

## **BAB II**

### **KAJIAN SUMBER**

#### **II.1 Studi Literatur**

Sebagai studi literatur, penulis menambahkan referensi teori-teori yang berkaitan dengan tema perancangan karya penulis yang diangkat dari jurnal, buku dan artikel dari internet sebagai berikut :

##### 1. Perancangan

Perancangan adalah suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk mendesain sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh dari pemilihan alternatif sistem yang terbaik. (Al-Bahra Bin Ladjamudin, 2005). Berdasarkan definisi di atas, penulis menarik kesimpulan bahwa perancangan merupakan suatu pola yang dibuat untuk mengatasi masalah yang dihadapi perusahaan atau organisasi setelah melakukan analisis terlebih dahulu.

##### 2. *Company Profile*

Berdasarkan jurnal CCIT karya Lusyani Sunarya yang berjudul “Enriching Company Profile Sebagai Peningkat Media Informasi Dan Promosi Pada Perguruan Tinggi Rahaja” Vol. 7 No.1 September 2013, menjelaskan bahwa *company profile* adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang biasa digunakan sebagai tanda pengenal dalam melakukan komunikasi baik dan kerjasama dalam lingkup *intern*

perusahaan maupun dengan kolega, mitra usaha ataupun pihak-pihak terkait lainnya diluar lingkungan perusahaan tersebut.

Menurut Jubilee Enterprise dalam buku berjudul “Membuat Copany Profile” yang diterbitkan oleh Elex Media Komputindo pada tahun 2015, ada beberapa penyajian dalam pembuatan *company profile* pada saat ini, antara lain :

- a. Pembuatan *Company Profile* menggunakan media cetak seperti *booklet*, brosur, majalah internal dan sebagainya,
- b. Pembuatan *Company Profile* berupa video yang dinyatakan di berbagai media elektronik dan internet,
- c. Pembuatan *Company Profile* di dalam sebuah *Website*,
- d. Pembuatan *Company Profile* dalam bentuk *slide* presentasi dan media interaktif yang disajikan dalam berbagai format,

Bedasarkan teori dari jurnal dan buku tersebut, penulis merancang *company profile* sebagai *asset* perusahaan dan alat promosi dengan menggunakan media *website*, yang memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan media lainnya, yaitu :

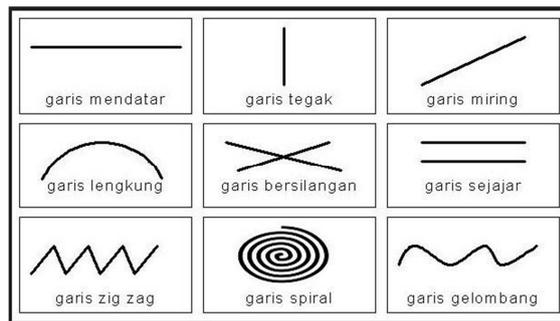
- e. Jangkaun media yang sangat luas dan mudah diakses manapun dan kapanpun.
- f. Relatif murah dalam biaya dan perawatan
- g. Tidak memakan tenaga dan waktu yang berlebihan.

### 3. Desain

Kata “Desain” adalah kata baru yang indonesiakan dari bahasa inggris: *design*. Sebetulnya kata “Rancang” atau “Merancang” adalah terjemahan yang dapat digunakan. Namun dalam perkembangannya kata “Desain” menggeser makna kata “Rancang” karena kata tersebut tidak dapat mewadahi kegiatan, keilmuan, keluasan dan pamor profesi atau kompetensi Desainer (Sachari, 2000). Maka dapat disimpulkan bahwa pengertian desain adalah perencanaan dan perancangan untuk membuat suatu benda, baik dari segi tampilan maupun fungsinya. Desain juga dapat berarti benda atau gambar/grafis hasil dari kegiatan desain itu sendiri. Menurut Hendri Hendratman dalam buku “Computer Graphic Design” Edisi Revisi 3 di terbitkan oleh Informatika pada tahun 2017, memiliki komponen desain sebagai berikut :

#### a. Garis (*Line*)

Sebuah garis adalah unsur desain yang menghubungkan antara satu titik poin dengan titik poin yang lain sehingga bisa berbentuk gambar garis lengkung (*curve*) atau lurus (*straight*). Garis adalah unsur dasar untuk membangun bentuk atau konstruksi desain.



