

PERANCANGAN COMPANY PROFILE BERBASIS WEB SEBAGAI SARANA PEMASARAN PADA PT JAPUNG KREASINDO BERSAMA

Achmad Khoirur Roziqin¹, Willy Arianto², Saprudin³

^{1,2,3}Universitas Pamulang; Jl.Raya Puspitek No.46 buaran, serpong, Kota Tangerang Selatan.
Provinsi Banten 151310. (021) 741-2566 atau 7470 9855

e-mail : ¹roziqinachmad06@gmail.com, ²willyarianto89@gmail.com,
³Dosen00845@gmail.com

Abstract

Contractor companies need effective marketing tools to reach potential customers. Nowadays, company profile websites have become an effective marketing tool in business. Therefore, contractor companies need to design a good and adequate company profile website. The purpose of this research is to design a web-based company profile as a marketing tool for PT Japung Kreasindo Bersama. The research method used is literature study, field study, interviews, surveys, analysis, implementation, and evaluation. The results show that the company profile website of PT Japung Kreasindo Bersama can meet the company's needs and be effective as a marketing tool. In evaluating the effectiveness of the company profile website, it was found that the website can attract customer interest and increase company sales. Therefore, contractor companies can utilize company profile websites as an effective marketing tool.

Keywords : Company Profile; Website; Online Marketing; Contractor

Abstrak

Perusahaan kontraktor memerlukan sarana pemasaran yang efektif untuk menjangkau pelanggan potensial. Saat ini, website company profile telah menjadi sarana pemasaran yang efektif dalam bisnis. Oleh karena itu, perusahaan kontraktor perlu merancang website company profile yang baik dan memadai. Tujuan penelitian ini adalah merancang company profile berbasis web sebagai sarana pemasaran pada PT Japung Kreasindo Bersama. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur, studi lapangan, wawancara, survei, analisis, implementasi, dan evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa website company profile PT Japung Kreasindo Bersama dapat memenuhi kebutuhan perusahaan dan efektif sebagai sarana pemasaran. Dalam evaluasi efektivitas website company profile, didapatkan bahwa website dapat menarik minat pelanggan dan meningkatkan penjualan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan kontraktor dapat memanfaatkan website company profile sebagai sarana pemasaran yang efektif.

Kata Kunci : Company Profile; Website; Pemasaran Online; Kontraktor

1. PENDAHULUAN

PT Japung Kreasindo Bersama adalah perusahaan yang bergerak di bidang konstruksi dan jasa kontraktor. Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi, pemanfaatan website sebagai sarana pemasaran telah menjadi hal yang umum dilakukan oleh perusahaan. Website memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam hal meningkatkan brand awareness, menghubungkan dengan pelanggan, dan memberikan informasi lengkap mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Namun, saat ini PT Japung Kreasindo Bersama belum memiliki website yang memadai sebagai sarana pemasaran. Oleh karena itu, perlu dilakukan perancangan website company profile sebagai sarana pemasaran pada PT Japung Kreasindo Bersama.

Terkait dengan hal tersebut, penulis ingin mengangkat topik perancangan company profile berbasis web sebagai sarana pemasaran pada PT Japung Kreasindo Bersama. Penulis yakin bahwa website yang dirancang dengan baik dapat membantu PT Kontraktor dalam meningkatkan brand awareness, meningkatkan efektivitas pemasaran, dan mempermudah pelanggan dalam mendapatkan informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.

Dalam perancangan website company profile, penulis akan menggunakan teknologi berbasis web yang memungkinkan PT Japung Kreasindo Bersama untuk memberikan informasi yang akurat, lengkap, dan up-to-date mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Selain itu, penulis juga akan memperhatikan faktor-faktor seperti kebutuhan pengguna, tampilan yang menarik, dan fungsionalitas website yang mudah digunakan untuk memastikan website dapat memberikan pengalaman yang baik bagi pengunjung.

Diharapkan hasil dari perancangan website company profile ini dapat membantu PT Japung Kreasindo Bersama dalam meningkatkan efektivitas pemasaran dan mengembangkan bisnisnya lebih jauh. Selain itu, diharapkan penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi

positif dalam pengembangan sistem informasi yang digunakan oleh perusahaan pada umumnya.

