

Analisis Perbandingan Website Inkubator Bisnis (Studi Kasus: 20 Perguruan Tinggi dalam Pembinaan Kementerian Koperasi dan UMKM)

Sarah, Yudha Prasetyawan

Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

Jl. Arief Rahman Hakim, Surabaya 60111 Indonesia

E-mail: yudhaprase@yahoo.com, sarah.euy@gmail.com

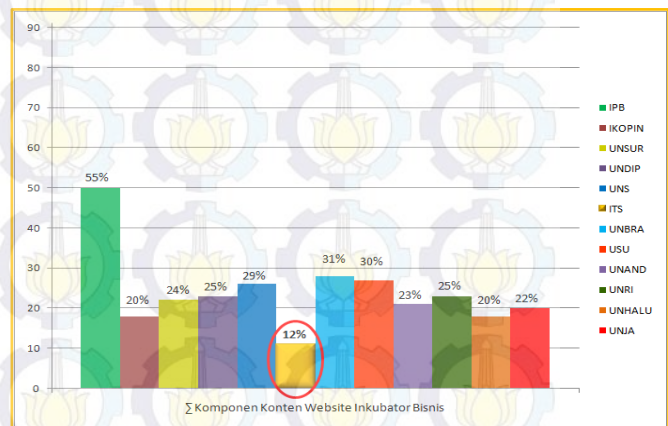
Abstrak — Pada tahun 2013, ITS mendapat kepercayaan untuk melanjutkan Program IB (Inkubator Bisnis) tahun 2012 dari KEMENKOP dan UKM. Program IB Perguruan Tinggi Tahun 2013 merupakan program pendampingan UKM tenant melalui IB di 20 Perguruan Tinggi. Sebagian besar Pusat IB Perguruan Tinggi memiliki situs website sebagai sumber informasi dan media promosi produk UKM tenannya. Dari data jumlah komponen website IB Perguruan Tinggi eksisting, ITS menempati posisi terendah dengan prosentase 12. Website IB ITS eksisting hanya memiliki 11 komponen konten website dari keseluruhan 91 komponen konten website hasil observasi terhadap website IB Perguruan Tinggi eksisting dan jurnal referensi. Menanggapi hal tersebut, pengelola dan pendamping Inkubator ITS berkeinginan untuk memperbaiki website Inkubator Industri ITS eksisting agar lebih informatif. Untuk menciptakan rancangan rekomendasi website yang tepat sasaran dan kompetitif, digunakan metode QFD (Quality Function Deployment). Penelitian ini bertujuan mendapat VOC (Voice of Customer), respon teknis, dan rekomendasi perbaikan komponen konten website Inkubator Industri ITS. Dari hasil pengolahan data didapat VOC berupa atribut dan perwujudannya yaitu respon teknis. Didapat 58 atribut yang merupakan rekomendasi komponen konten website hasil identifikasi kategori dalam strategi marketing communication mix. Kemudian didapat 10 respon teknis berupa halaman rekomendasi website Inkubator Industri ITS, yaitu beranda, tentang kami, inkubator bisnis, agenda, galeri, artikel bisnis, berita, kegiatan, tenant, produk tenant, dan kontak.

Kata Kunci — Analisa Konten, Website Inkubator Bisnis, QFD

I. PENDAHULUAN

Pada tahun 2013, ITS mendapat kepercayaan untuk melanjutkan Program IB (Inkubator Bisnis) tahun 2012 dari Kementerian Koperasi dan UKM Bidang Pengembangan dan Restrukturisasi Usaha. Program IB Perguruan Tinggi Tahun 2013 merupakan program pendampingan UKM tenant melalui IB di 20 Perguruan Tinggi Tahun Anggaran 2013 yang dilaksanakan berdasarkan Keputusan Deputi Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah bidang Pengembangan dan Restrukturisasi Usaha No.05/Kep/Dep.6/I/2013. Pusat Inkubator Industri ITS tahun 2013 difokuskan pada 3 kelompok, yaitu, Industri Kreatif dan Kerajinan, ICT (*Information and Communications Technology*), dan Pengolahan yang diikuti oleh 45 UKM tenant. Rekrutment UKM tenant baru tahun 2013 sebanyak 15 UKM tenant dan rekrutment UKM Tenant dari tahun 2012 sebanyak 30 UKM tenant. UKM tenant pada kelompok ICT jumlahnya paling besar yaitu sejumlah 20 UKM tenant dengan prosentase sebesar 44% dari keseluruhan. Hal ini dikarenakan

