

## Company Profile Toko Umah Koi Sebagai Media Promosi Berbasis Website

I Putu Wahyuda Mahayana<sup>1a)</sup>, I Gusti Ayu Desi Saryanti<sup>1b)</sup>, Putu Adi Guna Permana<sup>1c)</sup>

<sup>1)</sup>Sistem Informasi, Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali, Bali, Indonesia

e-mail: <sup>a)</sup>[200030717@stikom-bali.ac.id](mailto:200030717@stikom-bali.ac.id), <sup>b)</sup>[desi@stikom-bali.ac.id](mailto:desi@stikom-bali.ac.id), <sup>c)</sup>[putuadi\\_guna@stikom-bali.ac.id](mailto:putuadi_guna@stikom-bali.ac.id)

### Abstrak

Toko Umah Koi merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan ikan koi dan jasa pembuatan kolam yang saat ini masih menerapkan sistem promosi konvensional. Keterbatasan media promosi yang hanya mengandalkan informasi dari mulut ke mulut dan papan nama fisik menyebabkan jangkauan pemasaran menjadi sempit dan informasi produk sulit diakses oleh pelanggan dari luar daerah. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun sebuah Website Company Profile sebagai media promosi digital yang efektif guna mengatasi permasalahan tersebut. Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah metode Waterfall, yang terdiri dari tahapan analisis kebutuhan, desain sistem, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah website yang menyajikan informasi profil toko, katalog produk, serta informasi kontak yang dapat diakses secara online selama 24 jam. Berdasarkan pengujian Black Box Testing, seluruh fitur fungsional pada website telah berjalan dengan baik sesuai rancangan. Implementasi website ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan citra usaha, dan mempermudah pelanggan dalam mendapatkan informasi yang akurat mengenai produk dan layanan Toko Umah Koi.

**Kata kunci:** Company Profile, Website, Promosi, Waterfall, Umah Koi.

### 1. Pendahuluan

Perubahan perilaku konsumen yang kini lebih cenderung mencari informasi produk melalui internet sebelum melakukan pembelian menjadi tantangan sekaligus peluang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Oleh karena itu, pengembangan identitas usaha (*corporate identity*) melalui media digital menjadi langkah strategis untuk memperkuat citra dan eksistensi bisnis [1]. Toko Umah Koi adalah salah satu unit usaha yang potensial di bidang hobi dan peternakan, yang menyediakan berbagai jenis ikan koi berkualitas, pakan, serta layanan jasa pembuatan kolam hias. Namun, saat ini toko hanya mengandalkan interaksi langsung dengan pengunjung (*face-to-face*), rekomendasi dari mulut ke mulut, serta papan nama fisik yang terpasang di lokasi usaha.

Di sisi operasional, seringnya muncul pertanyaan berulang dari pelanggan melalui pesan singkat (WhatsApp) mengenai detail stok produk, harga, dan portofolio desain kolam mengakibatkan inefisiensi waktu dan tenaga. Tidak adanya media informasi yang komprehensif juga membuat citra usaha (*brand image*) Toko Umah Koi terlihat kurang kompetitif dibandingkan pesaing yang telah memiliki kehadiran digital yang kuat. Sebagai solusi atas permasalahan tersebut, penelitian ini mengusulkan pembangunan *Website Company Profile*. Website dipilih karena kemampuannya menyajikan informasi yang dapat diakses selama 24 jam penuh tanpa batasan geografis. Penggunaan media desain grafis dan visual yang menarik pada website juga diharapkan dapat meningkatkan minat dan kepercayaan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan [2].

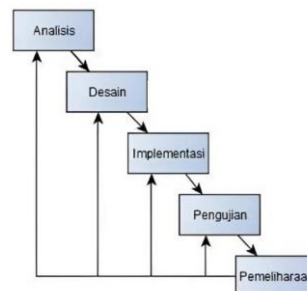
Pengembangan sistem ini dilakukan dengan menggunakan metode *Waterfall* karena pendekatan metode yang sistematis dan berurutan. Dimulai dari analisis kebutuhan, desain, implementasi, hingga pengujian sistem untuk memastikan kualitas perangkat lunak yang dihasilkan [3]. Tujuan utama penelitian ini adalah menghasilkan media promosi digital yang efektif guna mendukung perluasan jangkauan pasar dan efisiensi operasional Toko Umah Koi.

