



# WEB PROFILE DAN SISTEM INFORMASI SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA CV. BAROKAH AGRO JAMBI

**Ezrifal Sany**

Dosen Tetap STMIK Nurdin Hamzah Jambi, Jambi 36121

E-mail :[ezrifalsany@yahoo.com](mailto:ezrifalsany@yahoo.com)

**Abstract** - Information spreads very quickly through various media and in various forms. Previously, the company promoted by displaying company profiles in the form of brochures, pamphlets and newspapers. But the weakness of all that itself is costly and takes time from production to 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 enhance the company's image to establish cooperative relationships with companies and other related institutions. Research conducted at CV. Barokah Agro so consumers know what CV Barokah Agro is. The research method used is observation, interviews, analysis and implementation of web-based company profiles. And the company hopes that web-based profiles can be made more innovative and facilitate market reach.

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

## I. PENDAHULUAN

Penggunaan media cetak seperti brosur, leaflet, pamphlet maupun surat kabar merupakan alternatif utama yang digunakan perusahaan dalam melakukan promosi kepada masyarakat agar perusahaan tersebut menjadi lebih dikenal di masyarakat, namun kelemahan dari penggunaan produk diatas memerlukan biaya besar dan membutuhkan waktu yang cukup Panjang dari proses produksi sampai dengan penyebarannya sehingga bisa sampai ke tangan konsumen. Hal ini yang membuat promosi *company profile* menggunakan cara diatas tidak menjadi pilihan utama dalam melakukan promosi.

Dengan perkembangan dunia teknologi yang hampir merata dirasakan oleh masyarakat, penyebaran informasi tidak membutuhkan waktu yang lama untuk sampai ke masyarakat. 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.

Penggunaan media web dalam pembuatan *Company Profile* merupakan solusi yang tepat dalam era kemajuan teknologi sekarang ini. Hampir sebagian besar masyarakat tidak bisa lepas dari Internet dengan menggunakan perangkat *mobile* yang bisa diakses dari mana dan dimana saja. Dengan media web proses promosi suatu perusahaan akan menjadi lebih mudah karena tidak terbatas

waktu dan wilayah, karena kita tidak perlu menyebarkan brosur seperti cara sebelumnya. Dari permasalahan tersebut penulis ingin mengangkat judul skripsi “**WEB PROFILE DAN SISTEM INFORMASI SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA CV. BAROKAH AGRO JAMBI**”.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Pengertian *Company Profile*

Menurut Maimunah dkk. dalam jurnal CCIT Vol.5 No.3 (2012:284) *company profile* adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu image atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan relasi perusahaan, lembaga dan instansi yang terkait lainnya [1]. Menurut Lusyani Sunarya S.Sn dalam Diktat Mata Kuliah Desain Karakter and *Modeling* (2010:45) *company profile* adalah Sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang biasa digunakan sebagai tanda pengenal dalam melakukan komunikasi baik dan kerjasama dalam lingkup intern perusahaan maupun dengan kolega, mitra usaha ataupun pihak-pihak terkait lainnya diluar lingkungan perusahaan tersebut [2].

### 2.2. Pengertian Website

Website adalah kumpulan dari halaman-halaman situ yang terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam *World Wide Web* (WWW) di dalam internet. Sebuah halaman web biasanya berupa dokumen yang ditulis dalam format HTML (*Hyper Text Markup Language*), yang selalu bisa diakses melalui HTTP yaitu sebuah protocol yang menyampaikan informasi dari server website untuk ditampilkan kepada para

pemakai melalui web browser. Dan website atau situs dapat juga diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun yang membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan jaringan halaman (*hyperlink*).

### 2.3. Jenis - Jenis Website

Secara garis besar, website bisa digolongkan menjadi 3 bagian yaitu :

1. Website Statis  
Website Statis adalah web yang mempunyai halaman tidak berubah. Artinya adalah untuk melakukan perubahan pada suatu halaman dilakukan secara manual dengan mengedit *code* yang menjadi struktur dari website tersebut.
2. Website Dinamis  
Website Dinamis merupakan website yang secara struktur diperuntukan untuk update sesering mungkin. Biasanya selain utama yang bisa diakses oleh *user* pada umumnya, juga disediakan halaman *backend* untuk mengedit kontent dari website. Contoh umum mengenai website dinamis adalah web berita atau web portal yang didalamnya terdapat fasilitas berita, *polling* dan sebagainya
3. Website interaktif  
Website Interaktif adalah web yang saat ini memang sedang *booming*. Salah satu contoh website interaktif adalah blog dan forum. Di website ini *user* bisa berinteraksi dan beradu argument mengenai apa yang menjadi pemikiran mereka. Biasanya website seperti memiliki moderator untuk mengatur supaya topik yang diperbincangkan tidak keluar jalur.

