

ANALISIS PERANCANGAN DAN PEMBUATAN *COMPANY PROFILE* BERBASIS WEBSITE PADA PT. SUCOFINDO SEMARANG SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI

Pajar Hidayat¹⁾ Ir. Agung Handayanto²⁾

Program Studi Teknik Informatika – S1, Fakultas Teknik
Dan Informatika, Universitas PGRI Semarang

URL : <https://www.upgris.ac.id/>

Email : fajar.h1797@gmail.com

Abstrak - Di Era modern saat ini, arus informasi sangat cepat menyebar dengan cepat ke seluruh dunia. Informasi menyebar melalui berbagai media dan dalam berbagai bentuk. Era sebelumnya, banyak perusahaan menggunakan pencetakan profil perusahaan seperti brosur, pamflet dan koran. Tetapi kelemahan dari semua itu sendiri sangat memakan banyak biaya dan butuh waktu dari produksi untuk distribusi seperti brosur kepada pelanggan. Solusinya adalah membuat profil perusahaan berbasis web. Profil perusahaan adalah aset suatu institusi atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan informasi atau citra perusahaan dalam menjalin hubungan kerja sama dengan perusahaan lain, lembaga, pelanggan dan berbagai aset lainnya. Penelitian yang dilakukan di PT Sucofindo Semarang digunakan agar konsumen tahu mengenai CV PT Sucofindo Semarang dan dapat menjadi sarana informasi dan komunikasi yang lebih baik. Perangkat lunak yang digunakan antara lain sistem operasi Microsoft Windows, program database MySQL, bahasa pemrograman PHP, pembuatan program menggunakan Sublime Text dan Apache Web Server. Metode penelitian yang digunakan adalah observasi, wawancara, analisis dan implementasi company profile berbasis web. Diharapkan company profile berbasis web dapat dibuat lebih inovatif dan memudahkan jangkauan pasar.

Kata kunci: *Company Profile, Web, PHP, Pelanggan*

Abstract - In today's modern era, the flow of information is very fast spreading throughout the world. Information spreads through various media and in various forms. In the previous era, many companies used company profile printing such as brochures, pamphlets and newspapers. But the weakness of all that is very costly and takes time from production for distribution such as brochures to customers. The solution is to create a web-based company profile. Company profile is an asset of an institution or company that can be used to improve company information or image in establishing cooperative relationships with other companies, institutions, customers and various other assets. Research conducted at PT Sucofindo Semarang is used so that consumers know about CV PT Sucofindo Semarang and can become better means of information and communication. The software used includes Microsoft Windows operating system, MySQL database program, PHP programming language, making programs using Sublime Text and Apache Web Server. The research method used is observation, interviews, analysis and implementation of a web-based company profile. It is hoped that a web-based company profile can be made more innovative and facilitate market reach.

Keywords: *Company Profile, Web, PHP, Customers*

I. Pendahuluan

Arus informasi di era modern ini sangatlah cepat menyebar ke segala penjuru dunia. Informasi menyebar melalui media yang bermacam-macam dan dalam bentuk yang berbeda-beda. Secara umum bentuk informasi bisa berupa gambar, suara, maupun video. Salah satu media penyebaran informasi yang sangat cepat yaitu internet. Informasi disampaikan melalui sebuah portal yang disebut dengan website. Website adalah sebuah portal yang bisa diakses melalui internet dari mana saja dan kapan saja. Hampir setiap instansi atau lembaga diseluruh dunia sudah mempunyai website sebagai sarana komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan[1].

PT Superintending Company of Indonesia (Persero), atau lebih populer disingkat SUCOFINDO, adalah sebuah BUMN Indonesia yang bergerak dalam bidang pemeriksaan, pengawasan, pengujian, dan pengkajian. Berawal dari perkembangan kegiatan perdagangan terutama terhadap komoditi pertanian, kelancaran arus barang dan pengamanan devisa Negara dalam perdagangan ekspor-impor, kemudian melalui kreatifitas, SUCOFINDO melakukan inovasi jasa-jasa baru pada basis kompetensinya seiring dengan perkembangan kebutuhan dunia usaha. Dalam proses pemasaran produk dan pelayanan informasi, PT Sucofindo Semarang masih mengandalkan informasi yang berada disektor pusat dan terkadang masih menggunakan cara lama yaitu dengan menyebar brosur, undangan, maupun pengumuman. Seiring berkembangnya teknologi informasi, hal ini tentu saja menjadi kurang efektif karena teknologi informasi sudah banyak dimanfaatkan oleh distributor lain untuk mendukung proses bisnisnya[7].

