



RANCANG BANGUN WEBSITE COMPANY PROFILE

PADA UMKM “SNACK BU ID”

KERJA PRAKTIK



18410100076

UNIVERSITAS
Dinamika

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2022

LAPORAN KERJA PRAKTIK

RANCANG BANGUN WEBSITE COMPANY PROFILE PADA UMKM “SNACK BU ID”

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
mata kuliah Kerja Praktik



Disusun Oleh :

Nama : Apriene Shalsabila

NIM : 18410100076

Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Sistem Informasi

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2022



UNIVERSITAS
Dinamika

“God doesn’t want you to be happy, he wants you to be strong”

LEMBAR PENGESAHAN

RANCANG BANGUN WEBSITE COMPANY PROFILE PADA UMKM "SNACK BU ID"

Laporan Kerja Praktik

Oleh

Apriene Shalsabila

NIM : 18410100076

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Mojokerto, 02 Januari 2022

Disetujui :

Penyelia

Pembimbing



Digitally signed by Anjik Sukmaaji
DN: cn=Anjik Sukmaaji,
o=Universitas Dinamika, ou=Prodi
S1 Sistem Informasi,
email=anjik@dinamika.ac.id, c=US
Date: 2022.01.20 15:34:51 +0700
Adobe Acrobat Reader version:
2021.011.20039

Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M.Eng.

NIDN. 0731057301



SNACK BU ID
Jl. Malabar 5/20 Kedundung Indah
Mojokerto - Jawa Timur
085 2 8839 7960

Lailatul Rofaidah

Digitally signed by
Anjik Sukmaaji
Date: 2022.01.20
19:00:23 +0700

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Sistem
Informasi

Digitally signed by Anjik Sukmaaji
DN: cn=Anjik Sukmaaji, o=Universitas
Dinamika, ou=Prodi S1 Sistem Informasi,
email=anjik@dinamika.ac.id, c=US
Date: 2022.01.21 07:49:47 +0700
Adobe Acrobat Reader version:
2021.011.20039

Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M.Eng.

NIDN. 0731057301

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Apriene Shalsabila**
NIM : **18410100076**
Program Studi : **S1 Sistem Informasi**
Fakultas : **Fakultas Teknologi dan Informatika**
Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**
Judul Karya : **RANCANG BANGUN WEBSITE COMPANY
PROFILE PADA UMKM "SNACK BU ID"**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada **Universitas Dinamika** Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Surabaya, 10 Januari 2022


Apriene Shalsabila
NIM : 18410100076

ABSTRAK

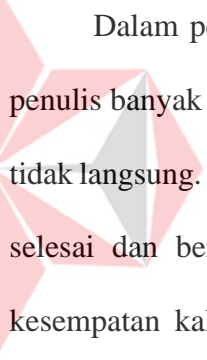
Snack Bu Id merupakan salah satu penggiat Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang berkecimpung didunia makanan yang telah didirikan semenjak tahun 2015 oleh Lailatul Rofaidah atau yang sering dikenal sebagai Bu Id. Snack Bu Id memiliki berbagai macam varian snack dengan berbagai macam ukuran kemasan. Dengan seiring berkembangnya waktu persaingan dalam dunia kuliner dapat dikatakan cukup ketat, karena terus bermunculan kompetitor baru di setiap tahunnya sehingga membutuhkan promosi yang lebih untuk memasarkan setiap produknya. Salah satu kendala yang dihadapi oleh UMKM “Snack Bu Id” adalah kurang terpakainya media promosi yang digunakan dan proses penyampaian informasi masih menggunakan cara manual dari mulut ke mulut saja. Hal ini menyebabkan produk UMKM “Snack Bu Id” kurang dikenal di masyarakat.

Oleh sebab itu, untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM “Snack Bu Id” maka dibuat sebuah Perancangan *Company Profile* berbasis *website* yang membantu UMKM “Snack Bu Id” mengenalkan produknya kepada masyarakat. Manfaat yang didapat dari pembuatan perancangan *company profile* pada UMKM “Snack Bu Id” ini adalah produk menjadi lebih dikenal di masyarakat. Sekaligus masyarakat dapat menerima informasi produk, tempat pemasaran produk dan *contact person* secara cepat dan lebih mudah.

Kata kunci : *website, Company Profile*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada ALLAH SWT yang telah memberikan berupa kesehatan , kesempatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini. Laporan ini berjudul Rancang Bangun Website Company Profile. Kerja praktik ini telah penulis laksanakan dengan baik di tempat Snack “Bu Id” yang berlokasi di Perum Kedundung Indah,Kec. Magersari,Kota Mojokerto, Jawa Timur. Tujuan utama dari Kerja Praktik ini adalah untuk memantapkan teori dan praktik yang telah dipelajari di kampus dan dapat diselesaikan dengan serta diaplikasikan di lapangan.



Dalam pelaksanaan kerja praktik dan pembuatan laporan kerja praktik ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga pelaksanaan kerja praktik dan pembuatan laporan ini dapat selesai dan berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu, dalam kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih atas segala bimbingannya dan bantuannya kepada :

1. Orang Tua dan keluarga yang selalu mendukung mendoakan dalam proses pelaksanaan kerja praktik.
2. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd. selaku Rektor Universitas Dinamika.
3. Bapak DR. Anjik Sukmaaji. S.Kom., M.Eng selaku Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi Universitas Dinamika sekaligus dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan dan bimbingan dalam pelaksanaan kerja praktik dan pembuatan laporan kerja praktik ini

4. Ibu Lailatul Rofaidah selaku owner UMKM “Snack Bu Id” yang telah banyak membantu selama pelaksanaan kerja praktik.

Perlu disadari bahwa dengan segala keterbatasan, laporan kerja praktik ini masih jauh dari sempurna. Sehingga kritikan dan masukan yang membangun sangat penulis harapkan demi sempurnanya laporan. Akhirnya semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan dapat bermanfaat bagi rekan-rekan demi menambah pengetahuan tentang Praktik Kerja Lapangan.

Mojokerto , 11 Januari 2022



UNIVERSITAS Penulis
Dinamika

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan	2
1.5 Manfaat	3
BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI	4
2.1 Profil Instansi	4
2.2 Deskripsi Instansi	4
2.3 Lokasi dan Kontak Instansi	5
2.4 Tujuan Instansi	6
2.5 Struktur Instansi	6
2.6 Fungsi Deskripsi Pekerjaan	6
BAB III LANDASAN TEORI	8
3.1 Company Profile	8

3.2 UMKM.....	9
3.3 <i>Digital Marketing</i>	10
3.4 <i>Website</i>	11
3.5 Rancang Bangun	12
3.6 SLDC.....	12
BAB IV DESKRIPSI Pengerjaan	15
4.1. <i>Planning</i>	15
4.2 Analisis Bisnis.....	16
4.3 Desain.....	38
4.4 Implementasi	43
BAB V PENUTUP.....	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	54



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 4.1. Usecase company profile Snack Bu Id.....	27
---	----



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Logo Snack Bu Id.....	5
Gambar 2.3 Denah Lokasi Snack Bu Id.....	6
Gambar 2.4 Struktur Organisasi.....	7
Gambar 3.1 Pengembangan Metode <i>Waterfall</i>	13
Gambar 4.1 <i>Document Flowchart</i> pemasaran produk	17
Gambar 4.2 <i>Document Flowchart</i> Penjualan Produk.....	18
Gambar 4.3 Skema <i>marketplace</i>	19
Gambar 4.4 <i>Docflow</i> transaksi pada <i>Facebook marketplace</i>	22
Gambar 4.5 <i>Docflow</i> transaksi pada <i>Whatsapp business</i>	24
Gambar 4.6 <i>Usecase diagram company profile</i> Snack Bu Id	26
Gambar 4.7 <i>Activity diagram view Home</i>	28
Gambar 4.8 <i>Activity diagram view Our History</i>	29
Gambar 4.9 <i>Activity diagram view product</i>	29
Gambar 4.10 <i>Activity diagram</i> berita kegiatan.....	30
Gambar 4.11 <i>Activity diagram order product</i>	31
Gambar 4.12 <i>Activity diagram view contact</i>	31
Gambar 4.13 <i>Class diagram website company</i> Snack Bu Id	33
Gambar 4.14 <i>Sequences Diagram view home</i>	33
Gambar 4.15 <i>Sequences Diagram view about us</i>	34
Gambar 4.16 <i>Sequences Diagram view produk</i>	35
Gambar 4.17 <i>Sequences Diagram view order product</i>	36
Gambar 4.18 <i>Sequences Diagram view galeri</i>	37

Gambar 4.19 <i>Sequences Diagram view contact</i>	38
Gambar 4.20 Rancangan <i>design interface</i> menu <i>home</i>	39
Gambar 4.21 Rancangan <i>design interface</i> menu <i>about us</i>	40
Gambar 4.22 Rancangan <i>design interface</i> menu produk	40
Gambar 4.23 Rancangan <i>design interface</i> menu galeri.....	41
Gambar 4.24 Rancangan <i>design interface</i> menu order produk	42
Gambar 4.24 Rancangan <i>design interface</i> menu <i>contact</i>	42
Gambar 4.25 Rancangan <i>design interface</i> menu order produk	43
Gambar 4.26 Halaman utama <i>Home</i>	44
Gambar 4.27 Halaman detail <i>Home</i>	45
Gambar 4.28 Halaman menu <i>Our History</i>	45
Gambar 4.29 Halaman detail <i>Our History</i>	46
Gambar 4.30 Halaman menu produk	46
Gambar 4.31 Halaman detail produk	47
Gambar 4.32 Halaman galeri	48
Gambar 4.33 Halaman detail galeri	48
Gambar 4.34 Halaman <i>order</i> produk	49
Gambar 4.35 Tampilan utama <i>Facebook Marketplace</i> Snack Bu Id	50
Gambar 4.36 Tampilan utama <i>Whatsapp Business</i> Snack Bu Id	50
Gambar 4.37 Halaman <i>Contact</i>	51

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Form KP-1 Pendaftaran KP.....	54
Lampiran 2. Form KP-3 Surat Balasan	55
Lampiran 3. Form KP-5 Halaman Pertama.....	56
Lampiran 5. Form KP-6 Halaman Pertama.....	57
Lampiran 6. Form KP-7 Halaman Pertama.....	58
Lampiran 7. Kartu Bimbingan Kerja Praktik	59
Lampiran 8. Biodata Mahasiswa.....	60



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi pada saat ini menjadi bagian yang sangat penting di dalam kehidupan manusia. Hal tersebut didasarkan pada perkembangan zaman menuju arah yang lebih modern dan dinamis. Dengan demikian, maka segala sesuatu hal dituntut untuk dilakukan lebih cepat untuk bisa mengimbangi dari perkembangan zaman pada saat ini. Selain itu, keakuratan sangat mutlak diperlukan guna untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu praktik usaha populer di kalangan masyarakat. Banyaknya pegiat UMKM menjadikan sektor bisnis ini sebagai salah satu roda penggerak perekonomian negara. UMKM adalah kegiatan usaha atau bisnis yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, maupun badan usaha kecil. Penggolongannya berdasarkan besaran omzet pertahun, jumlah kekayaan atau aset, dan jumlah karyawan yang dipekerjakan.

UMKM Snack Bu Id merupakan Bisnis Usaha Mikro Kecil yang bergerak dalam bidang kuliner snack ringan yang sedang mengalami pertumbuhan yang pesat. UMKM ini bersaing untuk memberikan produk dan pelayanan terbaik kepada pelanggan, dalam hal kualitas produk. Untuk menghadapi persaingan yang ada kini UMKM Snack Bu Id ingin memiliki banyak pelanggan tetap dengan melakukan promosi melalui media sosial, menyebar brosur, dan mulut ke mulut. Akan tetapi, cara tersebut masih terbilang belum maksimal. Dengan adanya teknologi informasi, segala proses yang biasa dilakukan manusia dapat menjadi

lebih mudah dan lebih cepat. Adapun salah satu manfaat yang dapat dirasakan dari perkembangan teknologi ini yaitu cara penyampaian informasi kepada masyarakat dimanapun mereka berada, tentunya dengan bantuan jaringan internet. Dari penjelasan uraian diatas, penyampaian dan penyebaran informasi dapat dilakukan dengan cara menampilkan informasi tersebut kedalam sebuah *website*. Dengan begitu masyarakat hanya perlu mengakses *website* untuk mendapatkan informasi tentang apa yang ingin diketahui.

Dengan permasalahan yang ada maka UMKM *Snack Bu Ida* berencana untuk membuat suatu media promosi berbasis *website* yang nantinya akan digunakan sebagai sarana pemasaran untuk produk mereka. Situs web akan sangat membantu untuk para pelanggan yang akan membeli produk.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijabarkan diatas, dapat diketahui permasalahan yang ada yaitu bagaimana merancang dan membangun *Company Profile* pada UMKM *Snack Bu Ida* dalam bentuk *platform website*.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam pembuatan Perancangan *Company Profile* UMKM *Snack Bu Ida* berbasis *website* antara lain :

1. Menampilkan *Company Profile*
2. Berfokus pada promosi produk dan kegiatan perusahaan
3. *Website* dibangun dengan *PHP 5.6*

1.4 Tujuan

Tujuan dari kerja praktik ini adalah mampu membuat *website* yang

menampilkan informasi profil perusahaan dan kegiatan penjualan UMKM¹Snack Bu Id¹

1.5 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dalam pembuatan *company profile* ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa

- a. Manfaat bagi mahasiswa dengan adanya pembuatan *company profile* ini adalah dapat memahami sistem kerja yang ada di perusahaan dan dapat menerapkan dan mengembangkan ilmu yang sudah dipelajari selama perkuliahan dengan kerja praktik ini serta dapat menambahkan pengetahuan untuk pengabdian ke dalam lingkup masyarakat.
- b. Mahasiswa dapat menerapkan ilmu IT yang diperoleh dari Universitas Dinamika untuk dijadikan sebuah sistem informasi yang berguna untuk kegiatan bisnis

2. Bagi Instansi

- a. Instansi dapat memperoleh manfaat ilmu yang diperoleh oleh mahasiswa selama menjalankan perkuliahan di Universitas Dinamika
- b. Instansi mendapatkan keuntungan adanya masukan dari segi perkembangan IT dalam sektor bisnis dari mahasiswa

BAB II

GAMBARAN UMUM INSTANSI

2.1 Profil Instansi

2.1.1 Logo Instansi

UMKM Snack Bu Id memiliki logo yang terdiri dari :

1. Tulisan SNACK Bu ID yang merupakan nama usaha yang didirikan
2. Warna dan bentuk dari logo didominasi coklat yang dikelilingi gambar makanan merupakan gambaran produk yang dijual yaitu snack atau camilan.