tujuan dari Program Pusat Inkubator Industri ITS tahun 2013 adalah memberikan penguatan UKM tenant berbasis IPTEKS dan ekonomi *digital*. Dengan jumlah tenant kelompok ICT yang paling dominan diantara kelompok tenant lain, *tools* promosi di bidang IT (*Information Technology*) selayaknya menjadi *tools* utama dalam mempromosikan produk. Internet menjadi penemuan mutakhir di bidang IT pada dekade terakhir abad 20. Menurut Porter (2001), adanya peningkatan jumlah kompetitor dan persaingan yang lebih sengit akan dijumpai oleh banyak perusahaan dengan adanya internet karena internet menurunkan tingkat *entry barrier* sehingga memudahkan pesaing baru masuk ke pasar. Oleh karena itu, website merupakan sarana promosi yang penting bagi perusahaan pada saat ini agar tidak kalah bersaing dengan kompetitornya. Sebagian besar Pusat IB Perguruan Tinggi dalam Program IB Perguruan Tinggi tahun Anggaran 2013 memiliki situs website sebagai sumber informasi dan media promosi dari produk UKM tenannya. Dari hasil observasi yang dilakukan hanya 12 Perguruan Tinggi yang website IB-nya *available* saat ini, ITS sebagai kampus teknologi termasuk salah satunya. Konten merupakan salah satu komponen utama penentu keberhasilan suatu website, yaitu dengan konten yang tepat yang ditujukan kepada *user* yang tepat pada waktu yang tepat. Waktu yang tepat biasa diartikan relevan, *up to date*, dan bermanfaat [1].



Gambar 1 Bagan Jumlah Komponen Website Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi Tahun 2013

Terkait fungsi utama website yaitu sebagai sumber informasi dan media promosi, diperlukan konten yang tepat, relevan dan *up to date*. Dilakukan observasi terhadap komponen konten

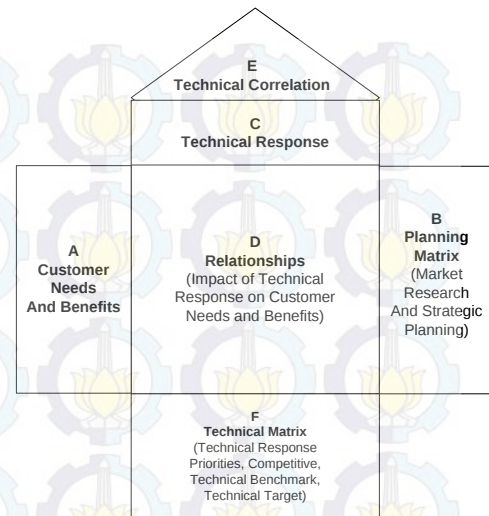
website IB Perguruan Tinggi *available/eksisting* dan jurnal referensi. Data hasil observasi tersebut berupa data jumlah komponen konten website IB Perguruan Tinggi *available*. Pada gambar 1 diatas dapat dilihat jumlah komponen website IB Perguruan Tinggi *available/eksisting* yaitu mulai IPB hingga UNJA. Dapat dilihat bahwa jumlah komponen website ITS menempati posisi terendah dengan prosentase 12%. Website IB ITS eksisting hanya memiliki 11 komponen konten website dari keseluruhan 91 komponen konten website hasil obervasi yang dilakukan terhadap website IB Perguruan Tinggi eksisting dan jurnal referensi. Dapat disimpulkan bahwa konten website ITS sangat sederhana karena jumlah komponen websitenya yang sangat sedikit sehingga kurang informatif dibanding website IB eksisting Perguruan Tinggi lainnya. Menanggapi hal tersebut, pengelola dan pendamping Inkubator ITS berkeinginan untuk memperbaiki website Inkubator Industri ITS eksisting agar menjadi website yang informatif. Berdasarkan diskusi dari internal pada Temu Bisnis Inkubator ITS, pihak Inkubator Indutsri ITS memiliki harapan-harapan khusus terhadap perbaikan dan pengembangan terhadap website Inkubator Industri nantinya. Dari pengelola, diharapkan website dapat informatif terhadap informasi profil Pusat Inkubator Industri ITS serta konten website dapat sering diperbarui. Kemudian dari pendamping diharapkan website dapat informatif terhadap informasi terkait Program Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi oleh KEMENKOP dan UKM, profil UKM tenant, dan promosi produk-produk yang dimiliki oleh UKM tenant. Untuk menciptakan rancangan rekomendasi website yang tepat sasaran dan kompetitif, digunakan metode QFD (*Quality Function Deployment*). QFD melibatkan konsumen sebagai sumber inspirasi dalam perancangan dan perencanaan produk serta bertujuan memenuhi sebanyak mungkin kebutuhan dan keinginan konsumen, bahkan berusaha melampaui harapan dan keinginan tersebut dengan merancang dan menciptakan produk baru yang dapat bersaing dengan produk lain [1]. Berlatarbelakang permasalahan tersebut, diusulkan penelitian oleh Pusat Inkubator Industri ITS mengenai perancangan perbaikan dan pengembangan website Inkubator Industri ITS. Perbaikan dan pengembangan tersebut dilakukan pada komponen konten website dan berdasarkan strategi *Marketing Communication Mix* serta menggunakan metode QFD. Dengan pendekatan konten serta strategi *Marketing Communication Mix*.

