

Pembuatan Dan Edukasi Pengelolaan Website Untuk Branding Usaha Jasa Travel

Rikie Kartadie¹, Edi Kurniawan², Anissa Sahda Auliadi³

^{1,2,3}Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Teknologi Digital Indonesia

E-mail: ¹rikie@utdi.ac.id, ²edi.kurniawan@lipi.go.id, ³anissa.sahda@students.utdi.ac.id

Abstrak

Dunia bisnis saat ini mengarah pada penggunaan teknologi informasi untuk mendukung e bisnis, terutama bisnis-to-consumer. Oleh karena itu, diharapkan bahwa pelaku usaha dapat mengikuti perkembangan yang terjadi dalam dunia bisnis tersebut. Bisnis pariwisata (jasa travel) metrans kekurangan sumber daya manusia untuk mengelola informasi teknologi e bisnis. Penulis menawarkan solusi untuk masalah tersebut dalam kegiatan pengabdian ini, yaitu pembuatan dan pelatihan pengelolaan situs online Jasa Travel. Analisa kebutuhan, desain konten, desain template, pembelian domain dan hosting, instalasi dan pengaturan website, dan pelatihan pengelolaan website adalah semua bagian dari proses kegiatan ini. Salah satu hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah situs online untuk jasa travel, yang dapat digunakan untuk mempromosikan bisnis dan berkomunikasi dengan calon pelanggan.

Kata kunci: wordpress, branding website, e bisnis, manajemen web.

Abstract

Today's business world is leading to the use of information technology to support e-business, especially business-to-consumer. Therefore, it is expected that business actors can follow developments that occur in the business world. The tourism business (travel services) metrans lacks human resources to manage e-business information technology. The author offers a solution to this problem in this community service activity, namely the creation and management of online travel services website management training. Needs analysis, content design, template design, domain and hosting purchases, website installation and setup, and website management training are all parts of this activity process. One of the results of this community service activity is an online site for travel services, which can be used to promote business and communicate with potential customers.

Keywords: wordpress, website branding, e business, web management.

1. PENDAHULUAN

Teknologi informasi berkembang dengan cepat. Teknologi informasi digunakan dalam hampir semua kegiatan manusia. Dengan berkembangnya teknologi informasi, berbagai jenis kegiatan berbasis teknologi informasi muncul, seperti e-pemerintahan, e-bisnis, e-pendidikan, dan sebagainya. [1]. Banyaknya mitra-mitra yang mengharuskan perusahaan untuk mendukung penawaran jasa melalui jaringan internet menunjukkan perkembangan teknologi informasi dalam industri transportasi dan bisnis. Banyak mitra travel berlomba-lomba membuat situs online agar mereka dapat mem-branding bisnis mereka.

Salah satu negara dengan persentase pengguna internet tertinggi adalah Indonesia. Akan ada 204,7 juta pengguna internet pada Januari 2022, prediksi sebuah riset *We Are Social*. Jumlah ini naik 1,03% dari tahun sebelumnya. Di Indonesia, akan ada 202,6 juta pengguna internet pada Januari 2021. Jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat selama lima tahun terakhir. Dibandingkan tahun 2018, terdapat 54,25% lebih banyak pengguna internet di Tanah Air [2].

Hal ini membuktikan bahwa sektor transportasi harus mampu mengikuti perkembangan teknologi. Menurut Menko Perekonomian Airlangga Hartarto, pemerintah sedang menggalakkan

digitalisasi atau onboarding UMKM *offline* dan *online* sebagai upaya meningkatkan potensi dan produktivitas UMKM. Pesatnya perkembangan industri teknologi informasi menuntut peningkatan standar sumber daya manusia untuk jasa transportasi. menyediakan berbagai rangsangan untuk UMKM yang berkemampuan digital [3]. Internet dapat membantu layanan transportasi berkembang sehingga mereka dapat lebih dekat untuk mewujudkan visi dan tujuan mereka. Akibatnya, Universitas Teknologi Digital mendukung Metrans dengan menyediakan sumber daya *online*.

