

Perancangan Profil Perusahaan Berbasis Website Sebagai Media Promosi Di Pt Data Bina Komunikasi

Eryc¹, Handra Dermawan²
Universitas Internasional Batam
email: eryc@uib.edu, 2031006.handra@uib.edu

Abstrak

Saat ini teknologi informasi sudah banyak diadopsi oleh organisasi maupun bisnis, teknologi informasi dipercaya dapat membantu meningkatkan efisiensi proses atau kegiatan untuk mencapai suatu visi dan misi. Pada zaman sekarang ini dengan perkembangan teknologi yang pesat, dunia digital dan internet berimbas pada dunia pemasaran. Prospek pemasaran digital memungkinkan para calon pelanggan mendapatkan segala informasi mengenai produk dan jasa melalui internet. Dengan adanya pemasaran secara digital, suatu bisnis dapat memperluas cakupan pasarnya. PT Data Bina Komunikasi sampai saat ini masih menjalankan bisnis dengan hanya menyediakan toko fisik dan pemasaran langsung. Maka dari itu, PT Data Bina Komunikasi sangat membutuhkan media promosi yang disalurkan melalui media digital untuk menjangkau pasar yang lebih jauh dan lebih luas lagi dari hanya sekedar toko fisik dan kenalan langganan. Salah satu contoh pemasaran digital yang dapat kita terapkan adalah dengan adanya *website company profile*. Proses pengumpulan data ini bertujuan untuk mengetahui bentuk luaran dan target yang diinginkan mitra, dan untuk mendapatkan informasi mitra secara detail. Penulis menggunakan metode *Software Development Life Cycle* (SDLC) Waterfall dalam pengerjaan proyek ini. Media promosi website yang telah diimplementasikan memberikan dampak antara lain pelanggan mitra dapat mengakses dan mendapatkan informasi yang lebih detail mengenai perusahaan beserta jasa dan produk yang mitra berikan.

Kata Kunci: teknologi informasi, pemasaran digital, profil perusahaan

Abstract

Currently information technology has been widely adopted by organizations and businesses, information technology is believed to be able to help improve the efficiency of processes or activities to achieve a vision and mission. In this day with the rapid development of technology, the digital world and the internet have an impact on the world of marketing. The prospect of digital marketing allows potential customers to get all information about products and services via the internet. With digital marketing, a business can expand its market coverage. PT Data Bina Komunikasi is still running a business by only providing physical stores and direct marketing. Therefore, PT Data Bina Komunikasi really needs promotional media channeled through digital media to reach a market that is further than just physical stores and regular acquaintances. One example of digital marketing that we can apply is a company profile website. This data collection process aims to find out the outputs and targets desired by partners, and to obtain detailed partner information. The author uses the Software Development Life Cycle (SDLC) Waterfall method in working on this project. The website promotion media that has been implemented has an impact, including partner customers can

access and get more detailed information about the company and the services and products that partners provide.

Keywords: *information technology, digital marketing, company profile*

Pendahuluan

PT Data Bina Komunikasi merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi yang berada di kota Batam. PT Data Bina Komunikasi telah didirikan sejak tahun 2009. PT Data Bina Komunikasi berlokasi di komplek ruko Greenland Blok F1 Nomor 03, Batam Center. PT Data Bina Komunikasi memberikan jasa dan solusi dari ujung ke ujung setiap masalah dari pelanggan. PT Data Bina Komunikasi juga menjadi pusat pembelian, perbaikan, dan pemeliharaan perangkat keras dan aplikasi teknologi informasi, jaringan dan komputer secara bersamaan. Beberapa contoh layanan yang diberikan PT Data Bina Komunikasi antara lain membangun sistem komputasi, perbaikan server, perbaikan dan pemeliharaan perangkat keras.

Saat ini teknologi informasi banyak diadopsi oleh hampir seluruh organisasi maupun bisnis, teknologi informasi dipercaya dapat membantu meningkatkan efisiensi proses atau kegiatan untuk mencapai suatu visi dan misi mereka (Rini & Arini, 2019). PT Data Bina Komunikasi sampai saat ini masih menjalankan bisnis dengan hanya menyediakan toko fisik dan pemasaran langsung. Maka itu penulis mengajukan solusi untuk membantu memperluas jangkauan pasar PT Data Bina Komunikasi melalui pemasaran digital dengan *company profile website*. *Website* promosi merupakan suatu kegiatan memasarkan barang atau jasa menggunakan teknologi aplikasi perangkat lunak agar lebih mudah diakses oleh para pelanggan. Tujuan perancangan *company profile website* selain menjangkau pasar-pasar yang lebih luas, juga mempermudah calon pelanggan untuk mengenal lebih lanjut mengenai produk ataupun jasa yang disediakan. Dengan visual yang menarik

