

BAB III

LANDASAN TEORI

Landasan teori merupakan panduan untuk menemukan solusi pemecahan masalah yang sedang dihadapi. Pada bab ini akan dikemukakan landasan teori yang terkait dengan permasalahan untuk mendukung perancangan sistem. Adapun landasan teori yang digunakan sebagai berikut:

3.1 *Company Profile*

Menurut (Echols & Shadily, 2005), *company profile* berasal dari dua kata berbahasa Inggris yang memiliki pengertian yang berbeda tapi saling terkait, yakni kata “*company*” dan “*profile*”, dimana kedua kata tersebut dapat. *Company* sendiri merupakan perusahaan, maskapai, firma Perseroan, persekutuan, kompi, dan rombongan. Sedangkan *profile* merupakan tampang, penampang dan riwayat.

Menurut (Kriyantono, 2008) *Company profile* adalah produk tulisan praktisi *public relation* yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya. Bahkan ada perusahaan yang memilih membuat *company profile* berdasarkan kepentingan publik sasaran. Ada *company profile* yang dibuat khusus untuk konsumen (pelanggan), untuk bank, untuk pemerintah, pemasok dan sebagainya. Biasanya hal ini dilakukan oleh perusahaan besar yang mempunyai bidang usaha luas dan publik yang berbeda-beda.

3.2 *Funksi Company Profile*

Company Profile sangatlah penting untuk dimiliki oleh perusahaan maupun personal, dikarenakan company profile ini sebagai media untuk mengenalkan perusahaan atau personal sehingga bisa dikenal. Bentuk company Profile itu bisa video, CD interaktif, flash dan lain sebagainya. Fungsi lain dari company profile menurut (Kriyantono, 2008) adalah :

- 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. Bisa digunakan untuk melengkapi komunikasi lisan demi *terciptanya mutual understanding*
- c. Menghemat waktu transaksi. Pihak-pihak lain yang berkaitan dengan bisnis perusahaan tidak perlu menanyakan secara detail tentang perusahaan, produk, pasar, visi, misi, posisi keuangan dll. Hal itu dapat dipelajari melalui company profile, sebelum dan sesudah pertemuan.
- d. 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.

3.3 *Content Company Profile*

Banyak hal yang bisa ditulis dalam company profile. Tetapi, secara umum isi company profile mencakup (Kriyantono, 2008) :

- a. Sejarah perusahaan, mencakup antara lain pendiri perusahaan, jajaran direksi, asal muasal, proses perkembangan, dll
- b. Filosofis perusahaan, bisa disebut pandangan atau ideologi dasar-dasar perusahaan
- c. Budaya perusahaan, adalah nilai-nilai kunci dan konsep bersama yang membentuk citra anggota organisasi terhadap organisasinya. Misalnya, etos kerja tinggi, maju untuk semua, makan tidak makan yang penting kumpul, dsb.
- d. Sambutan dari pimpinan (direktur utama dan komisaris utama) tentang segala hal yang sangat berpengaruh pada aktivitas perusahaan dan rencana jangka panjang.
- e. Identitas perusahaan, termasuk disini logo, uniform, interior gedung dan kantor, kualitas cetakan atau kualitas audiovisualnya
- f. Visi, misi strategi perusahaan, termasuk komitmen perusahaan untuk meraih kemajuan. Ini menunjukkan bahwa oprasional perusahaan dilakukan tidak sembarangan, tetapi melalui perencanaan yang matang dan berkeseimbangan. Sebagai jaminan masa depan bisnis yang berkelanjutan. Pada akhirnya menciptakan kepercayaan publik, bahwa masa depan perusahaan terjamin.
- g. Alamat cabang-cabang. Semakin banyak cabang perusahaan di beberapa wilayah menunjukan jalur distribusi yang merata. Pada akhirnya mencerminkan kebersamaan dan prestise perusahaan

- h. Gambaran tentang SDM, ceritakan orang-orang dibalik operasional perusahaan, siapa saja figur pengendali di jajaran manajemen termasuk tokoh berpengaruh di masyarakat yang berkaitan dengan perusahaan.
- i. Sistem pelayanan dan fasilitas yang disediakan. Dalam persaingan ketat dewasa ini, pelayanan pelanggan memegang kunci strategis. Gambaran kelebihan perusahaan dari sisi yang membedakan dengan kompetitor.
- j. Prestasi dan keunggulan perusahaan, termasuk segala hal yang telah dilakukan perusahaan untuk kepentingan masyarakat. Masyarakat menuntut bukan hanya kualitas produk atau jasa, tapi juga apa yang bisa dilakukan perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat. Misalnya program peduli lingkungan sebagai wujud tanggung jawab perusahaan (CSR).
- k. Laporan perkembangan perusahaan (annual report), termasuk informasi keuangan perusahaan.
- l. Deskripsi tentang produk-produk dan jasa utama yang ditawarkan.
- m. Program pengembangan dimasa mendatang.

