

Pembuatan Website *Company Profile* Sebagai Media Promosi Pada Bara 82 Resto Surabaya

Hardman Budiardjo¹⁾, Sulistiowati²⁾, Mario Angelo Kevin B.L³⁾, Aldo Julianto⁴⁾, Sigit Aditya Nurbiyantoro⁵⁾
^{2), 3), 4), 5)} Program Studi S1 Sistem Informasi Universitas Dinamika
¹⁾ Program Studi S1 Desain Produk Universitas Dinamika

Koresponden Penulis: sulist@dinamika.ac.id

ABSTRACT

BARA 82 Resto Surabaya is one of the restaurants in Surabaya. The problem is that at this time BARA 82 Resto Surabaya wants to develop its business online, but until now it does not yet have a Company Profile Website that can accommodate various kinds of information and discounts and promotions related to this restaurant. This makes it difficult for customers to find out if there are additional menus, promotions, and discounts. The solution offered is the creation of a Company Profile Website as a Promotional Media at BARA 82 Resto Surabaya. Applications are generated based on user needs, namely customers and admins. Applications for customers include the Home Page, Front Page Information, Food Menus on the Menu Page, Direct Order Menu Shortcuts, and Go Food feature shortcuts on the Gojek Application. While the applications for admin include Dashboard for information visualization, Pages for Managing Menu, Add Post Menu to add promo menu, Image Upload Menu, and Inbox Menu to monitor orders from customers.

Keywords: *Promotion; front end; back end; go food*

ABSTRAK

BARA 82 Resto Surabaya merupakan salah satu rumah makan di Surabaya. Permasalahannya adalah pada saat ini BARA 82 Resto Surabaya ingin mengembangkan usahanya secara *online*, namun sampai sekarang belum memiliki *Website Company Profile* yang bisa menampung berbagai macam informasi dan diskon serta promosi terkait dengan restoran ini. Hal ini berdampak pelanggan sulit mengetahui adanya penambahan menu, promosi, dan diskon. Solusi yang ditawarkan adalah pembuatan *Website Company Profile* Sebagai Media Promosi Pada BARA 82 Resto Surabaya. Aplikasi yang dihasilkan berdasarkan kebutuhan pengguna yaitu pelanggan dan admin. Aplikasi untuk pelanggan meliputi: Halaman Depan (*Home*), Informasi Halaman Depan, Menu Makanan Pada Halaman Menu, Pintasan Menu Pesan Langsung, dan Pintasan fitur *Go Food* pada Aplikasi *Gojek*. Sedangkan aplikasi untuk admin meliputi *Dashboard* untuk visualisasi informasi, Halaman untuk Mengelola Menu, Menu Tambah *Post* untuk menambah menu promo, Menu *Upload* Gambar, dan Menu *Inbox* untuk memantau pesanan dari pelanggan.

Kata Kunci: *Promos; front end; back end; go food*

PENDAHULUAN

BARA 82 Resto Surabaya merupakan salah satu restoran yang berlokasi di Jalan Baruk Utara VIII No. 2 Surabaya Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. Menurut (Indriawati, 2018). Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan maupun minuman. Restoran ini didirikan pada tanggal 15 April 2021. Lokasi restoran ini cukup strategis dan mudah dijangkau oleh berbagai macam kendaraan umum maupun pribadi, karena terletak di dalam Perumahan Nirwana yang jalannya cukup luas dan bisa memuat banyak kendaraan yang berlalu lalang. Hal ini cukup memadai untuk berlangsungnya proses berjualan yang efektif sesuai dengan kebutuhan masyarakat di sekitar perumahan maupun dengan media *online*.

