

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Era modern saat ini merupakan era dimana teknologi informasi sangat mempengaruhi berbagai bidang kehidupan, seperti dunia bisnis dan informasi. Informasi menyebar dengan mudah melalui berbagai saluran media. Berbeda dengan penyebaran informasi di era sebelumnya, penyebaran informasi dapat dilakukan melalui media cetak seperti brosur, banner, dan spanduk. Penyebaran informasi melalui media cetak ini memiliki kelemahan yaitu memakan waktu yang tidak sedikit, biaya yang besar, dan penyampaian informasinya sangat terbatas. Agar informasi mengenai produk atau jasa dapat diketahui dan dijangkau oleh masyarakat luas perusahaan harus memiliki sebuah *website* yang tersedia pada internet. *Website* merupakan kumpulan halaman berisi informasi tertentu yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun melalui Internet, (Siregar dkk., 2021:46).

Internet merupakan salah satu media yang cepat dalam penyebaran informasi. Salah satu informasi yang ditampilkan di internet dihadirkan dalam sebuah halaman yang biasa disebut dengan *website*. *Website* ini dapat diakses melalui internet yang berupa kumpulan domain yang berisi informasi. Informasi yang disampaikan *website* umumnya mencakup foto atau gambar, ilustrasi, video, dan teks tergantung tujuan dan konten *website* yang akan disajikan, (Oktaviyanti, N. Q., 2018:10).

*Website* memiliki dua jenis yaitu *website* statis dan *website* dinamis, *website* statis merupakan sebuah *website* yang konten atau isinya sangat jarang diubah dan tidak memiliki database, sedangkan *website* dinamis merupakan sebuah *website* yang menyediakan konten atau isi yang selalu berubah-ubah setiap saat dan memiliki database. Hingga kini banyak perusahaan yang memiliki *website* sebagai media dalam mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan, *website* yang sering digunakan oleh perusahaan ialah *website company profile*. *Website company*

*profile* merupakan sebuah *website* yang menampilkan informasi atau profil perusahaan secara lengkap dan mendetail, *website company profile* juga digunakan sebagai sarana penyediaan informasi terkini atau promosi suatu produk atau jasa untuk menarik dan meningkatkan pelanggan. (Oktaviyanti, N. Q., 2018:12).

CV Indah Jaya Motor Baturaja merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi dan penjualan motor merek Viar yang beralamat di Jl. Raya Lintas Utama Sumatera No.Kel, Air Paoh, Kec. Baturaja Timur, Kabupaten Ogan Komering Ulu, Sumatera Selatan. Beberapa produk yang dijual yaitu motor listrik, sepeda listrik, motor niaga dan motor adventure. Dalam kegiatan pemasaran, CV Indah Jaya Motor lebih aktif melakukan pemasaran secara konvensional yaitu menggunakan brosur, banner, dan spanduk. Pemasaran online juga dilakukan di media sosial, namun media sosial tersebut masih belum digunakan secara maksimal untuk promosi produk, dan belum dikelola secara konsisten.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manager, CV Indah Jaya Motor Baturaja saat ini belum memiliki *website company profile* yang digunakan untuk memberikan informasi mengenai perusahaan dan barang yang dijual. Media cetak seperti brosur, banner, dan spanduk memiliki ruang yang terbatas untuk menyampaikan informasi, sehingga hanya dapat memuat informasi inti yang singkat dan jelas. Serta kurang efektif dalam menjangkau target audiens yang lebih luas dan beragam. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan geografis dan demografis dari banner, spanduk, dan brosur.

Oleh karena itu, untuk memberikan informasi yang jelas membutuhkan sebuah *website* yang dapat mempermudah pengunjung untuk mendapatkan informasi produk dan informasi perusahaan. *Website company profile* dapat membantu pengunjung menemukan informasi yang mereka cari, mulai dari spesifikasi produk, promo diskon, hingga lokasi dealer. Selain itu, *website* ini dilengkapi dengan blog atau artikel yang dibuat untuk memberikan edukasi kepada calon pelanggan tentang manfaat motor listrik, tips perawatan, serta perkembangan terbaru mengenai produk Viar.