3.4 Internet

Menurut (Greenlaw & Hepp, 2002) *Internet* adalah sebuah jaringan komputer yang sangat besar, yang menjangkau seluruh kawasan di dunia, mengedarkan jutaan surat elektronik setiap harinya, dan bagaikan jalan tanpa hambatan bagi info-info yang dapat dilihat. *Internet* juga merupakan sebuah tempat dimana orang dapat berkomunikasi antara yang satu dengan yang lain, saling berbagi dan bertukar pikiran ide-ide yang ada. Lebih dari itu semua, *internet* adalah sebuah bentuk komunitas dari sekian banyak orang yang

menggunakannya untuk menjelajahi persamaan dan perbedaan mereka melalui tulisan tertulis. Jadi, *internet* dapat diartikan secara lebih sederhana sebagai sistem jaringan komputer secara global yang terjaring dengan pengguna komputer dan data-data mereka.

3.5 WEB

Menurut (Rudianto, 2011) *Web* adalah salah satu *aplikasi* yang berisikan dokumen-dokumen multimedia (teks, gambar, animasi, video) didalamnya yang menggunakan protokol HTTP (*Hypertext Transfer Protocol*) dan untuk mengaksesnya menggunakan perangkat lunak yang disebut *browser*.

3.6 Website

Menurut (Yuhefizar & Hidayat, 2009) *Website* adalah keseluruhan halaman-halaman *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. Kelebihan *website* dibandingkan dengan media cetak maupun elektronik adalah kelengkapan informasi yang disajikan dengan biaya yang relatif murah. Kekurangannya adalah produk yang ditampilkan serta pasar yang dituju lebih *segmented* (terpusat pada kalangan/kelompok konsumen tertentu). Oleh karena itu, harus memanfaatkan kekurangannya menjadi *Strong Point* dalam pemasaran.

3.7 Hypertext Markup Language

Menurut (Kustiyahningsih, 2011), “HTML kependekan Hyper Text Markup Language. Dokumen HTML adalah text file murni yang dapat dibuat dengan editor teks sembarang. Dokumen ini dikenal sebagai web page. File-file

HTML ini berisi instruksi-instruksi yang kemudian diterjemahkan oleh browser yang ada di komputer client (user) sehingga isi informasinya dapat di tampilkan secara visual di komputer pengguna”.

Menurut (Situmorang, 2010), “HTML (Hypertext Markup Language) adalah bahasa standar yang digunakan untuk pembuatan halaman web atau word wide web, dengan hypertext dan informasi lain yang akan ditampilkan pada halaman web. Dokumen hypertext bisa berisi teks, gambar, dan tipe informasi lain seperti data file, audio, video, dan program executeable”.

Berdasarkan pendapat para ahli yang dikemukakan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa HTML adalah HTML adalah bahasa yang sangat tepat dipakai untuk menampilkan informasi pada halaman web, karena HTML menampilkan informasi dalam bentuk hypertext dan juga mendukung sekumpulan perintah yang dapat digunakan untuk mengatur tampilnya informasi tersebut, sesuai dengan namanya, bahasa ini menggunakan tanda (markup) untuk menandai perintah-perintahnya.

3.8 PHP

Menurut (Betha, 2005) PHP Hypertext Preprocessor (PHP) adalah bahasa pemrograman scripting sisi server (server-side), bahasa pemrograman yang digunakan oleh server web untuk menghasilkan dokumen Hypertext Markup Language (HTML).

Menurut (Kadir, 2008) PHP dirancang untuk membentuk aplikasi web dinamis. Artinya, ia dapat membentuk suatu penampilan berdasarkan permintaan terkini. Misalnya, bisa menampilkan database ke halaman web. Pada prinsip PHP

mempunyai fungsi yang sama dengan skrip-skrip seperti Active Server Page (ASP), Cold Fusion , atau perl. Namun, perlu diketahui bahwa PHP sebenarnya bisa dipakai secara command line. Artinya, Skrip PHP dapat dijalankan tanpa melibatkan web server maupun browser.