2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hasanah, Fathul Wahid, dan Ahmad Firmansyah pada tahun 2022, dalam jurnal mereka yang berjudul "Perancangan Company Profile Berbasis Web Sebagai Sarana Pemasaran pada PT Kontraktor," hasil dari penelitian tersebut adalah perancangan company profile berbasis web yang digunakan sebagai sarana pemasaran oleh PT Kontraktor. Company profile merupakan representasi umum dari perusahaan yang memberikan informasi tentang profil perusahaan, produk, layanan, dan keunggulan yang dimiliki. Dalam era digital saat ini, memiliki company profile berbasis web memberikan keuntungan dalam meningkatkan visibilitas perusahaan dan menjangkau lebih banyak calon pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan melakukan studi pustaka, observasi, dan wawancara untuk memahami kebutuhan dan karakteristik PT Kontraktor serta mengidentifikasi elemen yang perlu disertakan dalam company profile. Perancangan program dilakukan dengan menggunakan pendekatan pengembangan perangkat lunak berbasis web yang meliputi analisis kebutuhan, desain tampilan, pengembangan fitur-fitur yang relevan, pengujian, dan implementasi.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian sangat diperlukan untuk mendapatkan bukti kebenaran suatu konsep dan teori yang diperoleh serta untuk menemukan dan menguji suatu pengetahuan. Adapun penulis dalam hal ini menggunakan metode :

- a. Studi Literatur : Melakukan penelitian literatur yang terkait dengan penggunaan website company profile sebagai sarana pemasaran dalam bisnis, pengembangan

website company profile, pemasaran online, dan aspek teknis lainnya yang terkait.

- b. Survei : Melakukan survei kepada pelanggan PT Japung Kreasindo Bersama untuk mengetahui preferensi mereka terhadap tampilan, konten, dan fitur yang diharapkan pada website company profile.
- c. Studi Lapangan : Melakukan pengumpulan data melalui observasi langsung di PT Japung Kreasindo Bersama untuk mengetahui kebutuhan, karakteristik, dan produk/jasa yang ditawarkan.
- d. Wawancara : Melakukan wawancara dengan pihak manajemen PT Japung Kreasindo Bersama untuk memperoleh informasi mengenai tujuan perancangan website company profile, penggunaan website company profile sebagai sarana pemasaran, dan kebutuhan pengguna.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Company profile adalah produk tulisan praktisi pekerjaan rumah yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam (Kriyantono, 2008).

Menurut Kriyantono (2008), fungsi Company Profile yaitu sebagai berikut:

- a. Representasi perusahaan. Company profile merupakan gambaran tentang perusahaan. bisa juga dianggap mewakili perusahaan sehingga publik tidak usah bersusah payah mencari informasi tentang perusahaan. Dapat juga digunakan sebagai alat membangun citra agar berbagai kelompok penekan dalam masyarakat mempunyai pemahaman yang benar tentang perusahaan.
- b. Menghemat waktu transaksi. Pihak-pihak lain yang berkaitan dengan bisnis perusahaan tidak perlu menanyakan secara detail tentang perusahaan, produk, pasar, visi, misi, posisi keuangan dan lain-lain. Hal itu dapat dipelajari melalui company profile, sebelum dan sesudah pertemuan.

- c. Membangun identitas dan citra korporat. Company profile yang dikemas menarik, detail, jelas dan mewah, mencerminkan wajah perusahaan di mata publik sebagai perusahaan yang besar dan dan bonafit.
- d. Dapat digunakan untuk melengkapi komunikasi lisan demi terciptanya mutual understanding.

Menurut Ricky W. Griffin, Ronald J. Ebert (2016), pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam menjalankan bisnis. Konsep pemasaran terdiri dari beberapa elemen, di antaranya adalah segmentasi pasar, targeting, positioning, dan marketing mix.

Menurut Yuhfizar & Hidayat (2009) Website adalah keseluruhan halamanhalaman web yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi. Sebuah website biasanya dibangun atas banyak halaman web yang saling berhubungan. Selain itu, website dapat juga digunakan sebagai alat promosi, tetapi bukan sebagai alat promosi pertama.