Gambar II.1 Contoh dari komponen desain “Garis”

(Sumber :<https://idseducation.com/articles/ini-dia-arti-garis-yang-perlu-kamu-tahu>)

#### b. Bentuk (*Shape*)

Bentuk adalah segala hal yang memiliki diameter tinggi dan lebar. Bentuk dasar yang dikenal orang adalah kotak (*rectangle*), lingkaran (*circle*), dan segitiga (*triangle*). Sementara pada kategori sifatnya, bentuk dapat dikategorikan menjadi tiga, yaitu :

- 1.) Huruf (*Character*) yang direpresentasikan dalam bentuk visual yang dapat digunakan untuk membentuk tulisan sebagai wakil dari bahasa verbal dengan bentuk visual langsung, seperti A, B, C, dsb.
- 2.) Simbol (*Symbol*) yang direpresentasikan dalam bentuk visual yang mewakili bentuk benda secara sederhana dan dapat dipahami secara umum sebagai simbol atau lambang untuk menggambarkan suatu bentuk benda nyata, misalnya gambar orang, simbol dalam bentuk

sederhana (simbol), bukan dalam bentuk nyata (dengan detail).

c. Ilustrasi (*Illustration*)

Merupakan gambar atau image, atau perwujudan dari suatu keadaan, berdasarkan metode dalam desain grafis, ilustrasi terbagi menjadi dua yaitu: manual (*hand drawing/* gambar tangan) dan *computerized* gambar dengan menggunakan computer.

d. Warna (*Colour*)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia warna adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenainya (Tim Penyusun, 1996, hal. 1125). Warna merupakan unsur yang tajam untuk menyentuh indera penglihatan sehingga dapat merangsang munculnya rasa gembira, senang, semangat maupun sedih (Kusrianto, 2009). Menurut teori Brewster warna dibagi menjadi beberapa jenis, diantaranya :

1.) Warna Premier

Merupakan warna pokok atau pertama yang pembentukannya tidak disertai dengan warna yang lain. Warna ini digunakan sebagai bahan campuran pokok sehingga menghasilkan warna sekunder, ataupun tersier,

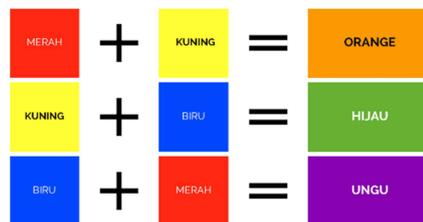


warna primer adalah merah, biru, dan kuning.

Gambar II.2 Warna Premier  
(Sumber : <https://materibelajar.co.id>)

## 2.) Warna Sekunder

Warna yang dihasilkan dari pencampuran dua warna



Gambar II.3 Warna Tersier  
(Sumber : <https://materibelajar.co.id>)

1

imer.

## 3.) Warna Tersier

Merupakan warna yang berasal dari pencampuran



a

Gambar II.4 Warna Tersier  
(Sumber : <https://materibelajar.co.id>)

tara warna primer dengan warna sekunder.

Dari sekian banyak warna, dapat dibagi dalam beberapa bagian yang sering dinamakan dengan sistem

warna *Prang System* yang ditemukan oleh Louis Prang pada 1876 atau disebut juga sebagai atribut warna meliputi :

- a.) *Hue*, adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan nama dari suatu warna, seperti merah, biru, hijau dsb.
- b.) *Value*, adalah dimensi kedua atau mengenai terang gelapnya warna. Contohnya adalah tingkatan warna dari putih hingga hitam.
- c.) *Saturation/Intensity*, sering kali disebut dengan *chroma*, adalah dimensi yang berhubungan dengan cerah atau suramnya warna.

e. Tipografi (*Thypography*)

Menurut (Henri Hendratman, 2017 : 191) tipografi merupakan ilmu yang mempelajari tentang penempatan, penataan huruf untuk mendapatkan kesan tertentu agar pembaca bisa mendapat informasi secara maksimal. Ada beberapa jenis tipografi beserta penjelasannya yaitu :

1.) *Serif*

Jenis font yang memiliki ciri seperti sirip/kaki berbentuk lancip pada ujungnya. Karena nilai *readability* yang baik, jenis font ini sering dijadikan sebagai font yang



Gambar II.5 Font serif  
(Sumber : <https://www.jagodesain.com>)

sering digunakan untuk menulis laporan resmi, artikel, majalah dan sebagainya. Contoh font Serif adalah, Times New Roman, Georgia, Cambria dan sebagainya.