Pada era ini sangat perlu dipertimbangkan dalam pemanfaatan dan pengembangan teknologi informasi yaitu internet, untuk melakukan kegiatan proses bisnis. Salah satu keuntungan dari penggunaan internet adalah memberikan cakupan pasar yang tidak lagi dibatasi oleh jarak, waktu, dan ruang, tetapi sudah bersifat global dengan cakupan lokal, nasional bahkan internasional. Oleh karena itu, untuk dapat mengikuti pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam memenuhi harapan PT. Sucofindo Semarang. Penulis membangun sebuah website company profile untuk PT. Sucofindo Semarang dengan judul “Analisis Perancangan dan Pembuatan Company Profile Berbasis Website sebagai Media Promosi dan Informasi pada PT. Sucofindo Semarang. Diharapkan dengan adanya website ini, dapat membuat customer lebih mengenal tentang produk dan layanan yang dimiliki PT. Sucofindo Semarang dalam memasarkan produknya.

II. Tinjauan Pustaka

A. Kajian Empiris

Adapun hasil penelitian terdahulu mengenai pembuatan *website* dalam penelitian ini adalah:

- a. Guntur (2015) Perancangan *Website* Sebagai Media Informasi Dan Promosi Batik Khas Kabupaten Kulonprogo. Hasil penelitian dengan adanya sistem informasi dan promosi berbasis web ini dapat mengenalkan Kabupaten Kulon Progo melalui batik-batik khasnya, sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Kulon Progo.
- b. Dewangga (2014) Pembuatan *Website* Sebagai Media Promosi Yang Terpercaya. Hasil penelitian tentang pembuatan *website* promosi pada Maroon Wedding Malang dapat dikatakan sebagai situs *website* yang baik karena konteks, isi, komunitas, kustomisasi, komunikasi, hubungan, perdagangan ini dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh informasi secara mendetail, memudahkan untuk menghubungkan dengan pihak perusahaan dan dapat menarik perhatian untuk melakukan kunjungan ulang pada *website* perusahaan.
- c. Supriyanta (2015) Perancangan *Website* Desa Wisata Karangrejo Sebagai Media Informasi Dan Promosi. Hasil penelitian dengan adanya *website* bisa membantu para calon wisatawan dalam mencari informasi tentang Desa Wisata Karangrejo. Wisata alami di desa-desa sekarang banyak di cari, dengan *website* bisa diberikan informasi yang berbentuk naskah, gambar maupun video.

B. Kajian Teori

1. Perancangan

Menurut Nafisah (2003:2) menyatakan bahwa , “Perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi”

2. Company Profile

Menurut Seno (2014:1) menyatakan bahwa, “*Company Profile* adalah ringkasan deskripsi informasi sebuah perusahaan (*corporate*) di mana perusahaan dapat memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada *public* sesuai tujuan.”

3. Pengertian Website

Menurut Abdulloh (2016 : 1) menyatakan bahwa, “*Website* atau disingkat *web*, dapat diartikan sekumpulan halaman yang terdiri atas beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk data *digital*, baik berupa *text*, gambar, video, audio, dan animasi lainnya yang disediakan melalui jalur koneksi internet.”

4. Framework Codeigniter

CodeIgniter adalah sebuah *framework* yang digunakan untuk membuat sebuah aplikasi berbasis web yang disusun dengan menggunakan bahasa PHP. Di dalam CodeIgniter terdapat beberapa macam kelas (*class*) yang berbentuk *library* dan *helper*. Keduanya berfungsi untuk membantu pengguna dalam mengembangkan aplikasinya. MVC adalah konsep dasar yang harus diketahui sebelum mengenal Codeigniter. MVC adalah singkatan dari *Model*, *View* dan *Controller*[6].

III. Metode Penelitian

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian *Action Research* (penelitian tindakan). Menurut Arikunto (2017:129) “Penelitian tindakan adalah penelitian tentang hal-hal yang terjadi di masyarakat atau kelompok sasaran, dan hasilnya langsung dapat dikenakan pada masyarakat yang bersangkutan.”

B. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan suatu karya ilmiah yang berkualitas, maka penulis menggunakan beberapa metode penelitian yaitu

1. Studi Literatur/Pustaka/Internet
Merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencari dan mengumpulkan data / sejarah yang terkait.
2. Observasi
Merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengamati suatu lokasi atau keadaan dengan cermat untuk mengetahui apa yang terjadi.
3. Wawancara
Merupakan metode pengumpulan data dengan nara sumber yang layak / terkait.
4. Metode Implementasi Sistem
Proses merancang, mempersiapkan, menguji dan menerapkan sistem untuk melakukan verifikasi bahwa sistem telah berjalan dengan benar.