### 2. Metode Penelitian

Metode pengembangan perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Waterfall. Metode ini dipilih karena memiliki alur yang sistematis dan terurut, sehingga setiap tahapan harus diselesaikan terlebih dahulu sebelum lanjut ke tahapan berikutnya [4]. Metode Waterfall ini melibatkan 5 proses tahapan utama, di antaranya analisis, desain, implementasi, pengujian sistem serta pemeliharaan sistem.

### 2.1. Alur Metode *Waterfall*

Gambar 1 menunjukkan tahapan *Waterfall* yang dilakukan dalam penelitian ini, yakni meliputi:



Gambar 1. Tahapan Metode *Waterfall*

#### 1. Analisis Kebutuhan

Mengumpulkan data kebutuhan sistem melalui observasi langsung di Toko Umah Koi dan wawancara dengan pemilik toko, Bapak I Nyoman Puspa. Tahap ini bertujuan untuk mengetahui fitur apa saja yang diperlukan, seperti halaman profil, katalog produk, dan kontak.

#### 2. Desain Sistem

Merancang arsitektur sistem, basis data, dan antarmuka pengguna (User Interface). Perancangan meliputi pembuatan Diagram Konteks, Data Flow Diagram (DFD) dan Entity Relationship Diagram (ERD).

#### 3. Implementasi

Tahap penerjemahan desain ke dalam kode program. *Website* dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP, HTML, CSS, dan Javascript dengan bantuan *framework* Bootstrap agar tampilan responsif. *Database* yang digunakan adalah MySQL.

#### 4. Pengujian

Melakukan pengujian fungsional sistem menggunakan metode *Black Box Testing* untuk memastikan semua fitur berjalan sesuai rencana dan bebas dari kesalahan (*error*)

#### 5. Pemeliharaan

Tahap akhir di mana sistem sudah dijalankan dan dilakukan perbaikan jika ditemukan *bug* atau kebutuhan pembaruan konten di masa mendatang.

### 2.2. Metode Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan melalui tiga cara:

#### 1. Observasi

Mengamati langsung kegiatan operasional dan produk yang dijual di Toko Umah Koi.

#### 2. Wawancara

Melakukan tanya jawab dengan pemilik toko untuk memahami masalah pemasaran yang dihadapi.

#### 3. Studi Literatur

Mempelajari teori dan referensi terkait pembuatan website dan metode *Waterfall* dari buku dan jurnal ilmiah.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini dibahas mengenai hasil perancangan sistem dan implementasi antarmuka website yang telah dibuat.

#### 3.1 Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan merupakan proses sistematis untuk menentukan tujuan, mengidentifikasi kondisi aktual dan yang diharapkan, serta menetapkan prioritas tindakan [5]. Sistem dirancang untuk memiliki dua pengguna utama, yaitu Admin (pengelola toko) dan Pengunjung (calon pelanggan).

1. Kebutuhan Admin memiliki hak akses untuk *login* ke halaman *dashboard*, mengelola data produk dan pengunjung, serta mengubah informasi toko.
2. Kebutuhan Pengunjung Dapat melihat halaman beranda, profil toko (tentang kami), katalog produk, dan informasi kontak.

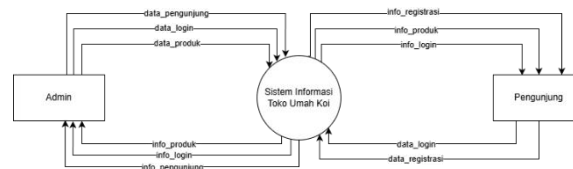
Alur sistem digambarkan bahwa Admin harus melakukan *login* terlebih dahulu sebelum dapat memanipulasi data. Sedangkan pengunjung dapat langsung mengakses informasi tanpa perlu *login*.

### 3.2 Desain Sistem

Desain sistem adalah upaya untuk mengonstruksi sebuah sistem yang memberikan kepuasan (Mungkin Informal) akan spesifikasi kebutuhan fungsional, memenuhi target, memenuhi kebutuhan secara implisit atau eksplisit dari segi performansi maupun penggunaan sumber daya, kepuasan batasan pada proses desain dari segi biaya, waktu, dan perangkat [6]. Perancangan ini meliputi pemodelan proses menggunakan *Data Flow Diagram* (DFD) dan pemodelan basis data menggunakan *Entity Relationship Diagram* (ERD).