## 2.) *San-serif*

Jenis font ini tidak memiliki karakter sirip atau kaki berbentuk lancip pada ujungnya. Jenis huruf ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih *modern*. Contoh font San-serif adalah, Arial, Century Ghotic, Futura, dan



Gambar II.6 Font San-serif  
(Sumber : <https://www.jagodesain.com>)

bagainya.

## 3.) *Slab-serif*

Jenis font ini juga dikenal dengan nama Egyptian, memiliki ciri khas sirip/kaki berbentuk persegi dengan ketebalan hampir sama. Jenis font ini cocok digunakan dalam penulisan judul tapi tidak cocok digunakan pada isi. Contoh jenis font ini adalah, Rockwell, Courier, Claredon, dan sebagainya.



4.) *S*

Gambar II.7 Font Slab-serif  
(Sumber : <https://www.jagodesain.com>)

*ript*

Jenis font ini merupakan goresan tangan yang bentuknya seperti tulisan tangan atau kaligrafi dan biasanya miring kekanan, jenis font ini bisanya sering digunakan untuk pembuatan judul atau sub-judul di artikel, majalah atau media lainnya. Contoh jenis font ini adalah, Lobster, Blenda, Bollico



Gambar II.8 Font Script  
(Sumber : <https://www.jagodesain.com>)

Sebagai elemen desain, tipografi memiliki pedoman yang bisa diterapkan untuk memilih font yang baik diantaranya sebagai berikut:

- a.) Keterbacaan (*Readability*)
- b.) Kejelasan (*Clarity*)
- c.) Dapat dilihat (*Visibility*)
- d.) *Legibility*

Sedangkan prinsip desain menurut (Henri Hendratman, 2017) meliputi :

- a.) *Contrast* (Kontras), yaitu perbedaan yang mencolok yang muncul karena adanya perbedaan warna komplementer gelap-terang, garis lurus dan lengkung, subjek dekat-jauh, bentuk vertikal-horizontal.
- b.) *Balance* (Keseimbangan). Secara keseluruhan, komponen-komponen desain harus tampil seimbang. Maka kita akan menangkap keseluruhan atau halaman desain dalam satu komponen, yang selanjutnya akan dilihat komponen yang lebih kecil. Keseimbangan terdiri dari keseimbangan simetris, asimetris, dan radial.
- c.) *Rhythm* (Irama). Adalah pengulangan atau variasi dari komponen-komponen desain grafis. Pengulangan tersebut bias membentuk urutan gerakan, *pattern* (pola) tertentu. Beberapa jenis pengulangan (rhythm) adalah: *reguler*, *flowing* (mengalir), *gradual* (progresif)
- d.) *Scale and Proportion* (Skala dan proporsi). Skala adalah perubahan size (ukuran) tanpa perubahan perbandingan ukuran panjang, lebar atau tinggi.

Sedangkan proporsi adalah adanya perubahan perbandingan antara panjang, lebar atau tinggi sehingga gambar dengan perubahan proporsi sering terlihat distorsi.

- e.) *Focus* (Fokus). Fokus terdiri dari dua bagian, yaitu hirarki dan kontras. Hirarki atau komponen grafis, komponen tersebut harus difokuskan pada satu titik dengan beberapa tahapan fokus mulai dari yang terpenting (dominan), pendukung (sub-dominan), dan pelengkap (sub-ordinat). Sedangkan kontras adalah penekanan karena adanya perbedaan drastis/ konflik pada komponen desain grafis.
- f.) *Unity* (Kesatuan). Merupakan bagian dan unsur grafis yang bersatu padu dan serasi sehingga pembaca memahaminya sebagai satu kesatuan yang utuh. Beberapa prinsip yang digunakan dalam kesatuan adalah: kedekatan dan penutup (*closure*), kesinambungan (*continuity*), kesamaan (*similarity*) dan konsisten (*consistency*) dan perataan (*alignment*).