Menurut (Korombel dan Lawinska dalam Hasworo, P., 2021:3) *company profile* adalah sumber informasi yang berharga tentang perusahaan dan penawarannya. Tindakan yang diambil oleh pengusaha pada *company profile* memengaruhi keputusan pembelian. Tindakan yang memiliki dampak besar pada keputusan pembelian adalah menyampaikan informasi tentang promosi dan diskon.

*Company profile* yang akan dibuat merupakan aplikasi berbasis web. *company* berbasis web memiliki banyak keunggulan jika dibandingkan *company profile* dalam bentuk lain. *company profile* berbasis web memberikan informasi yang lebih dinamis dibandingkan dengan video dan animasi. Data dapat diperbaharui secara berkala dengan mudah dan cepat. *company profile* berbasis web lebih mudah dan murah untuk disebarluaskan serta menjangkau masyarakat lebih luas jika dibandingkan dengan media cetak, (Hasworo, P., 2021:4)

Menurut (Jubilee Enterprise dalam Hasworo, P., 2021:4), *company profile* dapat memberikan kesempatan kepada calon pembeli untuk mendapatkan informasi tentang perusahaan. *Company profile* dapat memperbesar kemungkinan calon konsumen untuk menghubungi bagian penjualan atau pemasaran. Menyediakan informasi yang tepat dalam *company Profile* dapat mendorong calon konsumen untuk mencari lebih banyak informasi sebelum melakukan pembelian. *Company profile* umumnya mencakup halaman pembuka, profil perusahaan, tujuan perusahaan, struktur organisasi, penghargaan, serta visi dan misi. Selain itu, *company profile* juga dapat memuat portofolio, daftar produk, profil pemilik, profil pimpinan, sejarah perusahaan dan laba perusahaan. *Company profile* yang terorganisir dengan baik dapat memudahkan calon konsumen dan pengunjung situs dalam menemukan informasi yang mereka butuhkan.

Menurut (Siregar dkk., 2021:47), Membangun sebuah *website* diperlukan sebuah *tools* seperti bahasa pemrograman dan aplikasi desain untuk menghasilkan *interface* yang menarik. Selain itu, diperlukan pemahaman tentang penggunaan *tools* tersebut. Sedangkan masih banyak

orang yang tidak mengerti dan kurang paham dalam bahasa pemrograman atau tools khusus dalam perancangan sebuah *website*. Maka dari itu, solusi yang diberikan penulis untuk merancang dan membangun sebuah *company profile* berbasis *website* adalah dengan menggunakan sebuah *Content Management System* (CMS). Salah satu CMS yang populer dan banyak dikenal di kalangan pengembang *website* adalah WordPress.

WordPress merupakan *Content Management System* yang sangat mudah digunakan untuk merancang sebuah *website*. Ini dapat dilakukan oleh siapa saja tanpa perlu memahami bahasa pemrograman. Aplikasi tersebut sangat mudah digunakan hanya dengan mengelola konten sehingga tidak diperlukan pemahaman tentang pemrograman. Keunggulan dari WordPress adalah banyaknya *plugin* serta tema yang tersedia. Pengguna dapat dengan mudah mengubah tampilan dan fungsi *website*, tanpa harus melakukan *coding* secara manual, (Siregar dkk., 2021:47).