IV. Perancangan dan Implementasi Sistem

A. Perancangan

Penelitian ini menggunakan metode perancangan Web Development Life Cycle (WDLC), metodologi ini didasarkan pada metodologi sebelumnya ditemukan dalam literatur untuk menciptakan proses terstruktur untuk masalah yang sangat terstruktur dari pengembangan aplikasi web. Purinton dan Rosen (2004) menjelaskan WDLC menggunakan komponen dari masing-masing metodologi, menggabungkan mereka ke dalam sebuah pendekatan baru yang akan mengurangi waktu pengembangan, menambahkan struktur untuk masalah yang tidak terstruktur, dan menjaga pengguna yang terlibat di seluruh siklus hidup pengembangan[5].



Gambar 1. Web Development Life Cycle

B. Planning

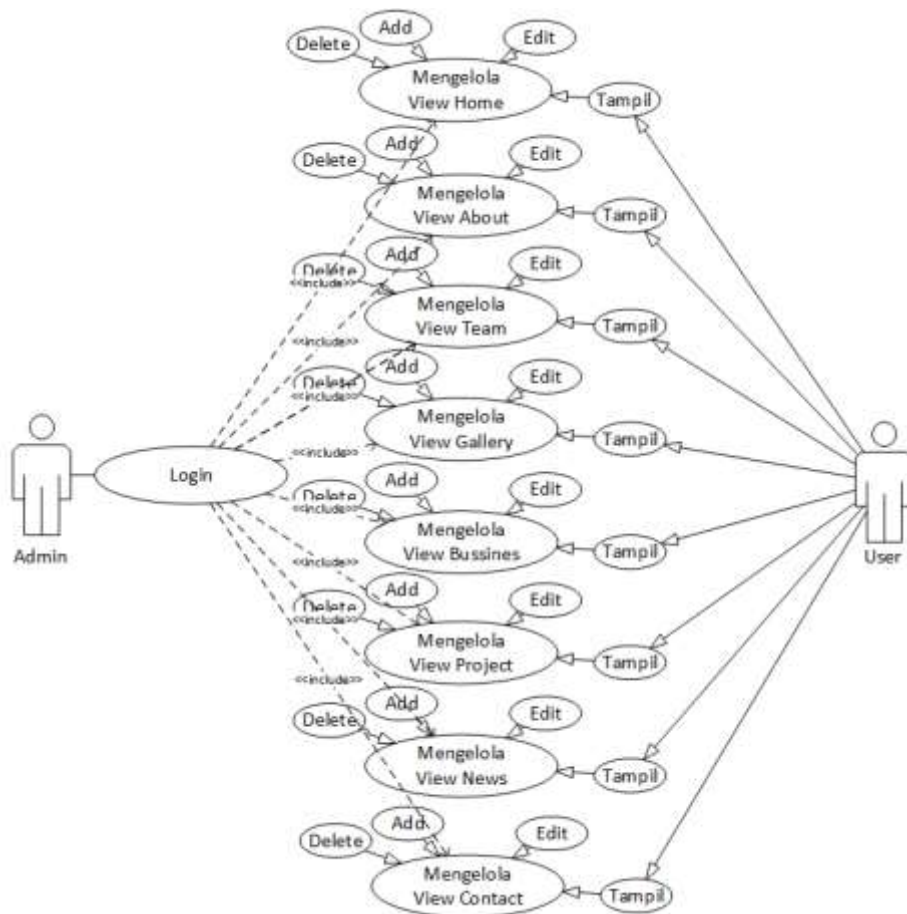
Rancangan perencanaan yang dilakukan dalam pembuatan *website* Company Profile PT. Sucofindo Semarang ada 6 tahapan, yaitu:

1. Pengumpulan data, tahap ini melakukan untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada pada PT. Sucofindo Semarang dan mencari literatur yang mendukung.
2. Planning, tahap ini melakukan untuk menentukan ide dan konsep sebuah *website* Company Profile PT. Sucofindo Semarang yang akan dibuat.
3. Analisis, tahap ini melakukan untuk menganalisis warna dan layout yang nanti akan dipakai berdasarkan teori yang mendukung.
4. Desain, tahap ini melakukan untuk membuat desain *website* Company Profile PT. Sucofindo Semarang sesuai dengan ide dan konsep yang dibuat.
5. Implementasi, tahap ini akan melakukan pengkodean *website* Company Profile PT. Sucofindo Semarang sesuai dengan rancangan yang dibuat dengan menggunakan PHP dan MySQL.

