain, fitur, dan promosi berbasis website milik Starla Education. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi digunakan agar data yang disajikan lebih mudah ditangkap dan difahami. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Desain website yang sederhana dapat menjangkau sesuai target pasar yang diharapkan perusahaan Starla Education. (2) 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. (3) 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.*

Kata Kunci - Website, Desain, Fitur, Promosi, Layanan berbasis pendidikan

I. 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. Dengan internet kita bisa mendapatkan sumber – sumber ilmu yang telah di sediakan dan bisa dikatakan bahwa internet ialah sebuah perpustakaan digital. Di era modern ini kehidupan anak-anak, remaja, bahkan orang dewasa pun dapat melakukan pembelajaran di internet. Peserta didik harus bisa beradaptasi dengan cepat dalam menggunakan media pembelajaran daring atau dalam jaringan seperti google meet, google classroom, zoom meeting, dan lain sebagainya[2]. 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. Namun para konsumen juga harus melihat kualitas dari layanan tersebut. Kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan dalam bentuk tampilan fisik yang dimiliki, keandalan, kepedulian, perhatian, daya tanggap, dan jaminan pelanggan akan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan, maka pelanggan akan semakin merasa puas terhadap layanan tersebut.[3]

Munculnya era industri 4.0 ditandai dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Pada era ini masyarakat dihadapkan untuk hidup serba canggih dan harus memanfaatkan internet semaksimal mungkin sebagai alat yang memberikan kemudahan untuk segalanya [4]. Layanan berbasis pendidikan saat ini mengikuti perkembangan teknologi kearah digital, dan wujud yang sudah terbukti nyata yakni seperti aplikasi Starla Education. Layanan tersebut pasti memiliki website yang memberikan bermacam-macam fitur atau layanan berbasis pendidikan yang bisa di akses oleh siapa saja. Website tersebut dapat meningkatkan pendidikan yang efektif di era perkembangan teknologi ini. Dengan begitu desain website harus di kembangkan secara rapi dan menarik, agar siapa saja yang akan belajar di website atau aplikasi tersebut dapat menikmati belajar yang nyaman dan seru. Layanan pendidikan tersebut banyak di sukai oleh para member nya yang ingin belajar. Hal ini karena layanan pendidikan tersebut mempunyai fitur-fitur yang menarik dan bervariasi. Adanya Covid-19 kurang lebih dua tahun membuat para lembaga pendidikan menerapkan pembelajaran di rumah, dengan begitu para siswa-siswi bahkan mahasiswa juga melaksanakan pendidikan dari rumah atau bisa di sebut daring, saat itu layanan pendidikan online sangat diperlukan bagi para siswa guna untuk tetap mencari informasi, berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mengerjakan soal sekalipun. Layanan pendidikan online ini sangat berguna untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan. Proses metode pembelajaran online learning memiliki tempat tersendiri saat ini karena di tunjang oleh infrastruktur yang memadai dan dianggap lebih praktis dalam penggunaannya karena tidak harus memiliki buku dan alat tulis semua itu tersedia di komputer atau gadget namun di lain hal juga memiliki kekurangan dibanding dengan pembelajaran yang dilakukan secara konvensional[5].

Saat pandemi siswa dapat mengakses sebuah gambar, video, atau konten yang berisikan pembelajaran, dengan begitu para siswa tetap mendapatkan ilmu bahkan menambah pengetahuan mereka meskipun belajar dirumah atau daring. Untuk saat ini pandemi sudah berlalu para CEO sangat berfikir keras untuk mencari ide-ide yang baik untuk mempertahankan dan mengembangkan perusahaan layanan pendidikan onlinenya. Saat ini masyarakat banyak meminati internet marketing untuk mendukung berbagai kegiatan salah satunya untuk mediapemasaran. Salah satu cara untuk mempertahankan perusahaan pendidikan ini yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran promosi pada sosial media. Suatu lembaga pendidikan dituntut untuk bisa menyusun dan melakukan strategi pemasaran yang baik dalam memasarkan lembaga pendidikannya agar dapat menarik minat calon siswa baru. Maka suatu lembaga pendidikan harus berupaya mengembangkan manajemen strategi yang baik mengikuti perkembangan zaman, sehingga para konsumen tertarik untuk masuk lembaga pendidikan tersebut[6]. Promosi dapat juga diartikan sebagai upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya[7]. Promosi juga tidak harus secara offline dengan membagi kertas brosur kepada masyarakat tetapi saat ini terdapat cara yang lebih praktis dan dapat menjangkau sasaran luas dan tepat seperti promosi digital. promosi digital adalah peralihan dari media konvensional ke digital atau onlinayang dilakukan dengan menggunakan data dan aplikasi elektronik sebagai media promosi.[8] Starla Edu Tech membuat strategi promosi menggunakan website.

Secara umum, website (web) dipahami sebagai sekumpulan halaman yang terdiri atas beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk digital baik itu teks, gambar, animasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga dapat diakses dari seluruh dunia yang memiliki koneksi internet[9]. Tidak hanya teks, gambar, animasi dan lain-lain tetapi semua itu tetap difokuskan pada desain dari website tersebut. Desain yaitu menentukan targetaudiens, 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. Selain desain perusahaan juga harus memperhatikan fitur- fitur yang cocok untuk website layanan pendidikan saat ini agar menarik para siswa. Pada Starla Education memiliki beberapa layanan, produk atau fitur seperti kelas starla edu, privat starla edu, Starla Edu Assistant, VideoStarla Edu, Pusat bisnis, dan saat ini terdapat fitur baru yakni Robot Pintar AI juga dapat kita jumpai padaStarla Education. Setelah desain dan fitur di tata dengan baik, saat nya perusahaan melakukan sebuah promosi. Kegiatan promosi pada layanan pendidikan online biasanya dilakukan pada sosial media untuk menyampaikan informasi terkait layanannya seperti diskon, cashback, paket tahunan,dll. Media sosial dapat dipahami sebagai suatu platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Media sosial merupakan

alat pemasaran digital yang dapat menjangkau semua kelompok dan mudah diakses. Media sosial dapat digunakan untuk bertukar informasi dengan pengguna lain, membangun relasi, dan membuat kelompok atau komunitas dengan biaya yang relatif terjangkau[11].