Dengan diterapkannya *website company profile*, CV Indah Jaya Motor Baturaja memiliki media untuk memperluas media promosi, memperluas relasi, dan memperluas target pasar. Selain itu adanya *website company profile*, diharapkan calon konsumen lebih mengenal tentang produk dan layanan yang ada pada CV Indah Jaya Motor Baturaja. Harapannya setelah customer mengunjungi *website* untuk melihat informasi produk dan layanan, customer dapat melakukan proses transaksi penjualan baik itu datang langsung ke Dealer ataupun melalui *e-commerce*.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas. Maka, penulis tertarik untuk menulis Laporan Akhir dengan judul **"Perancangan Website Company Profile Menggunakan CMS WordPress Pada CV Indah Jaya Motor Baturaja."**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan pada latar belakang, masalah yang dihadapi CV Indah Jaya Motor Baturaja adalah keterbatasan media cetak dan media sosial dalam memberikan informasi perusahaan dan produk kepada pelanggan secara detail. sehingga penulis merumuskan masalah yang akan dibahas yaitu “Bagaimana cara merancang *website company profile* menggunakan CMS WordPress pada CV Indah Jaya Motor Baturaja?”

## 1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penulisan Laporan Akhir ini tidak menyimpang dan terarah dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian yang akan dibahas. Adapun ruang lingkup penelitian ini yaitu “Perancangan *website company profile* menggunakan CMS wordpress pada CV Indah Jaya Motor Baturaja.” Data penelitian ini dibatasi pada data profile perusahaan, produk, layanan, promo, blog dan kontak.

## 1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana cara merancang *website company profile* menggunakan CMS WordPress pada CV Indah Jaya Motor Baturaja.

### 1.4.2 Manfaat Penelitian

#### 1. Penulis

Menambah pengetahuan dan keterampilan dalam bidang ilmu Web Desain. Dengan melakukan penelitian ini, penulis dapat mengembangkan wawasan akademik yang lebih mendalam dan juga meningkatkan pemahaman tentang perancangan *website* melalui CMS Wordpress. Selain itu, penulis juga dapat memperluas peluang karirnya di bidang digital marketing ini. Selain itu, penulis dapat memperoleh pemahaman dan meningkatkan kompetensi di bidang

ilmu perancangan *web*, yang nantinya dapat diaplikasikan dalam bidang akademis maupun profesional di masa depan.

## 2. Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi perusahaan untuk mengetahui bagaimana meningkatkan eksistensi digital agar perusahaan lebih dikenal oleh masyarakat. Dengan memiliki pemahaman yang baik tentang bagaimana meningkatkan eksistensi digital khususnya *website company profile* perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran merek di kalangan masyarakat. Dengan demikian, CV Indah Jaya Motor Baturaja dapat mencapai tujuan-tujuan perusahaan dengan lebih efisien dan efektif di era digital ini.

## 3. Pembaca

Sebagai bahan bacaan dan tambahan referensi bagi akademis dan peneliti yang ingin melakukan penelitian dibidang yang sama.

## 1.5 Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan penulis dalam membuat Laporan Akhir menggunakan metode kualitatif. Menurut (Sugiono, 2022b:9) Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

### 1.5.1 Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat ilmiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan

pada data yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

#### **a. Data Primer**

Menurut (Sugiyono, 2022a:137) data primer yaitu data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Data primer yang didapat dari CV Indah Jaya Motor Baturaja adalah dengan melakukan metode wawancara dan dokumentasi. Penulis mengambil foto sebagai dokumentasi dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan yaitu pada CV Indah Jaya Motor Baturaja.

#### **b. Data Sekunder**

Menurut (Sugiyono, 2022a:137) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah buku, jurnal, dan hasil penelitian pihak lain yang telah dipublikasikan yang berkaitan dengan perancangan *website company profile* berbasis CMS WordPress.

### **1.5.3 Metode Pengumpulan Data**

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan penulis antara lain sebagai berikut:

#### **1. Riset Lapangan**

Adapun pengumpulan data yang penulis gunakan dalam riset lapangan yaitu dengan cara sebagai berikut:

##### **a. Wawancara**

Menurut (Sugiyono, 2022a:231) wawancara merupakan

pertemuan dua orang yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Penulis mendapatkan informasi dengan mewawancarai langsung Ibu Arselia sebagai Manager CV Indah Jaya Motor. Penulis memilih Ibu Arselia karena beliau memiliki pengetahuan mengenai semua cabang Dealer Viar dan juga ikut turun kelapangan.