2.2 Deskripsi Instansi

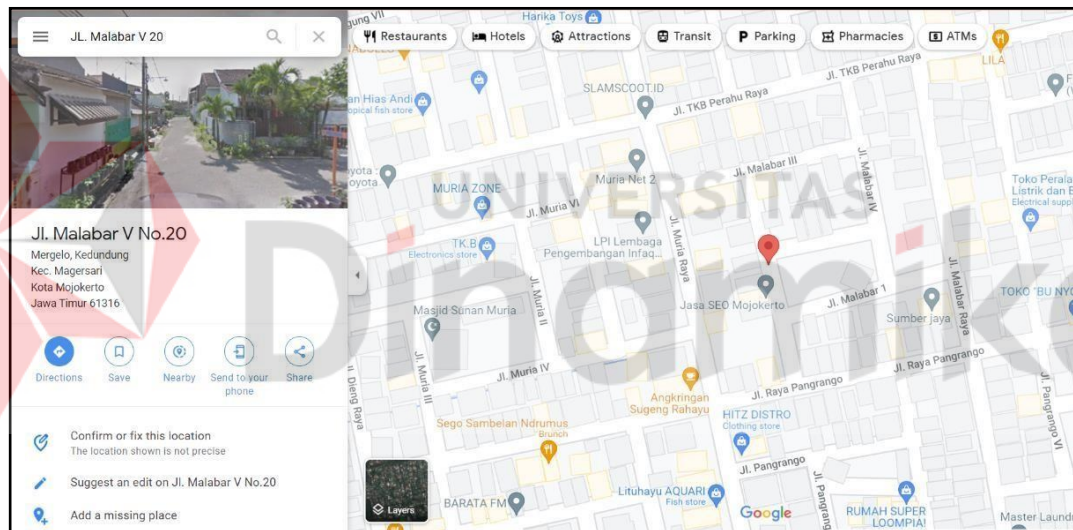


Gambar 2.1 Logo Snack Bu Id

Snack Bu ID merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang kuliner makanan ringan snack di Kota Mojokerto yang berdiri sejak tahun 2015. Dengan *Owner* Ibu Lailatul Rofaidah Snack Bu ID kini telah mempunyai 4 produk

unggulan yaitu Stik , Pastel isi , Kuping Gajah, dan Plintiran dengan masing masing berat bersih 200 gram ataupun dengan berat sesuai dengan permintaan pelanggan. Selain dipasarkan melalui *sosial media* produk Snack Bu Id juga memasarkan produknya ditempat tempat sentra kuliner seperti di stand Produk Unggulan Kota Mojokertoyang bertempat di lantai 2 Sunrise Mall Kota Mojokerto dan Cassava Bintang Anugrah Jl. Panderman Raya No.10, Mergelo, Wates, Kec. Magersari, KotaMojokerto, Jawa Timur 61317.

2.3 Lokasi dan Kontak Instansi



Gambar 2.2 Denah Lokasi Snack Bu Id

1. Lokasi

Snack Bu ID pertembat di JL. Malabar 5/20, Perum Kedundung Indah,Kec. Magersari,Kota Mojokerto, Jawa Timur.

2. Telepon

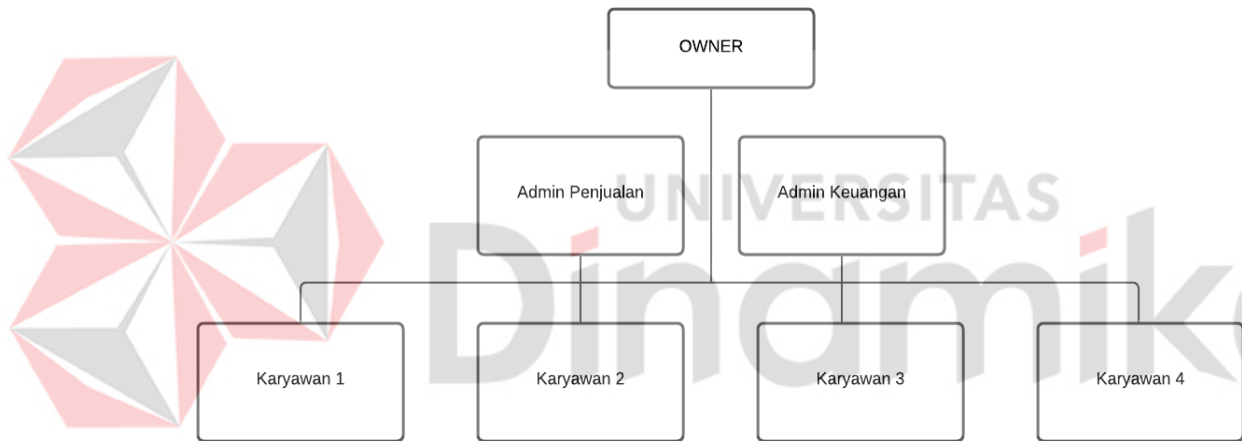
0857-0633-7960

2.4 Tujuan Instansi

Menghadirkan snack homemade yang higienis dengan rasa yang enak untuk menemani hari penikmat produk Snack Bu Id.

2.5 Struktur Instansi

Demi kelancaran dan keberhasilan bisnis UMKM "Snack Bu Id", maka diperlukannya struktur organisasi dengan tujuan agar masing masing bagian dapat menjalankan tugasnya secara baik dan benar. Adapun struktur yang dimiliki oleh UMKM "Snack Bu Id" sebagai berikut.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi

2.6 Fungsi Deskripsi Pekerjaan

Dari struktur organisasi di atas, maka terdapat deskripsi pekerjaan untuk masing masing bagian yaitu :

A. Owner

1. Bertanggung jawab terhadap setiap proses yang berlangsung dari awal proses yaitu pemilihan bahan baku sampai dengan akhir proses yaitu pengemasan produk.

2. Mengawasi persediaan bahan baku dan stok produk

B. Admin Penjualan

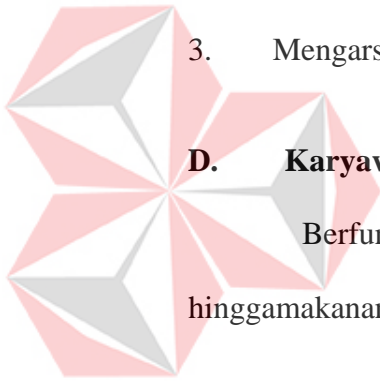
1. Bertanggung jawab atas segala penjualan offline maupun online
2. Mengatur jadwal produksi sesuai pesanan yang diterima
3. Menerima dan mencari informasi event untuk penjualan berikutnya

C. Admin Keuangan

1. Bertanggung jawab terhadap pendanaan, perencanaan, dan pengendalian keuangan kegiatan usaha
2. Membuat dan mencetak tagihan
3. Mengarsipkan seluruh nota atau dokumen transaksi

D. Karyawan

Berfungsi untuk menjalankan proses produksi mulai dari bahan baku hinggamakanan siap jadi sampai ke proses pengemasan hingga pengiriman produk.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

1.1 Company Profile

Company profile adalah produk tulisan praktis yang berisi mengenai gambaran umum sebuah perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail maupun terperinci. Perusahaan dapat memilih informasi apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publik (Kriyanto 2008). *Company* sendiri merumakan perusahaan, maskapai, firma, perseroan, persekutuan, kompi, ataupun organisasi. Sedangkan *profile* merupakan riwayat, datadiri dan tampang.

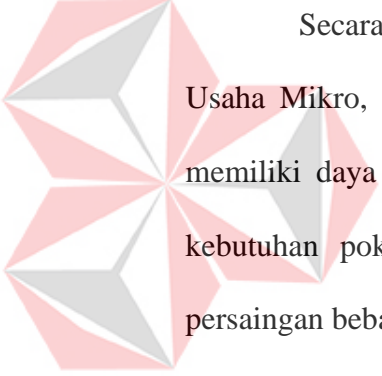
Berdasarkan KBBI profil dapat diartikan sebagai grafik atau ikhtisar yang memberikan fakta mengenai hal-hal khusus. Sedangkan perusahaan dalam KBBI yaitu 1) kegiatan (pekerjaan dsb) yang diselenggarakan dengan peralatan atau dengan cara teratur dengan tujuan menjari keuntungan (menghasilkan sesuatu, mengolah ataumembuat barang, berdagang, memberikan jasa, dsb), 2) organisasi berbadan hukum yang mengadakan transaksi atau usaha.

Sehingga *company profile* atau profil perusahaan dapat maknai sebagai gambaran khusus tentang sebuah perusahaan yang bekerja secara teratur dengan tujuan untuk mencari keuntungan. *Company profile* identik sebagai kerangka dasar berbisnis (Agustrijanto, 2001: 133).

Fungsi dari *company profile* itu sendiri yang paling utama adalah sebagai media menyampaikan informasi berisi profil perusahaan, dan data-data lain yang dapat digunakan sebagai media untuk berpromosi ataupun hanya sebagai media untuk memperkenalkan perusahaan kepada publik.

1.2 UMKM

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.



Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

1.2.1 Kriteria UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

b. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta`rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00.

1.3 Digital Marketing

Digital marketing merupakan pemasaran yang menggunakan platform yang ada di internet dalam melakukan kegiatan menjangkau para target konsumen,

selain itu *digital marketing* bisa juga disebut sebagai pemasaran, *web marketing*, *online marketing*, atau *e – marketing* atau *e – commerce* adalah pemasaran produk atau jasa melalui internet.

Pada dasarnya *digital marketing* merupakan pemasaran yang menggunakan *platform digital* yang berada di internet yang mana menggunakan alat seperti *web*, *social media*, *email*, *database*, *mobile /wirelees* dan *digital tv* dalam meningkatkan target konsumen dan serta mengetahui *profile*, perilaku, nilai produk, serta loyalitaspara pelanggan atau target konsumen.

1.4 Website

Website adalah kumpulan dari berbagai macam halaman situs, yang terangkum didalam sebuah domain atau juga subdomain yang lebih tepatnya berada di dalam WWW (*World Wide Web*) yang tentunya terdapat di dalam Internet. Halaman *website* biasanya berupa dokumen yang ditulis dalam format HTML (*Hyper Text Markup Language*) atau yang bisa diakses melalui HTTP, yang merupakan suatu protokol yang menyampaikan berbagai informasi dari *server website* untuk ditampilkan kepada user atau pemakai melalui *web browser*. Web merupakan system *hypermedia* yang berarea luas tyang ditujukan untuk akses universal. Salah satu kunci kemudahan tempat seseorang atau perusahaan dapat menjadi bagian web.

Terdapat 2 jenis *website* , yaitu *website* statis dan *website* dinamis. *Website* statis yaitu *website* yang informasinya merupakan informasi satu arah, atau dalam arti berasal dari pemilik *software* saja. Umumnya *website* ini bersifat tetap, jarang berubah, dan hanya diupdate oleh pemiliknya saja. Contoh dari jenis *website* statis yaitu *profile company*. Sementara *website* dinamis merupakan *website* yang secara

strukturnya diperuntukan untuk *update* sesering mungkin. Biasanya selain dimana utamanya yang bisa diakses oleh *user* pada umumnya, disediakan juga halaman *backend* yaitu untuk meng-*edit* konten dari *website* tersebut. Contoh dari *website* dinamis seperti website berita yang didalamnya terdapat fasilitas berita, dsb.

1.5 Rancang Bangun

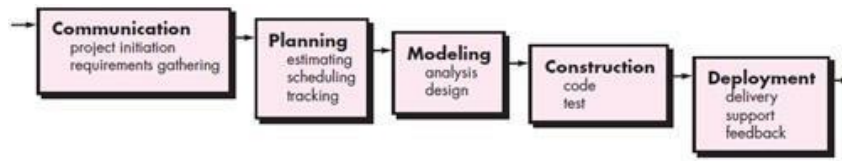
Menurut Pressman yang dikutip oleh (Buchari et al., 2015, 1). rancang merupakan serangkaian prosedur untuk menerjemahkan hasil analisa dari sebuah sistem ke dalam bahasa pemrograman untuk mendeskripsikan dengan detail bagaimana komponen-komponen sistem diimplementasikan.

Menurut Pressman yang dikutip oleh (Aslah et al., 2017, 1), “bangun atau pembangunan adalah kegiatan menciptakan sistem baru maupun mengganti atau memperbaiki sistem yang telah ada secara keseluruhan”. Menurut (Giandari M. et al., 2018, 2), “Rancang bangun adalah menciptakan dan membuat suatu aplikasi ataupun sistem yang belum ada pada suatu instansi atau objek tersebut”.

Berdasarkan pengertian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa rancang bangun adalah gambaran dari sistem untuk menciptakan sistem baru atau memperbaharui sistem sebelumnya.

1.6 SLDC

Didalam SDLC terdapat beberapa model diantara model *waterfall*, disebut juga siklus hidup klasik, menunjukkan sistematis, pendekatan sekuensial untuk penyebaran perangkat lunak yang dimulai dengan spesifikasi permintaan pelanggan dan berlangsung melalui perencanaan, pemodelan, *construction* dan *deployment*.



Gambar 3.1 Pengembangan *Metode Waterfall*

Fase-fase dalam *model waterfall* menurut presman adalah sebagai berikut

A. *Communication*

Langkah pertama merupakan analisis terhadap kebutuhan *software*, dan tahap mengadakan pengumpulan data dengan melakukan pertemuan dengan *customer*, maupun mengumpulkan data tambahan baik yang terdapat pada jurnal, artikel maupun internet.