#### 4. *Layout*

Dalam buku karya Henri Hendratman yang berjudul “Computer Graphic Design” Revisi 3 di terbitkan oleh Informatika pada tahun 2017, Layout merupakan usaha untuk menyusun, menata, atau memadukan unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel, dan lain-lain) menjadi media komunikasi visual yang komunikatif, estetik, dan menarik. Terdapat macam format atau susunan layout sebagai berikut:

##### a. Format Diagonal

Merupakan format yang menghasilkan ruang kosong terlalu banyak. Sehingga informasi kurang dapat tersampaikan karena pesan tidak dapat tersampaikan seutuhnya.

##### b. Format Horisontal

Merupakan format yang cukup dinamis. Komponen elemen dapat tersusun dalam ruang yang cukup dan terlihat secara jelas

##### c. Format Vertikal

Merupakan format yang cukup dinamis seperti halnya format horisontal. Format ini juga dapat menyampaikan pesan dengan ruang yang cukup sehingga dapat tersampaikan dengan baik.

##### d. Format Radial

Merupakan format yang menghasilkan keseimbangan yang dinamis yang membuat pesan dapat tersampaikan dengan jelas.

##### e. Format Acak

Merupakan format yang menghasilkan sirkulasi ruang gerak yang kurang terarah.

Sebelum mendesain *website*, penentuan konsep *layout* dalam merancang *website* menjadi hal yang utama, dalam hal ini ada beberapa macam *layout* desain web (<https://hiduptreda.com/knowledge/berbagai-macam-layout-desain-web.html>, diakses pada 12 Mei 2020), antara lain:

a. *Static*

*Layout static* pada web desain memiliki ukuran tetap pada semua resolusi *browser*. Lebar *layout static* ini menggunakan satuan *pixel* (px) sehingga akan menghasilkan *layout* yang statis.

b. *Fluid*

*Layout fluid* memiliki kemampuan untuk menyesuaikan lebar *layout* sesuai dengan resolusi *browser*. Hal tersebut terjadi karena lebar *layout* menggunakan satuan *percent* (%) sehingga lebar *layout* akan mengikuti resolusi *browser* saat dikecilkan atau dibesarkan (*resize*).

c. *Responsive*

*Layout responsive* memiliki kemampuan untuk berganti *layout* pada resolusi tertentu. *Layout* bisa berganti ini berkat kehadiran CSS3 dengan sintax *media queries* nya. Kalau di pemrograman fungsinya mirip '*if*', tapi ini di css. Jadi sebuah web bisa memiliki tampilan berbeda saat dibuka dengan *pc*, *tablet* atau *smartphone*.

d. *Responsive-fluid*

*Layout responsive-fluid* merupakan gabungan antara *responsive* dengan *fluid* sehingga lebar *layout* akan menyesuaikan resolusi dan akan berganti *layout* pada resolusi tertentu. *Layout* ini menggunakan media *queries* dan satuan *percent (%)* untuk ukuran.

e. *Horizontal-scrolling*

*Layout horizontal scrolling* adalah dengan menata *content* web kesamping, sehingga untuk melihat *content* web tersebut menggunakan *scroll horizontal*.

f. *Parallax-scrolling*

*Layout parallax scrolling* menggunakan beberapa *layer* dan setiap *layer* memiliki kecepatan perpindahan yang berbeda-beda saat di *scroll* sehingga menimbulkan efek yang menarik.

5. *Webiste*

Website adalah kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar, animasi, suara atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis ataupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing masing dihubungkan dengan jaringan jaringan halaman (Hidayat, 2010).