Tidak ada situs *online* Metrans yang berfungsi sebagai *platform* untuk layanan *travel* dan promosi saat ini. Pemilik usaha dan karyawan masih dianggap tidak mampu menggunakan teknologi internet. Ini dapat dilihat dari fakta bahwa situs online perusahaan trip Metrans belum ada.

Oleh karena itu dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan pelatihan kepada pemilik usaha Metrans untuk dapat membuat website dan mengelolanya dengan baik sebagai media pendukung proses layanan persewaan mobil *Hiace* serta layanan Wisata. Kedepannya dengan pelatihan ini diharapkan pemilik usaha dan *crew* yang mengikuti pelatihan mampu mengoperasikan *website* Metrans sebagai media *branding*.

Pemilik usaha diharapkan memiliki model bisnis baru yang menarik, inovatif, dan mudah dipahami untuk dipromosikan dan dijual. Website adalah salah satu model yang dapat digunakan oleh pemilik usaha untuk menarik minat turis. Dengan demikian, pemilik usaha Metrans dapat using berbagai cara untuk mengiklankan dan menarik wisatawan. Metode pertama adalah *situs online* Metrans, yang berfungsi sebagai pusat layanan persewaan *Hiace* dan layanan wisata. Wisatawan dan pelanggan dapat berbicara tentang layanan serta pengalaman bisnis Metrans di website Metrans.

Metode kedua di mana pemilik usaha dapat menawarkan referensi situs web yang berkaitan dengan tempat wisata tertentu atau situs web lain yang bermanfaat bagi pengunjung web mereka. Pemilik usaha metrans juga dapat menulis artikel mereka sendiri pada situs web mereka. Analisis Keadaan Pelatihan harus diberikan kepada pemilik usaha dan karyawan Metrans tentang pembuatan dan pengelolaan situs online karena potensi manfaatnya sebagai medium pelayanan.

1.1 Permasalahan Mitra

Observasi awal dari hasil wawancara dengan pelaku usaha menunjukkan bahwa metrans belum memiliki website secara khusus. Pihak pengelola berkeinginan memiliki sebuah *website* dengan domain *metrans.id* yang dapat menyediakan informasi juga mekanisme pembayaran. Keterbatasan pengetahuan SDM dan waktu dari metrans membuat keinginan ini belum dapat diimplementasikan. Saat ini pihak pengelola baru fokus untuk *posting* di media sosial dan memberikan pelayanan terbaik pada pelanggan. Adapun permasalahan yang ada pada mitra yaitu:

1. Belum tersedianya teknologi informasi di Metrans sebagai media pendukung proses layanan persewaan *Hiace* serta layanan Wisata.
2. Pemilik usaha dan staf masih kurang cakap dalam menggunakan teknologi informasi untuk mendukung proses persewaan *Hiace* dan layanan wisata.
3. Web blog menjadi medium populer di kalangan generasi muda dan memiliki fitur yang dapat membantu proses persewaan *Hiace* dan layanan wisata.
4. Tuntutan kemajuan zaman dalam teknologi informasi.

1.2 Tujuan Kegiatan

Berdasarkan uraian di atas, tujuan kegiatan pengabdian ini untuk membantu pemilik jasa *travel* metrans untuk dapat memiliki *website* yang menyediakan informasi, mekanisme pembayaran, sekaligus *branding*. *Branding* telah ada selama berabad-abad sebagai sarana untuk membedakan barang dari satu produsen dari produsen lainnya [4]. Selain itu, diperlukan edukasi penggunaan *website* pada pihak pengelola agar dapat memberikan informasi kepada pelanggan atau calon pelanggan. Hasil akhir berupa *website* dengan *domain* dan *hosting* yang dapat

digunakan oleh mitra. Selain itu diharapkan:

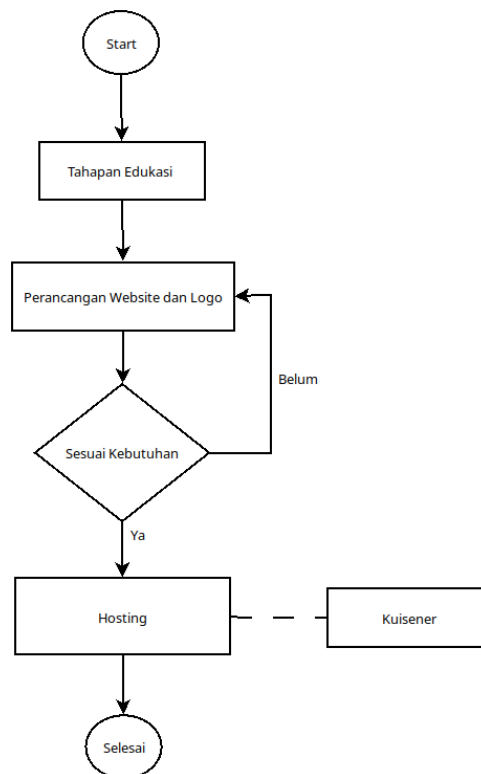
1. Memberikan keterampilan dan kemampuan membuat dan mengelolah *website* sebagai media pendukung proses layanan persewaan *Hiace* serta layanan Wisata.
2. Mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi dalam hal ini *website* sebagai media untuk mendukung proses layanan persewaan *Hiace* serta layanan Wisata.
3. Memberikan pemahaman terkait fitur-fitur yang terdapat pada *website* untuk mendukung proses layanan persewaan *Hiace* serta layanan Wisata.

2. METODE

Ada beberapa solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian berdasarkan percakapan antara Tim Pengusul dan Mitra: (1) Memberikan instruksi tentang penggunaan website untuk tujuan branding perusahaan Salah satu hasil dari kegiatan awal ini adalah peningkatan kesadaran dan pemahaman tentang cara menggunakan *website* untuk kemajuan bisnis; (2) membuat *website* metrans dengan domain dan hosting dengan *CMS Wordpress* dan *template* khusus; dan (3) mengadakan lokakarya tentang pemanfaatan website dan hosting yang telah dibantu oleh pengabdian untuk membantu mitra dalam promosi, branding, dan pengelolaan konten [5].

Kegiatan ini menghasilkan *situs web*, *domain*, dan *hosting* yang dapat digunakan mitra. Pihak mitra akan menentukan durasi kegiatan, yang akan dilaksanakan secara *hybrid* (*offline* dan *online*) selama delapan bulan. Metode pelatihan tatap muka dengan mematuhi protokol kesehatan, menjaga jarak, memakai masker, dan mencuci tangan. interaksi langsung dengan presentasi slide, praktik penggunaan *website*, percakapan, ide-ide, dan evaluasi.

Kegiatan dilaksanakan dengan langkah seperti terlihat pada Gambar 1 berikut, dimana proses *hosting* dilakukan bersamaan dengan penyebaran kuisener yang juga menjadi evaluasi hasil *web* yang dirancang kepada mitra dan beberapa karyawan mitra dan pengguna *web* yang dilakukan bersama antara tim pengabdian dan mitra.



Gambar 1. Langkah kegiatan

2.1 Tahapan Edukasi

Pada tahap ini tim pengabdian memberikan edukasi pemanfaatan website sebagai media *branding* dari usaha, sekaligus mengidentifikasi kebutuhan mitra, identifikasi karakter usaha jasa travel metrans untuk keperluan *branding* berupa filosofi, logo, dan warna yang menjadi *value added* jasa *travel* metrans dibandingkan jasa *travel* lain, hasil identifikasi dirangkum dalam Tabel 1 tentang identifikasi mitra.