#### **b. Dokumentasi**

Menurut (Sugiyono, 2022a:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk foto, tulisan, catatan harian, hasil rapat, jurnal kegiatan dan sebagainya. Dalam metode ini penulis mengambil beberapa dokumen brosur dan foto *canvassing* untuk mengetahui lebih dalam tentang CV Indah Jaya Motor Baturaja.

### **2. Riset Kepustakaan**

(Sari, 2020:44) berpendapat bahwa penelitian kepustakaan adalah kegiatan penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dan data secara teoritis yang bersumber dari bahan bacaan yang berasal perpustakaan seperti buku referensi, hasil penelitian sebelumnya yang sejenis, artikel, catatan, serta berbagai jurnal yang berkaitan dengan topik masalah yang akan dibahas. Dalam metode ini penulis mencari data atau informasi secara teoritis dan mempelajari sumber-sumber tertulis yang berhubungan dengan perancangan *website company profile* menggunakan CMS Wordpress.

#### **1.5.4 Analisis Data**

Miles & Huberman dalam (Sugiyono, 2022a:244) menjelaskan analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan dan

dokumentasi, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Penelitian ini menggunakan Teknik analisis data model Miles dan Huberman. (Sugiyono, 2022a;246) menjelaskan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan dilakukan secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu data reduction, data display dan data conclusion drawing

1. Reduksi data (*data reduction*)

Menurut (Sugiyono, 2022a:247) mengemukakan bahwa reduksi data artinya merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan dan pencarian data lebih lanjut jika diperlukan.

2. Penyajian data (*data display*)

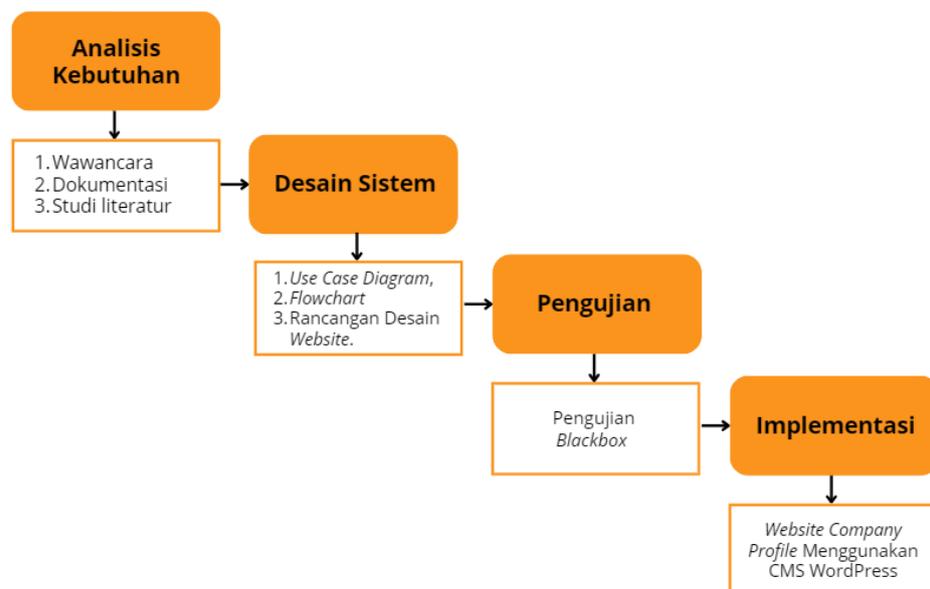
Menurut Mile dan Huberman dalam (Sugiyono, 2022a:249) menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*)

