

Perancangan dan Pengembangan Company Profile Berbasis Web Pada Toko Byzen

Diny Anggriani Adnas¹, Jennifer Chandrinova²

diny.anggriani@uib.ac.id¹, 1831108.jennifer@uib.edu²

¹Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

²Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

Abstract

Broadly speaking, company profile is a general description of a company that aims to provide a number of detailed information about the company's existence. Therefore, the company profile is considered to be able to increase customer awareness and attract attention. Toko Byzen is a business that sells a variety of kitchen utensils from the Tupperware brands that has been running for about 10 years. However, the media for conveying information about the shop is still in a traditional form such as print media and the information presented there is less detailed. Therefore, it is necessary to design a web-based company profile in order to improve the service of the store. The methodology applied in this research is *waterfall method* that aims to solve practical problems of the modern world. The final result of the research is in the form of a Web Company Profile that can be used as an asset or image of the store.

Keywords:

Website, Company Profile, UMKM, Design, Web Based

Abstrak

Secara luas, *company profile* adalah gambaran umum mengenai perusahaan yang bertujuan untuk memberikan sejumlah informasi terperinci mengenai keberadaan perusahaan tersebut. Dengan demikian, *company profile* dianggap dapat meningkatkan *awareness* pelanggan serta menarik perhatian. Toko Byzen merupakan sebuah usaha yang menjual beragam peralatan dapur dari *brand* Tupperware yang sudah selama 10 tahun beroperasi untuk memasarkan produknya. Namun, media penyampaian informasi tentang toko tersebut masih dalam bentuk tradisional seperti media cetak dan juga informasi yang disajikan didalamnya kurang terperinci. Oleh karena itu, diperlukan rancangan desain sebuah *company profile* berbasis *web* guna meningkatkan layanan Toko tersebut. Metodologi penelitian yang diterapkan adalah metode *waterfall* penelitian yang bertujuan untuk memecahkan masalah praktis dunia modern. *Web Company Profile* merupakan hasil akhir dari penelitian ini yang dapat dijadikan sebagai asset, image, ataupun citra dari Toko tersebut.

Kata Kunci:

Website, Company Profile, UMKM, Desain, Berbasis Web

Pendahuluan

Media promosi merupakan sebuah sarana bagi perusahaan dan para pebisnis yang berguna untuk memasarkan produk dan jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan itu dengan tujuan agar dapat lebih

dikenali oleh masyarakat. Media untuk berpromosi juga kian semakin luas dengan seiring berkembangnya zaman. Perusahaan-perusahaan pun saling bersaing untuk menonjolkan citra dan khas masing-masing perusahaan.

Menurut (Maimunah, 2013) *company profile* adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu image atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerjasama dengan relasi perusahaan, lembaga dan instansi yang terkait lainnya. Kata *company* sendiri dapat diartikan sebagai perusahaan, firma, persekutuan, maskapai, kompi, perseroan, dan rombongan. Sedangkan kata *profile* dapat diartikan juga sebagai riwayat, tampang, dan penampang.

Dapat disimpulkan dari pernyataan tersebut bahwa *company profile* adalah sebuah jati diri dari sebuah perusahaan atau gambaran umum. Umumnya *company profile* cenderung memuat konten yang menonjolkan keunggulan perusahaan tersebut dengan tujuan dapat menarik orang lain untuk melihatnya. *Company profile* dapat diterapkan ke dalam berbagai media seperti media cetak, *website*, video dan aplikasi.

Manfaat dan peran sebuah *company profile* dalam suatu perusahaan cukup penting karena didalamnya dipaparkan visi-misi perusahaan dan juga citra dari profesionalitas perusahaan yang menjadi daya tarik yang ditawarkan kepada konsumen. Dengan media itu juga dapat dijadikan sarana presentasi untuk mempersingkat pertemuan sehingga konsumen tidak perlu berkunjung dan bertanya langsung.

Dalam presentasinya, terdapat beberapa unsur yang harus diperhatikan dalam sebuah *company profile* yaitu unsur visual dan unsur desain. Unsur visual adalah tentang teks dan gambar apa saja yang pantas untuk dipajang dan disampaikan kepada pembaca sedangkan unsur desain adalah unsur pendukung mengenai bagaimana tata letak, *layout* dan penataan yang menarik sehingga dapat memikat konsumen yang membacanya. Desain yang terlalu monoton akan menurunkan minat baca konsumen karena tidak adanya kesan yang diperoleh setelah mendapatkan informasi dari media tersebut sehingga *company profile* harus didesain dan disusun sebaik mungkin isi dan kontennya.