3.9 Database

Menurut (Marlinda, 2004) database adalah suatu susunan/kumpulan data operasional lengkap dari suatu organisasi/perusahaan yang diorganisir/dikelola dan disimpan secara terintegrasi dengan menggunakan metode tertentu menggunakan komputer sehingga mampu menyediakan informasi optimal yang diperlukan pemakainya. Penyusunan satu database digunakan untuk mengatasi masalah – masalah pada penyusunan data yaitu redundansi dan inkonsistensi data, kesulitan pengaksesan data, isolasi data untuk standarisasi, multiple user (banyak pemakai), *security* (masalah keamanan), masalah intergrasi (kesatuan), dan masalah data *independence* (kebebasan data)

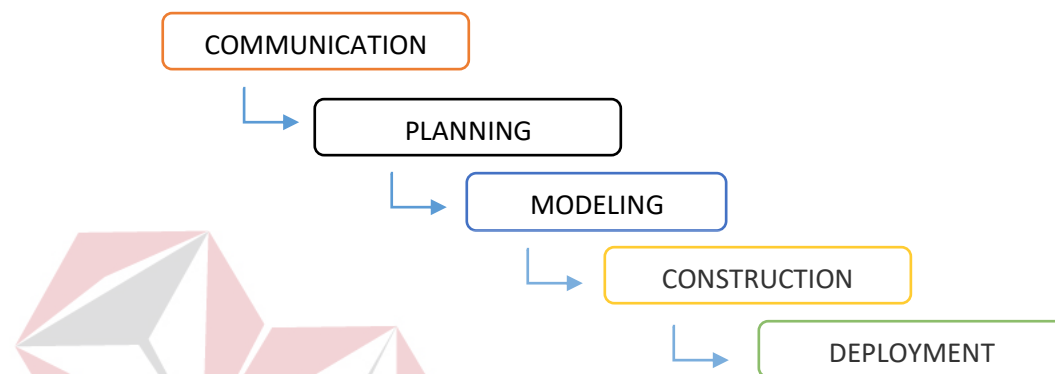
3.10 Software Development Life Cycle (SDLC)

System Development Life Cycle (SDLC) adalah suatu pendekatan yang memiliki tahap atau bertahap untuk melakukan analisa dan membangun suatu rancangan sistem dengan menggunakan siklus yang lebih spesifik terhadap kegiatan pengguna (Kendall & Kendall, 2003).

System Development Life Cycle (SDLC) atau Siklus Hidup Pengembangan Sistem adalah proses perancangan sistem serta metodologi yang digunakan untuk mengembangkan sistem-sistem tersebut (Pressman, 2010).

3.11. Model Pengembangan Waterfall

Waterfall Model merupakan sebuah proses perancangan yang secara berurutan dan sering digunakan dalam proses pengembangan perangkat lunak (Pressman, 2010). Langkah-langkahnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 disertakan penjelasan dari tahap-tahap yang dilakukan di dalam Model *Waterfall* :



Gambar 3. 1 Proses Metode Waterfall

1. Communication

Langkah pertama diawali dengan komunikasi kepada konsumen/pengguna. Langkah awal ini merupakan langkah penting karena menyangkut pengumpulan informasi tentang kebutuhan konsumen/pengguna.

2. Planning

Setelah proses *communication* ini, kemudian menetapkan rencana untuk pengerjaan *software* yang meliputi tugas-tugas teknis yang akan dilakukan, risiko yang mungkin terjadi, sumber yang dibutuhkan, hasil yang akan dibuat, dan jadwal pengerjaan.

3. *Modeling*

Pada proses *modeling* ini menerjemahkan syarat kebutuhan ke sebuah perancangan perangkat lunak yang dapat diperkirakan sebelum dibuat *coding*. Proses ini berfokus pada rancangan struktur data, arsitektur *software*, representasi *interface*, dan detail (algoritma) prosedural.

4. *Construction*

Construction merupakan proses membuat kode (*code generation*).

Coding atau pengkodean merupakan penerjemahan desain dalam bahasa yang bisa dikenali oleh komputer. *Programmer* akan menerjemahkan transaksi yang diminta oleh *user*. Tahapan inilah yang merupakan tahapan secara nyata dalam mengerjakan suatu *software*, artinya penggunaan komputer akan dimaksimalkan dalam tahapan ini. Setelah pengkodean selesai maka akan dilakukan *testing* terhadap sistem yang telah dibuat. Tujuan *testing* adalah menemukan kesalahan-kesalahan terhadap sistem tersebut untuk kemudian bisa diperbaiki.

5. *Deployment*

Tahapan ini bisa dikatakan final dalam pembuatan sebuah *software* atau sistem. Setelah melakukan analisis, desain dan pengkodean maka sistem yang sudah jadi akan digunakan *user*. Kemudian *software* yang telah dibuat harus dilakukan pemeliharaan secara berkala.