Permasalahannya pada saat ini BARA 82 Resto Surabaya ingin mengembangkan usahanya secara *online*, namun sampai sekarang belum memiliki *Website Company Profile* yang bisa menampung berbagai macam informasi terkait dengan restoran ini bahkan dengan promosi serta diskon yang dihadirkan sehingga banyak pelanggan yang tidak mengetahui apa promosi yang sedang dihadirkan oleh restoran tersebut, serta berbagai macam informasi yang lainnya seperti penambahan menu baru dan yang lain sebagainya. Menurut (Robson Liem, 2015) Promosi adalah usaha atau upaya untuk memajukan atau meningkatkan perdagangan bidang usaha tertentu. Sedangkan pengertian diskon adalah potongan harga yang diberikan dari penjual untuk pembeli sebagai penghargaan atas

kegiatan tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual (Tjiptono, 2021)

Pada saat ini, pelanggan lebih suka melihat semua informasi apapun melalui internet dan mengunjungi *website*. oleh karena itu *Company Profile* mempunyai peran sebagai sarana bagi publik tentang informasi promosi yang akan disampaikan agar membuat BARA 82 Resto Surabaya menjadi menarik dalam segi bisnisnya. Menurut (Liem et al., 2019) *Company Profile* adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang biasa digunakan sebagai tanda pengenal dalam melakukan komunikasi baik dan kerjasama dalam lingkup perusahaan, mitra usaha ataupun pihak-pihak terkait lainnya diluar lingkungan perusahaan tersebut.

Dengan alasan tersebut dilakukan penelitian ini dengan tujuan untuk merancang dan membangun *Company Profile* pada BARA 82 Resto Surabaya. Dengan harapan bahwa dapat memperkenalkan profil restoran sekaligus promosi yang akan disampaikan kepada masyarakat luas terutama pelanggan untuk mengetahui informasi dari restoran tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam proses pembuatan *website company profile* pada BARA 82 Resto Surabaya ini dilakukan berdasarkan *Web Development Life Cycle* (WDLC). Menurut (Mustafa & Riza, 2020) *Web Development Life Cycle* atau disingkat WDLC merupakan metode yang digunakan dalam membangun sebuah *website* dari perencanaan hingga *website* yang akan dipublikasikan. Tahapan yang dilakukan dalam proses pembuatan *website* pada BARA

82 Resto Surabaya ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode *Web Development Life Cycle* (WDLC)
Sumber : (Robson Liem, 2015)

Tahap Perencanaan (*Planning*)

Pada tahap perencanaan ini merupakan tahap awal perancangan sebuah website dengan metode WDLC. Identifikasi tujuan dan sasaran dari website yang akan dibangun merupakan langkah awal dalam proses perencanaan. Setelah tujuan diketahui, maka harus memahami kriteria pengguna sistem. Kemudian menentukan teknologi website yang akan digunakan dan mengidentifikasi siapa saja nantinya akan terlibat dalam website. Setelah itu, ditentukan kemana saja nantinya informasi akan didistribusikan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik BARA 82 Resto Surabaya, diperoleh informasi bahwa pemilik ingin mengembangkan usahanya dalam bentuk *Company Profile* untuk memberikan informasi dan promosi kepada para pelanggan tentang berbagai macam menu makanan yang ada di BARA 82 Resto Surabaya serta profil dari restoran itu sendiri seperti alamat, nomor telepon yang bisa dihubungi dan juga cara pemesanan makanan dan minuman dari BARA 82 Resto Surabaya.

Tahap Analisis (*Analysis*)

Analisis Bisnis

Setelah dilakukan wawancara dengan kepala pemilik BARA 82 Resto Surabaya pada tahap sebelumnya. Tahapan selanjutnya adalah melakukan identifikasi masalah, identifikasi pengguna, dan identifikasi data.

Identifikasi Masalah

Dalam menjalankan proses bisnisnya, BARA 82 Resto Surabaya membutuhkan suatu inovasi agar dapat bersaing dengan restaurant sejenisnya. Sistem yang dibutuhkan adalah sistem yang dapat memberikan pelanggan informasi mengenai BARA 82 Resto Surabaya, sehingga pelanggan tidak bingung untuk mencari apapun informasi mengenai BARA 82 Resto Surabaya. Dari tahapan identifikasi masalah ini, maka dihasilkan tabel seperti di bawah ini.