Saat ini banyak sekali macam media sosial yang dapat menjangkau konsumen lebih luas dan cocok digunakan untuk melakukan kegiatan promosi salah satunya seperti instagram. Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video online[12]. Banyaknya pengikut di instagram dijadikan oleh Starla Education sebagai peluang untuk memasarkan produk perusahaannya secara gencar. Dengan adanya instagram pelaku usaha dapat memposting segala macam gambar atau video tentang produk atau informasi yang akan di sampaikan kepada semua masyarakat secara gratis tanpa adanya biaya sedikitpun. Pada instagram terdapat bio yang digunakan untuk memasang link website yang dimana link ini akan mengarahkan pengguna instagram masuk ke website dari perusahaan tersebut. Kehadiran website membuat informasi yang lebih lengkap lebih mudah dijangkau. Hal menguntungkan lainnya adalah perusahaan maupun brand dapat dengan mudah menayangkan informasi akurat dan mudah di update oleh perusahaan. Kehadiran website membuat target pasar maupun masyarakat mendapat informasi kapan dan dimana saja, website menjadi media alternatif untuk membangun brand serta reputasi yang memperkenalkan profil perusahaan agar lebih terlihat profesional dan meningkatkan kredibilitas perusahaan maupun brand tersebut untuk mencapai target pasar yang lebih luas[13]. Website akan menyediakan informasi yang lebih lengkap, Starla Education bisa menyampaikan seluruh informasi yang akurat terkait perusahaannya.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian yang membahas tentang strategi pemasaran atau promosi sudah banyak dilaksanakan. Kemudian penelitian ini memiliki novelty atau pembaharuan yakni belum ada penelitian sejenis yang melakukan penelitian mengenai desain website, fitur, dan promosi. dari layanan berbasis pendidikan yang berbasis website ini. Atas dasar ini penulis ingin mengkaji lebih dalam tentang desain website pada perusahaan berbasis pendidikan ini. Sejalan dengan penelitian ini terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan sebelumnya oleh Han Achmadi yang membahas tentang Analisis Sistem Informasi dan Administrasi Pendaftaran Berbasis Web Pada Perusahaan Start Up Bimbingan Belajar pada studi kasus Ruang Guru dan Zenius[14]. Pada penelitiannya membahas tentang sistem informasi dan administrasi pendaftaran pada website. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa akses sistem informasi sudah tersedia dan mudah didapatkan melalui website dalam bentuk pamflet dan artikel. Kemudian rata-rata penelitian terdahulu membahas tentang aplikasi dari layanan berbasis pendidikan. Sedangkan dalam penelitian ini membahas tentang website dari layanan pendidikan starla education [15]. Berdasarkan uraian diatas permasalahan pada penelitian ini ialah bagaimana strategi pemasaran terkait desain, fitur, dan promosi berbasis website milik ruang guru dan starla edu tech. Sehingga, penulis mengambil judul “Desain Website Sebagai Ujung Tombak Pemasaran Pada Layanan Berbasis Pendidikan”.

Berdasarkan dari hasil penjabaran latar belakang dan fenomena yang diuraikan peneliti diatas maka dijabarkan penelitian lebih lanjut mengenai:

- | | |
|------------------------------|---|
| 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? |
| Tujuan Penelitian | : Untuk mengetahui strategi pemasaran terhadap website Starla Education dari segi desain, fitur, dan promosi dengan mengambil informan CEO PT Starla Education. |
| Kategori SDGs | : Sesuai dengan kategori SDGs 8 https://sdgs.un.org/goals . Tentang <i>Promote Sustained, Inclusive and Sustainable economic Growth, Full and Productiv Employment and Decent Work for All.</i> |

II. KAJIAN LITERATUR

Penelitian ini mengangkat topik website sebagai media pemasaran bisnis layanan pendidikan guna menjangkau lebih banyak pengguna di seluruh Indonesia. Secara garis besar masyarakat melakukan penilain suatu perusahaan melalui website, karena website dipandang sebagai wajah dari perusahaan. Jasa layanan pendidikan menggunakan website tidak hanya sebagai wajah perusahaan, namun, etalase digital

yang ditampilkan pada para pelanggan. Berikut ini literature yang digunakan peneliti untuk menunjang penelitian:

A. Website

Website adalah sebuah halaman digital yang menyediakan berbagai informasi di internet. Setiap website adalah sekumpulan halaman web yang saling berhubungan dalam sebuah bangun jaringan. Namun, di zaman sekarang website tidak hanya digunakan untuk menyediakan informasi selayaknya koran atau majalah. Masyarakat menggunakan website untuk berbelanja, mencari teman, hiburan dan lain-lain. Sebuah website memiliki pengaturan domain dan subdomain, berisi alamat yang akan mengarahkan pengguna menuju halaman yang diinginkan. Domain website diawali dengan www (World Wide Web) ditulis dalam format HTML.

Fitur-fitur yang disediakan dalam website digunakan untuk memanjakan pengguna. Website tidak hanya berisi tulisan saja, pengguna dapat menambahkan komentar, tanda suka, bahkan gambar. Hal itu ditampilkan dalam halaman media sosial yang menggunakan fungsi website dengan optimal. Semakin banyak fitur yang ditambahkan dalam website maka kebutuhan jaringan untuk memuat halaman juga cukup besar. Oleh karena itu, penggunaan website harus disesuaikan dengan kebutuhan layanan yang akan ditampilkan pada pelanggan.