II. URAIAN PENELITIAN

A. Tahap Telaah

1) QFD

QFD merupakan suatu metode yang digunakan untuk menentukan prioritas kebutuhan dan keinginan konsumen serta mengelompokkannya. QFD dapat digunakan baik pada perusahaan yang menawarkan produk ataupun jasa bagi konsumen.



Gambar 2 House of Quality [1]

Berikut ini tahapan dalam QFD:

- Pengumpulan *Voice of Customer (VOC)*
- Penyusunan *House of Quality (HOQ)*
- Analisa dan Implementasi

2) *Marketing Communication Mix*

Marketing communication mix merupakan paduan dari *advertising*, *public relations*, *personal selling*, *sales promotion*, dan *direct marketing*. Merupakan *tools* yang digunakan perusahaan untuk menarik *customer* dengan menyampaikan nilai dan membangun *customer relationship*. Marketer perlu untuk memahami karakteristik yang berhubungan dengan elemen-elemen tersebut [2].

3) Analisis Konten

Konten merupakan salah satu komponen utama penentu keberhasilan suatu website, dengan konten yang tepat yang ditujukan kepada *user* yang tepat pada waktu yang tepat. Waktu yang tepat biasa diartikan relevan, *up to date*, dan bermanfaat. Elemen yang dapat dihitung dalam analisa konten ada tujuh yaitu *words* (kata-kata), *themes* (tema), *characters* (karakter), *paragraphs* (paragraf), *items* (unit), *concepts* (konsep), dan *semantics* [3].

B. Metode Penelitian

Tahapan pelaksanaan penelitian ini terbagi atas 3 tahap, yaitu :

1. Tahap pendahuluan

Tahap ini diawali identifikasi dan perumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini, yaitu bagaimana dapat membuat rekomendasi perbaikan dan pengembangan website Inkubator Industri ITS Kemudian dilakukan studi literatur dan studi lapangan, dan terakhir perumusan tujuan dan manfaat penelitian. Setelah *research question* dirumuskan, dilakukan studi literatur dan studi lapangan. Studi literatur merupakan tahap pengumpulan kajian pustaka yang terkait dengan penelitian. Studi lapangan ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran tentang informasi aktivitas di berbagai Inkubator. Kemudian dilakukan perumusan tujuan dan manfaat penelitian. Penelitian ini memiliki 3 tujuan.