B. *Planning*

Proses *planning* merupakan lanjutan dari proses communication (*analysis requirment*). Tahap ini akan menghasilkan dokumen *user requirment* atau bisa dikatakan sebagai data yang berhubungan dengan keinginan *user* dalam pembuatan *software*, termasuk rencana yang akan dilakukan.

C. *Modeling*

Proses modeling ini akan menerjemahkan syarat kebutuhan ke sebuah perancangan *software* yang dapat diperkirakan sebelum dibuat *coding*. Proses ini berfokus pada rancangan struktur data, arsitektur *software*, representasi *interface*, dan detail (algoritma) prosedural. Tahapan ini akan menghasilkan dokumen yang disebut *software requirment*.

D. *Construction*

Tahapan ini merupakan tahapan proses membuat kode. *Coding* atau pengkodean merupakan penerjemahan desain dalam bahasa yang bisa dikenali oleh komputer. *Programmer* akan menerjemahkan tahapan secara nyata dalam mengerjakan suatu *software*, artinya penggunaan komputer akan dimaksimalkan dalam tahapan ini.

E. Deployment

Setelah perangkat lunak telah dianggap sesuai dengan *requirement customer*, perangkat lunak akan diimplementasikan.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

Mengacu pada pokok permasalahan yang ada pada UMKM "Snack BU Id" yaitu pemasaran produk dan jangkauan pasar yang lebih luas. Hingga saat ini, pemasaran produk dari masih menggunakan cara manual seperti menyebarkan brosur produk, UMKM "Snack Bu Id" membutuhkan Perancangan *Company Profile* berbasis *website* untuk mengatasi penyampaian informasi kepada masyarakat agar UMKM "Snack Bu Id" lebih dikenal oleh masyarakat, serta melakukan promosi produk. Dengan adanya *Company Profile* yang telah dibangun penulis berharap memberikan kemudahan untuk penyampaian informasi secara cepat dengan biaya yang terjangkau.

Dalam membangun *website company profile* didasarkan pada konsep SDLC (*System Development Life Cycle*) yang berfungsi untuk menggambarkan tahapan-tahapan utama membangun website.

Langkah-langkah yang dilakukan yaitu :

1. *Planning*
2. Analisis
3. Desain
4. Implementasi

4.1. *Planning*

Langkah awal dalam pembuatan *website company profile* yaitu dengan merancang langkah langkah dalam menganalisis sistem antara lain :

- a. Observasi

Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan cara observasi langsung pada bagian pemasaran. Data yang didapat penulis dari hasil observasi yaitu data produk berupa harga dan tempat pemasaran serta gambaran umum mengenai UMKM "Snack Bu Id".

b. Wawancara

Kegiatan ini dilakukan dengan mewawancarai pemilik UMKM "Snack Bu Id" langsung yaitu ibu Lailatul Rofaidah untuk mendapatkan keterangan informasi dan data-data yang jelas yang akan disampaikan pihak SNACK Bu Id kepada pengunjung atau pelanggan *website company profile* yang akan dibuat.

Kemudian setelah mendapatkan informasi yang cukup mengenai informasi apa saja yang akan ditampilkan maka langkah berikutnya berupa perancangan serta pembuatan *website* dapat dilakukan.

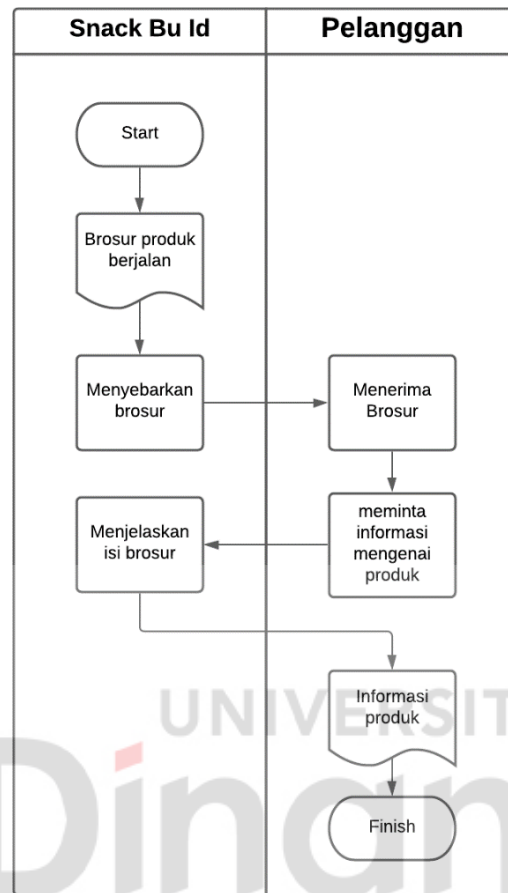
4.2 Analisis Bisnis

Hasil dari wawancara dengan pemilik mengenai proses bisnis UMKM "Snack Bu Id" saat ini pihak instansi mengenalkan produk hanya melalui postingan *social media facebook* dan brosur.

Hal tersebut dinilai masih kurang efektif untuk memasarkan produk mengingat teknologi informasi saat ini telah berkembang pesat dan dari pesaing lainnya yang telah menggunakan teknologi untuk mempromosikan sekaligus mengenalkan produk mereka kepada masyarakat luas, serta mendukung untuk kemajuan instansi.

Untuk itu perlu dibangun *company profile* berbasis website pada UMKM "Snack Bu Id" untuk mengenalkan *brand* dan produk mereka kepada masyarakat. Beberapa Informasi yang penulis dapatkan dari hasil wawancara sebagai berikut :

1. Proses pemasaran



Gambar 4.1 *Document Flowchart* pemasaran produk

Pertama kali dilakukan adalah pada bagian *marketing* akan menyebarkan brosur produk kepada pelanggan, setelah menerima brosur maka pelanggan akan melakukan tanya jawab seputar informasi produk yang ditawarkan. Kemudian pihak instansi akan menjelaskan isi brosur yang berisi tentang informasi produk.

2. penjualan produk



Gambar 4.2 *Document Flowchart* Pemesanan Produk

Proses pertama yaitu ketika pelanggan memilih produk yang akan dibeli, kemudian pelanggan akan meminta informasi persediaan produk tersebut. Kemudian pihak Snack Bu Id akan memberi informasi apabila produk yang pesan masih tersedia stoknya sekaligus memberi informasi pembayaran. Setelah pelanggan melakukan pembayaran maka selanjutnya yaitu mengirim bukti pembayaran kepada pihak Snack Bu Id untuk segera diproses ketahap berikutnya

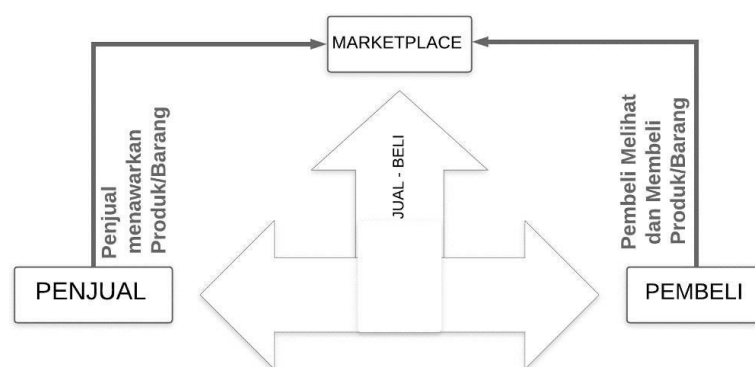
yaitu packing barang sebelum produk dikirim ke rumah pelanggan.

4.2.1. Solusi IT

Dari permasalahan yang teranalisis maka untuk solusi IT yang akan dibuat adalah menempatkan produk UMKM Snack Bu Ika ke *Facebook Market Place* dan mengubah pemesanan produk ke *Whatsapp Business*.

A. Mekanisme Transaksi pada Marketplace

Transaksi pada *facebook marketplace* maupun *whatsapp bussines* merupakan proses transaksi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli pada *platform facebook marketplace* dan *whatsapp bussines*. *Facebook* dan *whatsapp* menyediakan *platform marketplace* untuk memudahkan para pelaku usaha untuk memasarkan produk atau barang dagangannya, sedangkan konsumen sebagai pembeli dimudahkan untuk melihat produk atau barang yang diinginkan. Transaksi jual- beli *facebook marketplace* dan *whatsapp bussines* dapat dilihat melalui skema :



Gambar 4.3 Skema marketplace

Skema di atas merupakan gambaran transaksi pada *facebook marketplace* dan *whatsapp bussines*. Transaksi jual beli melalui *facebook market* dan *whatsapp*

business, sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan didunia nyata, dilakukan oleh pihak terkait. Para pihak terkait tersebut melakukan proses transaksi jual beli melalui media *facebook market place* ataupun *whatsapp business*. Pelaksanaan proses jual beli pada kedua platform tersebut berdasarkan langkah-langkah dibawah ini :

1. Penjual

Penjual pada *marketplace* dilakukan oleh pelaku usaha atau pun seseorang yang hendak menjual sesuatu dengan cara melakukan penawaran dengan iklan atas suatu barang pada *platform* yang disediakan oleh *platform* tersebut sehingga pengguna atau *customer* yang ingin melakukan pembelian suatu barang yang telah dipilih.

Harga produk/barang yang dicantumkan ada yang dicantumkan secara langsung harganya atau hanya berupa angka-angka saja sehingga bisa diketahui setelah bertanya secara langsung kepada penjual.

2. Pembeli

Pembeli pada *marketplace* terlebih dahulu melihat postingan penjual diberanda *marketplace* kemudian memilih barang dan menanyakan ketersediaan barang serta menyakan secara detail barang yang akan dibeli melalui chat *Messenger*. Setelah pembeli memilih produk/barang yang akan di beli, selanjutnya melakukan kesepakatan transaksi dengan penjual.

3. Transaksi Jual beli

Setelah melakukan kesepakatan antara penjual dan pembeli. Kesepakatan ini akhirnya merujuk dalam bentuk pertukaran. Jenis pertukaran yang terjadi antara penjual dan pembeli pada *marketplace* berupa pertukaran uang dengan barang.

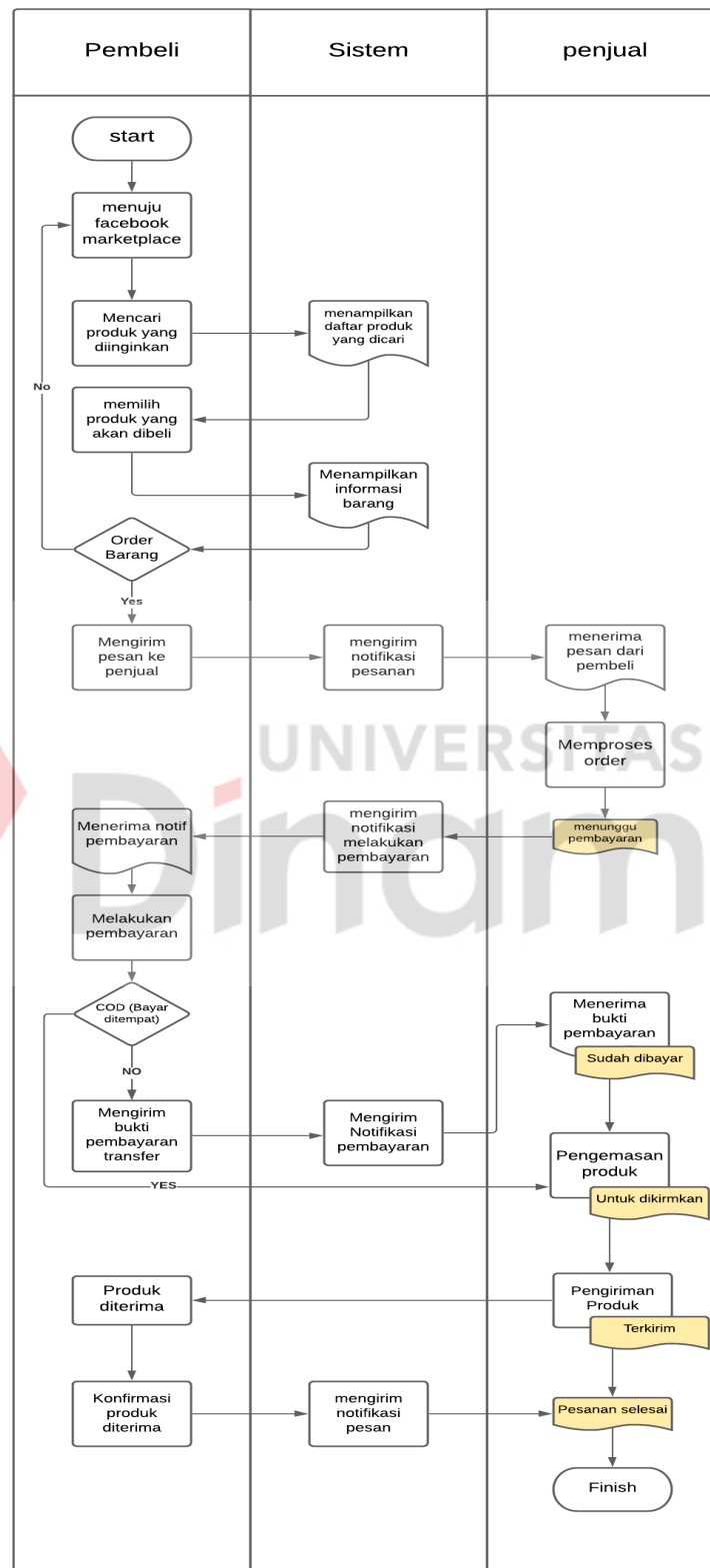
Transaksi merupakan puncak dari kegiatan jual-beli pada situs *marketplace*. Penjual dan pembeli sama-sama telah memperoleh apa yang diinginkan.

Pada tahap ini akan disepakati bersama mengenai bentuk pembayaran yang akan dilakukan. Dalam transaksi melalui *marketplace* ada tiga bentuk pembayaran yang biasa dipakai oleh pihak yang bertransaksi. Biasanya bentuk pembayaran yang sering digunakan melalui media *facebook marketplace* ataupun *whatsapp business* adalah *Transfer* antar bank dan *Cash On Delivery / COD*.