B. UI/UX

UI dan UX adalah singkatan dari User Interface dan User experience yakni merupakan sebuah tampilan visual dalam sebuah aplikasi atau alat pemasaran digital dalam bentuk website yang dapat meningkatkan brand yang dimiliki oleh bisnis atau perusahaan.[16] UI (User Interface) dan UX (User Experience) merupakan bagian penting dalam membuat website dan aplikasi. Tampilan website sangat berhubungan dengan desain dan tata letak sehingga pengguna tertarik untuk menghabiskan waktu di sana. Selain itu, kenyamanan ketika menggunakan website dan aplikasi juga menjadi nilai penting dalam pemuatan website. Desain fleksibel yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan dalam membangun website sebagai portofolio sangat berpengaruh terhadap kredibilitas perusahaan. Begitu juga bagi perusahaan penyedia layanan pendidikan yang lebih banyak dikunjungi siswa yang masih bersekolah. Penggunaan warna, vektor, dan bentuk menjadi nilai tambah untuk meningkatkan keberhasilan dalam memasarkan produk.

C. Digital Marketing

Digital Marketing adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi. [17] Digital marketing merupakan teknik pemasaran barang atau jasa yang digunakan untuk menawarkan kemudahan dalam memasarkan produk dengan media digital. Pada masa kini masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu menjelajah internet terlebih sosial media rata-rata 8 jam sehari. Kesempatan ini digunakan pelaku usaha untuk memasarkan produk supaya menjangkau target pasar secara global. Karena dibandingkan dengan teknik konvensional, pemasaran dengan mode digital lebih banyak berpengaruh menjangkau pelanggan baru. Sisi positif yang tidak dapat dilakukan dari teknik konvensional adalah perusahaan tidak dapat mengetahui jangkauan

pasar yang berhasil dicapai dalam memasarkan produk. Digital marketing dinilai dapat menekan pengeluaran perolehan keuntungan yang lebih besar. Hal ini dikarenakan teknik pemasaran yang secara halus dan tidak bersifat menjual cenderung menarik minat pembeli. Pembeli yang terbiasa dengan pemasaran konvensional akan merasa tidak tertarik ketika didatangi beberapa Sales Promotion.

Perusahaan dapat menggunakan tren terkini tanpa perlu mengeluarkan modal yang besar. Penggunaan tren global juga menjadi daya tarik bagi masyarakat sehingga didapatkan konsumen lebih banyak. Selain sosial media, mesin pencari juga digunakan sebagai sarana pemasaran digital, kemudian teknik penulisan yang mampu menarik konsumen untuk langsung membeli. Salah satu keterampilan yang harus dimiliki pelaku pemasaran digital yaitu mampu menilai segmen pasar berdasarkan kebiasaan individu. Sebab dengan mempelajari target dan kebiasaan individu dapat meningkatkan jangkauan pemasaran.

III. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Bogdan dan Taylor berpendapat bahwa 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. Penelitian ini dikembangkan dengan sebagaimana mestinya atau apa adanya tidak ada manipulasi dari peneliti maupun informan. Menurut Sugiyono, 2019 Metode penelitian kualitatif ini merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci [18].

Pemimpin perusahaan bernama Luis Kholilur Rohman Saani bertempat di kantor Starla Education. Teknik pengumpulan data terbagi dalam sumber data primer dan sekunder, pertama, wawancara adalah tanya jawab yang dilakukan dengan seorang tokoh yang diperlukan untuk memperoleh informasi atau pendapat tentang suatu hal. Jenis wawancara secara mendalam digunakan untuk memperoleh informasi secara keseluruhan dan lengkap. Kedua, rekaman adalah teknik merekam hasil wawancara dengan perekam bawaan telepon seluler. Selain teknik rekaman untuk mendokumentasikan wawancara, mencatat juga dilakukan sebagai cara lain ketika tanya jawab sedang berlangsung. Ketiga, dokumen termasuk dalam sumber data sekunder merupakan materi tertulis yang berisi informasi untuk menunjang penelitian antara lain, buku, jurnal, skripsi, tesis, disertasi, dan lain sebagainya.

Teknik Analisis Data

Langkah-langkah yang dilakukan peneliti untuk menganalisis data yaitu:

1. Melakukan konfirmasi terhadap perusahaan yang akan diteliti
2. Menyusun daftar pertanyaan untuk melakukan wawancara
3. Melakukan wawancara dengan CEO PT Starla Education dengan tujuan mengumpulkan data dan informasi terkait strategi pemasaran terkait desain, fitur, dan promosi berbasis website perusahaan Starla Education.
4. Penyajian data dengan membuat laporan hasil wawancara, peneliti melakukan transkrip hasil wawancara yang sudah direkam suara. Agar dapat difahami dan dapat dianalisis sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan
5. Menyusun data hasil wawancara dan dokumentasi serta penarikan kesimpulan digunakan agar data yang disajikan lebih mudah ditangkap dan difahami.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Starla Education Perusahaan Layanan Pendidikan