dan strategi yang tepat, platform ini menjadi pintu gerbang bagi kesempatan tak terbatas untuk terhubung dengan audiens, membangun komunitas setia, dan mengubah pengikut menjadi pelanggan setia (Eryc, 2023). Media yang digunakan dalam menyalurkan suatu produk sangat penting dalam kalangan suatu bisnis (Eryc, 2022).

Masalah

Dikarenakan PT Data Bina Komunikasi hanya menggunakan pemasaran langsung melalui toko fisiknya, penulis mengajukan solusi kepada PT Data Bina Komunikasi berupa perancangan *company profile website* sebagai media pemasaran digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas dari sebelumnya. Karena Prospek pemasaran digital memungkinkan para calon pelanggan mendapatkan segala informasi mengenai produk dan jasa melalui internet (Yacub & Mustajab, 2020).

Company profile website merupakan sebuah situs yang berisi informasi lengkap tentang suatu perusahaan serta dilengkapi dengan produk dan jasa yang ditawarkan sehingga calon pelanggan tidak perlu datang langsung ke tempatnya (Hendri & Haeruddin, 2021). Sehingga *company profile website* merupakan salah satu media yang paling cocok digunakan dalam pemasaran secara digital. Dengan mengoptimalkan efisiensi operasional dan memberikan data yang akurat untuk pengambilan keputusan, sistem informasi dapat menjadi aset berharga yang mendorong kesuksesan dan pertumbuhan perusahaan (Eryc & Cindy, 2023).

Metode

Kegiatan perancangan *company profile website* ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui wawancara dengan pihak PT Data Bina Komunikasi. Menggunakan metode *Software Development Live Cycle (SDLC)*. SDLC adalah tahapan-tahapan pekerjaan yang dilakukan oleh analis sistem dan programmer dalam membangun sistem informasi dan metode dalam mengembangkan sistem tersebut (Mallisza et al., 2022).

Tahapan yang dilaksanakan penulis antara lain:

1) *Requirement Analysis*

Penulis melakukan wawancara dengan mitra untuk mengetahui kebutuhan yang diinginkan oleh mitra. Informasi yang diperoleh akan diolah dan dianalisa sehingga didapatkan informasi yang detail mengenai kebutuhan mitra.

2) *Design*

Informasi yang diolah akan diimplementasikan pada desain pengembangan untuk membantu memberikan gambaran mengenai apa yang harus dikerjakan.

3) *Implementation*

Dilakukan pemograman dari desain yang telah diimplenetasikan. implementasi merupakan suatu proses penerapan ide, konsep, kebijakan atau inovasi dalam suatu tindakan praktis sehingga memberikan dampak baik berupa perubahan pengetahuan, keterampilan maupun nilai dan sikap (Magdalena et al., 2021).

4) *Testing*

Setelah selesai pemograman, akan dilakukan uji coba terlebih dahulu untuk mencari *bug* ataupun kesalahan dalam tahap koding.

5) *Maintenance*

Pemeliharaan sistem atau website yang telah dirancang dapat berjalan dengan lancar dan mulus. Pemeliharaan

memungkinkan melakukan perbaikan atas kesalahan yang tidak terdeteksi.

Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, penulis akan merancang sebuah *company profile website* sebagai media promosi digital untuk kebutuhan PT Data Bina Komunikasi dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Luaran yang dirancang diharapkan dapat membantu mitra dalam mencapai keinginan jangkauan pasar yang diinginkan. Hasil dari proyek ini diharapkan dapat membantu PT. Data Bina Komunikasi untuk mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan melalui media sosial.

Penulis memperoleh informasi dengan melakukan wawancara dengan pihak PT Data Bina Komunikasi mengenai informasi yang diperlukan penulis dan masukan dari mitra untuk menjalankan proyek perancangan *company profile website* ini. Setelah mendapatkan semua informasi yang dibutuhkan, maka informasi tersebut akan diolah dan diimplementasikan pada desain pengembangan yang nantinya akan membantu memberikan gambaran mengenai apa yang selanjutnya akan dikerjakan penulis dalam merancang website.