UNIVERSITAS
Dinamika

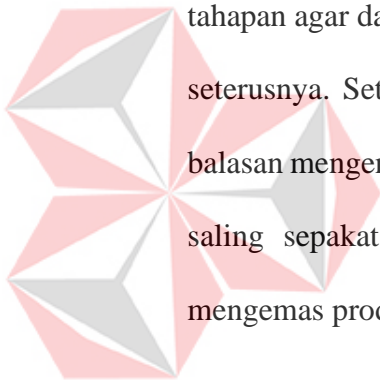
a. Facebook Market Place



Gambar 4.4 Docflow transaksi pada facebook marketplace

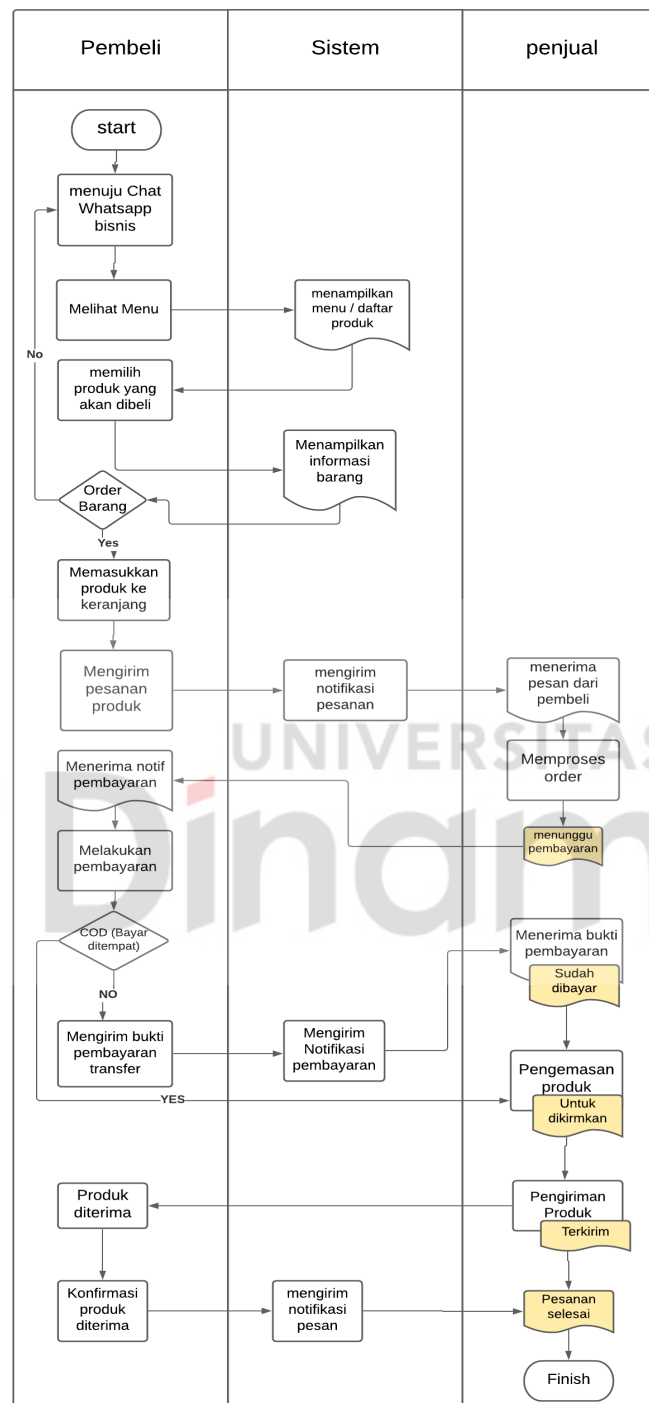
Proses transaksi jual beli pada *facebook marketplace* berlangsung ketika pembeli membuka halaman *facebook marketplace* Snack Bu Id dan mencari produk yang akan dibeli. Apabila pembeli ingin memesan produk maka pembeli bisa memilih salah satu produk yang telah ditampilkan dalam beranda sekaligus *facebook* akan menampilkan informasi mengenai produk yang akan dibeli. Setelah mengetahui informasi produk maka pembeli akan memutuskan untuk memesan produk dengan cara mengirim pesan melalui kolom *chat* yang tersedia.

Ketika pembeli telah mengirim pesanan *order* maka penjual akan mendapatkan notifikasi pesanan, penjual dapat memberi label sesuai dengan proses tahapan agar dapat lebih mudah mengetahui tahapan tahapan yang akan dikerjakan seterusnya. Setelah mendapatkan notifikasi maka penjual dapat mengirim pesan balasan mengenai proses pembayaran kepada pembeli. Setelah pembeli dan penjual saling sepakat mengenai proses pembayaran maka penjual selanjutnya akan mengemas produk untuk setelah itu dikirim ke pelanggan.



UNIVERSITAS
Dinamika

b. Whastapp Business



Gambar 4.5 Docflow transaksi pada whatsapp business

Proses transaksi jual beli pada *Whatsapp Business* berlangsung ketika pembeli membuka halaman *Whatsapp Business* Snack Bu Id dan mencari produk

yang akan dibeli pada menu katalog. Apabila pembeli ingin memesan produk maka pembeli bisa memilih salah satu produk yang telah ditampilkan dalam menu katalog produk sekaligus akan menampilkan informasi mengenai produk yang akan dibeli. Setelah mengetahui informasi produk maka pembeli akan memutuskan untuk memesan produk dengan cara *klik* tombol masukkan kekeranjang dan mengirimkannya melalui kolom *chat* yang tersedia.

Ketika pembeli telah mengirim pesanan *order* maka penjual akan mendapatkan notifikasi pesanan, penjual dapat memberi label sesuai dengan proses tahapan agar dapat lebih mudah mengetahui tahapan tahapan yang akan dikerjakan seterusnya. Setelah mendapatkan notifikasi maka penjual dapat mengirim pesan balasan mengenai proses pembayaran kepada pembeli. Setelah pembeli dan penjual saling sepakat mengenai proses pembayaran maka penjual selanjutnya akan mengemas produk untuk setelah itu dikirim ke pelanggan.

4.2.2 Perancangan Sistem

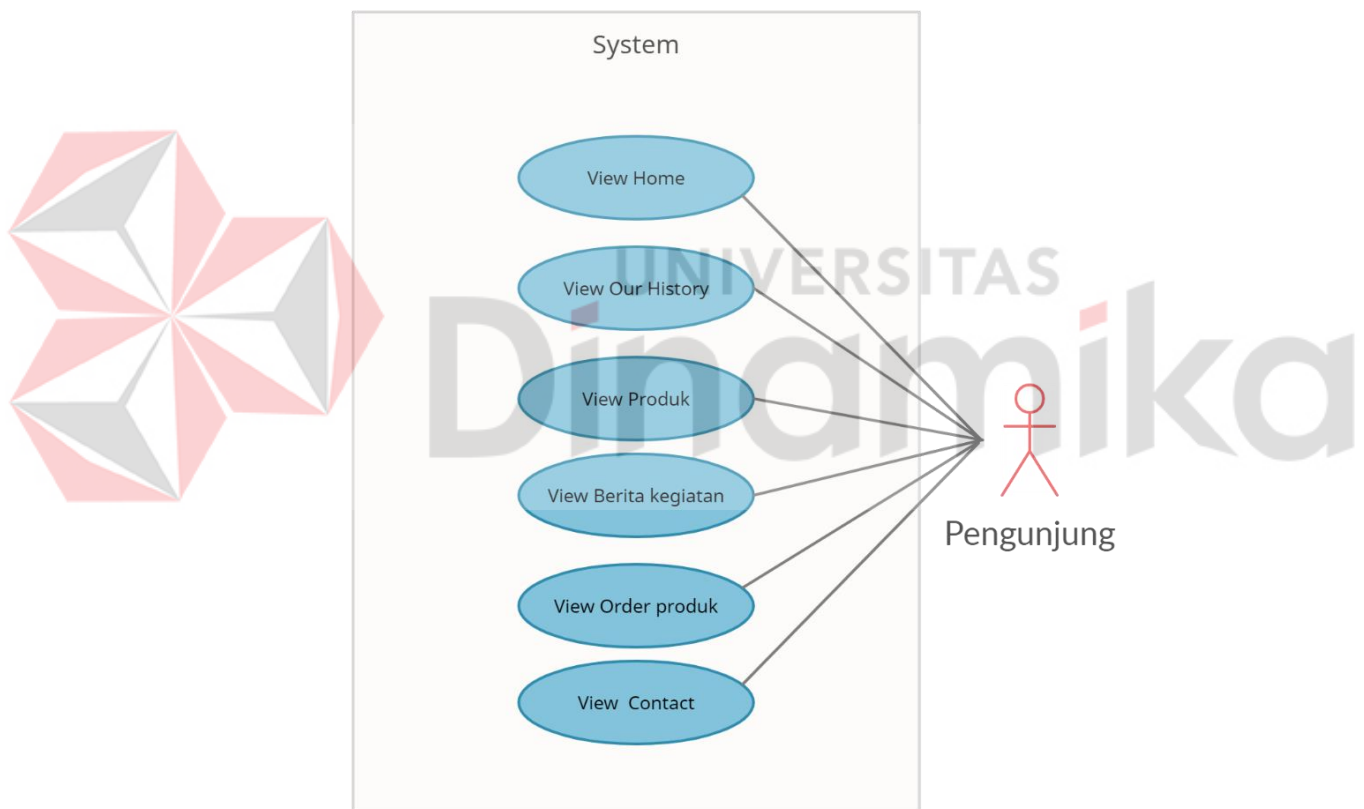
Dalam perancangan sistem *website company profile* ini menggunakan permodelan sistem antara lain *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, *Class Diagram* dan *Sequences Diagram*. Tahapan yang dilakukan dalam mendesain dan membuat sistem informasi berbasis *object-oriented* adalah sebagai berikut :

1. Membuat *Use Case Diagram* sistem informasi yang menggambarkan hubungan antara aktor dengan sistem.
2. Membuat *Activity Diagram* yang menggambarkan logika prosedur proses bisnis, dan jalur kerja dari *use case* yang telah ditampilkan sebelumnya.
3. Membuat *Class Diagram* yang menggambarkan hubungan antar *object* yang digunakan dalam sistem ini.

4. Membuat *Sequence Diagram* yang menggambarkan suatu proses interaksi objek yang di susun dalam suatu urutan atau kejadian.

A. *Usecase*

Use Case Diagram terdiri dari *actor*, *use case* dan hubungannya. *Use case diagram* digunakan untuk menjelaskan kegiatan apa saja yang dapat dilakukan oleh aktor terhadap sistem yang sedang berjalan. Berikut ini merupakan aktor-aktor yang terlibat didalam sistem *company profile* pada UMKM'SNACK Bu Id dibawah ini:



Gambar 4.6 *Usecase Diagram Company Profile Snack Bu Id*

Berikut ini merupakan deskripsi dari masing-masing use case yang berada pada Sistem Informasi *Company Profile* pada UMKM'Snack Bu Id:

Tabel 4.1. Usecase company profile Snack Bu Id

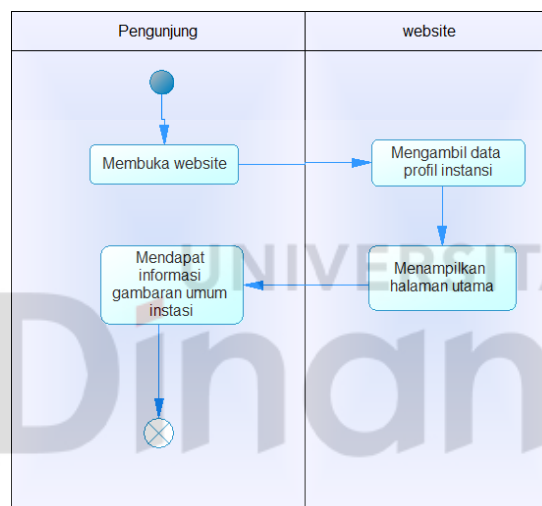
No	Use Case	Deskripsi
UC-01	<i>View Home</i>	Merupakan halaman utama dari <i>company profile</i> yang dapat dilihat oleh pengunjung yang berisi gambaran umum dan tujuan UMKM “Snack Bu Id”
UC-02	<i>View Our History</i>	Menampilkan halaman <i>Our History</i> yang berisi mengenai informasi tentang latar belakang berdirinya “Snack Bu Id”
UC-03	<i>View Product</i>	Menampilkan halaman <i>product</i> yang memuat informasi tentang produk produk yang ditawarkan oleh UMKM “Snack Bu Id”
UC-04	<i>View Berita Kegiatan</i>	Menampilkan halaman portfolio berisi tentang foto-foto yang berkaitan dengan kegiatan UMKM “Snack Bu Id”.
UC-05	<i>View Order Product</i>	Menampilkan halaman yang terhubung dengan <i>sosial media marketplace</i> yang digunakan <i>customer</i> untuk <i>order product</i> dari Snack Bu Id.
UC-06	<i>View Contact</i>	Menampilkan halaman portfolio berisi jam operasional, alamat instansi, tempat pemasaran <i>product</i> , <i>contact person</i> , dan <i>sosial media</i>

B. Activity Diagram

Activity diagram merupakan diagram yang memodelkan aliran kerja dari

aktivitas dalam suatu proses yang mengacu pada use case diagram yang ada. Activity diagram pada Company Profile Snack Bu Id terdiri dari *activity diagram view home*, *activity diagram view our history*, *activity diagram view product*, *activity diagram* berita kegiatan, *activity diagram order product*, *activity diagram contact*. Berikut ini penjelasan masing-masing *activity diagram* yang ada pada *website company profile UMKM Snack Bu Id*

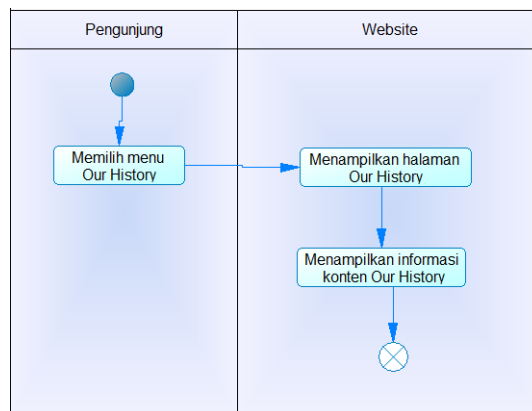
B.1 Activity diagram view home



Gambar 4.7 Activity Diagram view home

Activity diagram view home berawal dari pengunjung yang membuka *webiste company profile* Snack Bu Id dan sistem akan menampilkan *website* utama yang berisi tentang informasi gambaran umum instansi.