Pendidikan menjadi basis utama dalam meningkatkan kemakmuran masyarakat dalam sebuah negara. Sampai saat ini pemerintah Indonesia mengupayakan pendistribusian Bantuan Operasional Sekolah (BOS) terlaksana dengan baik, pun digunakan sesuai dengan kebutuhan untuk menunjang dunia pendidikan. Kemajuan pendidikan sekolah, kemakmuran guru, penyediaan sarana dan prasarana, dan lain-lain diharapkan mampu ditunjang dengan anggaran dari pemerintah. Jalur pendidikan menjadi harapan untuk menambah wawasan dengan persaingan di dunia luar. Dunia pendidikan memiliki rantai panjang hingga melahirkan potensi-potensi yang lahir dari seorang siswa. Potensi dalam dunia pendidikan dipandang sebagai sebuah berkah bagi seorang pelaku bisnis. Mayoritas peluang usaha dalam dunia pendidikan menawarkan jasa untuk menunjang peralatan dan perlengkapan. Selain itu, pelaku bisnis lain mendirikan layanan pendidikan dengan produk jasa penyedia guru atau mentor untuk membantu siswa-siswi yang kesulitan memahami pelajaran di sekolah. Bimbingan belajar dipandang menjadi peluang usaha menjanjikan bagi mahasiswa, guru, bahkan ibu rumah tangga. Di samping untuk menambah penghasilan juga membantu anak-anak dalam urusan akademik. Beberapa orang membuka jasa bimbingan belajar di rumah dengan model privat, klasik, maupun semi klasik. Sedangkan untuk layanan usaha yang lebih besar membangun unit yang berisi kelas-kelas dan para mentor yang disesuaikan dengan mata pelajaran terkait.

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 maupun hobi. Namun, semakin berkembang teknologi para pelaku bisnis melebarkan sayap dengan membuat pasar *online* yang berisi data mentor sesuai disiplin ilmu. Kualifikasi mentor yang terdaftar telah atau sedang menempuh pendidikan di menara gading. Peluang bisnis seperti ini diharapkan mampu menjangkau daerah-daerah yang sulit dijangkau sekalipun, para mentor juga terbantu dalam mempromosikan portofolio mereka tanpa harus beriklan secara konvensional. Selain itu, meskipun pencarian guru dilakukan secara daring konsumen dapat melakukan penawaran harga. Kemudian pada tahun 2019 Starla Education meluncurkan produk berbasis aplikasi dan tetap mengoperasikan website sebagai solusi bagi pengguna yang keberatan mengunduh aplikasi.

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. Aplikasi ini menawarkan kepada pengguna tentang pelayanan pendidikan terkait kualitas layanan pendidikan (sekolah, pondok pesantren), solusi, pendapat-pendapat yang akan dijawab oleh robot tanpa menungguteralu lama. Keunggulan lain dari aplikasi 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.

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. Setiap tahun Perguruan Tinggi selalu meluluskan mahasiswanya dengan jumlah yang tidak berbanding lurus dengan jumlah peluang kerja. Alasan ini menggerakkan Luis mendirikan layanan pendidikan yang dapat menjadi tempat bagi tenaga pendidik ataupun para mahasiswa belum memiliki pekerjaan tetap. Sebagai orang tua siswa juga kesulitan mencari mentor untuk membantu belajar anak, dengan alasan kepadatan jadwal sekolah dan tuntutan akademik mewajibkan para siswa belajar lebih giat. Keberadaan layanan pendidikan Starla Education menjadi jembatan bagi siswa dan tenaga pendidik di samping kebutuhan akademik sekaligus penyaluran tenaga kerja.

Berikut struktur organisasi dari perusahaan Starla Education:

Founder & CEO	: Luis Kholilur Rohman Sa'ani, M.Pd
CMO	: Haidar Isa Yahya Zakariya, M.Ag
CFO	: Mulia Indah Febrianti, S.M

B. PRODUK DAN JASA PERUSAHAAN

1. Karir dan Beasiswa

Platform karir dan beasiswa ini ialah perusahaan ini menyediakan tempat untuk memberikan informasi yang akurat terkait pendidikan, tips and trik, dan juga informasi yang luar biasa seperti informasi beasiswa S1 dan S2 tidak hanya beasiswa S1 dan S2 dalam negeri namun ada juga informasi beasiswa S1 dan S2 luar negeri. Informasi beasiswa sudah lengkap dengan persyaratan, fasilitas, proses pendaftaran, proses seleksi, deadline pendaftaran, dan juga terdapat link yang tertera untuk menghubungi kontak untuk memperoleh informasi lebih lengkap lagi. Informasi seperti ini sangat memudahkan para pemburu beasiswa yang ingin melanjutkan pendidikan tetapi terkendala dana. Selain itu, program beasiswa tidak hanya menyediakan dana pendidikan juga dibekali dengan fasilitas penunjang karir penerima beasiswa.

2. Cari Guru

Cari guru merupakan fitur awal yang dimiliki oleh Starla Education, cari guru ini ialah fitur yang sangat membantu para orang tua, siswa bahkan mahasiswa yang ingin mencari guru privat untuk bimbingan belajar di rumah maupun online. Fitur ini sudah di desain sederhana dan sesimpel mungkin dan sangat memudahkan customer saat hendak melakukan pemesanan, jika pelanggan klik menu ini pelanggan akan disajikan dengan 4 pilihan. Yang pertama memilih bidang studi atau mata pelajaran, jadi pelanggan dapat memilih pelajaran apa yang hendak dipelajari saat bimbingan. Kemudian pilihan yang kedua customer akan diarahkan untuk mengisi jenjang keahlian pendidikan seperti (TK/Paud, SD/MI, SMP/MTs, SMA/MA, Mahasiswa/i, dan Umum), kemudian untuk pilihan yang ketiga yaitu lokasi mengajar, dimana customer menentukan dimana lokasi customer yang hendak didatangi oleh guru privatnya. dan yang terakhir ini yang paling menarik, customer akan diarahkan untuk mengisi pilihan tarif yang sesuai dengan kantong customer mulai dari lima puluh ribu rupiah hingga di atas seratus ribu rupiah. Setelah keempat pilihan tersebut terisi maka customer bisa melakukan transaksi dan bisa melakukan pembelajaran.