Dari penjelasan mengenai *company profile* diatas, penyampaian, penyebaran dan presentasi informasi sebuah perusahaan dapat dituangkan kedalam sebuah *website*. Penggunaan media berbasis *web* memungkinkan pembaca memperoleh informasi dengan hanya mengunjungi *website* perusahaan untuk mencari tahu dan memperoleh informasi.

Pada umumnya, *company profile* dengan media berbasis *web* adalah jenis yang paling sering dipakai oleh sebuah perusahaan untuk menyampaikan informasinya. Media ini dianggap mudah dan praktis. Hanya dengan membutuhkan *devices* dan jaringan internet, pembaca sudah dapat memperoleh informasi yang jelas dan lengkap. *Company profile* dengan jenis ini mengedepankan tulisan, gambar dan tata letak yang menarik.

Berdasarkan latar belakang diatas, guna meningkatkan pelayanan toko, penulis akan memberikan solusi dan bantuan dalam bentuk kegiatan PKM berjudul "Perancangan dan Pengembangan *Company Profile* Berbasis Web pada Toko Byzen".

Tinjauan Pustaka

Penelitian yang dilakukan oleh (Bagir, 2017), mengenai perancangan sebuah *website company profile* pada Newton Vintage Store Surabaya bertujuan untuk memasarkan produk dan jasa secara cepat dan tepat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian *waterfall* dan menghasilkan sebuah *website* yang didalamnya terdapat informasi akurat seperti informasi tentang produk, sejarah perusahaan, serta visi dan misi perusahaan.

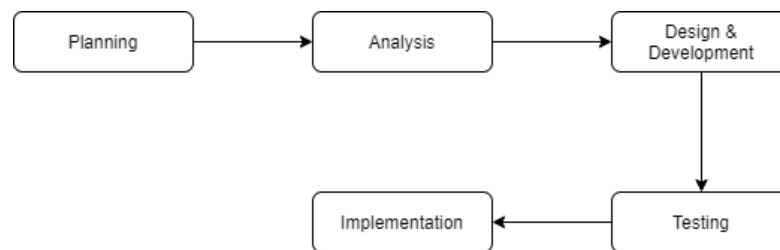
Selanjutnya, penelitian oleh (Herman & Janah, 2020), tentang perancangan *company profile* E-Life Solutions berbasis *web* sebagai *corperate branding* bertujuan untuk mengatasi masalah *branding* ELS yang masih belum terstruktur, *website* yang tidak diperbaharui isinya secara teratur, kaku dan kurang menarik. *Website* dirancang dengan menggunakan *CSS Framework*, *HyperText Markup Language (HTML)*, *mySQL*, dan *PHP* dengan menggunakan metode *Website Development Life Cycle (WDLC)*. *Website* yang dirancang memiliki fitur

home, about us, our business, our experiences, news, dan contact us serta fitur tambahan seperti *banner* dan *feedback form*.

Penelitian oleh (Ardiansah, 2018), adalah tentang rancangan *company profile ESS (Employee Self Service)* dan *CSS (Customer Self Service)* PT. Dewasutrae berbasis web. Penelitian ini menggunakan bahasa pemrograman *ruby on rails* dan metode yang digunakan adalah metode *waterfall*. Media promosi yang sebelumnya diterapkan oleh perusahaan adalah berbasis *printing* profil seperti brosur, pamflet dan surat kabar, namun media ini dianggap memerlukan biaya dan waktu yang lebih banyak sehingga tujuan dari penelitian ini adalah agar dapat memecahkan masalah yang ditemukan serta menghasilkan sarana media promosi untuk memasarkan perusahaan serta produk-produknya yang dapat menjangkau pasar internasional.

Metode

Metode yang diterapkan untuk melakukan perancangan website pada penelitian ini adalah metode *waterfall*. Dikarenakan metode *waterfall* menggunakan pendekatan secara sistematis dan dilakukan secara beruntun seperti gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Metode *waterfall*

Berikut tahapan pengembangan sistem dengan metode *waterfall*:

a. *Planning*

Tahap ini menentukan ide dan konsep dalam perancangan *web company profile* pada Toko Byzen. Seperti apa saja yang akan dipaparkan dan dituangkan kedalam *web* untuk disampaikan.

