

Laporan Tugas Mandiri

Pentingnya strategi pemasaran dalam memperluas pengguna web PKM



Nama : Clement Samuel Marly

NPM : 2206082114

Mata Kuliah : MPK Terintegrasi

Kelas : E

Focus Group : 10

PKM : Desain dan Pengembangan Website Bahan Ajar sebagai Pendamping
Materi Perkuliahan

MOOC : *Marketing Management*

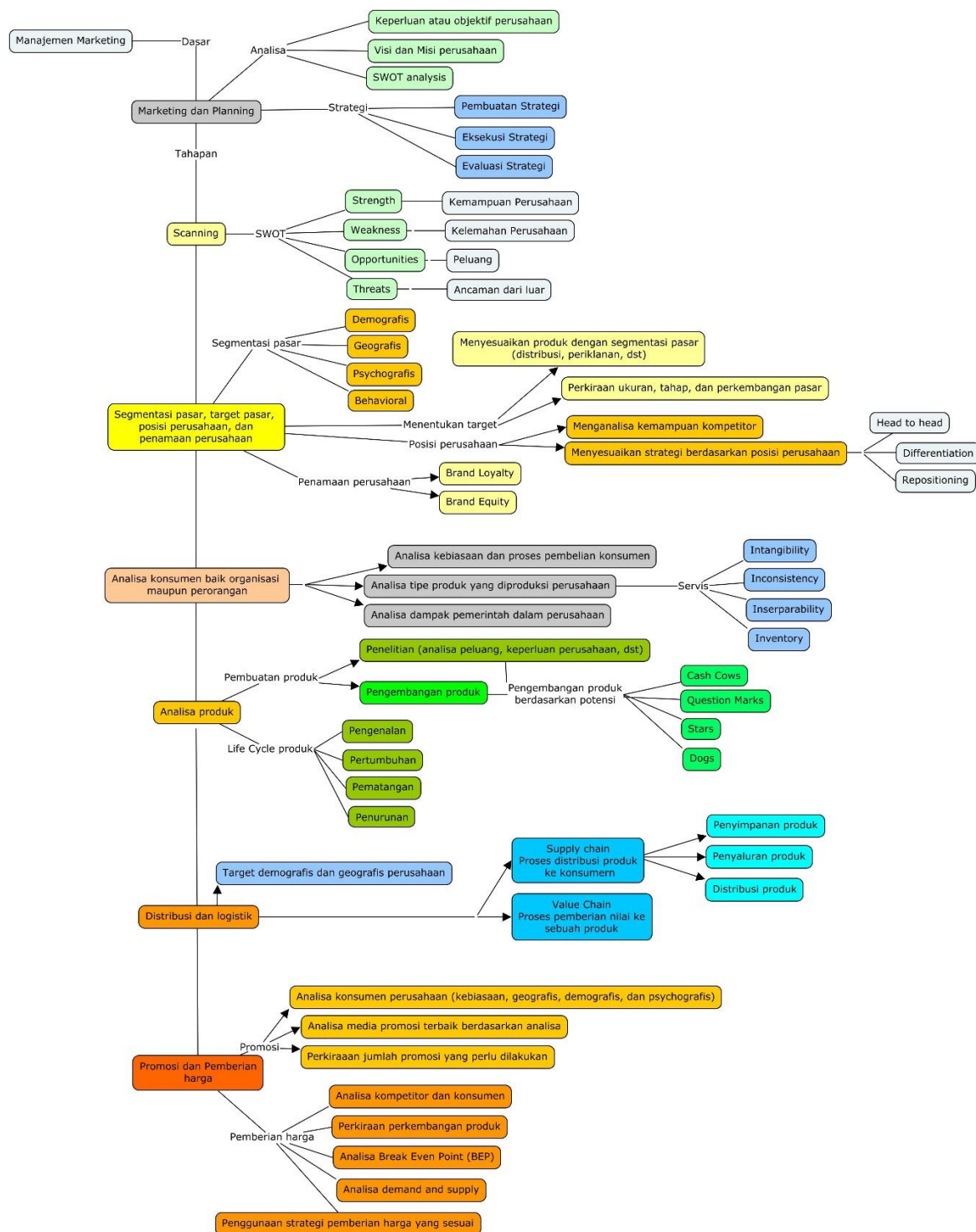
Fakultas Ilmu Komputer
Tahun Ajaran 2022/2023 Semester Genap