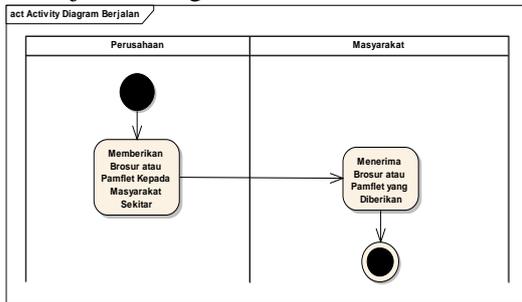
Menurut Arief, B. (2017), web memiliki fungsi dapat dibedakan menjadi beberapa aspek, di antaranya sebagai berikut:

- a. Informasi : Web dapat berfungsi sebagai media penyampaian informasi kepada pengguna. Informasi yang disampaikan dapat berupa berita, artikel, laporan, dan sebagainya. Dalam konteks perusahaan, web dapat digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi mengenai produk, layanan, dan profil perusahaan kepada calon pelanggan.
- b. Komunikasi : Web juga dapat digunakan sebagai media komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, mitra bisnis, maupun karyawan. Dalam konteks ini, web dapat diintegrasikan dengan berbagai aplikasi komunikasi seperti email, chat, dan video conference.
- c. Transaksi : Web dapat digunakan sebagai media untuk melakukan transaksi bisnis, seperti pembelian produk atau jasa, pembayaran tagihan, dan sebagainya. Dalam konteks perusahaan, web dapat diintegrasikan dengan sistem informasi manajemen untuk memudahkan proses transaksi bisnis.

d. Pemasaran : Web dapat digunakan sebagai media pemasaran produk atau jasa. Perusahaan dapat menggunakan web untuk melakukan promosi, iklan, dan branding. Dalam konteks ini, web juga dapat diintegrasikan dengan berbagai platform pemasaran digital seperti media sosial dan mesin pencari.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, penulis merancang Activity Usulan sebagai alternatif untuk Activity Berjalan dalam proses pemasaran perusahaan saat ini.

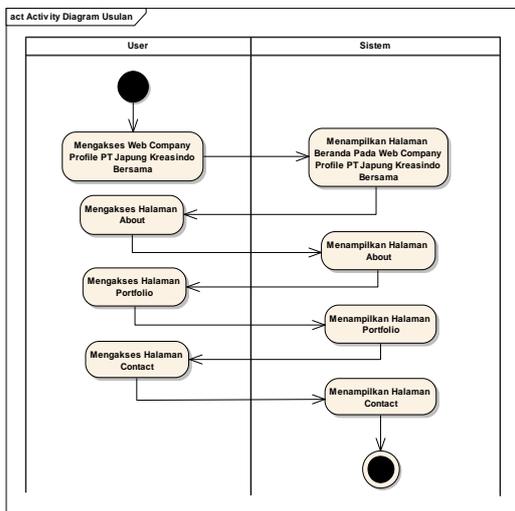
Dengan system perancangan activity system berjalan sebagai berikut :



Gbr 1. Activity Sistem Berjalan

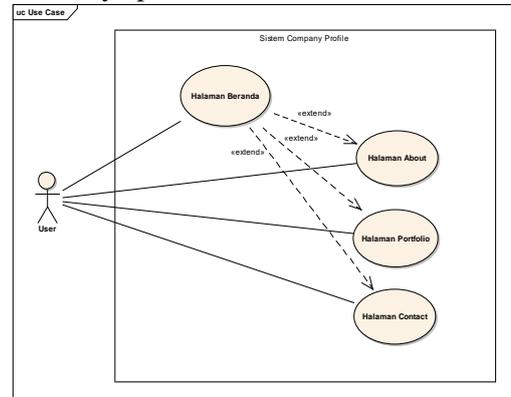
Setelah adanya system berjalan maka terdapat system usulan yang dibuat oleh perancang yaitu system usulan.