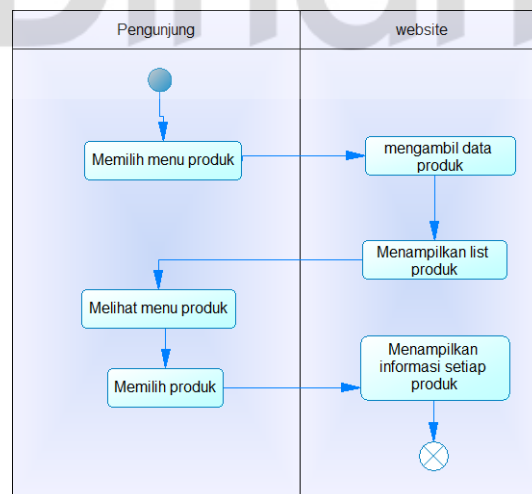
B.2 Activity diagram view Our History



Gambar 4.8 Activity Diagram view Our History

Activity diagram view Our History perusahaan berawal dari pengunjung website yang memilih menu bar *Our History* yang berisikan informasi latar belakang berdirinya UMKMSnack Bu Id

Activity diagram view produk

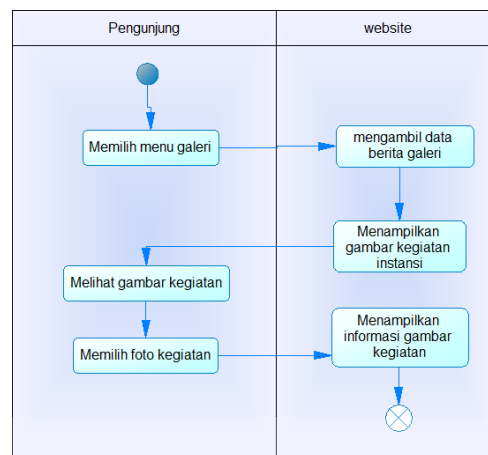


Gambar 4.9 Activity diagram view product

Activity diagram view product berawal dari pengunjung yang memilih menu *product* dan sistem akan menampilkan halaman *product* yang memuat

gambar *product* dan apabila pengunjung memilih salah satu *product* maka sistem akan menampilkan informasi mendetail mengenai *product* tersebut.

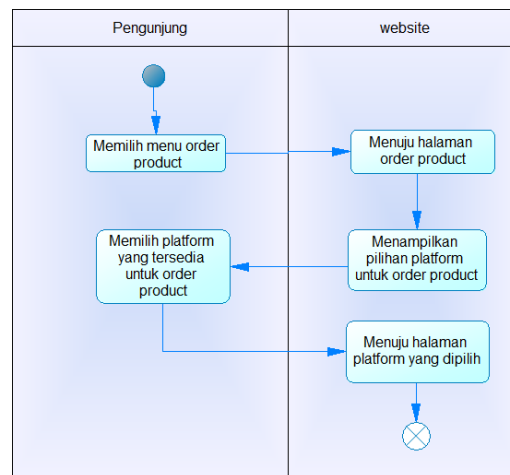
Activity diagram view berita kegiatan



Gambar 4.10 *Activity diagram view berita kegiatan*

Activity diagram view berita kegiatan berawal dari pengunjung *website company profile* Snack Bu Id yang memilih menu galeri, maka sistem akan menampilkan gambar kegiatan instansi dan apabila pengunjung memilih salah satu gambar tersebut maka sistem akan menampilkan informasi mengenai kegiatan tersebut lebih detail.

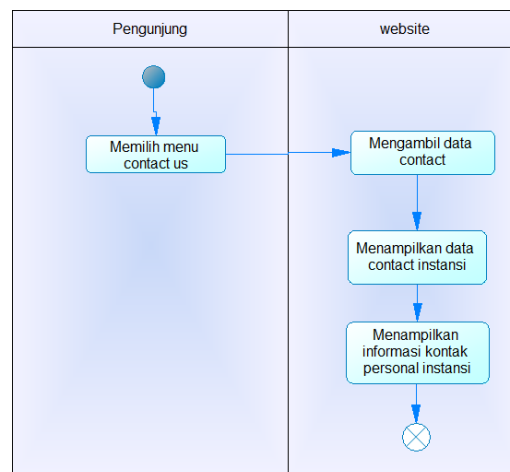
Activity diagram view order product



Gambar 4.11 *Activity diagram view order product*

Activity diagram view order product berawal dari pengunjung yang memilih menu *order product* maka sistem akan menghubungkan *website company profile snack bu id* menuju *platform* pilihan *order product* yang tersedia.

B.3 *Activity diagram view contact*



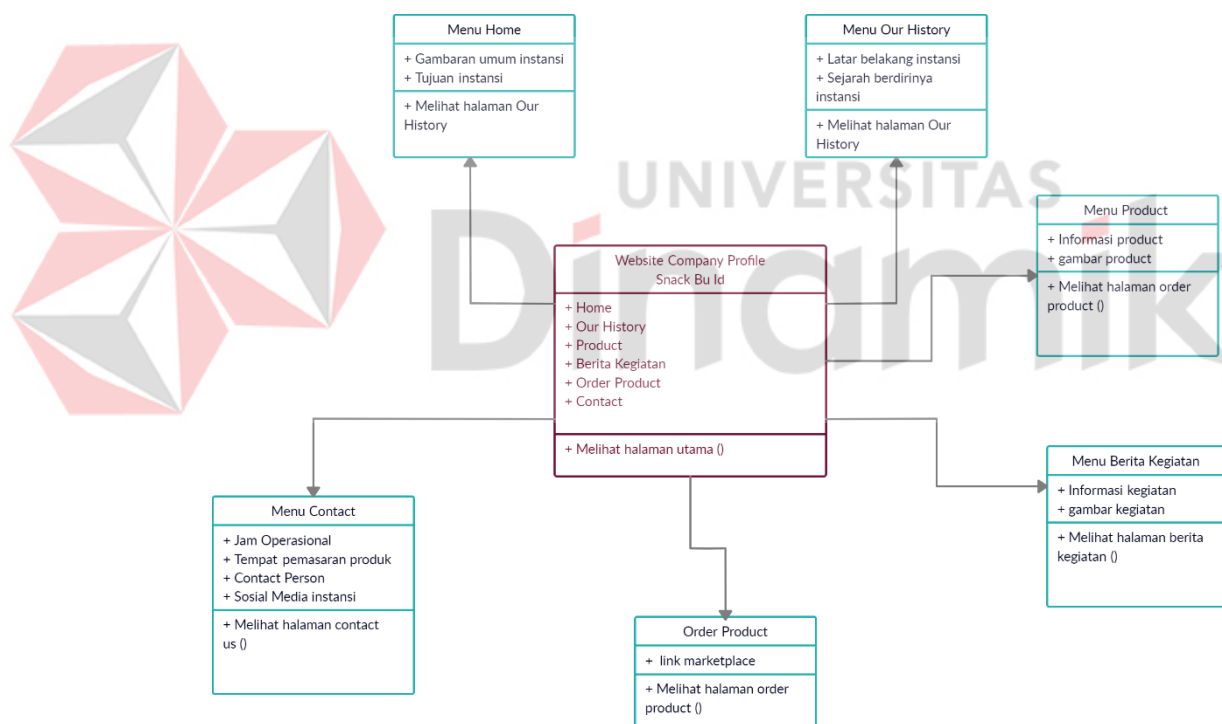
Gambar 4.12 *Activity diagram view contact*

Activity diagram view informasi instansi berawal dari pengunjung yang

memilih menu *contact us*. Maka sistem akan menampilkan informasi mengenai instansi pada *website company profile* snack bu id.

C. Class Diagram

Class diagram digunakan untuk menggambarkan *design* statis sistem yang sedang dibangun. Berikut ini merupakan *class diagram* yang digunakan untuk menyusun *website company profile* Snack Bu Id. Pada gambar *class diagram* *website company profile* berbasis *website* ini dijelaskan hubungan objek-objek yang terjadi didalam sistem yang dibuat :

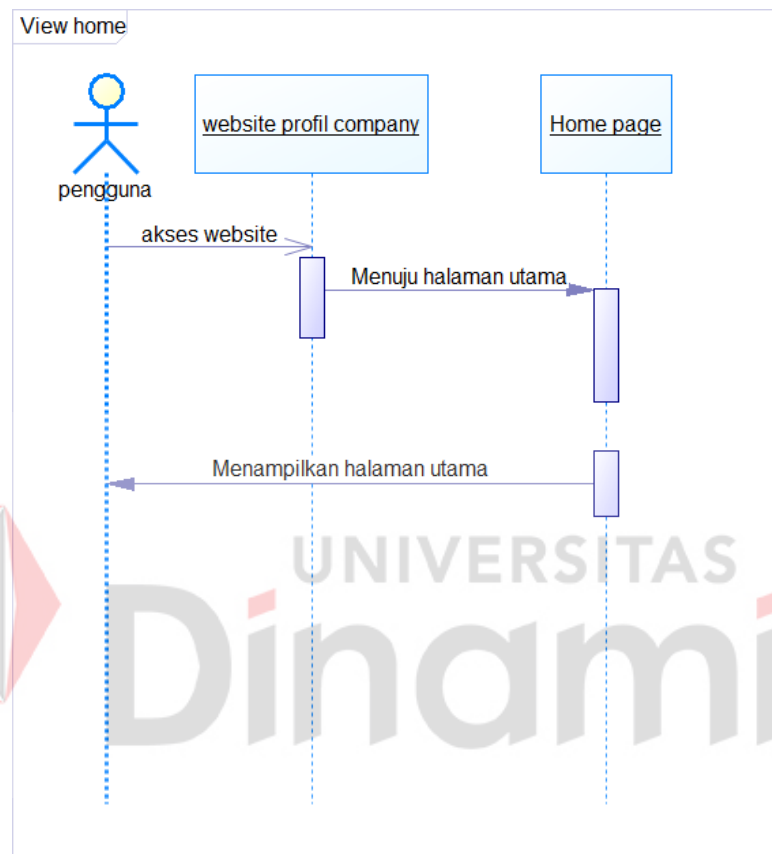


Gambar 4.13 Class diagram website company profile Snack Bu Id

Pengunjung mengakses *website* untuk melihat *company profile*, dan mendapatkan informasi mengenai instansi dan juga informasi mengenai produk yang dijual oleh instansi. *Company profile* terdapat *menu home*, *our history*,

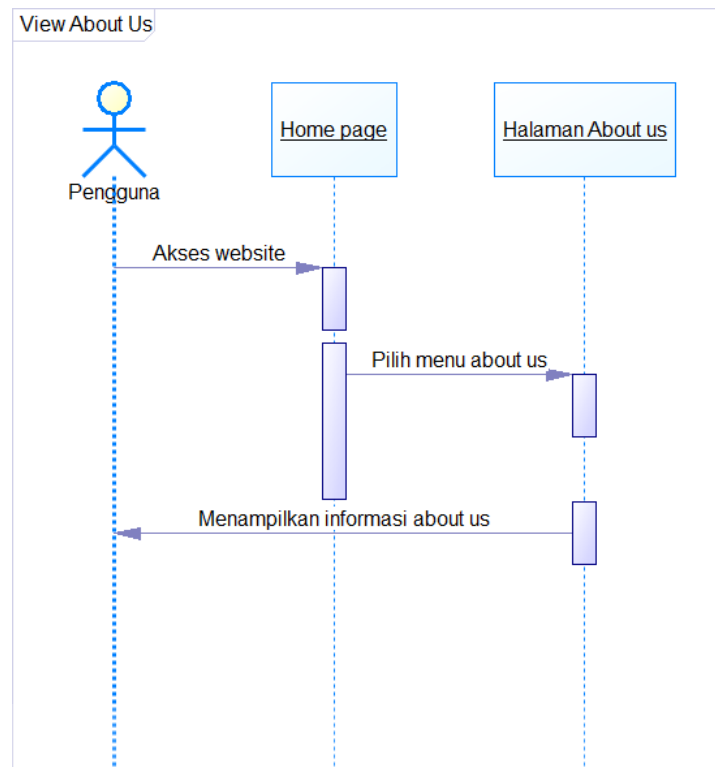
product, berita kegiatan, *order product* dan *contact us*. Semua halaman menu dapat dilihat oleh *customer*.

D. *Sequences Diagram*



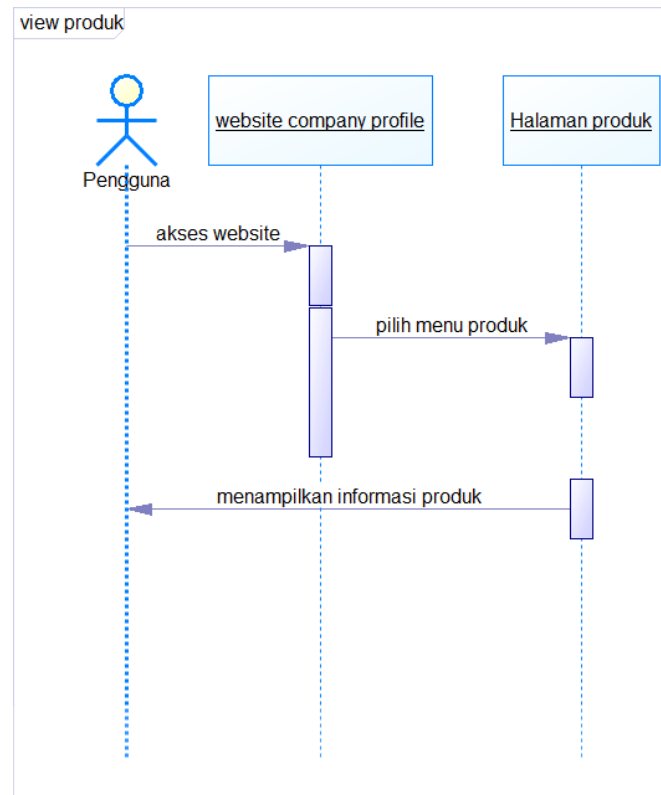
Gambar 4.14. *Sequences Diagram View Home*

Gambar 4.14. merupakan sequence diagram lihat info tentang kami yang hanya bisa diakses oleh klien. Buka halaman tentang kami untuk melihat isi info tentang kami, klien hanya dapat melakukan kegiatan seperti view.