Menurut Wawanlt (2010), pengertian desain web adalah jenis

desain grafis yang ditujukan untuk pengembangan dan *styling* obyek lingkungan informasi internet untuk menyediakan dengan fitur konsumen *high-end* dan kualitas estetika. Definisi yang ditawarkan memisahkan desain web dari pemrograman web, menekankan fitur fungsional dari sebuah situs web, serta desain posisi web sebagai semacam desain grafis. Pembuatan sebuah website harus memperhatikan unsur-unsur website, yaitu:

- a. Karakter desain dan visualisasi produk maupun perusahaan atau orang yang ditampilkan.
- b. Warna
- c. Teks (keterbacaan)
- d. Harmonisasi visual desain
- e. *Layout* yang simple
- f. Alur baca
- g. Menu navigasi

## 6. Media Promosi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, media adalah sarana komunikasi bagi masyarakat, alat, perantara, penghubung. sarana, alat yang dibuat komunikasi antara masyarakat dengan kejadian dilingkungan misalnya koran, majalah, televisi dan sebagainya, sedangkan promosi adalah aktivitas pemasaranyang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran

atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Dan dapat diartikan bahwa, media promosi adalah suatu alat komunikasi yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, memperkenalkan, memengaruhi dengan sasaran meningkatkan pangsa pasar dari suatu produk yang ditawarkan perusahaan. Media memiliki peran dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada publik. Media Promosi dalam periklanan dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Media Lini Atas (*Above The Line*)

Adalah jenis iklan yang disosialisasikan menggunakan media masa komunikasi visual. Sebagai contohnya surat kabar, majalah, tabloid, iklan radio, televisi, bioskop, internet dan telepon seluler (Tinarbuko, 2009: 29-30).

b. Media Lini Bawah (*Below The Line*)

Adalah kegiatan periklanan yang disosialisasikan dengan tidak menggunakan media masa dan elektronik. Media yang digunakan antara lain poster, brosur, *leaflet*, *folder*, *flyer*, katalog, *merchandising mug*, payung, kaos, topi, pin, dompet, kalender, buku agenda, bolpoin, gantungan kunci (Tinarbuko, 2009: 30).

## 7. Dekorasi

Bedasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, dekorasi adalah hiasan

atau perhiasan sementara dari ruangan, gedung, jalan, atau sebagainya. Menurut (Echols, 2006) dekorasi memiliki pengertian yaitu, menghias atau memperindah suatu benda, bangunan atau objek lainnya agar sesuai dengan kondisi yang diharapkan.

## II.2 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka ini bertujuan untuk menjadi evaluasi dan menambah inovasi dari karya penulis. Berikut beberapa karya yang penulis pilih sebagai tinjauan pustaka:

### 1. Jurnal Edik Informatika



Gambar II.9 Jurnal Edik Informatika  
(Sumber : STKIP PGRI Sumbar : 2017)

Jurnal yang berjudul “Membangun Website Sistem Informasi Dinas Pariwisata” oleh Hj. Nurini. Jurnal ini berisi tentang membangun sistem informasi yaitu website dengan konsep SDLC (*System Development Lyfe Sycle*) yaitu sebuah siklus hidup pengembangan perangkat lunak yang terdiri dari, Perancangan, Analisis, Perancangan secara logika, Perancangan secara fisik, Implementasi, dan Pemeliharaan secara sistematis. Atas tinjauan karya tersebut, penulis mempunyai penambahan konsep untuk karya yang akan dibuat. Dengan menambahkan konsep unsur-unsur desain, perinsip desain, dan penataan layout untuk *website*, yang lebih menonjolkan kesan visual yang modern dan simple.

## 2. Jurnal Aplikasi Bisnis

J A B Jurnal Aplikasi Bisnis E-ISSN: 2407-5523 ISSN :2407-3741

### PERANCANGAN DAN PEMBUATAN *COMPANY PROFILE* BERBASIS *WEBSITE* DENGAN MENGGUNAKAN *WORDPRESS* SEBAGAI MEDIA PROMOSI B2B DI SUPER *KITCHEN* MOJOKERTO

Andika Mayangari<sup>1)</sup>  
Umil Khabibah<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup> Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang  
<sup>1)</sup> [andamagar1@gmail.com](mailto:andamagar1@gmail.com)  
<sup>2)</sup> [umil.khabibah@ptn.ac.id](mailto:umil.khabibah@ptn.ac.id)