Tabel 1. Identifikasi Masalah

Identifikasi Masalah	Penyebab	Alternatif Solusi
Pelanggan tidak dapat mengetahui menu promosi pada BARA 82 Resto Surabaya secara Langsung	Tidak ada sistem informasi pada BARA 82 Resto Surabaya	Membuat sistem informasi untuk pelanggan
Pelanggan tidak mengetahui apa saja menu yang dijual BARA 82 Resto Surabaya	Tidak adanya sistem untuk menampilkan informasi menu	Membuat sistem informasi mengenai menu makanan

Sumber: hasil pengolahan penulis

Berdasarkan Tabel 1 didapatkan bahwa identifikasi masalah berupa pelanggan tidak dapat mengetahui menu pada BARA 82 Resto Surabaya yang disebutkan belum adanya sistem informasi pada BARA 82 Resto Surabaya, sehingga perlu dibuatkan sistem informasi terkait menu pada BARA 82 Resto Surabaya.

Identifikasi Pengguna

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat beberapa pengguna yang akan terlibat pada Aplikasi *Company Profile* ini, yaitu pelanggan dan admin.

Identifikasi Data

Setelah dilakukan proses identifikasi permasalahan dan pengguna, maka dapat dilakukan identifikasi data. Pada aplikasi ini memerlukan semua data yang berkaitan dengan BARA 82 Resto Surabaya, misalnya data menu makanan serta data restoran.

Analisis Kebutuhan Pengguna

Berdasarkan hasil wawancara, maka dapat dibuat kebutuhan pengguna yang akan dianalisis untuk mengetahui kebutuhan dari masing-masing pengguna (Sulistiowati, 2015). Analisis kebutuhan pengguna berhubungan langsung dengan *Website Company Profile* yang dibangun sehingga dapat sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Peran dan tanggung jawab pengguna dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Kebutuhan Pengguna

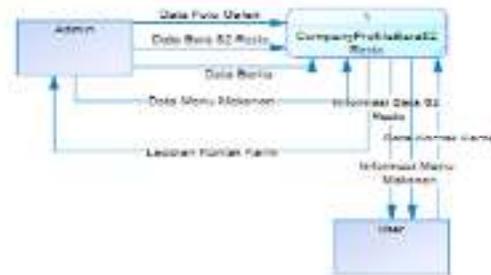
Aktor	Peran	Tanggung Jawab
Admin	1.Melakukan perubahan data pada <i>Website Company Profile</i> 2.Melakukan pengelolaan kontak dan komunikasi dengan user	Melakukan perubahan (<i>update</i>) data secara berkala

Sumber: hasil pengolahan penulis

Berdasarkan identifikasi masalah dan identifikasi pengguna, penulis menganalisis kebutuhan pengguna yaitu: pengguna (aktor) pada aplikasi ini yaitu admin yang peran dan tanggung jawabnya dipaparkan pada Tabel 2. Sedangkan pelanggan hanya dapat melihat semua informasi termasuk promosi yang ada di website. Jika pelanggan ingin memesan menu yang ada di BARA 82 Resto Surabaya, maka pelanggan dapat menghubungi resto tersebut melalui telpon atau WhatsApp yang tertera di website atau melakukan pemesanan melalui *Go Food* yang ada pada *link website*.

Tahap Perancangan Dan Pengembangan (*Design and Development*)

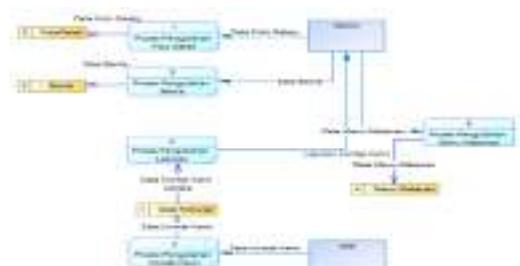
Pada tahap ini yang dibahas *Context Diagram*, *Data Flow Diagram*, serta *Entity Relation Diagram* pada aplikasi yang akan dibangun, yaitu *Website Company Profile* BARA 82 Resto Surabaya.