### 2.4. Manfaat Website

Beberapa alasan mendasar atau utama mengapa perusahaan bahkan individu membuat atau ingin memiliki sebuah website, diantaranya adalah :

1. Media tanpa batas, internet adalah media informasi yang tanpa batas. Dengan memiliki website berarti kita sama saja memiliki karyawan yang mempromosikan produk kita selama 24 jam sehari dan 7 hari seminggu. Artinya website kita akan memberikan informasi kepada calon pembeli selama 24 jam *non stop*.
2. Sebagai media promosi, Internet merupakan salah satu media promosi yang menarkan biaya yang relatif efisien dikaitkan dengan jangkauan area dengan optimalisasi manfaat terbesar. Internet bisa diakses oleh seluruh

lapiran masyarakat di antero jagat (*unlimited user access*).

### 2.5. Pengertian Sistem Informasi

Pengertian menurut Kadir (2014:9), Sistem informasi adalah “sebuah rangkaian prosedur formal dimana data dikelompokkan, diproses menjadi informasi, dan didistribusikan kepada pemakai” [3]. Pengertian menurut Krismaji (2015:15) : Sistem informasi adalah cara-cara yang diorganisasi untuk mengumpulkan, memasukkan, dan mengolah serta menyimpan data, dan cara-cara yang diorganisasi untuk menyimpan, mengelola, mengendalikan, dan melaporkan informasi sedemikian rupa sehingga sebuah organisasi dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan [4].

Definisi menurut Diana dan Setiawati (2011:4): Sistem informasi, yang kadang kala disebut sebagai sistem pemrosesan data, merupakan sistem buatan manusia yang biasanya terdiri dari sekumpulan komponen (baik manual maupun berbasis komputer) yang terintegrasi untuk mengumpulkan, menyimpan, dan mengelola data serta menyediakan informasi mengenai saldo persediaan [5]. Hal serupa juga disampaikan oleh Laudon (2012) yang mendefinisikan sistem informasi : Secara teknis sebagai sesuatu rangkaian yang komponen-komponennya saling terkait yang mengumpulkan (dan mengambil kembali), memproses, menyimpan dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan dan mengendalikan perusahaan [6].

Jadi berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa sistem informasi adalah kumpulan data yang terintegrasi dan saling melengkapi dengan menghasilkan *output* yang baik guna untuk memecahkan masalah dan pengambilan keputusan.

### 2.6. Pengertian Promosi

Salah satu untuk membantu perusahaan dalam mengadakan komunikasi dengan konsumen adalah promosi dapat disampaikan informasi berupa pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan. Berikut adalah pengertian promosi menurut para ahli:

Kotler dan Armstrong (2014:76) mendefinisikan pengertian promosi sebagai berikut, *Promotion refers to activities that communicate to merits of the product and persuade target customers to buy it* [7]. Definisi tersebut menyatakan bahwa Promosi; mengacu pada kegiatan att berkomunikasi dua Merit produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk pembeli.

Rambat Lupiyoadi (2013:92) mendefinisikan pengertian promosi sebaga berikut, Promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai



alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan [8]. Berbeda halnya dengan pengertian promosi menurut Stanton yang dikutip oleh Buchari Alma (2013:179) yang mendefinisikan pengertian promosi sebagai berikut, *Promotion is an exercise in information, persuasion and conversely, a person who is persuades is also being informed* [9]. Definisi tersebut menyatakan bahwa Promosi adalah latihan dalam informasi, persuasi dan sebaliknya, oleh orang membujuk menjadi informert. Berdasarkan definisi diatas promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada tujuan dengan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi perusahaan mengharapkan lebih dikenalnya perusahaan secara luas.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Kebutuhan Masukan

Kebutuhan masukan sebagai parameter dalam web profil ini adalah sebagai berikut :

- Informasi Perusahaan
- Informasi Manajemen
- Informasi Profil Perusahaan

#### 3.2. Kebutuhan Proses

Media web ini adalah tampilan secara *realtime* dari data yang diinputkan sebagai bentuk penyajian informasi sebagai bentuk pendefinisian perusahaan secara detail.

#### 3.3. Kebutuhan Keluaran

Keluaran yang akan dihasilkan oleh media web ini adalah sebagai berikut :

1. Profil Perusahaan, Profil Manajemen, dan Informasi Perusahaan.
2. Bidang jasa yang bisa dilakukan oleh Perusahaan.
3. Portofolio Perusahaan yang memberikan bukti dan gambaran dari apa yang telah dikerjakan oleh perusahaan.