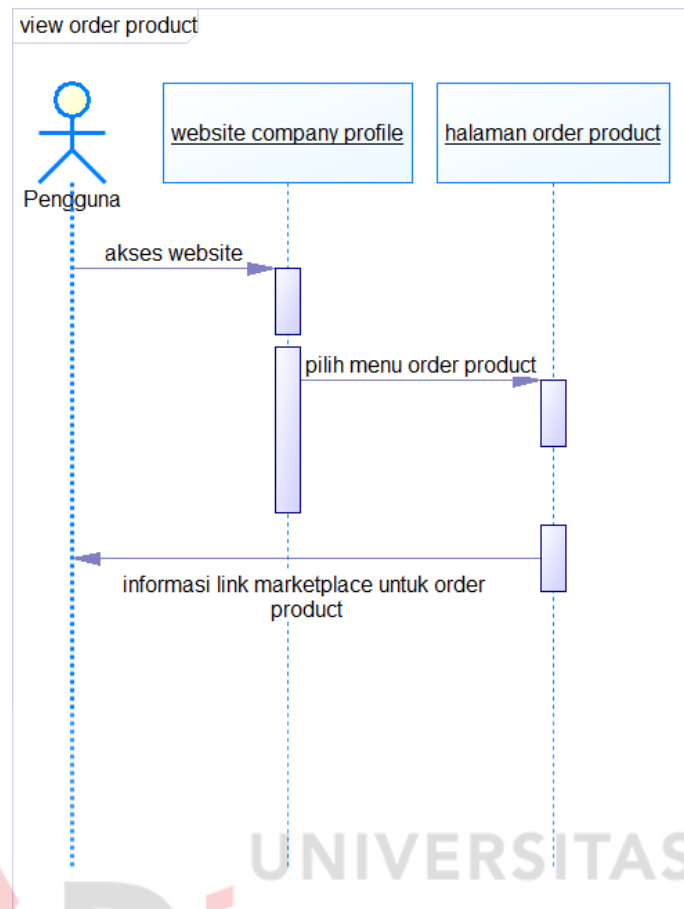
Gambar 4.15. *Sequences Diagram view about us*

Gambar 4.15. merupakan sequence diagram lihat halaman about us yang hanya bisa diakses oleh pengguna. Buka halaman layanan untuk melihat isi layanan, klien hanya dapat melakukan kegiatan seperti view.



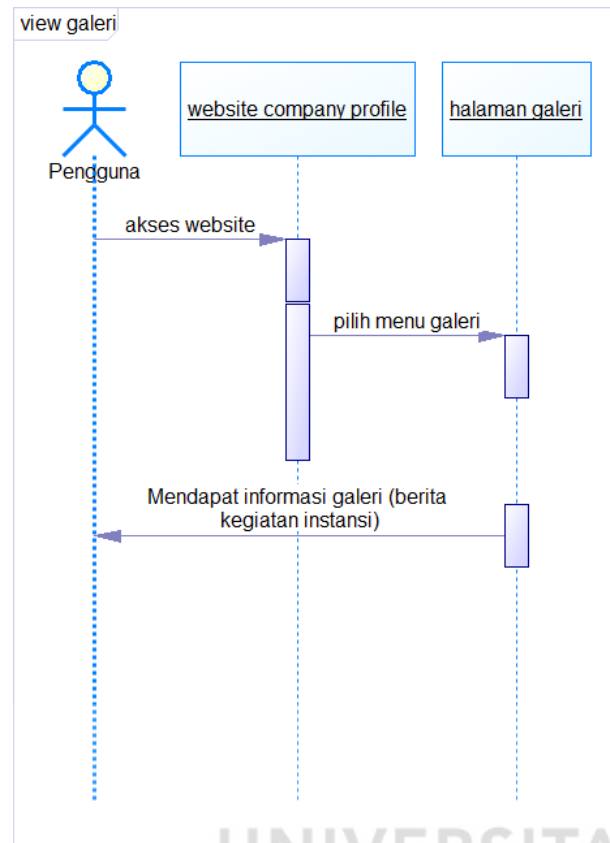
Gambar 4.16. *Sequences Diagram* view produk

Gambar 4.16. merupakan sequence diagram lihat halaman produk yang bisa diakses oleh pengguna. Buka halaman produk untuk melihat isi layanan, maka pengguna dapat mendapatkan informasi produk.



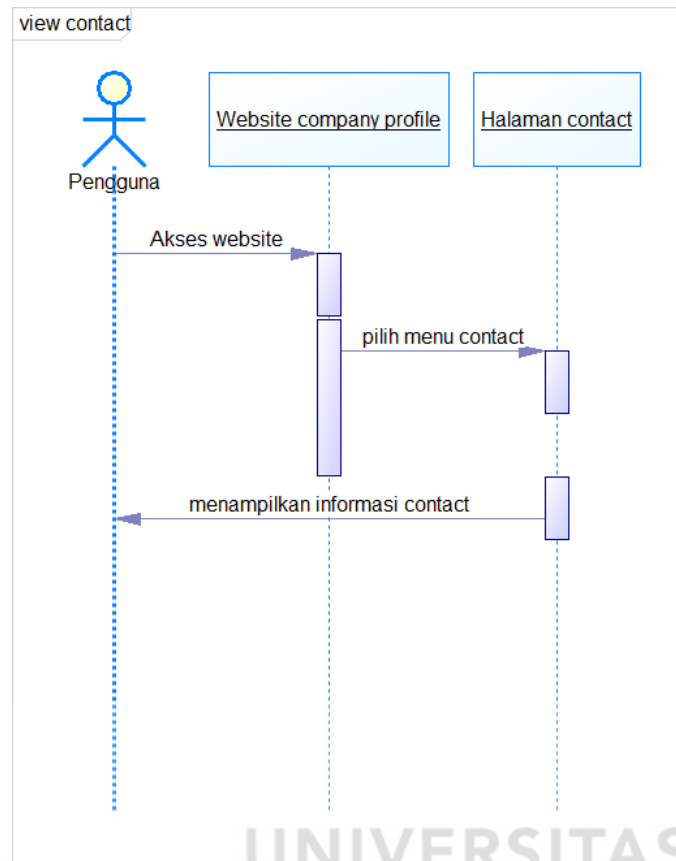
Gambar 4.17. *Sequences Diagram view order product*

Gambar 4.17. merupakan sequence diagram lihat halaman order product untuk mengetahui link order product maka pengunjung dapat menuju halaman order product yang otomatis akan terhubung pada marketplace.



Gambar 4.18 *Sequences Diagram* view galeri

Gambar 4.18. merupakan *sequence diagram* lihat galeri untuk mengetahui kegiatan penjualan snack bu id maka pengunjung dapat menuju halaman galeri dan mendapatkan informasi.



Gambar 4.19. *Sequences Diagram view contact*

Gambar 4.19. merupakan sequence diagram lihat halaman contact yang

bisa diakses oleh pengguna. Buka halaman conatct untuk melihat isi halaman, maka pengguna dapat mendapatkan informasi contact.

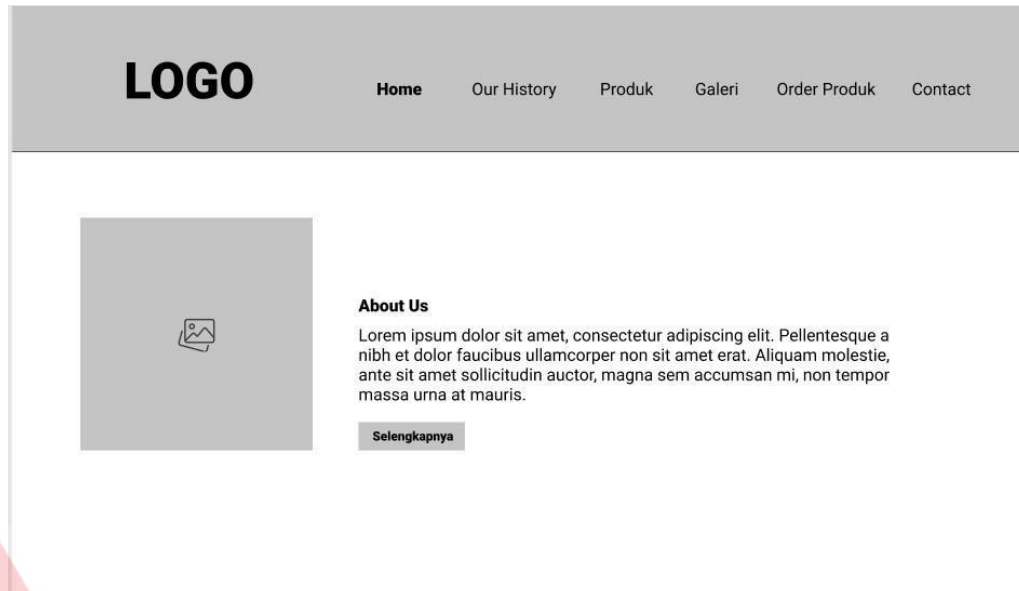
4.3 Desain

Berikut pembahasan dan rancangan desain interface halaman website company profile yang terdiri dari :

1. Rancangan *design interface Home* (Gambar 4.20)
2. Rancangan *design interface Our History* (Gambar 4.21)
3. Rancangan *design interface Produk* (Gambar 4.22)
4. Rancangan *design interface Galeri* (Gambar 4.23)

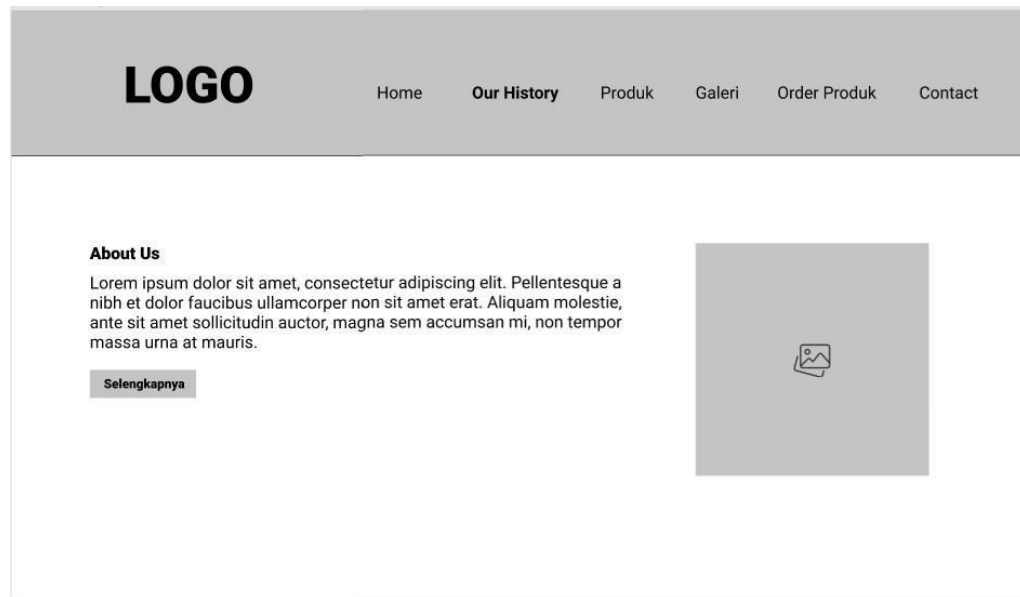
5. Rancangan *design interface Order Produk* (Gambar 4.24)

6. Rancangan *design interface Contact* (Gambar 4.25)



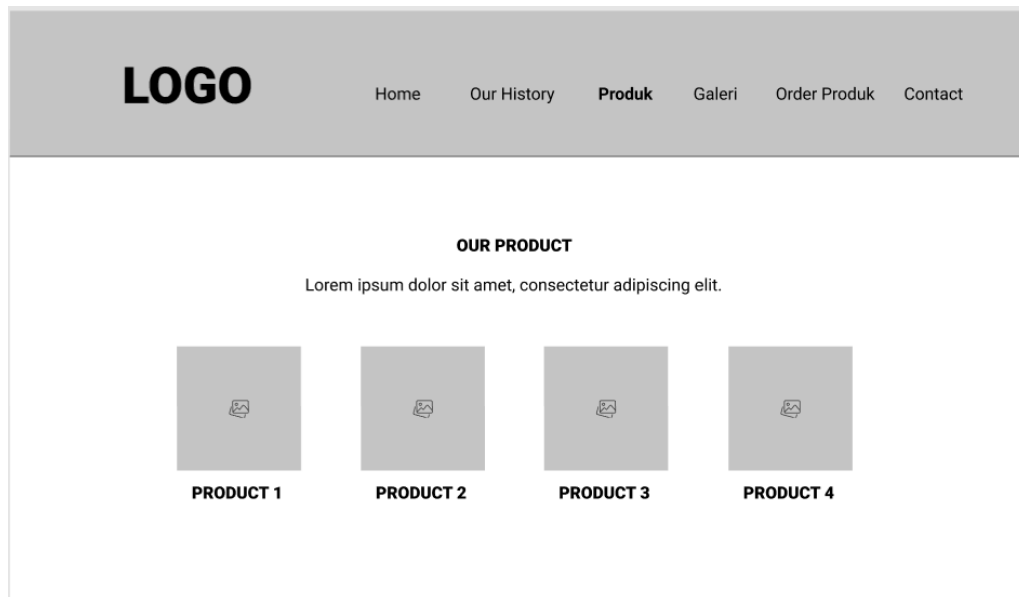
Gambar 4.20 Rancangan *design interface Home*

Pada halaman *Home* menampilkan Gambar logo beserta cuplikan singkat mengenai gambaran umum instansi beserta *button* selengkapnya untuk terhubung ke halaman yang memuat lebih banyak mengenai gambaran umum Snack Bu Id. Terdapat juga menu *Footer* pada bagian paling atas yang berfungsi untuk menampilkan menu yang terdapat pada *website* tersebut beserta *button* selengkapnya untuk menuju halaman detail “*AboutUs*”.