Pertama, merumuskan *Voice of Customer (VOC)* berdasarkan *Marketing Communication Mix*. Kedua, mendapatkan respon teknis berbasis konten yang berupa *page* (halaman) pada website. Ketiga, membuat rekomendasi perbaikan dan pengembangan komponen konten website serta merancang rekomendasi perbaikan tampilan *interface* website Inkubator Industri ITS.

2. Tahap pengumpulan dan pengolahan data
Pada tahap ini dilakukan langkah-langkah dalam metode *QFD* untuk mendapatkan keinginan *customer* terhadap perbaikan dan pengembangan website Inkubator Industri ITS. Langkah pengerjaan tersebut yaitu sebagai berikut:

A. Penentuan atribut

Langkah awal pada sub tahap ini adalah mendaftar komponen konten *website* yang terdapat di jurnal referensi: "*Content Analysis of KSE Pakistan – 100 Index Company Websites: A Marketing Perspective*". Setelah itu mendaftar Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi yang turut serta dalam Program Inkubator Industri tahun 2013. Kemudian mendaftar tautan *website* Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi. Lalu mendaftar komponen konten *website* yang terdapat di *website* Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi selain ITS yang *available*. Terakhir, mendiskusikan komponen konten *webiste* dari jurnal referensi dan *website* Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi yang layak untuk dijadikan atribut dalam *FGD (Focus Group Discussion)*. Tabel 1 berikut ditampilkan daftar komponen dari jurnal referensi yang didapat [4].

Tabel 1 Daftar Komponen dari Jurnal Referensi

Categories	Components	Categories	Components
Advertising/ Company Specific	Logo	CRM	FAQ
	About us		Complaint
	Careers		Help
	Management team		Link to Youtube
	Google maps		Directory
	Vision Mission	CSR	Google translate
	Company Profile		CSR
	History		Health and safety
	Slogan	Sales	Brochure
	Achievements	Promotion	General promotions
Advertising/ product	Certifications	Websites/ma ges	Banners
	Future plan		Picture of processes
	Members		Gallery
	Picture of Products	Website/ interactive customized	Image slider
	Branch Locator		Search
	Quality		Sitemap
	Brands	Website/ issues	Links to social networking sites
	Prices		Copyright
	Catalogs		Terms & Conditions
	Category	Public relations	Privacy policy
Direct Marketing	Create Account		Annual reports
	Contact us		Financials
CRM	Market segment		News Event
	Downloads		Newsletter
	Customer service		Press release
	Links to other site		Disclaimer

Setelah didapat daftar komponen dari jurnal referensi, dilakukan observasi komponen konten dari website-website Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi selain ITS. Hasil dari penelusuran terhadap referensi terkait dan observasi website tersebut kemudian didiskusikan dalam *FGD (Focus Group Discussion)* kepada para Pendamping Inkubator Industri ITS, sehingga didapatlah atribut-atribut yang akan diolah pada tahap selanjutnya. Tabel 2 berikut merupakan daftar atribut hasil *FGD*.