b. *Analysis*

Pada tahap ini, dibutuhkan informasi sebanyak-banyaknya sehingga perlu dilakukan penggalian informasi yang akan dituangkan sehingga akan tercipta sebuah *website company profile* dengan isi konten yang detail seperti yang diinginkan pemilik toko.

c. *Design & Development*

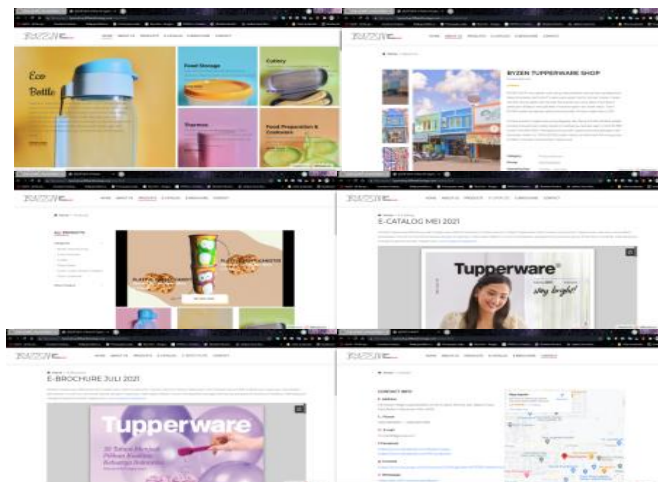
Tahap ini adalah proses pembuatan interface. Pada tahap ini akan dilakukan diskusi antara dua belah pihak yang membahas tentang bagaimana *web* yang diinginkan klien sebagai *store owner*. Diskusi ini juga membahas tentang penentuan rancangan final desain dari *web company profile* tersebut.

d. *Testing*

Pada tahap ini, memastikan apakah sudah berjalan sesuai keinginan, apakah interface sudah sesuai, apakah konten yang dipaparkan sudah lengkap dan jelas dan apakah sistem bisa digunakan dengan mudah. Sehingga dari sini bisa dievaluasi apa yang perlu di ubah.

e. Implementation

Dalam tahap ini, *website* akan diaktifkan dan akan dilakukan pengujian sistem. Klien sebagai *store owner* sudah dapat menggunakan dan mengoperasikan *web* pada keadaan yang sebenarnya. Dalam tahap pemeliharannya, informasi didalam *website* harus selalu di diperbarui agar selalu *up-to-date*.



Gambar 2. Tampilan *website company profile* Toko Byzen

Pembahasan

a. Pelaksana/implementasi

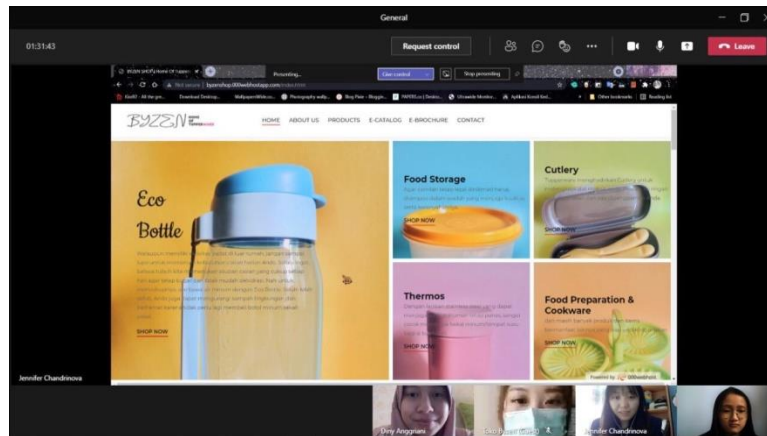
Dalam proses implementasinya, pemilik dan karyawan sudah mengerti tentang bagaimana cara mengakses *website* yang telah dirancang. Pemilik dan karyawan dari toko sudah mulai beradaptasi dalam penggunaan platform pelayanan baru berupa *website*. Oleh karena itu, dalam tahap pemeliharannya, informasi didalam *website* harus selalu di diperbarui agar selalu *up-to-date*. Perancangan *web company profile* ini dianggap bisa perlahan mengubah dan meningkatkan pelayanan pada toko kepada konsumen. *Website* tersebut disebar dan dipajang pada beberapa platform media sosial seperti *fanpage* facebook, instagram pribadi dari pemilik toko dan karyawan.

b. Luaran yang dicapai

Luaran dari kegiatan yang dicapai selama menjalankan kegiatan PKM ini adalah pemberian sebuah *website company profile* yang didalamnya membuat informasi-informasi detail tentang toko, produk yang dijual lengkap beserta gambar dan nama produk, buku katalog *online* yang dapat diakses pengguna secara gratis.