C. Desain

1. Use Case Diagram

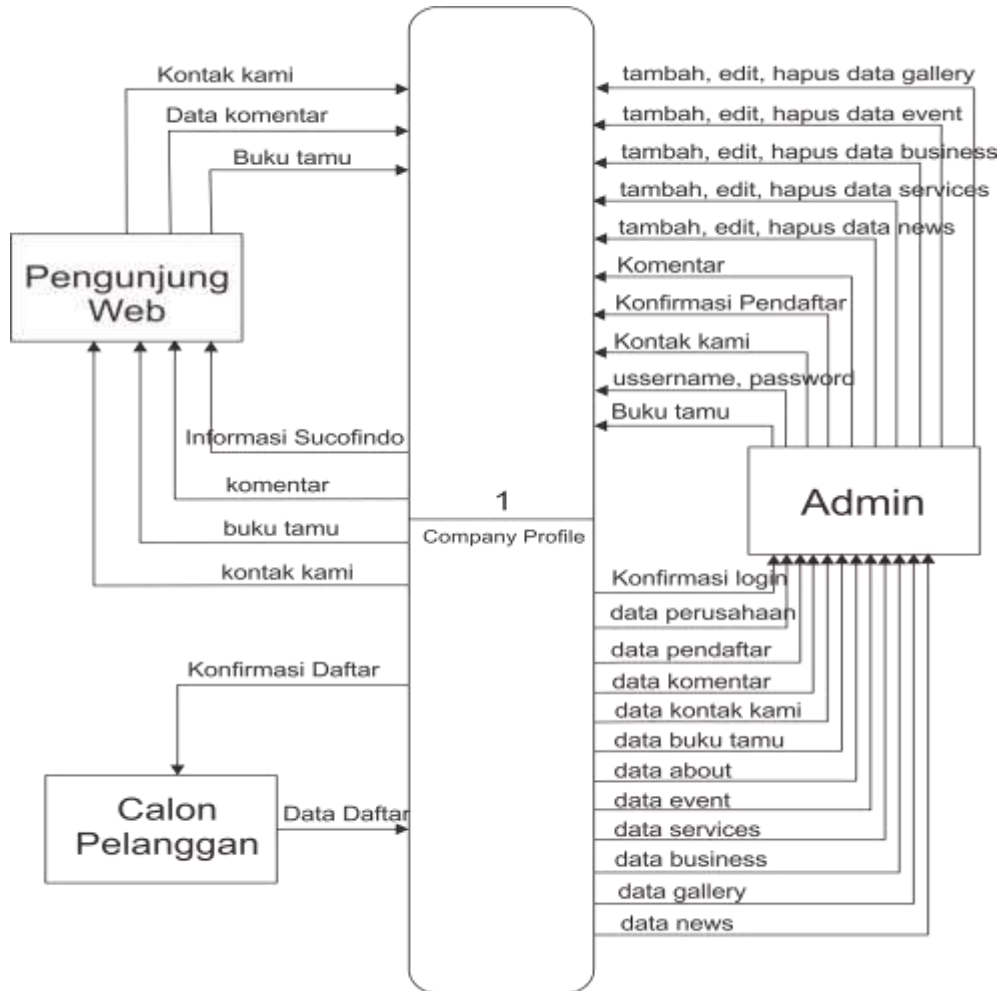
Use Case Diagram menggambarkan fungsionalitas dari sebuah sistem (apa fungsinya), yang mempresentasikan sebuah interaksi antara aktor dengan sistem (sebuah pekerjaan). Pada Use Case Diagram terdapat aktor yang merupakan sebuah entitas manusia atau mesin yang berinteraksi dengan sistem untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan tertentu [7]. Berdasarkan aktor dan hasil identifikasi use case, maka dapat dibuat use case diagram sebagai berikut:



Gambar 2. Use Case Diagram

2. Konteks Diagram

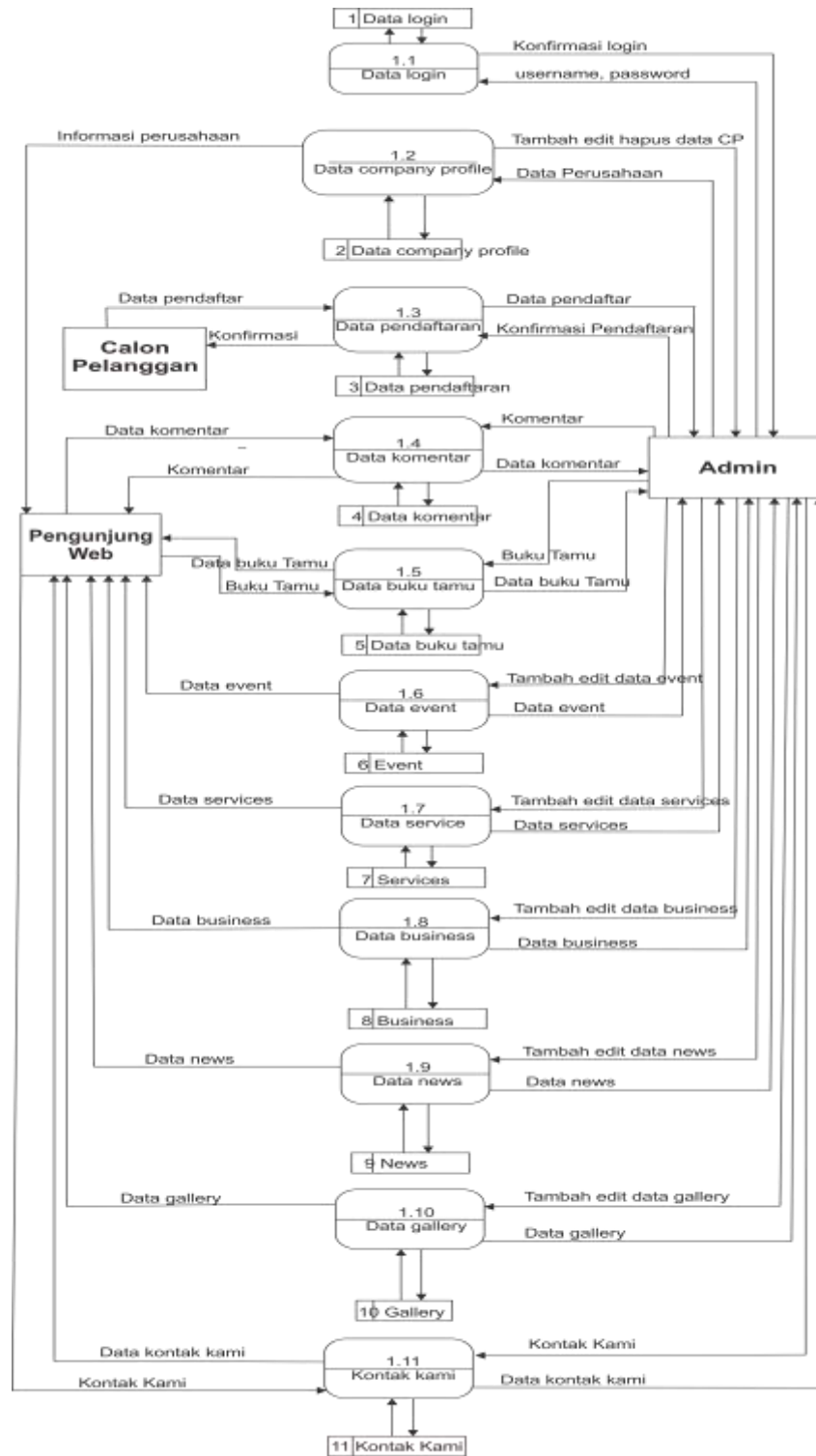
Context diagram merupakan level tertinggi dari *Diagram Flow Data (DFD)* yang menggambarkan tentang keseluruhan sistem/aliran data. Gambar 2. berikut adalah *Context Diagram* dari pembuatan website *Company Profile* PT. Sucofindo Semarang[2].



Gambar 3. Context Diagram

3. Data Flow Diagram

Data Flow Diagram merupakan suatu diagram yang menggunakan notasi-notasi untuk menggambarkan arus dari data pada suatu sistem. *Context Diagram* yang telah dibuat tadi otomatis akan menjadi proses utama yang membangun dfd level 0 website *Company Profile*. Dimana proses tersebut berinteraksi dengan entitas bagian user dan admin[2].