Menurut Sugiyono (2022a;252) Kesimpulan penelitian kualitatif merupakan temuan yang baru atau belum ada. Kesimpulan merupakan usaha untuk mencari atau mengetahui makna, keteraturan, penjelasan, pola-pola, alur sebab akibat maupun proporsisi. Sehingga peneliti bisa menarik kesimpulan yang mampu menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

### 1.5.5 Metode Perancangan *Website Company Profile*

Untuk melakukan perancangan *website company profile* ini maka peneliti menggunakan metode *waterfall*. *Waterfall* adalah salah satu jenis pengembangan perangkat lunak yang masuk dalam siklus hidup klasik, yang menekankan fase berurutan dan sistematis. Untuk model pengembangannya seperti air terjun dimana setiap tahap dikerjakan secara berurutan mulai dari atas hingga bawah, (Annisah, W., 2023:9). Metode *waterfall* digambarkan pada diagram alur berikut.



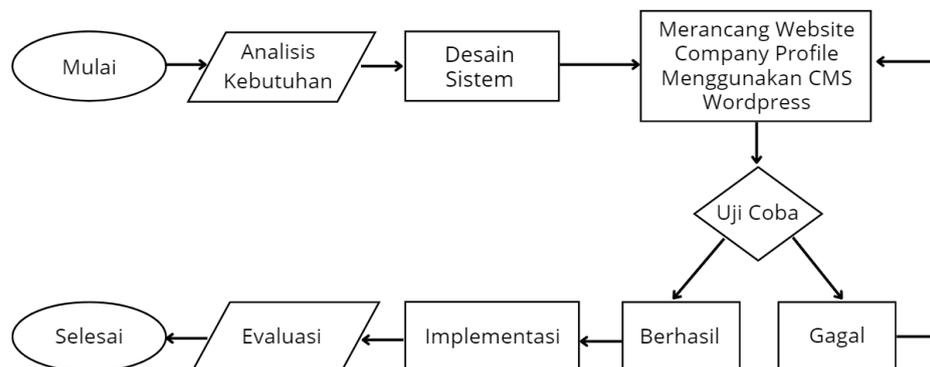
**Gambar 1.1 Metode Waterfall**

Sumber: Annisah, W., 2023:10

1. Tahap analisa kebutuhan bertujuan untuk mengumpulkan kebutuhan sistem yang dibuat dalam bentuk dapat dimengerti, sebagai alur kerja yang akan digunakan oleh pengguna yang terlibat dalam sistem. Untuk memahami kebutuhan pengguna maka pengembang dapat melakukan metode pengumpulan informasi seperti dengan cara wawancara, dokumentasi dan sebagainya. Sehingga mendapatkan kelengkapan informasi dari spesifikasi kebutuhan akan perangkat lunak yang akan dibangun.

2. Tahap desain sistem bertujuan dalam memberikan kelengkapan gambaran tentang apa yang mesti dikerjakan. Tahapan ini juga nantinya akan mempermudah bagi pengembang dalam membuat rancangan *use case diagram*, *flowchart* dan desain tampilan pada sistem.
3. Pengujian yaitu unit-unit program yang diuji secara keseluruhan untuk mengetahui apakah sebuah sistem berjalan dengan lancar atautkah membutuhkan sebuah perbaikan. Dalam tahap ini akan dicek oleh manager dan admin serta diuji fungsionalitasnya
4. Implementasi yaitu tahapan untuk menjalankan sebuah sistem dengan melakukan rancangan yang sudah dikerjakan pada tahap sebelumnya.

Setelah penulis memahami dan menganalisis permasalahan yang ada pada CV Indah Jaya Motor, penulis kemudian membuat *flowchart* Perancangan *Website Company Profile* Menggunakan CMS WordPress sebagai alat bantu perancangan yaitu sebagai berikut:



**Gambar 1.2 Alur Perancangan *Website Company Profile***

Sumber: Data diolah penulis, 2024