Tabel 1. Identifikasi Mitra

Identifikasi	
Kebutuhan	Promosi
	Informasi layanan
	Pemesanan Jasa
	Informasi Trip
	Kontak perusahaan
Identifikasi Karakter	Sederhana, percaya diri dan ceria
	Tidak suka dengan terlalu banyak warna
	Bersahabat
Filosofi	Semangat, keceriaan dan ketulusan dengan warna merah muda dan ketegasan, profesional, juga kredibilitas yang tinggi dengan warna hitam.
Kemampuan Mitra saat ini	Telah mengenal CMS Wordpress, IG dan Sosial media lainnya.

2.2 Perancangan Website dan Logo

MeTrans bukan hanya penyewaan *Hiace* di Jogja tetapi juga penyewaan paket wisata ke Jogja, Bali, dan seluruh Indonesia. Selain di Jogja, MeTrans juga menyewakan mobil, Elf, dan minibus from luar kota Jogja. Perancangan website dimulai dengan merancang logo untuk mitra. Logo ini akhirnya disetujui oleh mitra, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1. Logo adalah identitas perusahaan dan representasi visi dan misi perusahaan. Logo sebenarnya berfungsi sebagai representasi dari elemen non-visual perusahaan, seperti sikap, perilaku, dan kepribadian perusahaan yang digambarkan dalam bentuk visual [6].



Gambar 2. Logo Mitra

Pada Gambar 2 di atas, logo didesain dengan sederhana sesuai dengan karakter dari mitra. Bentuk mobil berwarna merah muda, dan tulisan *Metrans.id* berwarna hitam memberikan kesan ketegasan, profesionalisme dan kredibilitas yang tinggi.

Website design dengan *CMS wordpress* dengan template unik yang di *custom* mandiri oleh tim. Penggunaan website *CMS wordpress* dipilih karena mitra telah mengenal CMS ini sehingga akan mempermudah mitra dalam mempelajari dan mengelola *website* yang dibangun oleh tim.

2.3 Waktu kegiatan dan lokasi

Program pengabdian kepada masyarakat ini berlangsung selama delapan bulan. Tahap identifikasi mitra dilaksanakan 2 bulan pertama yang melibatkan seluruh tim dan mitra dalam hal ini pemilik *Metrans* dilakukan secara daring.

Dua bulan kedua tim mulai memberikan edukasi penggunaan website dan menumbuhkan kesadaran pada mitra (Pemilik dan Seluruh pegawai) tentang *branding* usaha di dunia maya. Dengan pelatihan ini diharapkan mitra dapat lebih peka terhadap media sosial yang digunakannya, karena akan berpengaruh terhadap *branding* usaha dan dilakukan secara daring.

Dua bulan ke tiga adalah pengerjaan logo dan website yang dijanjikan kepada mitra oleh tim, dimana tim pengabdian dosen dibantu oleh tim pengabdian mahasiswa dalam pengerjaannya. Selain sebagai media belajar mahasiswa, kegiatan ini dapat memberikan kesempatan pada mahasiswa untuk belajar menginterpretasi keinginan mitra (*client*) dan mempresentasikan hasil karya mereka.

Dua bulan terakhir, digunakan oleh pengabdian untuk memberikan penjelasan hasil kerja pengabdian dan memberikan pelatihan penggunaan website kepada mitra, dapat dilihat pada Gambar 3 dan 4. Kegiatan ini dilakukan pengabdian secara *hybrid* (luring dan daring), pada pelatihan luring, mitra mengundang pula beberapa pegawai dari mitra yang terdiri dari marketing dan supir. Lokasi kegiatan dilaksanakan di tempat kerja mitra di Puri Permata Mahardika, Argomulyo, Sedayu Bantul. waktu pelaksanaan mengikuti waktu mitra.