**Abstrak**  
Tujuan penelitian ini adalah untuk mengoptimalkan *company profile* berbasis website dengan menggunakan *WordPress* 4.6.1 pada Super *Kitchen* Mojokerto.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Action Research*. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, kuisioner, wawancara, dan dokumentasi. *Website company profile* yang telah dibuat dievaluasi dengan mengedarkan kuisioner kepada 10 responden yaitu 2 ahli komputer, 2 ahli pemasaran, 2 pemilik waralaba Super *Kitchen*, dan 4 calon pengguna.

Hasil analisis data pada siklus 2 menunjukkan total skor rata-rata dimensi kemudahan penggunaan (*usability*) sebesar 87,43%, total skor rata-rata dimensi kualitas informasi (*information quality*) sebesar 91,43%, total skor rata-rata dimensi kualitas interaksi (*interaction quality*) sebesar 92,57%, dan total skor rata-rata website sebagai media promosi sebesar 86,85%. Dengan total skor rata-rata ke empat dimensi dinilai “sangat setuju” dan dinyatakan sudah baik.

Kata-kata kunci: *website company profile*, promosi, *super kitchen*, *wordpress*.

**Abstract**  
The purpose of this research is to create a *company website profile* using *WordPress* 4.6.1 application as B2B promotional media by Super *Kitchen*.

This study was an action research consisting of the stages of planning, acting, observing, reflection. The methods of the data collection were observations, questionnaires, interviews, and documentation. The *company website profile* was then evaluated by circulating the questionnaires to 10 respondents, consisting of two computer experts, two marketing experts, two owners of Super *Kitchen*, and 4 prospective users.

The result of the analysis showed that within two cycles, the average score of “Usability” was 87.43%, the average score of “Information Quality” was 91.43%, the average score of “Interaction Quality” was 92.57% and the average score of “Website as Promotional Media” was 86.85%. The total score of the four dimensions was rated to be “Very Agree” and declared good.

Keywords: *website company profile*, promotion, *super kitchen*, *wordpress*.

#### 1. Pendahuluan

##### 1.1. Latar Belakang

Peranan teknologi informasi dan komunikasi tidak dapat terlepas dari perkembangan zaman yang semakin pesat. Teknologi menawarkan kemudahan dalam mengakses berbagai macam informasi pada waktu dan tempat yang fleksibel. Salah satu media promosi yang populer saat ini adalah dengan menggunakan website. Media promosi website sangat mudah diakses dimanapun dan kapanpun karena terhubung dengan internet.

*Website company profile* memiliki peran yang sangat penting bagi sebuah perusahaan. *Website company profile* dapat digunakan sebagai marketing tool yang efektif karena memiliki unsur visual berupa gambar, teks, dan dapat dimunculkan unsur multimedia yang dapat di akses dimanapun dan kapanpun.

*Website company profile* juga sangat membantu bagi perusahaan yang melakukan *business to business* yang dapat memperjelas pertemuan dengan klien sehingga tidak perlu bertanya mengenai detail profil, visi dan misi perusahaan secara langsung yang di tawarkan kepada konsumen.

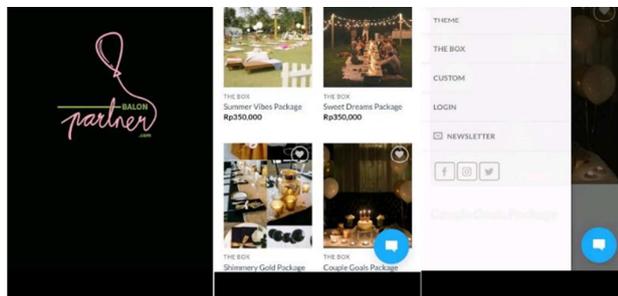
Super *Kitchen* merupakan usaha yang bergerak di bidang B2B dengan menawarkan jasa bisnis waralaba syam gorang dengan modal yang kecil dan memiliki potensi keuntungan yang besar. Penyajian informasi dan komunikasi yang digunakan pada Super *Kitchen* masih menggunakan media promosi brosur dan papan nama sehingga penyebaran informasi yang terbantu dan memperlancar biaya yang banyak untuk pembuatan brosur setiap pemberian informasi yang terbaru.