Gambar 4. Sistem Flow Diagram

D. Implementasi Sistem

Pada tahap implementasi ini, dijelaskan bagaimana penggunaan aplikasi *company profile* berbasis *web* pada masing-masing *stakeholder*. Hasil implementasi ini dilakukan dengan tujuan menjelaskan penggunaan aplikasi *company profile* berbasis *web* kepada masing-masing pengguna sesuai dengan fungsi-fungsi yang dilakukannya. Adapun penjelasannya penggunaan aplikasi *company profile* antara Admin dan *guest* sebagai berikut:

1. Halaman login



Gambar 5. Halaman Login Admin

Halaman *login* admin dimana dalam *form* ini seorang admin haruslah melakukan proses *login* terlebih dahulu untuk dapat mengakses data-data kepentingan *company profile*. Barulah dapat mengakses *form* admin yang lainnya.

2. Halaman Dashboard/Data Posting



Gambar 6. Halaman Dashboard Admin

Halaman *Dashboard* dimana dalam *form* ini berisi halaman utama saat admin melakukan *login*, tampilan dari *form* berupa data tanggal dan waktu sertam tampilan data *posting* dimana dalam *form* ini berisi data artikel, data *gallery* dan data *production*. *Form* data *posting* bisa melakukan *insert* data maupun *update* data setiap saat.

3. Halaman Home



Gambar 7. Halaman Home User

Halaman *home* berisikan informasi pengumuman-pengumuman yang ada di PT. Sucofindo Semarang dan tetak lokasi sekolah melalui *google map*. Halaman *profile* sekolah berisikan informasi mengenai sejarah berdirinya perusahaan, visi-misi perusahaan dan stuktur organisasi perusahaan yang berisikan informasi mengenai bagian-bagian yang bekerja didalam perusahaan beserta keterangan nama-nama yang bertanggung jawab berdasarkan bagiannya.

V. Kesimpulan

Setelah melakukan analisa dan perancangan, serta implementasi terhadap website company profile pada PT. Sucofindo Semarang, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Website company profile berbasis web yang dibuat sangat membantu bagian perusahaan dalam melakukan penyampaian informasi dan memberikan berita-berita yang terbaru kepada masyarakat tanpa harus melalui kantor PT. Sucofindo Semarang, sehingga mempercepat proses penyampaian informasi.
2. Website ini menghasilkan informasi yang akurat, seperti: company profile perusahaan, informasi tentang produk, sejarah perusahaan, visi, dan misi. Tidak hanya itu, masyarakat juga dapat berkomentar dan memberikan saran ketika informasi yang disampaikan tidak sesuai atau memberikan saran terhadap perusahaan melalui form komentar yang tersedia.
3. Website company profile pada PT. Sucofindo Semarang membantu kegiatan promosi perusahaan sehingga perusahaan lebih banyak mendapatkan pelanggan
4. Website company profile didukung dengan adanya live chat, serta menampung kritik dan saran dari pelanggan baik kekurangan maupun kelebihan dari kinerja perusahaan.

VI. Referensi

- [1] Guntur Wibisono, Wahyu Eko Susanto. 2015. Perancangan *Website* Sebagai Media Informasi Dan Promosi Batik Khas Kabupaten Kulonprogo. *Jurnal Teknik Informatika*. Vol.3, No 2, 2015, hal. 64-69. ISSN: 2338-8161
- [2] Dewangga Anjarkusuma, Bambang Soepeno. 2014. Penggunaan Aplikasi CMS Wordpress Untuk Merancang *Website* Sebagai Media Promosi pada Maroon Wedding Malang. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. Vol. 2, No. 1, 2014, hal. 63-69. ISSN : 2337-7887
- [3] Supriyanta, Khoirun Nisa. 2015. Perancangan *Website* Desa Wisata Karangrejo Sebagai Media Informasi Dan Promosi. *Jurnal Teknik Informatika*. Vol 3 No 1, 2015, hal. 35-40. ISSN : 2338-9761
- [4] S. Dharwiyanti, "Pengantar Unified Modeling Language (UML)," *academia.edu*, 2003.
- [5] Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Cetakan ke 22. Bandung : Alfabeta
- [6] I Ketut Suharsana. dkk, "Implementasi Model View Controller Dengan Framework CodeIgniter Pada E-Commerce Penjualan Kerajinan Bali," <http://jsi.stikom-bali.ac.id/index.php/jsi/article/view/84>, vol. XI, pp. 19-28, 2016.
- [7] E. Bash, "Annual Report 2008 | Laporan Tahunan 2019," *PhD Propos.*, vol. 1, https://www.sucofindo.co.id/assets/file/report/3_20180905052223.pdf, 2015.