System usulan activity sebagai berikut :



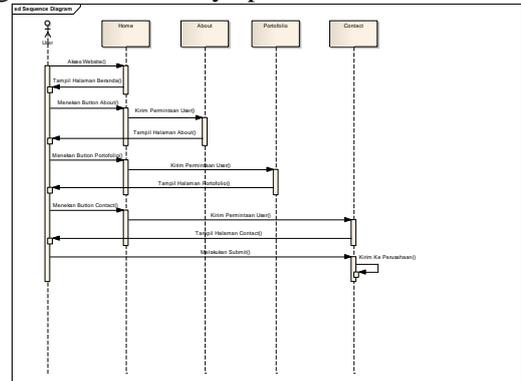
Gbr 2. Activity Sistem Usulan

Dengan adanya Activity tersebut perancang juga Menyusun sebuah Use Case sebelum adanya pembuatan website :



Gbr 3. Use case

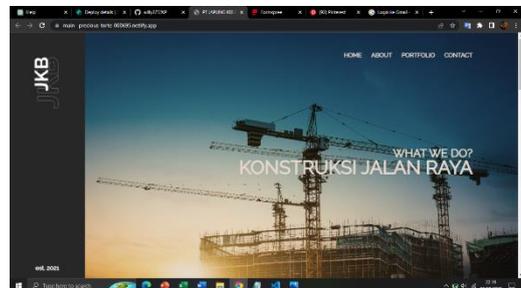
Dan dengan adanya Use Case tersebut perancang juga Menyusun sebuah Sequence Diagram sebelum adanya pembuatan website :



Gbr 4. Sequence Diagram

Berdasarkan penjelasan para ahli di atas, penulis telah merancang dan mengimplementasikan sistem berbasis website yang sudah dibuat dan di-hosting, sebagaimana terlihat pada hasil di bawah ini.

a. Halaman Beranda



Gbr 5. Halaman Beranda

Tujuan dari rancangan layar pada halaman beranda adalah untuk

memberikan tampilan yang menarik dan informatif kepada pengguna yang mengakses website. Halaman beranda merupakan halaman utama yang pertama kali dilihat oleh pengguna, sehingga perlu disusun dengan baik dan menarik agar pengguna tertarik untuk melihat lebih lanjut pada halaman-halaman lainnya. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai PT Japung Kreasindo Bersama tersebut kepada pengguna, sehingga pengguna dapat memutuskan apakah ingin menggunakan jasa perusahaan tersebut atau tidak.

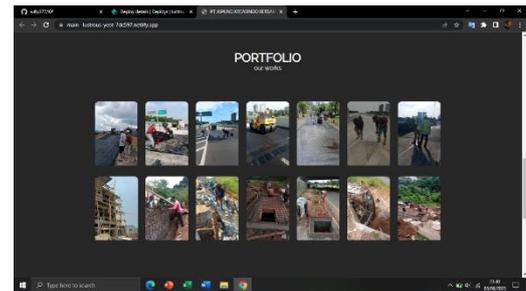
b. Halaman About



Gbr 6. Halaman About

Tujuan dari rancangan layar pada halaman about adalah untuk memberikan informasi lengkap mengenai profil PT Japung Kreasindo Bersama. Halaman about bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang PT Japung Kreasindo Bersama, termasuk tujuan, visi dan misi, dan nilai-nilainya. Dengan menyajikan informasi ini secara jelas dan lengkap, diharapkan pengunjung website dapat lebih memahami karakteristik dan keunggulan perusahaan, sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan dan minat untuk bekerjasama dengan perusahaan. Selain itu, tampilan yang menarik pada halaman about juga dapat memperkuat citra positif perusahaan di mata pengunjung website.

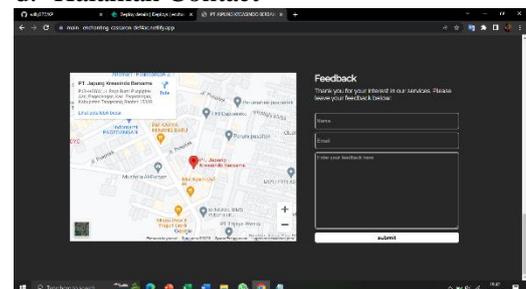
c. Halaman Portfolio



Gbr 7. Halaman Portfolio

Tujuan dari rancangan layar pada halaman portfolio adalah untuk memberikan informasi mengenai project atau produk yang telah dikerjakan oleh PT Japung Kreasindo Bersama kepada pengunjung website. Dalam halaman ini, terdapat daftar project atau produk yang pernah dikerjakan, serta deskripsi singkat mengenai setiap project atau produk tersebut. Tujuan dari halaman portfolio adalah untuk menunjukkan kredibilitas dan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan proyek atau produk yang telah dikerjakan. Selain itu, halaman portfolio juga dapat menjadi referensi bagi calon klien yang mencari jasa kontraktor untuk proyek mereka.