#### 3.4. Kebutuhan Antar Muka

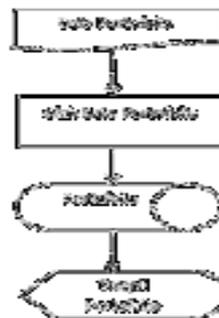
Antar muka yang akan ditampilkan adalah sebagai berikut :

- a. Beranda
- b. Info Perusahaan
- c. Bidang Jasa
- d. Hubungi Kami

#### 3.5. FlowChart System

Bagan alir (*Flowchart*) adalah bagan (*chart*) yang menunjukkan aliran (*flow*) didalam suatu

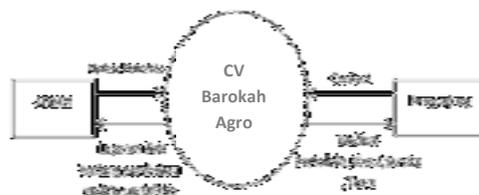
program atau prosedur sistem secara logika. Adapun *flowchart* sistem yang akan dibangun adalah sebagai berikut :



Gambar 1. FlowChart System

#### 3.6. Diagram Konteks

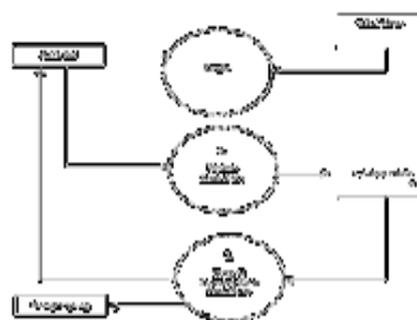
Diagram konteks adalah DFD pertama dalam proses, menunjukkan proses dalam suatu proses tunggal (proses 0) dan semua entitas yang menerima atau memberikan informasi pada sistem.



Gambar 2. Diagram Konteks

#### 3.7. Data Flow Diagram

*Data Flow Diagram* (DFD) merupakan gambaran sistem secara global menggambarkan proses – proses yang terjadi pada sistem.



Gambar 3. Data Flow Diagram

#### 3.8. Hasil dan Implementasi

Tahap implementasi perangkat lunak pada penelitian ini, sistem dibangun berbasis web yang mempunyai kemampuan sangat *user friendly* dan dapat diakses dimanapun selama tersedia akses jaringan internet.

## 1. Tampilan *Index* Utama



Gambar 4. Beranda Awal

## 2. Tampilan *Our Service*



Gambar 5. *Our Service*

## 3. Tampilan *Portofolio*



Gambar 6. *Portofolio*

## 4. Tampilan *Footer*



Gambar 7. *Footer*

## 5. Tampilan *Hubungi Kami*



Gambar 8. *Hubungi Kami*

## IV. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan hasil yang memuaskan karena operator lebih efisien cara kerjanya dan kapanpun data diminta sudah tidak sibuk untuk mencarinya. Aplikasi ini masih dalam tahap dasar dan akan dikembangkan lagi dalam penelitian berikutnya yang akan bisa langsung mendisposisikan surat masuk kepada individu yang ditugaskan.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] Maimunah, dkk. Jurnal CCIT Vol.5 No.3 2012. p. 284.
- [2] Sunarya, Lusyani S.Sn dalam Diktat Mata Kuliah Desain Karakter and Modeling. 2010 p. 45.
- [3] Kadir, Abdul. 2014. “*Pengenalan Sistem Informasi Edisi Revisi*”. Andi Yogyakarta. Hal. 9
- [4] Krismaji. 2015. “*Sistem Informasi Akuntansi, Edisi Keempat*”. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta. p. 15.
- [5] Anastasia Diana dan lilis Setiawati. 2011., “*Sistem Informasi Akuntansi*”. Andi Offset, Yogyakarta.
- [6] Laudon, Kenneth C., dan Jane P. Laudon., 2012. “*Management Information System: Managing the Digital Firm. 12th Edition*”. Prentice Hall: Pearson Education, Inc.
- [7] Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2014. “*Principle Of Marketing, 15th edition*”. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [8] Lupiyoadi, Rambat. 2013. “*Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*”. Jakarta: Salemba Empat.
- [9] Alma, Buchari. 2013. “*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*”. Bandung: Alfabeta.
- [10] [https://id.wikipedia.org/wiki/Situs\\_web](https://id.wikipedia.org/wiki/Situs_web)

## IDENTITAS PENULIS

Nama :Ezrifal Sany, ST. M.Kom  
NIDN/NIK :1001068103/10.066  
TTL :Jambi, 01 Juni 1981  
Gol/Pangkat :III-B  
Jabatan Fungsi : Asisten Ahli  
Alamat Rumah :Komp Karya Indah D-02  
Telp. :081366235550