3. Muslim Starter Kit

Muslim Starter Kit ini juga berisi bermacam-macam fitur yang menarik dan juga bisa meningkatkan ilmu dan ibadah juga seperti Baca al-Qur'an, Navigasi Arah Kiblat, Masjid Terdekat, Waktu Sholat, Kalender Hijriyah dan Jawa, Kalkulator Zakat, Ensiklopedia Islam, Kamus Bahasa, Kitab Kuning (Salaf), Nulis Pegon, Cari Hadist, Makkah Live, dan juga Madinah Live. Perusahaan Starla education tidak hanya menyediakan bimbingan belajar secara umum saja tetapi Starla Education juga menyediakan bimbingan belajar secara islami, ini juga salah satu teknik pemasaran pada Starla education, dengan beragam fitur Islamic ini bisa menarik customer agar menggunakan jasa Starla Education. Produk Muslim Starter Kit menjawab kebutuhan masyarakat pada saat ini, yang mana tidak hanya belajar pengetahuan umum tetapi juga harus dibekali dengan wawasan keislaman di tengah arus globalisasi.

4. Video Pembelajaran

Pada fitur ini terdapat banyak sekali video yang sangat bermanfaat bagi customer, video-video ini dibuat semenarik mungkin untuk dinikmati oleh para customer yang hadir. Video-video pembelajaran ini berisi tentang informasi dari berbagai macam mata pelajaran seperti Ilmu Pengetahuan Alam, Geografis, Matematika, Pendidikan Agama Islam, dan juga Video pembelajaran terkait persiapan SNBT. Kita dapat menikmati video-video tersebut pada fitur video pembelajaran.

5. Perpustakaan online

Pada fitur ini terdapat form yang mengarahkan customer untuk mencari buku yang dibutuhkan, pada perpustakaan online disini menyediakan banyak sekali buku online yang berupa file PDF, mulai dari buku mata pelajaran anak-anak sekolah dasar, SMP, SMA, bahkan buku pengetahuan umum juga terdapat pada fitur perpustakaan online ini. Mencari buku di fitur perpustakaan online ini sangat mudah untuk di akses dimanapun kapanpun selagi ada jaringan internet.

6. Kuis online

Selain pembelajaran melalui teori, Starla Education juga menawarkan pembelajaran berbentuk permainan cerdas cermat. Setelah siswa belajar materi pelajaran mereka akan diarahkan mengerjakan soal-soal untuk mengukur kemampuan dan penyerapan materi. Program ini berdampak positif bagi perusahaan dan pengguna mana keduanya dapat mengukur kepuasan serta pencapaian peserta didik. Interaksi dari peserta didik dapat mengukur kenyamanan pengguna menggunakan layanan pendidikan yang ditawarkan. Sehingga perusahaan dapat melakukan penilaian pada fitur-fitur yang ditawarkan. Pada Fitur ini sangat menarik dan menantang sekali, fitur ini menyediakan kuis diberbagai macam mata pelajaran seperti Matematika, Bahasa Inggris/Seni Bahasa, Ilmu Sosial, Bahasa Dunia, Ilmu Pengetahuan Alam, Ilmu Keterampilan Komputer, Ekonomi, dan juga seni kreatif. Fitur ini di buat oleh perusahaan Starla Education yang bertujuan untuk mengukur kemampuan para siswa atau customernya.

7. Cari jasa

Fitur ini dibuat untuk membantu customer dalam pengerjaan tugas dan lain sebagainya. Terdapat beberapa jasa yang ditawarkan pada perusahaan Starla Education seperti jasa pengetikan, jasa desain presentasi, jasa

percetakan, jasa terjemah, dan lain sebagainya. Adanya fitur ini customer bisa sering masuk pada website perusahaan Starla Education untuk melakukan pemesanan jasa. Dengan jasa yang sangat menarik dan meringankan customer dalam pengerjaan tugas, maka customer yang puas akan mempromosikan jasa ini secara offline kepada teman atau kerabat bahwa ada jasa yang menarik pada perusahaan Starla Education ini. Peluang jasa seperti ini banyak ditawarkan masyarakat sebagai solusi bagi orang-orang yang tidak memiliki waktu. Starla Education menambah peluang bisnis ini menjadi jasa layanan pendidikan.

C. OPTIMALISASI PEMASARAN WEBSITE STARLA EDUCATION

Starla Education mengawali bisnis dengan membangun website penyedia layanan pendidikan. 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. Fungsi SEO sangat diperlukan dalam menunjang bisnis berbasis website, teknik pemasaran ini tingkat keberhasilannya sangat tinggi tetapi dalam kurunwaktu lama. Karena setiap kata kunci yang digunakan harus melewati pengujian terlebih dahulu, begitu juga tantangan terhadap tren masyarakat yang selalu berubah-ubah. Kesuksesan teknik di atas dapat dihasilkan dalam jangka waktu yang cukup lama, namun, mayoritas pelaku bisnis tetap menggunakan SEO karena hasil yang didapatkan bersifat permanen. Karena hasil yang bersifat permanen akan membawa perubahan besar bagi perusahaan sehingga lebih dikenal masyarakat sebagai penyedia layanan pendidikan.

Berdasarkan hasil wawancara secara *face to face* dan juga pengambilan video yang dilakukan dengan informan Luis sebagai CEO PT Starla Education yaitu :

“Karena kita basicnya website, maka yang paling utama yaitu memang di SEO(Search Engine Optimization). Misalnya mengetik di google les privat sidoarjo maka website kami yang muncul di paling atas. Strategi awal untuk pemasaran memang di SEO(Search Engine Optimization), lalu seiring berjalannya waktu strategi yang lain-lain seperti media sosial, dan juga bekerja sama dengan lembaga-lembaga, dan juga sekolah-sekolah kita jalankan”. (23/07/2023).