Gambar 1.1 Proses Perancangan Website

perancangan website dilaksanakan dengan menggunakan perangkat keras berupa laptop beserta perangkat lunak berupa *Visual Studio Code* dengan

menggunakan bahasa pemrograman HTML dan CSS. Adapun beberapa aset berupa logo perusahaan dan informasi detail mengenai perusahaan. Setelah website berhasil dirancang, dilakukan uji coba pada website tersebut apakah terdapat *bug* atau kesalahan dalam proses koding dan apakah sudah memenuhi keinginan mitra dan penulis. Kemudian dilakukan hosting website pada situs Hostinger dan Niagahoster dengan tujuan supaya website yang dirancang dapat diakses semua pelanggan maupun calon pelanggan melalui internet. Kemudian penulis bersama pihak PT Data Bina Komunikasi melakukan uji coba terakhir pada website yang berhasil dirancang apakah bisa diakses dan digunakan dengan sempurna. Pihak PT Data Bina Komunikasi memberikan penilaian yang positif dan puas dengan hasil proyek perancangan *company profile website*. Berikut merupakan hasil rancangan *company profile website*:



Gambar 1.2 Halaman profil perusahaan



Gambar 1.3 Halaman Profil Perusahaan

Dengan kemampuan untuk menjangkau audiens global, website menjadi salah satu

faktor pemasaran yang tidak tergantikan dalam membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan mencapai kesuksesan bisnis yang berkelanjutan (Eryc, 2022).

Simpulan

Dengan hasil perancangan *company profile website* yang berisi profil perusahaan, produk dan jasa yang diberikan, PT Data Bina Komunikasi semakin dikenal oleh orang-orang dan hasil penjualan mulai merasakan sedikit peningkatan karena pelanggan bisa memperoleh informasi yang detail mengenai perusahaan, jasa maupun produk yang ditawarkan. Merancang sistem informasi yang terintegrasi dengan desain website yang menarik, memberikan pengalaman pengguna yang optimal (Eryc & Chris, 2022).

Daftar Pustaka

- Eryc, & Cindy. (2023). Adoption of Eco-Innovation and Digitalization Influence on the Business Performance of UMKM in Batam City. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 14(1), 67–77.
<https://doi.org/https://doi.org/10.51903/jtik.p.v14i1.468>
- Eryc, E. (2022). Systematic Literature Review of Critical Success Factors in Online Advertising. *Journal of Informatics and Telecommunication Engineering*, 5(2), 551–561.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31289/jite.v5i2.6204>
- Eryc, E. (2023). Analisa Pemanfaatan Instagram Dalam Mempengaruhi Motivasi Dan Intensi Green Consumption. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer Fakultas Ilmu Komputer Universitas Al Asyariah Mandar*, 9(1), 67–76.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35329/jiik.v9i2.264>

Eryc, E., & Chris, C. (2022). Perancangan dan Implementasi Website di Sekolah SMA Cerdas Mulia Menggunakan sistem CMS berbasis Wordpress. *National Conference for Community Service ...*, 4(1), 1267–1271.

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.37253/nacospro.v4i1.7112>

Hendri, & Haeruddin. (2021). Perancangan Website Company Profile Dan Penjualan Minimarket Best One. *Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 3(1), 1127–1131.

<http://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro%0A%7C>

Magdalena, I., Salsabila, A., Krianasari, D. A., & Apsarini, S. F. (2021). Implementasi Model Pembelajaran Daring pada Masa Pandemi Covid di Kelas III SDN Sindangsari III. *Jurnal Pendidikan Dan Dakwah*, 3(1), 119–128.

<https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/pandawa>

Mallisza, D., Hadi, H. S., & Aulia, A. T. (2022). Implementasi Model Waterfall Dalam Perancangan Sistem Surat Perintah Perjalanan Dinas Berbasis Website Dengan Metode SDLC. *Jurnal Teknik, Komputer, Agroteknologi Dan Sains*, 1(1), 24–35.

<https://doi.org/10.56248/marostek.v1i1.9>

Rini, E. S., & Arini, N. W. S. (2019). Pemanfaatan teknologi informasi sebagai media promosi produk hasil kerajinan Dynler (Dainy Leather). *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah ...*, 2(1), 118–123.

<http://widyabhakti.stikom-bali.ac.id/index.php/widyabhakti/article/download/143/84>

Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce. *Jurnal MANAJERIAL*, 19(2), 198–209.

<https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.24275>