Gambar 3. Proses Penjelasan Logo ke Mitra



Gambar 4. Proses Penjelasan Website ke Mitra didampingi mahasiswa

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

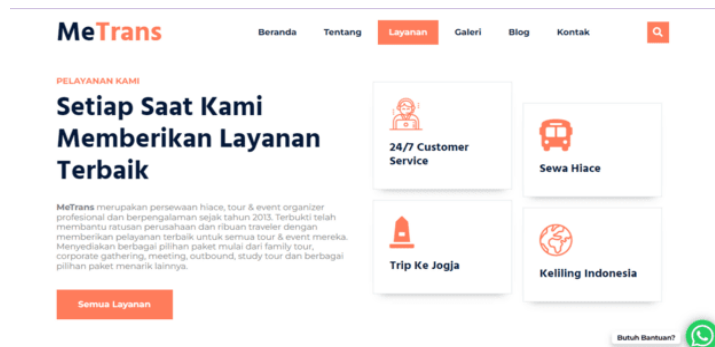
Situs online, yang dapat diakses melalui tautan ini: <https://metrans.id/>, adalah salah satu produk dari inisiatif pengabdian kepada masyarakat. Tampilan halaman-halaman website dapat dilihat pada gambar 4 - gambar 10 dibawah ini:



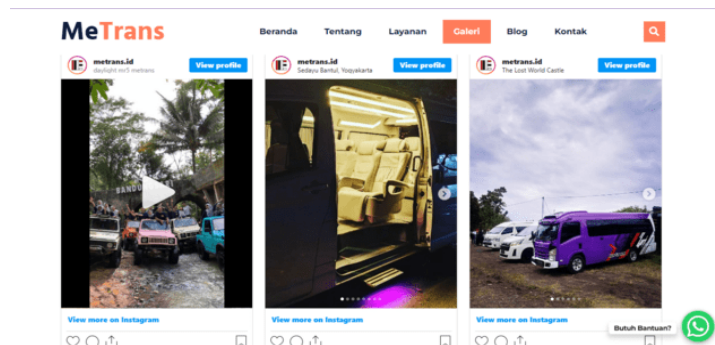
Gambar 4. Halaman Utama



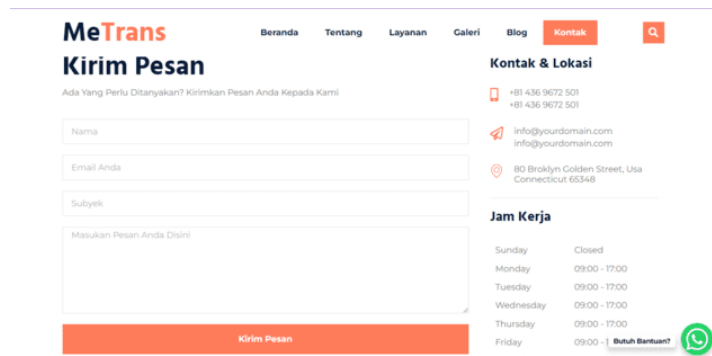
Gambar 5. Halaman Tentang



Gambar 6. Halaman Laporan



Gambar 7. Halaman Gallery

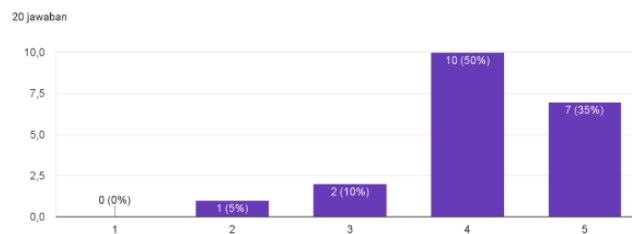


Gambar 8. Halaman Kontak

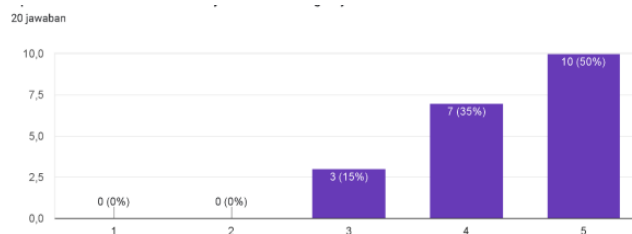
Evaluasi kegiatan dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada Mitra, karyawan dan beberapa pengguna oleh tim dan Mitra (*owner*). Pertanyaan disebarakan melalui google form dengan beberapa pertanyaan sebagai berikut :