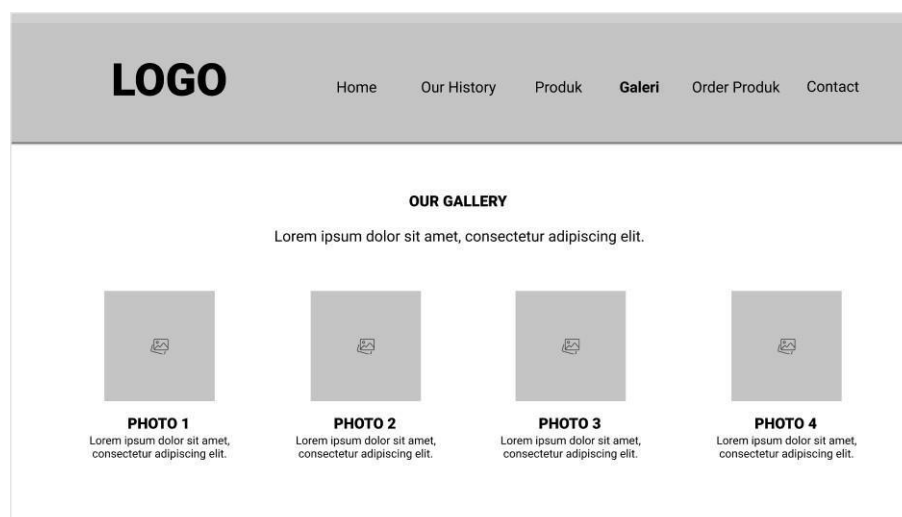
Gambar 4.21 Rancangan *design interface* menu Our History

Pada halaman *Our History* menampilkan Gambar produk beserta cuplikan singkat mengenai latar belakang terbentuknya Snack Bu Id beserta *button* selengkapnya untuk terhubung ke halaman yang memuat lebih banyak mengenai latar belakang UMKM "Snack Bu Id". Terdapat juga menu *Footer* pada bagian paling atas yang berfungsi untuk menampilkan menu yang terdapat pada *website* tersebut dan juga *button* selengkapnya untuk menghubungkan ke halaman *detail* "Our History".



Gambar 4.22 Rancangan *design interface* menu menu produk

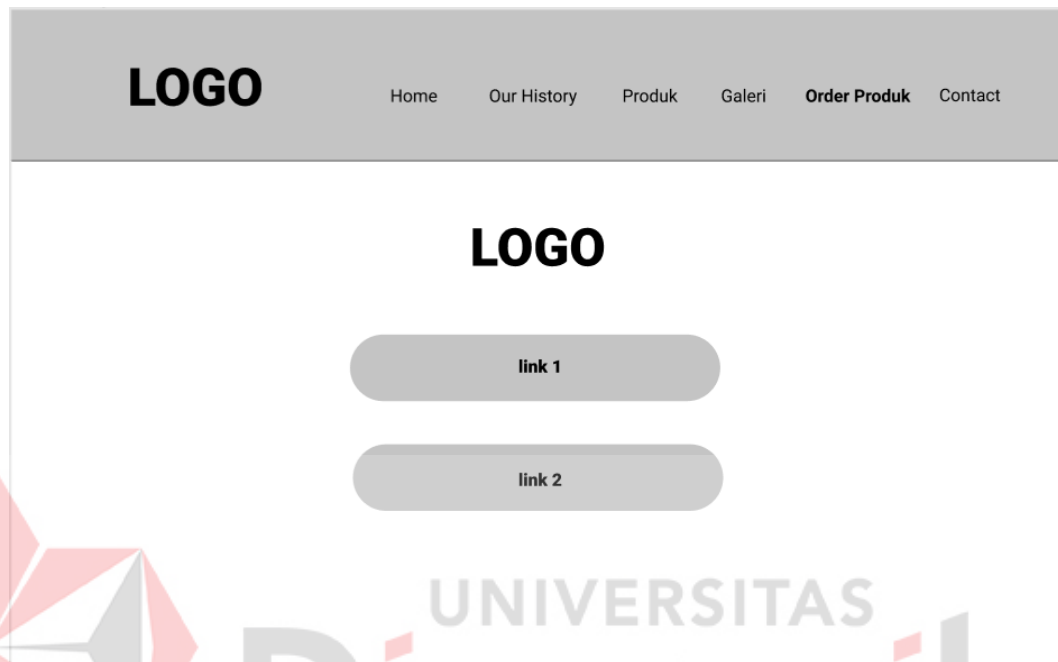
Pada halaman produk menampilkan semua gambar produk yang ditawarkan oleh UMKM "Snack Bu Id" beserta nama dari masing masing produk. Terdapat juga menu *Footer* pada bagian paling atas yang berfungsi untuk menampilkan menu yang terdapat pada *website* tersebut.



Gambar 4.23 Rancangan *design interface* menu our gallery

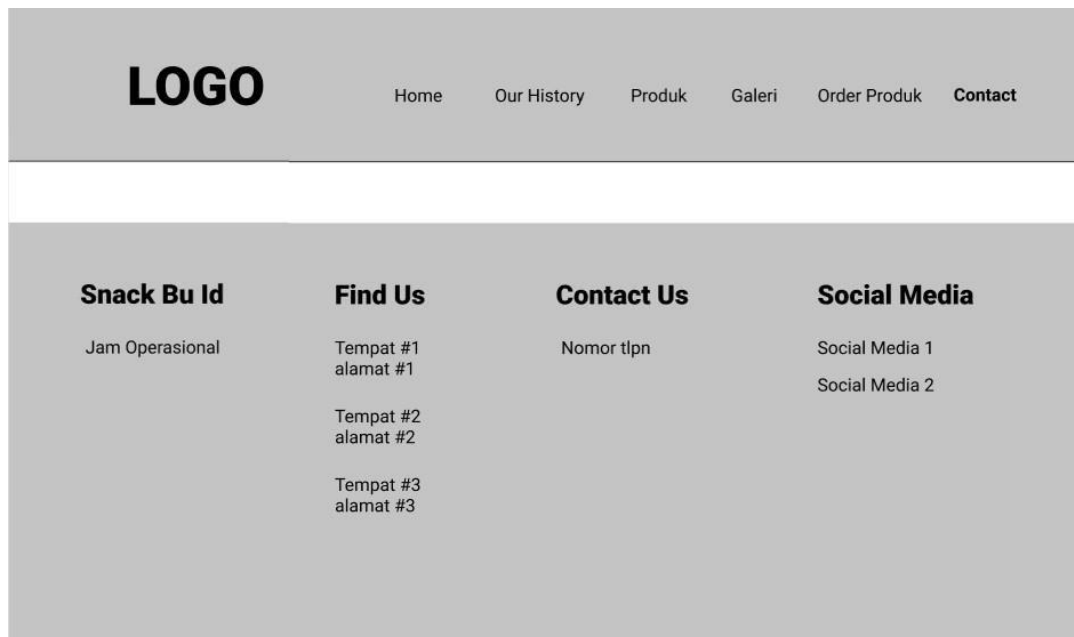
Pada halaman produk menampilkan dokumentasi kegiatan penjualan

Snack Bu Id beserta cuplikan judul kegiatan. Terdapat juga menu *Footer* pada bagian paling atas yang berfungsi untuk menampilkan menu yang terdapat pada *website* tersebut.



Gambar 4.24 Rancangan *desain interface* menu order produk

Pada menu order produk akan menampilkan logo instansi beserta 2 *button* yang akan langsung terhubung ke *marketplace* sehingga *customer* dapat langsung meng-*order produk* melalui *marketplace* tersebut. Terdapat juga menu *Footer* pada bagian paling atas yang berfungsi untuk menampilkan menu yang terdapat pada *website* tersebut.



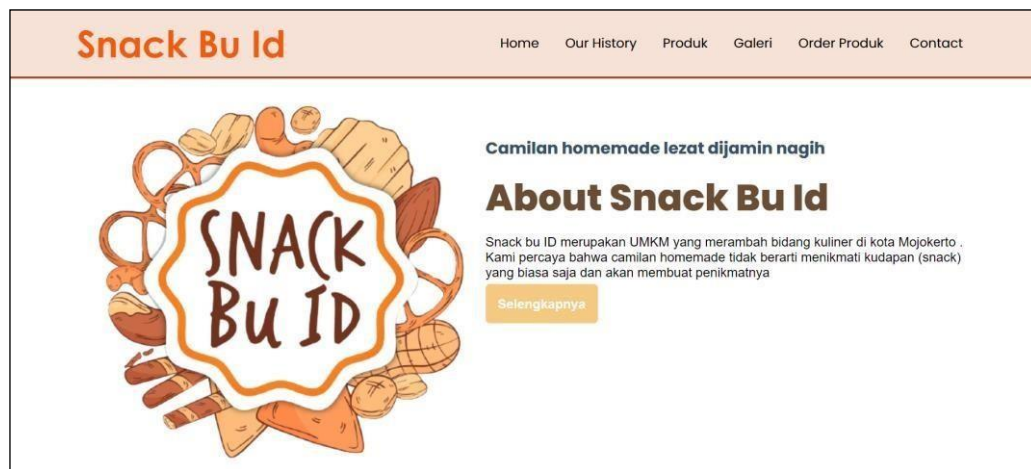
Gambar 4.25 Rancangan *design interface* menu *contact us*

Pada halaman *contac us* akan menjadi header untuk *website* ini yang memuat informasi mengenai jam operasional, tempat-tempat produk Snack Bu Id dipasarkan, nomor telfon admin, beserta *sosial media* Snack Bu Id.

4.4 Implementasi

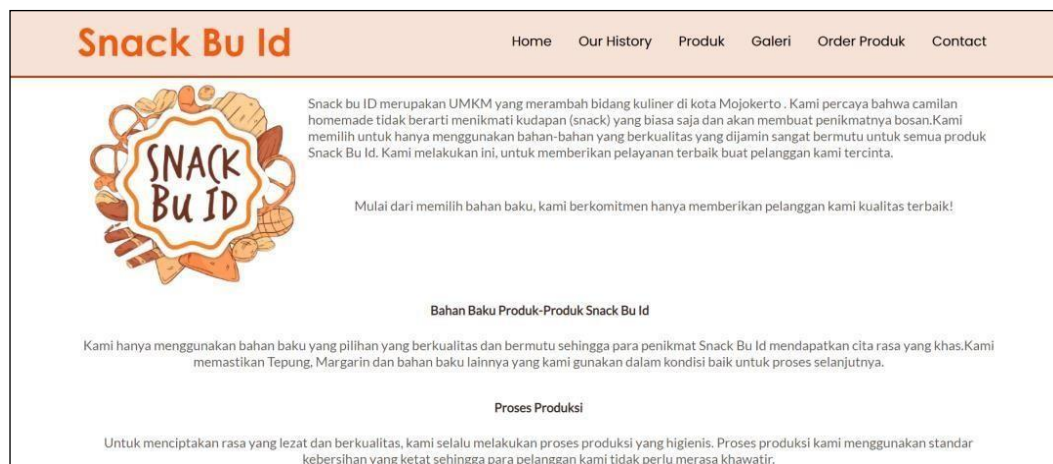
Pada tahap ini akan dijelaskan hasil dari perancangan dan pemrograman *website* UMKM Snack Bu Id yang merupakan implemnetasi dari perancangan yang telah dibuat. Menu yang ada pada *website* Snack Bu Id adalah sebagai berikut :

4.4.1 Home



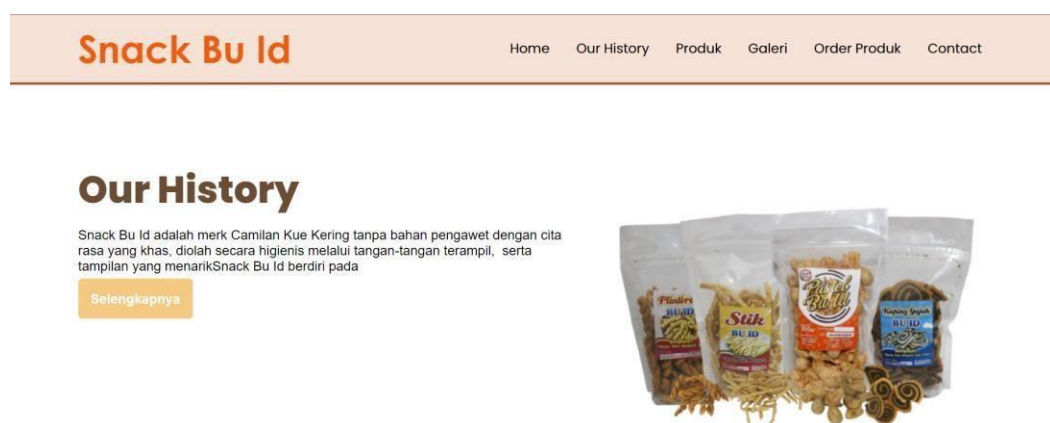
Gambar 4.26 Halaman Utama *home*

Gambar 4.26 menunjukkan halaman depan dari *website* yang dibuat. Halaman ini juga sering disebut beranda dimana setiap kali pengunjung mengakses halaman *website* maka halaman ini yang muncul pertamakali dalam layar. Pada halaman ini juga berisi tentang cuplikan singkat gambaran umum Snack Bu Id. Terdapat juga *button* “Selengkapnya” dimana apabila pengguna meng-klik *button* tersebut maka akan menuju halaman berikutnya yang akan menampilkan informasi lebih rinci mengenai gambaran umum Snack Bu Id.