Gambar 2. *Context Diagram Website Company Profile* pada BARA 82 Resto Surabaya

Sumber: hasil pengolahan penulis

Context Diagram Website Company Profile pada BARA 82 Resto Surabaya pada Gambar 2 terdiri atas 2 entitas yaitu Admin dan User (Pelanggan).



Gambar 3. *Data Flow Diagram (DFD) Level 0*

Sumber: hasil pengolahan penulis

Selanjutnya berdasarkan *context diagram* pada Gambar 2, maka aktifitas diuraikan secara rinci pada Gambar 3.

Tahap Pemeriksaan (*Testing*)

Pada tahap keempat ini akan ditunjukkan bagaimana hasil kerja dari pembuatan website. Apakah hasil website yang sudah dibuat sama seperti harapan dari pengguna, mulai dari informasi yang dibutuhkan hingga performa yang didapatkan. Komponen yang di uji dalam tahap ini mencakup konten, fungsi, *usability* dan akurasi sistem.

Dalam *Website Company Profile* ada beberapa fitur yang akan diperiksa untuk membuktikan apakah fitur tersebut berjalan dengan baik atau tidak. Fitur yang diperiksa meliputi : Fitur *Upload* Informasi dan Promosi, Fitur Hasil Informasi dan Promosi Berhasil Ditambahkan, Fitur Penambahan (*Upload*) Menu Makanan dan Minuman, Fitur Hasil Penambahan Menu Makanan dan Minuman, Fitur Penambahan Foto Aktivitas Bara 82 Resto Surabaya, Fitur Hasil Penambahan Foto Aktivitas Bara 82 Resto Surabaya.

Gambar 4. Fitur *Upload* Informasi dan Promosi

Sumber: hasil pengolahan penulis

Gambar 4. Adalah fitur untuk *upload* informasi dan promosi terkait makanan dan minuman. Misalnya promosi minuman *topping creamer* kopi.



Gambar 5. Contoh fitur Hasil Informasi dan Promosi

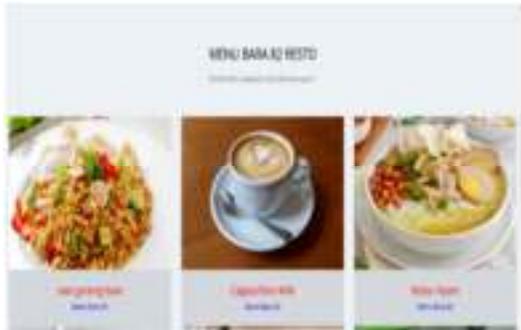
Sumber: hasil pengolahan penulis

Hasil dari upload informasi dan promosi yang diperlihatkan pada Gambar 5 adalah contoh promosi minuman *topping creamer* kopi.

Gambar 6. Fitur Penambahan (*Upload*) Makanan dan Minuman

Sumber: hasil pengolahan penulis

Gambar 6 memperlihatkan cara penambahan makanan dan minuman pada website Bara 82 Resto Surabaya.



Gambar 7. Fitur Hasil Penambahan Menu Makanan dan Minuman

Sumber: hasil pengolahan penulis

Fitur hasil penambahan menu makanan dan minuman pada *website* Bara 82 Resto Surabaya diperlihatkan pada Gambar 7.



Gambar 8. Fitur Penambahan Foto Aktivitas BARA 82 Resto Surabaya

Sumber: hasil pengolahan penulis

Gambar 8 menunjukkan fitur penambahan foto aktivitas pada *website* Bara 82 Resto Surabaya.



Gambar 9. Fitur Hasil Penambahan Foto Aktivitas BARA 82 Resto Surabaya

Sumber: hasil pengolahan penulis

Hasil dari penambahan foto aktivitas diperlihatkan pada Gambar 9.