Tabel 2 Daftar Atribut

No	Atribut (Komponen Konten Website)	No	Atribut (Komponen Konten Website)	No	Atribut (Komponen Konten Website)
1	Logo IB (Inkubator Bisnis)	28	Pencarian Peta	55	Bantuan
2	Lowongan Karir	29	Website Khusus Market Place Produk	56	Petunjuk
3	Pengantar	30	Profil Tenant	57	Pilih Bahasa
4	Profil	31	Hubungi Tenant/ Kontak	58	Penerjemahan
5	Sejarah	32	Banner Tenant	59	Polling
6	Visi Misi	33	Jenis Usaha	60	Posting Terbaru
7	Tujuan	34	Nama/Merk Produk	61	Posting Populer
8	Manfaat	35	Gambar Produk	62	Posting Terakhir
9	Mitra Kerja	36	Deskripsi Produk	63	Upcoming Event
10	Kerjasama	37	Variasi Produk	64	Link ke Youtube
11	Tim Kepakaran	38	Berat Produk	65	CSR
12	Divisi	39	Minimal Jumlah Pemesanan	66	Brosur
13	Kegiatan Inkubasi	40	Kualitas Produk	67	Info Promo Produk
14	Fasilitas Usaha	41	Harga Produk	68	Info Pengemasan
15	Tentang Inkubator Bisnis (IB)	42	Info Ready Stock	69	Galeri
16	Program IB	43	Lokasi Cabang	70	Image Slider
17	Petunjuk Teknis IB	44	Katalog Produk	71	Sitemap
18	Mitra Usaha	45	Kategori/Jenis Produk	72	Tautan ke Sosial Media
19	Agenda/ Rencana Kegiatan	46	Login Member	73	Statistik Kunjungan
20	Lokasi	47	Register (Buat akun)	74	Info Pengunjung Online
21	Slogan	48	Hubungi kami	75	Hak Cipta/Copyright
22	Artikel KUMKM	49	Daerah pemasaran	76	Terms & Conditions
23	Info KUR	50	Unduhan	77	Privacy Policy
24	Artikel Bisnis	51	Customer Service	78	Annual Report (Laporan Tahunan)
25	Pencapaian Prestasi	52	Link Web Lain	79	Info Finansial Tenant
26	Sertifikat	53	Frequently Asked Questions (FAQ)	80	Newsletter (Laporan Berkala)
27	Daftar Tenant	54	Tanya Jawab	81	Press release

- B. Penentuan Tingkat Kepentingan Atribut
Setelah didapatkan atribut maka dibuat kuisioner untuk mengetahui tingkat kepentingan atribut. Setelah tingkat kepentingan didapatkan dari penyebaran kuesioner, kemudian direkap. Berikut skala kepentingan atribut pada kuisioner:

Tabel 3 Skala Tingkat Kepentingan

Skala	Tingkat Kepentingan
1	Sangat tidak penting
2	Tidak Penting
3	Cukup Penting
4	Penting
5	Sangat penting

C. Uji Validitas dan Realibilitas

Uji validitas dan uji realibilitas dilakukan untuk menguji kevalidan dan kekonsistenan data hasil kuisioner tingkat kepentingan atribut di tahap sebelumnya. Tabel 3 berikut ditampilkan hasil uji validitas terhadap hasil penyebaran kuisioner:

Tabel 4 Uji Validitas

No	Atribut	Nilai Korelasi (r hitung)	r tabel (n: 30, α: 5%)	Selisih r hitung dan r tabel	VALID : r hitung >= r tabel
1	Logo IB (Inkubator Bisnis)	-0,064	0,361	-0,425	tidak valid
2	Lowongan Karir	0,369		0,008	valid
3	Pengantar	0,284		-0,077	tidak valid
4	Profil	0,145		-0,216	tidak valid
5	Sejarah	0,299		-0,062	tidak valid
6	Visi Misi	0,220		-0,141	tidak valid
7	Tujuan	0,510		0,149	valid
8	Manfaat	0,457		0,096	valid
9	Mitra Kerja	0,395		0,034	valid
10	Kerjasama	0,501		0,140	valid
11	Tim Kepakaran	0,386		0,025	valid
12	Divisi	0,404		0,043	valid
13	Kegiatan Inkubasi	0,434		0,073	valid
14	Fasilitas Usaha	0,437		0,076	valid
15	Tentang Inkubator Bisnis (IB)	0,388		0,027	valid
16	Program IB	0,344		-0,017	tidak valid
17	Petunjuk Teknis IB	0,565		0,204	valid
18	Mitra Usaha	0,470		0,109	valid
19	Agenda/ Rencana Kegiatan	0,382		0,021	valid
20	Lokasi	0,258		-0,103	tidak valid