1. Dengan adanya sistem website ini dapat membantu anda mengetahui layanan Metrans ?
2. Apakah sistem Web ini berjalan sesuai fungsinya?
3. Apakah Proses mencari informasi pada web menjadi lebih cepat?
4. Dalam implementasi, apakah web mudah digunakan?
5. Apakah tampilan website menarik dan sesuai harapan?
6. Apakah kontak dari MeTrans mudah di temui di website?
7. Apakah Website ini perlu dikembangkan lagi dengan fitur-fitur yang lain?

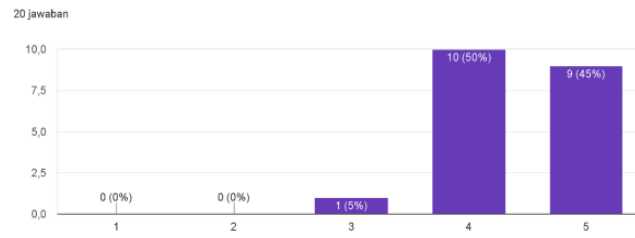
Penilaian dengan menggunakan skala *likert* dengan skor 1 sampai 5 dimana skor 5 menunjukkan ‘Sangat Setuju’, 4 untuk ‘Setuju’, 3 untuk ‘Cukup’, 2 untuk ‘Tidak Setuju’ dan 1 untuk ‘Sangat Tidak Setuju’. Dari 20 responden yang mengisi, Hasil kuisioner dapat dilihat pada Gambar 9. sampai 4.11.



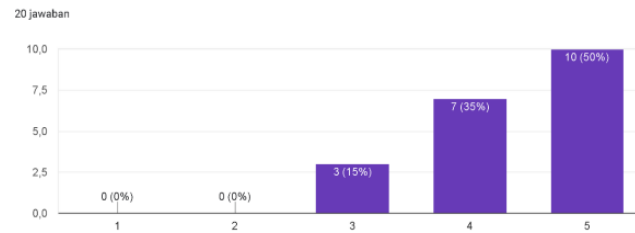
Gambar 9. Hasil pertanyaan 1



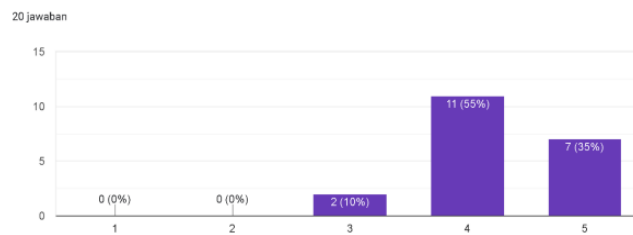
Gambar 10. Hasil pertanyaan 2



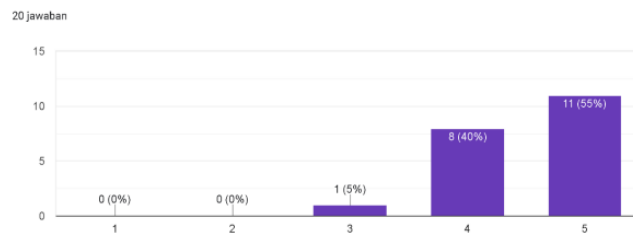
Gambar 11. Hasil pertanyaan 3



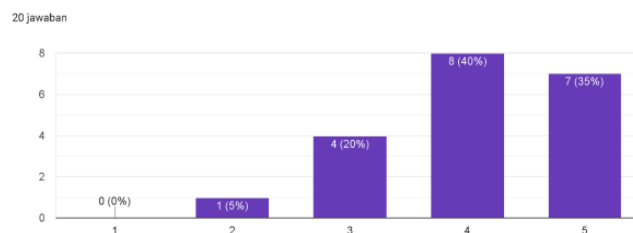
Gambar 12. Hasil pertanyaan 4



Gambar 13. Hasil pertanyaan 5



Gambar 14. Hasil pertanyaan 6



Gambar 15. Hasil pertanyaan 7

Untuk pertanyaan nomor 1, responden terbanyak (17 responden) menjawab skor 4 dan 5 yaitu setuju dan sangat setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Website* ini dapat membantu dalam mengetahui layanan Metrans. Namun ada 1 responden yang menyatakan tidak setuju, hal