HASIL DAN PEMBAHASAN (IMPLEMENTATION SYSTEM)

Aplikasi Untuk Pelanggan

Aplikasi untuk pelanggan dibuat semenarik mungkin dalam bentuk *front end*. *Front end* adalah sebuah bagian dari *website* yang menyuguhkan tampilan kepada *user* (KumaranTech, 2019).



Gambar 10. Halaman Depan (*Home*) *Website* Company Profile Bara 82 Resto Surabaya

Sumber: hasil pengolahan penulis

Pada tampilan *Home* terdapat seluruh fitur yang ada pada *website* Bara 82 yaitu : tampilan banner BARA 82 Resto Surabaya, fitur tentang kami, menu makanan, promo, *gallery*, dan *contact*.



Gambar 11. Tampilan Informasi Pada Halaman *Home*
Sumber: hasil pengolahan penulis

Tampilan informasi pada halaman *Home* berfungsi agar pelanggan mengetahui informasi informasi penting pada Restoran Bara 82 khususnya menu baru.



Gambar 12. Tampilan Menu Makanan pada Halaman Menu

Sumber: hasil pengolahan penulis

Pada fitur menu makanan ini terdapat beberapa tampilan menu makanan misalnya bubur ayam, *rice bowl* ayam lada hitam dan *cappuchino milk* dan beberapa menu lainnya. Untuk informasi makanan yang dijual, bisa dilihat pada menu pintasan yang ada di bawahnya yaitu pintasan pada menu BARA 82 Resto Surabaya di *Go Food* pada Gojek (pintasan fitur *Go Food*) dan Pesan Langsung.

- Go Food*: Pemesanan *online* lewat jasa kurir Gojek dari jarak jauh
- Pesan Langsung: Pemesanan *offline* lewat jasa kurir BARA 82 Resto Surabaya yang bisa dipesan hanya sekitaran dari lokasi BARA 82 Resto Surabaya Surabaya.

Tampilan Aplikasi Untuk Admin

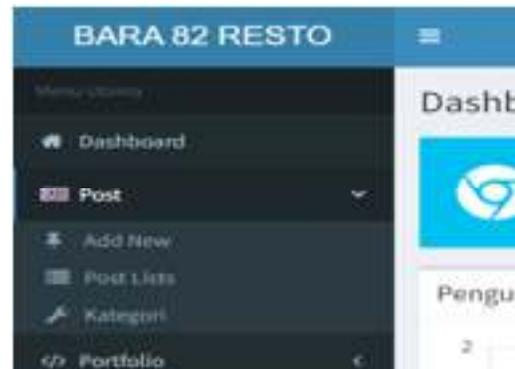
Tampilan aplikasi untuk admin terdiri atas Halaman *Dasboard*, Halaman Untuk Mengelola Menu, Menu Tambah *Post*, Menu *Upload* Gambar, dan Menu *Inbox*.



Gambar 13. Halaman *Dashboard*

Sumber: hasil pengolahan penulis

Halaman *Dashboard* berfungsi sebagai pemantau siapa saja yang mengakses *website* BARA 82 Resto Surabaya yang akan ditampilkan dengan berbagai kategori informasi, seperti *browser* dan jumlah pengunjung perbulan. Hal tersebut akan disajikan dalam bentuk grafik yang ada pada *dashboard*, serta terdapat informasi posting yang populer pada *website*.



Gambar 14. Halaman Untuk Mengelola Menu

Sumber: hasil pengolahan penulis

Pada bagian pengelolaan ini terdapat 3 (tiga) sub-menu yaitu *Add New* untuk menambahkan tulisan atau gambar baru, *Post list* untuk melihat daftar tulisan atau gambar, dan kategori untuk mengatur kategori dari setiap posting. Pada menu *Post* berfungsi untuk mengubah bagian “Promo” pada tampilan website. Hal ini sesuai dengan konsep halaman master dimana admin dapat menambah produk (Sulistiowati J. W., 2021)



Gambar 15. Menu Tambah Post
Sumber: hasil pengolahan penulis

Menu Tambah *Post* digunakan untuk menambahkan menu Promo terbaru pada website BARA 82 Resto Surabaya dapat diakses di sub menu *Add New* pada menu *Post*. Postingan promo terbaru yang ada pada BARA 82 Resto Surabaya berisi tentang judul, isi deskripsi, kategori, serta menambahkan foto untuk menarik para pengunjung pada website BARA 82 Resto Surabaya.