d. Halaman Contact

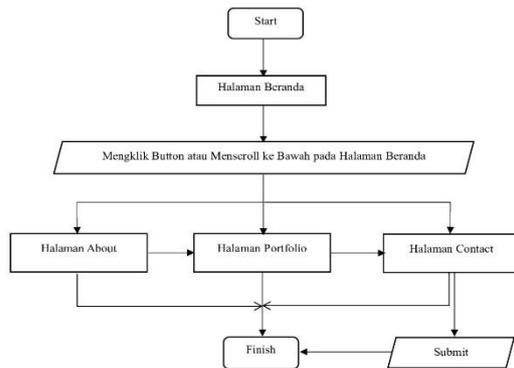


Gbr 8. Halaman Contact

Tujuan dari rancangan layar pada halaman contact adalah untuk memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mengirim pesan atau notifikasi kepada perusahaan. Dengan adanya formulir yang terdiri dari nama dan email pengirim, pengguna dapat dengan mudah mengirim pesan atau pertanyaan kepada perusahaan mengenai layanan atau produk yang ditawarkan. Halaman contact juga berfungsi sebagai sarana komunikasi dua arah antara perusahaan dan pengguna, sehingga perusahaan dapat dengan cepat merespons dan memberikan tanggapan yang dibutuhkan oleh pengguna. Dengan demikian, tujuan dari rancangan layar

pada halaman contact adalah untuk mempermudah komunikasi antara perusahaan dan pengguna serta meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pengguna.

Dan ada pun flowchart perancangan perangkat lunak company profile sebagai berikut:



Gbr 9. Flowchart Perancangan Perangkat Lunak Company Profile

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan dan selama merancang company profile berbasis web sebagai sarana pemasaran pada pt japung kreasindo bersama, maka penulis mengambil kesimpulan :

- Dengan adanya perancangan company profile berbasis website pada PT Japung Kreasindo Bersama ini, dapat mempermudah perusahaan untuk melakukan pemasaran secara online untuk memperkenalkan diri dan menampilkan portofolio.
- Dengan adanya perancangan company profile berbasis website pada PT Japung Kreasindo Bersama ini juga, perusahaan dapat melakukan pemasaran lebih luas dibanding melalui media konvensional seperti brosur atau pamflet.

Dan adapun beberapa saran untuk sistem ini sebagai berikut :

- Meningkatkan desain halaman untuk menarik minat pengunjung atau klien, sehingga mereka merasa nyaman saat menelusuri website ini.

- Pengaplikasian sistem ini sebaiknya mengarah ke perangkat gadget (mobile), sehingga lebih nyaman bagi pengunjung maupun klien dalam mengaksesnya.
- Mengimplementasikan metode verifikasi atau konfirmasi seperti captcha atau sistem verifikasi lainnya saat menerima pesan atau notifikasi dari pengunjung atau klien menjadi langkah penting untuk memastikan keaslian pesan dan mencegah pesan yang berasal dari bot atau program otomatis menjadi spam.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasanah, N., Wahid, F., & Firmansyah, A. (2022). Perancangan Company Profile Berbasis Web Sebagai Sarana Pemasaran pada PT Kontraktor. *Jurnal Teknik Informatika*, 10(1), 45-56.
- Kriyantono, R. (2008). Teknik praktis riset komunikasi: Disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ricky W. Griffin, Ronald J. Ebert. 2016. *Business Essentials*. New York: Pearson Education, Inc.
- Yuhefizar, M., & Hidayat, R. (2009). Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla Edisi Revisi. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Arief, B. (2017). Belajar Mudah Pemrograman Web dengan PHP, HTML, CSS, dan JavaScript. Informatika.