Jurnal karya dari Andika Mayangri dan Umi Khabibah yang berjudul “ Perancangan dan Pembuatan Company Profile Berbasis Websie Dengan Menggunakan Wordpress Sebagai Media Promosi B2B Di Super Kitchen Mojokerto”. Membahas tentang merancang *company profile* berbasis *website* dengan menggunakan *wordpress*. Sedikit berbeda dengan penulis dengan mendesain *Prototype website* menggunakan Adobe XD dan untuk *men-hosting* desain menggunakan aplikasi *Page Bulider* yaitu Wix.

3. Aplikasi dan Jurnal *e-Proceeding of Engineering*

Gambar II.10 Jurnal Aplikasi Bisnis

(Sumber : Politeknik Negeri Malang : 2017)



Gambar II.11 Aplikasi Balon Partner (Sumber : Google Play Store)

ISSN : 1955-0461 e-Proceeding of Engineering : Vol.5, No.2 Agustus 2018 | Page 2027

**PENGEMBANGAN APLIKASI MOBILE COMMERCE JASA DEKORASI BERBASIS ANDROID PADA STARTUP BALON PARTNER**  
**DEVELOPMENT MOBILE COMMERCE DECORATION SERVICES APPLICATION ANDROID BASED AT STARTUP BALON PARTNER**

Dianara Pakif<sup>1</sup>, Rachmadia Andriyani<sup>2</sup>, Fahad Masduki Al Anshary<sup>3</sup>  
 Program Studi Sistem Informatika, Fakultas Teknik dan Informatika, Telkom University  
 dianara@telkom.ac.id<sup>1</sup>, andriyani@telkom.ac.id<sup>2</sup>, fahad@telkom.ac.id<sup>3</sup>

**Abstrak**  
 Saat ini tingkat banyak penyedia jasa dekorasi yang hadir di Kota Bandung dengan pesannya menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook. Balon Partner merupakan salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang perhiasan jasa dekorasi untuk keperluan pesta pernikahan, seperti *dekorasi, wedding cake* dan dekorasi ruangan lain untuk meningkatkan keindahan interior. Bisnis ini memiliki target pasar untuk seluruh Kota Bandung. Permasalahan yang dihadapi penyedia jasa dekorasi serta mempermudah proses pemesannya. Maksud dari penelitian ini adalah membuat aplikasi *mobile commerce* dekorasi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survei dan analisis bisnis menggunakan *business case canvas*. Sedangkan dalam membuat analisis dan perancangan sistem menggunakan *Unified Modeling Language (UML)*. Untuk menguji aplikasi aplikasi Balon Partner telah memiliki fungsionalitas yang baik, serta tidak, peneliti melakukan pengujian aplikasi dengan menggunakan metode *black box testing* (pendekatan testing Black box) penelitian pada Balon Partner dapat diimplementasikan bahwa dengan dibantu aplikasi *mobile commerce* perhiasan dekorasi dapat meningkatkan penjualan. Jadi dekorasi serta mempermudah proses pemesannya.

**Kata kunci:** *mobile commerce, android, black box testing, survei, jasa dekorasi, jasa catering, UML*

**Abstract**  
*Instagram and Facebook are now the popular choice in marketing decoration services in Bandung. Balon Partner is a company that provides decoration services. Providing such as *wedding cake, wedding table and room decoration, by using internet technology. This study aims to help providers and users of decoration services and make it more convenient in Bandung. System development is using survey methodology and UML. Balon Partner has been implemented because with the help of *mobile commerce* perhiasan decoration can increase sales and ease the order process.**

**Keywords:** *mobile commerce, android, black box testing, survey, jasa catering, UML*

**1. Pendahuluan**  
 Saat ini tingkat banyak penyedia jasa dekorasi yang hadir di Kota Bandung dengan pesannya menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook.