Gambar 16. Menu Upload Gambar
Sumber: hasil pengolahan penulis

Untuk melakukan *upload* gambar dapat menekan tombol *Choose File* yang berada pada sisi kanan dibawah kategori. Pengguna akan diarahkan pada direktori file *manager* pada perangkat *devices* yang digunakan.



Gambar 17. Menu Inbox
Sumber: hasil pengolahan penulis

Menu *Inbox* digunakan untuk memantau pesanan dari pengguna *website*.

KESIMPULAN

Aplikasi Website *Company Profile* pada BARA 82 Resto Surabaya yang dihasilkan berdasarkan kebutuhan pengguna yaitu pelanggan dan admin, sebagai berikut:

1. Aplikasi untuk pelanggan meliputi: Halaman Depan (*Home*), Informasi Halaman Depan, Menu Makanan Pada Halaman Menu, Pintasan Menu Pesan Langsung, dan Pintasan fitur *Go Food* pada Aplikasi *Gojek*.
2. Aplikasi untuk admin meliputi *Dashboard* untuk visualisasi informasi, Halaman untuk mengelola menu, Menu Tambah *Post* untuk menambah menu promo, Menu *Upload* Gambar, dan Menu *Inbox* untuk memantau pesanan dari pelanggan.
3. Dengan adanya aplikasi *Website Company Profile* pada BARA 82 Resto Surabaya akan semakin banyak pelanggan sehingga berpeluang meningkatkan pendapatan pada BARA 82 Resto Surabaya. Namun dengan adanya keterbatasan dana penelitian, maka pada penelitian ini sampai dengan pembuatan *website Company Profile* pada BARA 82 Resto Surabaya. Oleh sebab itu penelitian ini dapat dilanjutkan dengan pencatatan transaksi keuangan yang masuk pada BARA 82 Resto Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ifan Rizqa, H. M. (2016). Social Library Sebagai Salah Satu Alternatif Pelestarian Naskan Kuno. *Prosiding Snatif*, 289-290.
- Indah Suryawati, M. S. (2018). Komisi Pemberantasan Korupsi Dalam Konstruksi Media Online (Analisis Wacana Kritis Berita Putusan Sidang Praperadilan Pertama Setya Novanto di Tribunnews. com . *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 107-122.
- Indriawati, M. d. (2018). Mall Resto di Pontianak . *Jurnal online mahasiswa Arsitektur Universitas Tanjungpura*, 246.
- KumparanTech. (2019, April 26). *Apa Itu Front-End dan Back-End di Dunia Teknologi?* Retrieved from kumparan.com:
<https://kumparan.com/kumparantech/apa-itu-front-end-dan-back-end-di-dunia-teknologi-1qxlD60BCjk/full>
- Robson Liem, E. S. (2015). Perancangan Buku Company Profile Sebagai Media Promosi Vegas Conceptual Show. *Jurnal DKV Adiwarna*.
- Sulistiowati, A. T. (2015). Perancangan Sistem Informasi Akademik Berbasis Web Pada SDN Gunung Anyar Tambak Surabaya dan SD Al Islah Surabaya. *Jurnal Scroll Vol. 3 No. 2 ISSN : 2338-8625*, 50-67.
- Sulistiowati, J. W. (2021). Pembuatan Aplikasi Batik Online Shop. *Jurnal Scroll Vol. 9 No. 1 ISSN : 2338-8625*, 1-8.
- Tjiptono. (2021). Pengaruh Promosi, Potongan, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Giant Cabang Alauddin Makasar. In R. Hidayat. Makasar: Universitas Muhammadiyah Makasar.