Teknologi berkembang dengan pesat di dalam dunia yang modern ini. Hal tersebut menyebabkan banyaknya perubahan dalam kehidupan manusia. Mulai dari pekerjaan, transportasi, komunikasi, sampai kebiasaan manusia terdampak oleh kemajuan teknologi. Dikutip dari Pratita et al. (2021), “Perkembangan dalam bidang TIK ini merupakan peluang dalam bidang pendidikan khususnya di negara Indonesia untuk dapat meningkatkan mutu aktivitas pembelajaran dengan menyediakan sumber belajar online yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja berada” (p. 70). Melihat kesempatan dalam meningkatkan kemampuan belajar mahasiswa, kami sebagai kelompok ingin membuat sebuah web yang berisikan rangkuman berbagai materi yang dapat membantu mahasiswa dalam belajar.

Berdasarkan Pratita et al. (2021), “mahasiswa lebih banyak memilih bahan ajar digital untuk digunakan dalam kegiatan perkuliahan, dibandingkan dengan bahan ajar cetak” (p. 71). Mengetahui preferensi mahasiswa yang lebih memilih bahan ajar digital membuat web yang berisi rangkuman akan menarik perhatian mahasiswa, terutama mahasiswa yang jarang mencatat atau tidak merangkum materi. Web ini juga akan membantu mahasiswa yang sering melakukan sistem kerja semalam dalam mengejar materi suatu mata kuliah. Bagi mahasiswa yang sudah memiliki rangkuman, web akan memberikan latihan soal dari tahun lalu (apabila diperbolehkan) untuk membantu mahasiswa mengetahui gambaran soal yang akan keluar saat ujian.

Salah satu kelemahan dari web ini adalah pembuatannya yang tidak mudah, banyak perkuliahan yang telah menyediakan berbagai web dan forum pembelajaran bagi mahasiswa, dan banyak mahasiswa yang kemungkinan tidak tertarik apabila diadakan biaya untuk menggunakan web tersebut. Berdasarkan kelemahan tersebut, saya mempelajari *MOOC Marketing Management* untuk membantu memasarkan dan meningkatkan jumlah pengguna web. Di dalam *MOOC Marketing Management*, saya belajar banyak hal, mulai dari perencanaan pemasaran itu sendiri,

analisis SWOT, pemberian harga, *supply chain*, *value chain*, dan segmentasi pasar. Mengetahui hal – hal tersebut memberikan saya sudut pandang baru dalam membuat web ini.



Gambar 1.0
Peta Konsep MOOC *Management Marketing*

Web ini memiliki tujuan untuk memberikan mahasiswa rangkuman bantuan dalam belajar sekaligus mendapatkan uang dalam memberikan rangkuman tersebut. Pengadaan biaya akan membuat banyak orang enggan dalam menggunakan web, tetapi apabila web bisa mendapatkan tinjauan yang bagus dan memiliki kualitas yang tinggi, mahasiswa akan tetap menggunakan web. Untuk mendapatkan tinjauan yang bagus dan memiliki kualitas yang tinggi tersebut, web memerlukan rangkuman – rangkuman terbaru dan terbaik yang bisa didapatkan dari mahasiswa yang baru lulus mata kuliah yang bersangkutan dan memiliki nilai A. Rangkuman yang didapatkan kemudian akan diperiksa kualitasnya dan mahasiswa yang memberikan rangkuman akan diberikan insentif agar kualitas rangkuman yang diberikan lebih tinggi. Untuk menjaga kualitas rangkuman, setiap kali ada perubahan dosen atau beberapa dosen berbeda, rangkuman akan diperbarui berdasarkan tiap dosen sehingga mahasiswa bisa mendapatkan rangkuman yang sesuai dengan dosennya.