Gambar 1. Media Promosi Penyedia Jasa Dekorasi

Gambar II.12 Jurnal *e-Proceeding of Engineering* (Sumber : Telkom University :2018)

rnal karya Dianaros Pakel, Rachmadita Andreswari, dan Faishal Musfied Al Anshary yang berjudul “ Pengembangan Aplikasi *Mobile Commerce* Jasa Dekorasi Berbasis Android Pada *Startup* Balon Partner”.

Jurnal ini membahas tentang pengembangan aplikasi ber-*platform* Android, setelah penulis tinjau di dalam jurnal ini terdapat konsep fitur yang dimana fitur dapat meningkatkan pelayanan promosi seperti *Live Chat*, *Custom Décor* yang nantinya desain dekorasi dapat di custom sesuai keinginan konsumen. Jurnal ini nantinya menjadi referensi dari perancangan karya penulis, seperti fitur *Custom Décor* yang penulis rasa sebagai strategi promosi yang baik. Untuk perbedaanya disini penulis merancang *company profile* berbasis *website* yang mana lebih mudah diakses disemua *platform* atau *browser*, sementara itu di jurnal ini perancangan media berupa aplikasi yang berbasis Android, yang mana hanya bisa di akses melalui perangkat yang ber-*platform* Android.



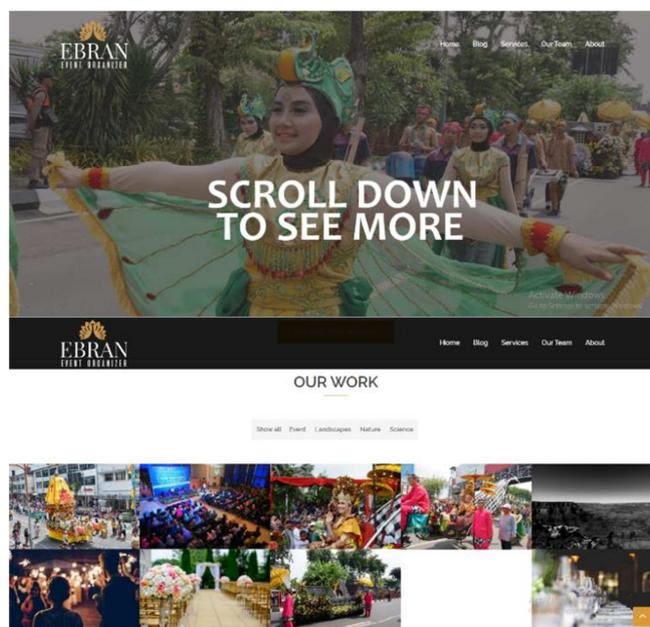
## 4. J

Gambar II.13 Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis  
(Sumber : STIE Kertanegara Malang :2019)

### rnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis

Jurnal karya Riyanto Setiawan Suharsono, dan Rini Purnama Sari, yang berjudul “Pengaruh Promosi Media Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab”. Jurnal ini menjelaskan tentang pengaruh media online sebagai media promosi yang berpengaruh besar dalam keputusan pembelian konsumen, Hal ini dikarenakan perkembangan zaman yang begitu cepat telah banyak menuntut konsumen untuk

memilih segala sesuatu yang lebih praktis, cepat dan efisien. Perubahan sifat konsumen juga dipengaruhi oleh berkembangnya teknologi informasi yang menyajikan segala kemudahan atas segala jenis transaksi. Jadi setelah ditinjau, penulis berfikir sama dengan analisis di jurnal ini, yang mana media online sangat berpengaruh besar dalam mempromosikan usaha apalagi di zaman teknologi berkembang pesat seperti saat ini.



Gambar II.14 Website Ebran Event Organizer  
(Sumber : <https://www.ebranorganizer.com/>)

### bsite Ebran Event Organizer

Website ini merupakan website resmi dari Erban Event Orgaizer yaitu sebuah usaha event organizer yang cukup terkenal di Surabaya. Setelah meninjau website, penulis mendapatkan refrensi. Yang mana

refrensinya adalah, dengan merancang website menggunakan format horizontal yang tidak memberikan kesang kosong pada *layout*. Untuk menu bar, penulis membuat terdiri dari yaitu *Home*, *Gallery*, *Tools*, dan *About Us*.