ini dapat dikatakan responden belum mendapatkan apa yang diinginkan dengan baik pada *website* dan akan menjadi masukan penting bagi pengembang.

Untuk pertanyaan 2 hingga 6, hasil kuisener memberikan nilai yang baik, yang menggambarkan bahwa kebutuhan fungsional dari *website* telah berhasil dan sesuai dengan harapan dimana *Website* telah berjalan sesuai fungsinya, proses mencari informasi pada *web* menjadi lebih cepat, *web* mudah digunakan, tampilan *website* menarik dan sesuai harapan, dan kontak dari MeTrans mudah di temui di *website*.

Pada pertanyaan ke 7, 75% responden menyatakan setuju dan sangat setuju untuk pengembangan fitur lain pada *website*, hal ini menjadi pertimbangan kepada tim dan mitra untuk memanfaatkan *website* menjadi bagian penting dalam bisnis *Trevel* dan meningkatkan *branding* yang baik.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Tumbuhnya kesadaran merupakan hasil dari kegiatan awal ini dan pemahaman tentang pengetahuan *branding* menggunakan website untuk kemajuan usaha; (2) Membuat website metrans dengan difasilitasi domain dan hosting dengan CMS Wordpress dan template unik; (3) memberikan lokakarya mengenai pemanfaatan website, hosting yang telah dibantu pembuatannya oleh pengabdian untuk memberikan kemudahan mitra dalam promosi, *branding* dan pengelolaan konten.

Beberapa metode yang dilakukan adalah (1) Identifikasi karakter usaha jasa travel metrans untuk keperluan branding berupa filosofi, logo, dan warna yang menjadi value added jasa travel metrans dibandingkan jasa travel lain; (2) Melakukan perancangan desain template website berbasis *CMS Wordpress* dengan kesesuaian branding jasa travel metrans; (3) Mengidentifikasi potensi dokumentasi berupa photo, kegiatan, testimoni dari usaha jasa travel metrans untuk digunakan sebagai bahan informasi pada website; dan (3) Pelatihan edukasi branding dan praktik membuat menggunakan platform website yang telah dikembangkan tim pengabdian.

Kegiatan ini dapat dilanjutkan dengan memberikan pelatihan penggunaan media sosial menjadi media promosi sehingga apa yang dicapai pada kegiatan ini dapat lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Combe, C. (2012). *Introduction to E-business*. Routledge. Taylor Francis.
- [2] Databoks Katadata. (2022). Ada 204,7 Juta Pengguna internet di Indonesia awal 2022: Databoks. Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia. Retrieved October 27, 2022, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- [3] — (2021). Optimalisasi Produktivitas UMKM melalui Go-Digital dan Go-Legal. Optimalisasi produktivitas UMKM melalui go-digital dan go-legal. Retrieved October 27, 2022, from <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3016/optimalisasi-produktivitas-umkm-melalui-go-digital-dan-go-legal>
- [4] Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2019). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. London: Pearson.
- [5] Darmawan, V. E. B. (2022). IMPLEMENTASI DIGITAL BRANDING PADA UMKM BIDANG KULINER DI KOTA MALANG DALAM RANGKA AKSELERASI UMKM GO-DIGITAL. *Jurnal Pengabdian, Pendidikan dan Teknologi*, 3(1), 33-39.
- [6] Dewa Ayu, S., Ida Ayu, D. K. A., & Putu, W. S. P. (2022). BRANDING USAHA PATUNG BIMAS DI DESA SUKAWATI, GIANYAR, BALI.