Tabel 7. Daftar Respon Teknis

No	Atribut	Respon Teknis	No	Atribut	Respon Teknis
1	Lowongan Karir	Beranda	30	Info Ready Stock	Produk Tenant
2	Tujuan	Tentang Kami	31	Lokasi Cabang	Tenant
3	Manfaat	Tentang Kami	32	Katalog Produk	Produk Tenant
4	Mitra Kerja	Tentang Kami	33	Kategori/Jenis Produk	Produk Tenant
5	Kerjasama	Tentang Kami	34	Login Member	Beranda
6	Tim Kepakaran	Tentang Kami	35	Register (Buat akun)	Beranda
7	Kegiatan Inkubasi	Inkubator Bisnis	36	Hubungi kami	Kontak
8	Fasilitas Usaha	Inkubator Bisnis	37	Daerah pemasaran	Tenant
9	Tentang Inkubator Bisnis	Inkubator Bisnis	38	Unduhan	Beranda
10	Petunjuk Teknis IB	Inkubator Bisnis	39	Customer Service	Produk Tenant
11	Mitra Usaha	Inkubator Bisnis	40	Link Web Lain	Beranda
12	Agenda/ Rencana	Agenda	41	Penerjemahan	Beranda
13	Artikel KUMKM	Artikel Bisnis	42	Polling	Beranda
14	Info KUR	Beranda	43	Posting Terbaru	Beranda
15	Artikel Bisnis	Artikel Bisnis	44	Posting Populer	Beranda
16	Sertifikat	Tenant	45	Posting Terakhir	Beranda
17	Daftar Tenant	Tenant	46	Upcoming Event	Beranda
18	Profil Tenant	Tenant	47	Info Promo Produk	Produk Tenant
19	Hubungi Tenant/ Kontak	Tenant	48	Info Pengemasan	Produk Tenant
20	Banner Tenant	Produk Tenant	49	Galeri	Galeri
21	Jenis Usaha	Produk Tenant	50	Image Slider	Beranda
22	Nama/Merk Produk	Produk Tenant	51	Sitemap	Beranda
23	Gambar Produk	Produk Tenant	52	Tautan ke Sosial Media	Beranda
24	Deskripsi Produk	Produk Tenant	53	Statistik Kunjungan	Beranda
25	Variasi Produk	Produk Tenant	54	Info Pengunjung Online	Beranda
26	Berat Produk	Produk Tenant	55	Hak Cipta/Copyright	Beranda
27	Minimal Jumlah	Produk Tenant	56	Info Finansial Tenant	Tenant
28	Kualitas Produk	Produk Tenant	57	Newsletter (Laporan	Berita & Kegiatan
29	Harga Produk	Produk Tenant	58	Press release	Berita & Kegiatan

F. Matriks Interaksi

Setelah respon teknis dari atribut telah ditentukan di tahap sebelumnya, maka pada tahap ini dibuat matriks interaksi antara respon teknis dengan atribut. Pembobotan dilakukan dengan mengalikan RII dan tingkat interaksi sesuai dengan keterangan dibawah ini.

Keterangan:

(●): strong relation = 9 (□): medium relation = 3 (Δ): weak relation = 1

Hasil dari pembobotan tersebut dapat dilihat pada matriks interaksi di tabel 8 dan tabel 9 berikut ini:

Tabel 8 Matriks Interaksi

Hubungan:		Technical Requirements									
		Beranda (a)	Tentang Kami (b)	Inkubator Bisnis (c)	Agenda (d)	Galeri (e)	Artikel Bisnis (f)	Berita & Kegiatan (g)	Tenant (h)	Produk Tenant (i)	Kontak (j)
Customer Requirements	RII/ Customer Importances										
Lowongan Karir	3,20	● 28,8						● 29	● 29		
Tujuan	4,07		● 36,6	□ 12	□ 12				□ 12	□ 12	
Manfaat	4,13		● 37,2	□ 12							
Mitra Kerja	4,53		● 40,8		□ 14	□ 14			● 40,8	● 40,8	
Kerjasama	4,50		● 40,5		□ 14	□ 14			● 40,5	● 40,5	
Tim Kepakaran	3,93		● 35,4			Δ 3,9	Δ 3,9			□ 12	
Kegiatan inkubasi	4,10	□ 12,3		● 36,9	● 36,9	● 37		□ 12			□ 12,8
Fasilitas Usaha	4,00			● 36,0						□ 12	
Tentang Inkubator Bisnis (IB)	3,83		□ 12	● 34,5			● 34,5				□ 11,5
Petunjuk Teknis IB	3,97			● 35,7							
Mitra Usaha	4,40			● 39,6					● 39,6		
Agenda/ Rencana Kegiatan	4,07	□ 12,2			● 37	□ 12					□ 12,2
Artikel KUMKM	3,67						● 33				
Info KUR	3,73	● 34					Δ 3,7				
Artikel Bisnis	4,00		□ 12,0				● 36		● 36	● 36	
Sertifikat	3,73		□ 11,2					□ 11	● 34	● 34	
Daftar Tenant	4,37							□ 13	● 39	● 39	
Profil Tenant	4,33								● 39	● 39	
Hubungi Tenant/ Kontak	4,47								● 40	● 40	
Banner Tenant	4,07	□ 12							□ 12	● 37	
Jenis Usaha	4,27				□ 13				● 189	● 38	