Web juga direncanakan untuk memiliki latihan soal yang berasal dari tahun – tahun sebelumnya. Hal ini dilarang untuk beberapa mata kuliah atau sesuai keputusan dosen sehingga hal ini perlu diperiksa apakah boleh untuk menyediakan latihan soal dari tahun lalu. Adanya latihan soal akan meningkatkan jumlah mahasiswa yang menggunakan web dan web dapat dikembangkan untuk memberikan pembahasan secara langsung maupun forum pertanyaan kepada mahasiswa – mahasiswa tingkat atas yang kompeten dalam menjawab berbagai pertanyaan.

Mengetahui potensi dan kemampuan dari web tersebut, finansial dan pemasaran web menjadi penting. Dimulai dari pengumpulan dan pengecekan standar kualitas rangkuman dan latihan soal, perlu dihitung berapa uang yang perlu dikeluarkan untuk mendapatkan dan memperbarui rangkuman dan latihan soal (pemberian insentif agar kualitas rangkuman meningkat). Apabila fitur forum tanya jawab ditambahkan, diperlukan juga uang untuk menarik

mahasiswa yang kompeten dalam menjawab berbagai pertanyaan. Hal ini membuat finansial web perlu diperhatikan sebelum membuat web. Cakupan rangkuman (satu fakultas atau satu universitas) juga perlu diperhatikan karena akan mempengaruhi modal awal pembuatan web.

Pemberian harga biaya web akan mempengaruhi banyaknya pengguna web, terutama pada tahap awal pembuatan web. Web akan memiliki biaya penggunaan yang rendah untuk menarik pengguna awal dan bisa ditingkatkan apabila kualitas web sudah terjaga dan *brand* web sudah cukup terkenal (*low to high pricing method*). Mengetahui kebanyakan mahasiswa yang tidak memiliki banyak sekali uang, biaya web juga bisa dikurangi melalui pengurangan rangkuman mata kuliah yang memiliki mahasiswa dengan jumlah sedikit atau peminat rangkumannya sedikit, pemberian diskon kepada mahasiswa dengan kondisi tertentu atau pada saat waktu tertentu, dan banyak hal lainnya. Biaya web juga bisa disesuaikan dengan jumlah rangkuman yang ingin digunakan sehingga mahasiswa yang hanya menginginkan materi tertentu tidak perlu mengeluarkan biaya penuh untuk semua rangkuman. Penyesuaian biaya ini tentu dihitung berdasarkan jumlah produk yang perlu dijual dan biaya yang diperlukan dalam mendapatkan sebuah rangkuman (*Break Even Point*).

Sementara itu, pemasaran bisa dilakukan melalui LINE dan WhatsApp grup sebuah fakultas atau perkuliahan yang rangkumannya sudah ada. Pemasaran melalui media tersebut tidak memerlukan biaya, tetapi tidak terlalu efektif apabila web belum terkenal dan belum memiliki banyak tinjauan baik dari penggunanya. Hal ini membuat pemasaran secara langsung atau *word of mouth marketing* menjadi hal yang paling efektif dalam meningkatkan pengguna web. *Word of mouth marketing* merupakan pemasaran yang terjadi saat seorang konsumen menyebarkan servis dari web ke orang lain. Strategi ini akan membantu menyebarkan nama web dan meningkatkan kredibilitas web dengan cepat. Setelah nama web sudah terkenal dan kredibilitas web dipercaya

banyak orang, penambahan fitur, perluasan cakupan web, dan peningkatan pemasaran bisa dilakukan.

Referensi

Pratita, D., Amrina, D. E., Djahir, Yulia. (2021). Analisis Kebutuhan Mahasiswa Terhadap Bahan Ajar Sebagai Acuan Untuk Mengembangkan E-Modul Pembelajaran Digital. Jurnal PROFIT: Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi, 8(1), 69-74.
<https://doi.org/10.36706/jp.v8i1.13129>