c. Keunggulan dan kelemahan

Keunggulan pada *web company profile* ini adalah lebih cepat dan efisien untuk digunakan oleh pemilik toko. Jika sebelumnya pemilik toko harus mencetak kartu nama, dengan menggunakan *company profile* berbasis *web*, pemilik tidak perlu lagi mengeluarkan biaya dan waktu untuk mencetak kartu nama tersebut. Selain itu, informasi yang disajikan didalam *website* tentunya lebih lengkap dan rinci daripada informasi yang disajikan didalam kartu nama karena keterbatasan tempat. Dengan menggunakan *company profile* berbasis *website* pelanggan dapat memperoleh informasi secara langsung tanpa perlu mendatangi toko terlebih dahulu. *Web* ini juga di *install* didalam *web-hosting* sehingga klien dapat mengaksesnya dimana dan kapan saja. Kelemahan *website company profile* tersebut adalah membutuhkan *mobile* dan koneksi internet untuk dapat mengaksesnya.



Gambar 3. Foto Implementasi

Simpulan

Berdasarkan hasil kerja praktek yang telah dilakukan, penulis dapat menyimpulkan bahwa perancangan *web company profile* untuk Toko Byzen sangat membantu kegiatan promosi dan pengenalan Toko Byzen kepada pembeli. Selain itu, perancangan *web company profile* juga berhasil meningkatkan layanan Toko Byzen dan dianggap lebih efisien dalam memberikan informasi.

Perubahan media promosi dari *printing profile* menjadi *web company profile* juga menjadikan proses promosi toko dan produk-produk toko menjadi lebih mudah dan efisien serta waktu dan biaya yang dikeluarkan lebih sedikit. Dengan adanya *company profile* berbasis *web* ini, Toko Byzen kini mempunyai sebuah citra perusahaan tersendiri.

Daftar Pustaka

- Akbar, G., & Tjendrowaseno, T. I. (2015). Website Profil Sekolah Sebagai Media Informasi Dan Promosi. *IJNS - Indonesian Journal on Networking and Security*, 4(1), 37–41.
- Al, Y., & Mandiri, F. (n.d.). *Proposal Rancang Bangun Web Company Profile pada*. 1–40.
- Ardiansah, E. A. (2018). Company Profile Kombinasi Ess (Employee Self Service) Dan Css (Customer Self Service) Pt . Dewasutratex Berbasis Web Menggunakan Ruby on Rails Dengan Metode Waterfall. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi /ISSN*, IX(1), 8.
- Bagir, M. (2017). *Rancang Bangun Website Company Profile Pada Newton Vintage Store Surabaya*.
- Dede Firmansyah, H. K. W. A. I. K. (2020). Penerapan Metode Waterfall Dalam Perancangan Sistem Informasi Penggajian Pada Smk Bina Karya Karawang. *Jurnal Interkom*, 14(4), 13–23. <https://doi.org/10.35969/interkom.v14i4.56>
- ERKADIA, D. (2018). Rancang Bangun Website Company Profile Pada Pt . Parahyangan Dwi Karya. *Palcomtech, Politeknik*.
- Hartanto, A., Purnama, baambang eka, & Wardati, indah uly. (2014). *PEMBANGUNAN WEB PROFILE PADA COMMANDITAIRE VENNONTSCHAP (CV) IMPRESSO Agus Hartanto, Baambang Eka Purnama, Indah Uly Wardati. Cv*, 1–9.
- Herman, N., & Janah, N. Z. (2020). Rancang Bangun Company Profile E-Life Solutions Plt Berbasis Web Sebagai Corporate Branding. *Journal of Applied Multimedia and Networking*, 4(2), 16–26. <https://doi.org/10.30871/jamn.v4i2.2206>
- Maimunah, N. (2013). *PERANCANGAN DAN PEMBUATAN WEBSITE COMPANY PROFILE UNTUK STUDIO FOTO AMIGOS PHOTOGRAPHY DI YOGYAKARTA*.
- Surya, G. G., Unggul, U. E., Utara, J. A., Tomang, T., & Jeruk, K. (n.d.). *Perancangan Media Promosi*

Usaha Kecil Menengah Pada BILQIS WATERSPORT DI PULAU UNTUNG JAWA.

W, H. P. (2020). *Perancangan Desain Website Company Profile Di Jakarta Menggunakan Creaa (Pt . Satu Resolusi Optima).*