Selain penggunaan SEO, tampilan website juga memiliki fungsi penting untuk memanjakan pengguna. Tampilan website yang menarik dan ringan cenderung lebih sering dikunjungi daripada website dengan tampilanbiasa saja. Karena itu, strategi pemasaran terkait desain dari website perusahaan Starla Education ini memilih desain yang simpel dan tidak berlebihan. Mulai dari font dan juga pewarnaan yang sederhana dan tidak ramai. Desain yang simpel, font yang tidak rumit, dan tata letak yang rapi akan membuat customer lebih senang saat mengunjungi website dari perusahaan Starla Education. Dengan strategi tersebut kemungkinan besar para customer mempunyai kepercayaan untuk menggunakan jasa layanan pendidikan dari Starla Education ini. Karena dari desain sudah jelas bahwa perusahaan ini sangat *to the point* tidak terlalu bertele-tele dan sangat meyakinkan. Seperti yang telah disampaikan oleh Luis, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi pemasaran terkait fitur pada website perusahaan Starla Education ini sama seperti desain yang sudah dijelaskan di point sebelumnya. Bahwa Perusahaan ini menyusun semua isi website nya itu dengan sederhana, rapi dan tidak ribet. Agar customer lebih nyaman dan ringan saat berkunjung di website perusahaan Starla Education.

Berdasarkan hasil wawancara secara *face to face* dan juga pengambilan video yang dilakukan dengan informan Luis sebagai CEO PT Starla Education yaitu :

“PT. Starla Education berfokus pada SEO(Search Engine Optimization), Jadi selama ini banyak orang tua atau murid yang kesulitan mencari guru bimbingan belajar atau jasa layanan pendidikan online itu. Kemudian dengan berkembangnya teknologi orang tua atau siswa saat ini selalu mencari informasi di internet. Bermula dari searching atau mencari layanan pendidikan di internet, maka dari itu perusahaan ini berfokus pada SEO(Search Engine Optimization) dimana agar website perusahaan selalu berada di posisi atas. Karena selama ini orang-orang selalu membuka website yang berada di posisi paling atas.

Seperti yang telah disampaikan oleh informan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa

strategi promosi pada PT Starla Education ini sejak tahun 2017 hingga saat ini masih tetap fokus pada SEO (Search Engine Optimization) agar website PT Starla Education selalu berada dipaling atas. Meskipun perusahaan ini jarang melakukan promosi melalui social media yang lainnya tetapi perusahaan ini masih tetap memiliki customer dan pengunjung website yang banyak. Berdasarkan hasil wawancara secara *face to face* dan juga pengambilan video yang dilakukan dengan informan Luis sebagai CEO PT Starla Education yaitu :

“Pada perusahaan PT Starla Education sendiri menggunakan desain yang sederhana, karena kebanyakan para clien itu tidak suka yang terlalu ramai dan juga tidak suka yang terlalu biasa atau tidak menarik, jadi perusahaan ini menggunakan desain yang sederhana dengan pewarnaan yang dominan putih dan warna-warna lain yang sekiranya tidak terlalu mencolok dan tidak terlalu ramai. Kemudian untuk form-formnya ditata secara rapi dan simple, agar clien bisa langsung menemukan apa yang di cari atau apa yang sedang dibutuhkan. Setelah itu client bisa langsung mengarah ke fitur- fitur yang telah disediakan.

Seperti yang telah disampaikan oleh Informan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa desain yang digunakan untuk menarik konsumen yang sesuai dengan target pasar ialah desain yang sederhana, tidak terlalu biasa dan juga tidak terlalu berlebihan. Pada perusahaan Starla Education memilih warna yang berdominan putih dan hijau. kemudian ada tambahan warna lain yang tidak terlalu mencolok. Agar konsumen merasa nyaman saat mengunjungi website dari perusahaan Starla Education ini.

Berdasarkan hasil wawancara secara *face to face* dan juga pengambilan video yang dilakukan dengan informan Luis sebagai CEO PT Starla Education yaitu :

“Kalau dari sisi fitur, sebetulnya target pasarnya itu aplikasi keluarga, aplikasi keluarga itu bisa dipakaidari mulai anak usia sd, smp, sma, mahasiswa, sampai orang tua. Karena konsep dari PT Starla Education adalah marketplace pendidikan. Jadi perusahaan ini ialah robot pintar AI dengan fitur marketplace pendidikan, dimana kalau toko orange dan toko hijau itu menjual barang-barang, nah di PT Starla Education ini menjual produk-produk dan jasa pendidikan. Jadi untuk value nya sendiri itu memudahkan bagi orang tua khususnya untuk mencari layanan berbasis pendidikan agar mereka tidak kesulitan untuk mencari guru les atau kelas-kelas yang lain, dan mereka akan terbantu dengan fitur- fitur dari PT Starla Education. Kemudian dengan adanya fitur terbaru yaitu Robot PintarAI orang tua dan siswa dimudahkan untuk mencari informasi-informasi terbaru, agar mudah, lebih cepat, dan akurat pastinya.

Seperti yang telah disampaikan oleh Informan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa perusahaan ini sedikit berbeda dengan layanan Pendidikan yang lain. 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. Jadi perusahaan harus memiliki fitur yang berbeda dengan layanan yang lain seperti robot pintar ini, mungkin ada layanan berbasis Pendidikan yang lain memiliki fitur seperti robot AI ini tapi tidak begitu banyak, dengan begitu perusahaan dapat meningkatkan value produk yang dipasarkan.

Berdasarkan hasil wawancara secara *face to face* dan juga pengambilan video yang dilakukan dengan informan Luis sebagai CEO PT Starla Education yaitu :

“Kalau memang sudah mempunyai keterampilan dibidang website untuk masalah budget itu lebih murah atau lebih terjangkau. Kemudian impac nya lebih luas dibanding promosi offline, karena kalau offline aksesnya tidak terlalu luas, mungkin hanya disekitar lokasi offlinenya itu. Jadi kalau website bisa diaksesdimana saja, kapan saja selama ada akses internet”.