Gambar 4.27 Halaman detail *About Us*

Pada gambar 4.27 menunjukkan halaman detail *About Us* apabila pengguna meng-klik button “selengkapnya” pada halaman utama *About Us*. Pada halaman detail *About Us* terdapat penjelasan rinci mengenai informasi gambaran umum instansi.

4.4.2 *Our History*

Gambar 4.28 Halaman Menu *our history*

Gambar 4.28 berisi mengenai cuplikan singkat latar belakang UMKM

"Snack Bu Id" Terdapat juga *button* Selengkapnya dimana pengunjung akan masuk kehalaman berikutnya untuk membaca rincian lengkap mengenai latar belakang berdirinya UMKMSnack Bu Id.



Gambar 4.29 Halaman detail *our history*

Pada gambar 4.29 menunjukkan halaman detail “*Our History*” apabila pengunjung meng-klik *button* “selengkapnya” pada halaman utama *Our History*.

Pada halaman detail *Our History* terdapat penjelasan lebih rinci mengenai informasi latar belakang berdirinya UMKMSnack Bu Id.

4.4.3 Produk



Gambar 4.30 Halaman Menu produk

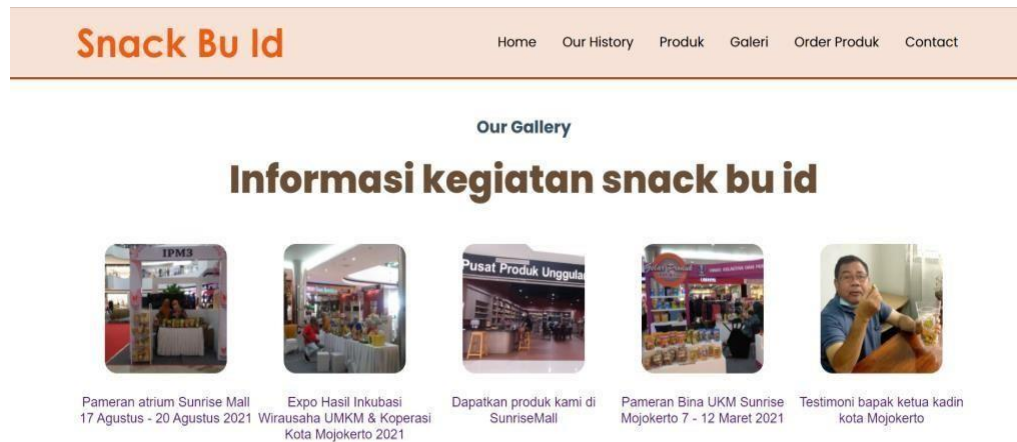
Gambar 4.29 merupakan halaman utama *website* dimana akan menampilkan katalog produk dari Snack Bu Id. Pada halaman ini pengunjung akan melihat gambar produk beserta nama produk, pengunjung juga dapat meng-*klik* gambar produk untuk dapat melihat detail informasi produk pada halaman berikutnya.



Gambar 4.31 Halaman detail produk

Gambar 4.31 merupakan tampilan apabila pengunjung meng-*klik* salah satu gambar pada menu produk. Pada halaman detail produk ini pengunjung dapat mengetahui lebih lengkap mengenai informasi produk yang dijual seperti harga produk, berat, komposisi, dan deskripsi produk.

4.4.4 Galeri



Gambar 4.32 Halaman Galeri

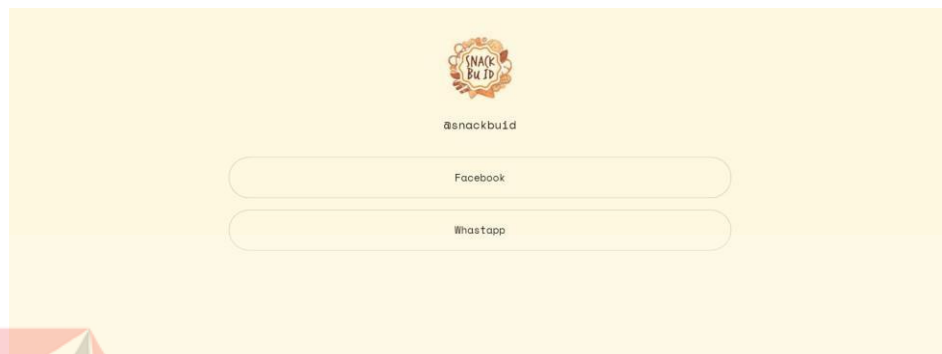
Gambar 4.32 menampilkan foto-foto dari kegiatan penjualan Snack Bu Id pada *event* besar ataupun menampilkan segala informasi lainnya seperti testimoni pelanggan dan tempat pemasaran produk. Pengunjung dapat meng-*klik* gambar yang terdapat pada halaman utama galeri untuk mengetahui detail informasi pada salah satu gambar yang dipilih.



Gambar 4.33 Halaman detail galeri

Gambar 4.32 merupakan tampilan apabila pengguna meng-*klik* salah satu gambar pada menu galeri. Pada halaman detail galeri ini pengguna dapat mengetahui lebih detail mengenai informasi kegiatan yang telah diikuti oleh UMKMSnack Bu Id.

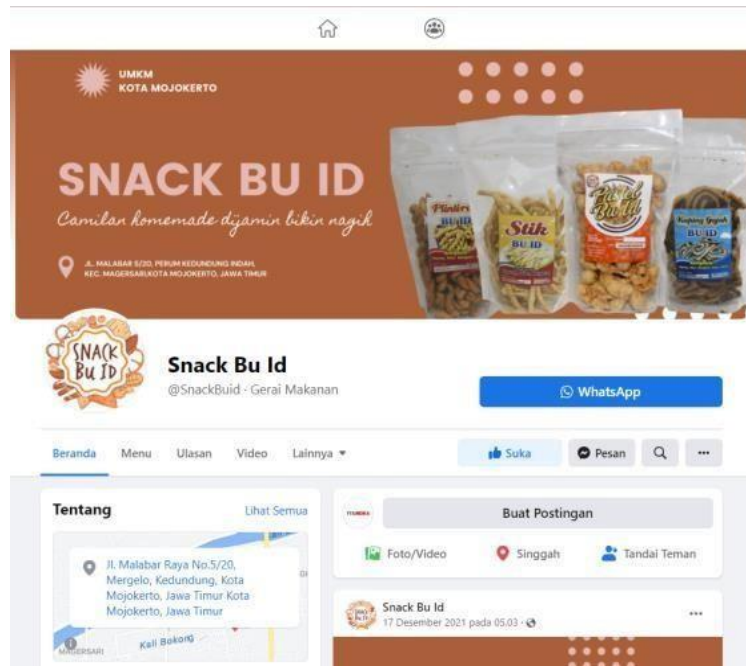
4.4.5 Order produk



Gambar 4.34 Halaman *Order Produk*

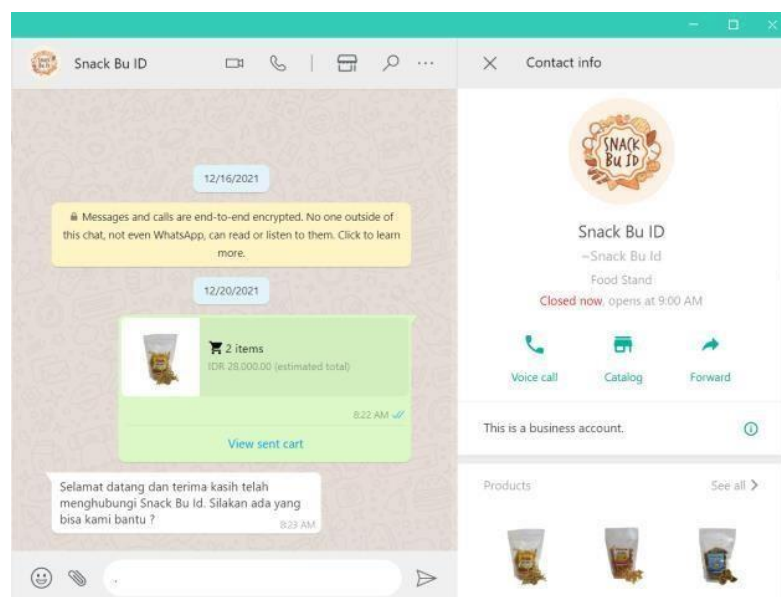
Gambar 4.34 adalah halaman *order* produk akan tersedia dua *button* yang akan terhubung ke *Facebook Marketplace* Snack Bu Id dan *Whatsapp Business*

Snack Bu Id apabila *customer* ingin langsung memesan produk.



Gambar 4.35 Tampilan utama facebook Snack Bu Id

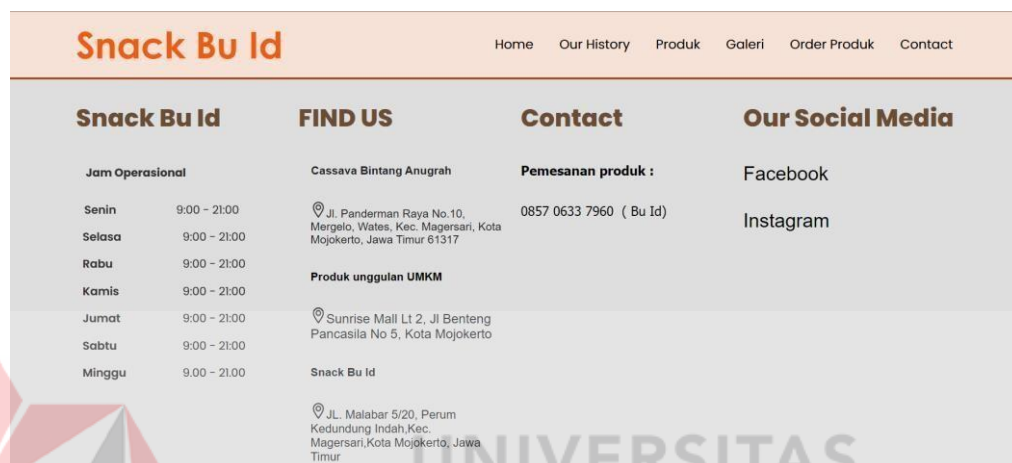
Gambar 4.35 Merupakan Halaman utama dari *Facebook Marketplace* Snack Bu Id, dimana pengguna akan pertama kali melihat tampilan utama setelah meng-klik *button* facebook.



Gambar 4.36 Tampilan utama *Whatsapp business* Snack Bu Id

Gambar 4.36 merupakan halaman utama dari *Whatsapp Business Snack Bu Id*, dimana pelanggan akan pertama kali melihat tampilan utama setelah mengklik *button Whatsapp*.

4.4.6 Contact



Gambar 4.37 Halaman *Contact*

Gambar 4.37 merupakan halaman *contact us* sekaligus menjadi *footer* atau halamanyang ada pada bagian yang terletak di bawah teks utama, atau badan *website*. Pada halaman ini terdapat beberapa informasi yaitu jam operasional , tempat pemasaran produk UMKM *Snack Bu Id*, *Contact admin* dan *sosial media* *Snack Bu Id*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada hasil kerja praktik yang dilaksanakan di UMKM *Snack Bu Id* dapat diambil beberapa kesimpulan pada aplikasi *Company Profile* adalah sebagai berikut:

1. Dengan dibuatnya *Website Company Profile* ini dapat mengenalkan profil dan citra instansi serta mampu menarik minat masyarakat dan instansi.
2. Dengan adanya *website Company Profile* dapat memudahkan penyampaian informasi mengenai produk dan pemasaran produk.
3. *Website Company Profile* mampu meningkatkan tingkat efisiensi dan mempercepat penyampaian informasi kepada masyarakat dan instansi

5.2 Saran

Berdasarkan uraian dari bab-bab sebelumnya pada pembuatan Rancang Bangun *Company Profile* pada UMKM *Snack Bu Id* maka saran yang dapat disampaikan untuk pengembangan *website* adalah :

1. *Website* ini dapat dikembangkan dengan menambahkan transaksi seperti *e-commerce* untuk proses jual beli yang lebih mudah.
2. *Website* ini dapat dikembangkan dengan menambah fitur inventori guna untuk melihat persediaan stok produk.
3. *Website* ini dapat dikembangkan untuk dapat melihat hasil laporan penjualan setiap bulannya.

DAFTAR PUSTAKA

- A.S, R., & Shalahudin, M.(2015). *Rekayasa perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*. Bandung : Informatika. In Pilar Nusa Mandiri
- Adiwarman A karim. Ekonomi Makro Islam. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada. 2012.
- Agustrijanto. (2001). Copywriting: Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami Bahasa Iklan. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Aslah, Taufan Yusuf., dll. 2017. Perancangan Animasi 3D Objek Wisata Museum Budaya Watu Pinawetengan. E-Journal Teknik Informatika.
- Buchari, Muhamad Z., dll. 2015. Rancang Bangun Video Animasi 3 Dimensi Untuk Mekanisme Pengujian Kendaraan Bermotor di Dinas Perhubungan, Kebudayaan, Pariwisata, Komunikasi dan Informasi, E-Journal Teknik Informatika.
- Fajar Efendy Daulay. 2021. Pengertian website. <http://www.fajardaulay.com/2020/08/pengertian-website.html>
- Hason, Ward, 2000, *Pemasaran Internet*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Hermawan, Agus. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Ilham Mubarak. 2018. Jenis-Jenis Website Berdasarkan Fungsi, Platform, dan Sifatnya. <https://www.niagahoster.co.id/blog/jenis-website/>
- Kriyanto, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.
- Maulani, Giandari., dll. 2018. Rancang Bangun Sistem Informasi Inventory Fasilitas Maintenance Pada Pt. Pln (Persero) Tangerang. ICIT Journal.
- Saveria, Rachael Abigail. (2016). “*Analisis Digital Marketing Dalam Strategi Integrated Marketing Communication Kampanye Politik (Studi Kasus Komunitas Teman Ahok)*” Program Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunikasi Periklanan, Universitas Indonesia, Jakarta.