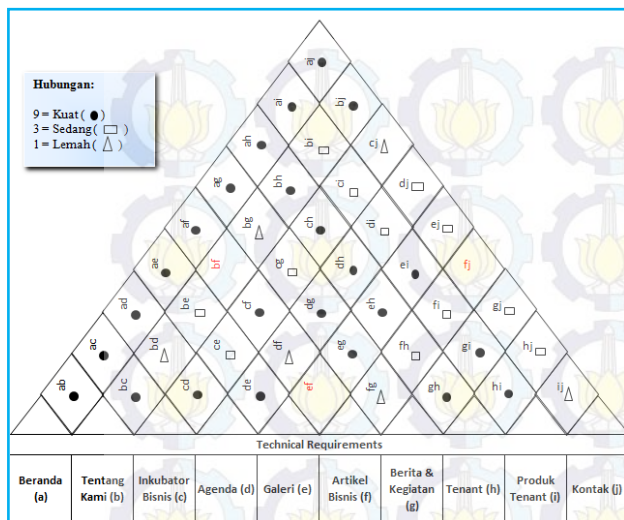
Tabel 9 Matriks Interaksi (Lanjutan)

Hubungan:		Technical Requirements									
		Beranda (a)	Tentang Kami (b)	Inkubator Bisnis (c)	Agenda (d)	Galeri (e)	Artikel Bisnis (f)	Berita & Kegiatan (g)	Tenant (h)	Produk Tenant (i)	Kontak (j)
Customer Requirements	RII/ Customer Importances										
Nama/Merk Produk	4,43	□ 13				□ 13			● 198	● 40	
Gambar Produk	4,47	□ 13				□ 13				● 40	
Deskripsi Produk	4,03									● 36	
Variasi Produk	4,00									● 36	
Berat Produk	3,10									● 28	
Minimal Jumlah Pemesanan	3,40									● 31	
Kualitas Produk	3,97									● 36	
Harga Produk	4,03									● 36	
Info Ready Stock	3,93									● 35	
Lokasi Cabang	3,97								● 36		
Katalog Produk	4,23									● 38	
Kategori/Jenis Produk	4,33								● 39	● 39	
Login Member	3,77	● 34								● 34	
Register (Buat akun)	3,73	● 34								● 34	
Hubungi kami	4,07										● 36,6
Daerah pemasaran	3,80								● 34		
Unduhan	3,80	● 34	□ 11		□ 11		□ 11		□ 11		
Customer Service	3,77									● 34	
Link Web Lain	3,33	● 30							□ 10		
Penerjemahan	3,07	● 28	● 28	● 28	● 28	● 28	● 28	● 28	● 28	● 28	27,6
Polling	3,23	● 29	● 29	● 29	□ 11	● 33	● 33	● 33	● 33	● 33	
Posting Terbaru	3,70	● 33				□ 11	● 33	● 33	● 33	● 33	
Posting Populer	3,47	● 31				□ 10	● 31	● 31	● 31	● 31	
Posting Terakhir	3,43	● 31				□ 10	● 31	● 31	● 31	● 31	
Upcoming Event	3,97	● 36	Δ 3,97	● 36		□ 12	● 36				
Info Promo Produk	4,33	● 39							● 39		
Info Pengemasan	3,90	□ 12								● 35	
Galeri	4,13		Δ 4,13	□ 12	● 37						
Image Slider	4,00	● 36		□ 12	□ 12		□ 12			● 36	
Sitemap	3,07	● 28	● 28	● 28	● 28	● 28	● 28	● 28	● 28	● 28	27,6
Tautan ke Sosial Media	4,13	● 37							● 37		
Statistik Kunjungan	3,43	● 31					□ 10			● 31	
Info Pengunjung Online	3,40	● 31									
Hak Cipta/Copyright	3,30	● 30									
Info Finansial Tenant	3,13								● 28	● 28	
Newsletter (Laporan Berkala)	3,77								● 34	● 34	
Press release	3,70		□ 11						● 33		
Row score		711,2	257,2	322,2	228,1	235,4	202,4	402,9	1048,5	1149,3	127,8
Priority (%)		15,18	5,49	6,88	4,87	5,03	4,32	8,60	22,38	24,53	2,73
Rank		3	6	5	8	7	9	4	2	1	10