Seperti yang telah disampaikan oleh Informan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa website merupakan strategi promosi yang sangat tepat, dengan adanya website customer juga mendapatkan informasi yang sangat lengkap dibandingkan dengan promosi pada social media lainnya, bahkan jika customer memasuki social media dari perusahaan Starla Education seperti instagram, pada bio Instagram diberi link untuk customer memasuki website dari perusahaan tersebut. Karena informasi yang dimasukkan dalam website itu sangat valid. Jika terdapat kurangnya customer terhadap informasi pada website tersebut,

biasanya terdapat contact person atau email yang mengarah pada admin perusahaan secara langsung untuk menanyakan kekurangan fahaman customer.

Terdapat kelebihan dan kekurangan dalam melakukan promosi perusahaan, antara lain sebagai berikut:

1. Kelebihan :

- a. Mudah akses dimana saja,
- b. Fleksibel,
- c. Mudah dijangkau oleh siapa saja asalkan ada akses internet.

2. Kekurangan :

- a. Banyaknya Persaingan,
 Karena di google tidak hanya Starla Education saja tetapi banyak sekali layanan Pendidikan yanglainnya, otomatis Starla Education bersaingnya di SEO (*Search Engine Optimization*) dan saling berupaya agar bisa muncul dipaling atas. Karena customer biasanya memilih website yang paling atas kalau tidak paling bawah di page pertama, jarang ditemukan customer yang memilih website yang berada di barisan nomor dua, tiga, empat dan seterusnya apalagi pada page selanjutnya.
- b. Serangan hacker hamper setiap hari dihadapi oleh PT Starla Education.

Kendala yang Dialami Saat Mempromosikan Perusahaan Starla Education Melalui Website

Berdasarkan hasil wawancara secara *face to face* dan juga pengambilan video yang dilakukan dengan informan Luis sebagai CEO PT Starla Education yaitu :

“Kendala pasti ada seperti persaingannya banyak, terdapat banyak layanan berbasis pendidikan di internet, kemudian serangan hacker yang hampir setiap hari di alami oleh perusahaan Starla Education ini. Serangan hacker itu bermacam-macam seperti website kita tidak bisa di akses karena servernya down. Ada juga yang sudah sampai masuk seperti disisipi iklan, atau mungkin dirusak dalamnya. Biasanya dari orang-orang luar negeri iseng-iseng.

Seperti yang telah disampaikan oleh Luis, maka 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. Maka dari itu para pelaku usaha yang memilih website atau online sebagai bahan promosinya maka, harus sering-sering check webstie yang telah di buatnya itu. Jika terdapat serangan-serangan maka segerlah mencari jalan keluar agar customer selalu nyaman dengan website yang dikunjunginya.

Cara Mengatasi Kendala yang Dialami Saat Mempromosikan Website Perusahaan Starla Education

Berdasarkan hasil wawancara secara *face to face* dan juga pengambilan video yang dilakukan dengan informan Luis sebagai CEO PT Starla Education yaitu :

”Terdapat banyaknya persaingan atau competitor jadi perusahaan harus selalu update websitenya. Kemudian untuk serangan hacker tadi, perusahaan harus memiliki orang yang ahli dalam IT, karena tidak semua bisa menyelesaikan kendala serangan hacker yang bermacam-macam itu kalau tidak orang yang ahli dalam IT”.

Seperti yang telah disampaikan oleh Informan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa mengatasi kendala yangdialami oleh perusahaan Starla education ini yaitu dengan selalu update websitenya. Harus menyesuaikan kebutuhan customer saat ini agar tidak kalah dengan layanan Pendidikan online yang lainnya. Selalu memperbarui tampilan agar customer tidak bosan saat mengunjungi website perusahaan Starla Education. Kemudian jika ada serangan hacker, maka perusahaan harus merekrut orang yang ahli dalam bidang IT yang diutamakan tujuan untukmemantau 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

Berdasarkan hasil wawancara secara *face to face* dan juga pengambilan video yang dilakukan dengan informan Luis sebagai CEO PT Starla Education yaitu :

“Sejauh ini promosi melalui website masih menjadi prioritas utama perusahaan Starla Education dalam memasarkan perusahaan, karena aksesnya lebih luas. Perusahaan ini tidak hanya di Sidoarjo tetapi juga di Surabaya, Gresik, Mojokerto, dan juga Pasuruan.”

Seperti yang telah disampaikan oleh Informan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa 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

Berdasarkan hasil wawancara secara *face to face* dan juga pengambilan video yang dilakukan dengan informan Luis sebagai CEO PT Starla Education yaitu :

“Perusahaan meminta feedback dari customer, pertama dari layanan, biasanya mereka juga komen terkait websitenya, seperti mudah di aksesnya, bagus, dan lain-lain. Dulu saat baru mendirikan perusahaan ini, sering mendapat laporan dari customer bahwa websitenya lemot karena banyaknya orang yang berkunjung dan akhirnya servernya down. Jadi customer bisa menghubungi wa admin, kemudian admin mengirim link form kepada customer tersebut, kemudian customer dapat melakukan pengaduan dan masukan terhadap perusahaan melalui form yang dikirim oleh admin.”

Seperti yang telah disampaikan oleh Informan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa sebesar apapun perusahaan harus tetap memberikan platform untuk customer melakukan pengaduan. Pengaduan tidak hanya hal negatif 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. Berbeda dengan review aplikasi yang ada di google playstore. Review tersebut guna untuk meyakinkan customer yang lain agar ikut mendownload dan menggunakan jasa dari perusahaan Starla Education.