Dari tabel 8 dan tabel 9, didapati bahwa respon teknis yang nilai *priority* (%) nya paling besar besar adalah respon teknis produk tenant dengan prosentase sebesar 24,53%. Dengan demikian respon teknis inilah yang paling penting dalam mewujudkan atribut-atribut terkait untuk perancangan rekomendasi komponen konten Inkubator Industri ITS.

G.Matriks HOQ

Setelah dibuat matriks interaksi antar respon teknis dengan atribut pada tahap sebelumnya, pada tahap ini dibuat interaksi antar respon teknis itu sendiri. Kemudian hasilnya dibuat dalam bentuk matriks *House of Quality (HOQ)*, seperti dapat dilihat pada gambar 3 berikut ini:



Gambar 3 Matriks HOQ (House of Quality)

H. Visualisasi Rekomendasi Komponen Konten

Setelah didapat daftar atribut berupa komponen konten dan pengelompokannya kedalam respon teknis berupa halaman pada *website*, kemudian dibuat visualisasinya. Gambar 4 berikut merupakan visualisasi dari *homepage website* Inkubator Industri ITS:



Gambar 4 Visualisasi Rancangan Rekomendasi Perbaikan Website Inkubator Industri ITS

III. SIMPULAN/RINGKASAN

Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut. Pertama, didapat *Voice of Customer* (VOC) berupa atribut yang berjumlah 58 atribut yang diidentifikasi berdasar kategori pada strategi *Marketing Communication Mix*. Kedua, didapat 10 (sepuluh) respon teknis berbasis konten yang berupa *page* (halaman) pada *website*. Dimana masing-masing respon teknis tersebut merupakan perwujudan dari atribut yang telah didefinisikan dan diolah. 10 respon teknis tersebut yaitu sebagai berikut: beranda, tentang kami, inkubator bisnis, agenda, galeri, artikel bisnis, berita dan kegiatan, tenant, produk tenant, dan kontak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis (Sarah) mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih juga kepada Papa Gempa Priyana dan Mama Betty Nurbaeti dan Muslimah yang senantiasa mendoakan, memotivasi, dan mendukung penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Yudha Prasetyawan, S.T., M.Eng selaku dosen pembimbing serta Bu Elly, Pak Imam, Pak Firman, dan Bu Wiba dan selaku pengelola dan pembimbing inkubator yang telah memberikan bimbingan, saran, dan nasihat untuk penelitian ini. Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, atas bantuan dan dukungannya dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Cohen, Lou, (1995), *Quality function Deployment How to make QFD Work For You*, Addison Wesley Publishing Company, New York.
- [3] Kotler, P. and Armstrong, G. (2012), *Principles of Marketing*, Pearson Prentice Hall, New Jersey, United States of America.
- [3] Land, Paula. (2011), *The Qualitative Content Audit*, Entry from Paula, L. <http://www.content-insight.com>.
- [4] Hassan, Dr. Masood Ul, et al., (2012), "Content Analysis of KSE Pakistan 100 Index Companies Website: A Marketing Perspective", *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 2, No. 10, Hal. 2222-6990.