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

Berdasarkan hasil wawancara secara *face to face* dan juga pengambilan video yang dilakukan dengan informan Luis sebagai CEO PT Starla Education yaitu :

“Perusahaan Starla Education ini selalu mengikuti trend atau selalu update, Cuma kekurangannya yaitu masih jarang update di media sosial. Tetapi untuk trend yang sering berubah-ubah perusahaan ini selalu mengikuti agar menarik customer-customer baru. Tetapi walau demikian sebanyak apapun trend yang kekinian, menurut perusahaan Starla Education itu yang lebih utama yaitu memenuhi kebutuhan customer.”

Seperti yang telah disampaikan oleh Informan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa perusahaan harus selalu update terkait trend, karena 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. Tetapi pada perusahaan Starla Education ini tidak hanya mengikuti trend tetapi mengutamakan memenuhi kebutuhan para customernya. Jadi selain memantau perubahan trend yang sering berubah-ubah, perusahaan juga harus fokus terhadap layanannya dan memenuhi kebutuhan para customernya.

Strategi promosi untuk mengatasi adanya kompetitor

Berdasarkan hasil wawancara secara *face to face* dan juga pengambilan video yang dilakukan dengan informan Luis sebagai CEO PT Starla Education yaitu :

“Kalau untuk menyaingi competitor pasti ada unique value nya maksudnya ada fitur yang beda dari perusahaan Starla Education. Seperti hal ini yang membedakan perusahaan Starla dengan yang lain salah satunya yaitu tarif nya bisa disesuaikan budget customer, kemudian mereka bisa memilih guru sendiri, menyesuaikan mapel sendiri. Kemudian ditambah ada fitur baru yaitu robot pintar AI dari starlaitu juga bisa live discution. Nah itu pada competitor mungkin sudah ada tetapi tidak begitu banyak”.

Seperti yang telah disampaikan oleh Informan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa perusahaan harus memilikinilai 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 fiturtersebut. Jadi strategi untuk mengatasi adanya competitor yaitu perusahaan harus kreatif dan inovatif dalam melakukan promosi.

Berdasarkan hasil wawancara secara *face to face* dan juga pengambilan video yang dilakukan dengan informan Luis sebagai CEO PT Starla Education yaitu :

“Rencana yang hendak dilakukan perusahaan dimasa mendatang yaitu meningkatkan lagi strategi promosi, lebih aktif pada aplikasi di android, mengembangkan yang berbasis IOS, kemudian memperbanyak kerja sama dengan Lembaga-lembaga agar semakin banyak diketahui dan dikenal oleh banyak orang”

Seperti yang telah disampaikan oleh Informan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa website tetap menjadi tempat utama dan prioritas melakukan promosi dan memperkenalkan produk perusahaan. Namun tetap dibantu dengan promosi melalui media social yang lainnya seperti Instagram, TikTok, dan juga pengembangan aplikasi pada android. PT Starla Education tidak hanya mempromosikan secara online saja, namun PT Starla Education juga sudah bekerja sama dengan lembaga-lembaga dan sekolah-sekolah.

D. PEMBAHASAN

Pada penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini sudah diinterpretasikan dibagian hasil penelitian pada sub bab diatas. Untuk lebih jelasnya hasil penelitian tersebut akan dibahas pada bagian ini. Berdasarkan deskripsi data yang dijelaskan oleh peneliti diatas, maka dapat diketahui bahwa desain website, fitur dan juga promosi sudah sesuai dengan strategi pemasaran yang di harapkan oleh perusahaan Starla Education. Karena website pada PT Starla Education ini selalu menjadi prioritas utama atau ujung tombak dari pemasarannya. Dengan menggunakan SEO (Search Engine Optimization) perusahaan berupaya agar website nya selalu berada diatas sendiri.

Berdasarkan hasil waancara secara mendalam terdapat beberapa tahap untuk mendesain website perusahaan Starla Education. Tahap pertama adalah merancang UI (*User Interface*) UX (*User Experience*), UX (*User Experience*) dirancang untuk memberikan kemudahan bagi pengunjung website (*User Friendly*) dengan memberikan tampilan menu-menu, fitur-fitur yang simple, agar isi dari website dapat difahami

dengan jelas oleh pengunjung website. Tahap kedua adalah UI (*User Interface*) atau pengaplikasian warna dan menu-menu yang menarik guna memperindah tampilan website. Tahap ketiga yaitu mendesain tampilan website mulai dari pewarnaan, font, ukuran font, merapikan tata letak kolom-kolom dan mengatur agar website tidak hanya bisa dibuka melalui laptop saja, namun juga dapat dibuka melalui handphone dengan tampilan layar tetap lebar.

V. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dan diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa :

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 promosi, 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.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih ini ditujukan kepada Allah SWT, karena dengan rahmat, hidayah, serta ridhonya penelitian ini dapat terselesaikan. rasa terimakasih yang mendalam kami sampaikan juga kepada Ibu Dosen Pembimbing yang selalu sabar memberi arahan dan masukan dalam menyusun penelitian ini hingga terselesaikan. Selain itu ucapan terima kasih kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, tak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada PT Starla Education yang telah membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan. Kemudian penulis ucapkan terima kasih atas dukungan dari orangtua, sahabat, rekan penulis dalam memberikan dukungan hingga terselesaikannya penelitian ini dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] 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: 10.15642/JAPI.2019.1.1.149-155.
- [7] Ismai, "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*. 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, 2023.
- [12] I. 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. Ragan 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.
- [14] H. Achmadi, "Analisis Sistem Informasi dan Administrasi Pendaftaran Berbasis Web pada Perusahaan Start UP Bimbingan Belajar (Studi Kasus Ruangguru 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%0Ahttp://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, "Evektivitas Penggunaan Aplikasi Ruang Guru Pada Sekolah Dasar Kelas V Dalam Peningkatan Kualitas Pendidikan Di Kota Makassar 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 II," *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>

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