#### 3.2.1 Diagram Konteks

Diagram Konteks adalah diagram yang terdiri dari suatu proses dan menggambarkan ruang lingkup suatu sistem [7]. Pada sistem *Company Profile* Toko Umah Koi, terdapat dua entitas luar yaitu Admin dan Pengunjung.

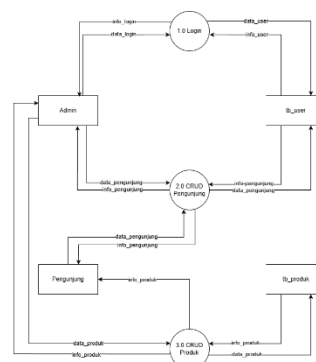


Gambar 2. Diagram Konteks

Seperti terlihat pada Gambar 2, Admin bertugas memberikan input data berupa data pengunjung data produk dan juga data username serta passwordnya saat masuk ke dalam sistem. Sedangkan Pengunjung akan menerima output berupa informasi produk serta informasi login dan registrasinya dari sistem.

#### 3.2.2 Data Flow Diagram (DFD) Level 0

DFD Level 0 merupakan penjabaran lebih rinci dari diagram konteks yang memperlihatkan gambaran tentang masukan- proses-keluaran dari suatu sistem/perangkat lunak [8]. Diagram ini menjelaskan proses-proses utama yang terjadi di dalam sistem.



Gambar 3 Diagram Level 0

Berdasarkan Gambar 3, sistem terdiri dari tiga proses utama:

1. Proses login yang digunakan oleh Admin untuk memvalidasi hak akses sebelum masuk ke sistem pengelolaan.
2. Proses kelola data yang dilakukan Admin seperti tambah, ubah, dan hapus data (CRUD) untuk tabel produk dan user.
3. Proses menampilkan informasi melalui data yang tersimpan di *database* kepada Pengunjung dalam bentuk antarmuka *website*.

#### 3.2.3 Entity Relationship Diagram

Entity Relationship Diagram (ERD) adalah suatu diagram yang digunakan untuk memodelkan struktur data dan hubungan antar data [9]. Pada sistem ini, terdapat dua entitas utama yaitu *tb\_user* dan *tb\_produk*.



Gambar 4. Entity Relationship Diagram

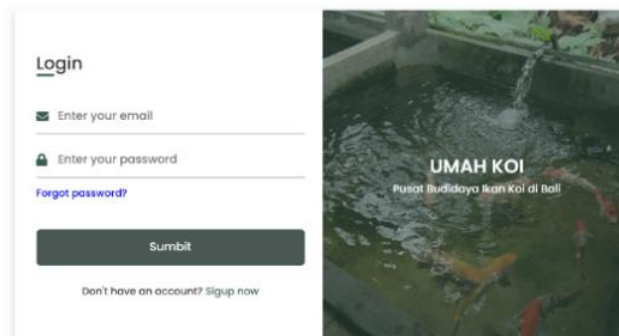
Gambar 3 menunjukkan bahwa tabel produk memiliki relasi dengan tabel user, di mana banyak user dapat mengakses banyak produk (*many-to-many*). Tabel user berfungsi untuk menyimpan data pengunjung dan admin agar memudahkan proses kelola datanya. Struktur ini dirancang untuk memastikan integritas data dan kemudahan dalam pengelolaan konten.

### 3.3 Implementasi

Berikut adalah hasil implementasi tampilan *Website Company Profile* Toko Umah Koi:

#### 1. Halaman Login

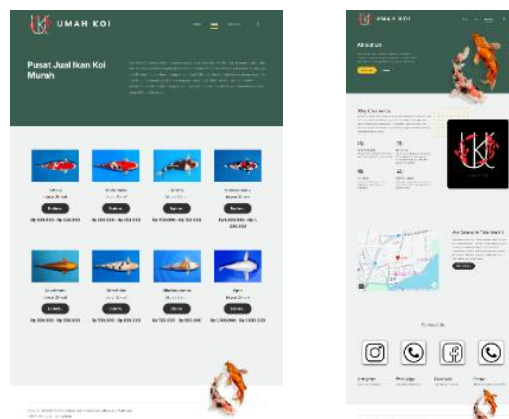
Halaman khusus bagi pengelola untuk masuk ke sistem *backend* guna memperbarui konten *website*.



Gambar 5. Halaman Login Admin

#### 2. Halaman Tentang Kami & Halaman Produk

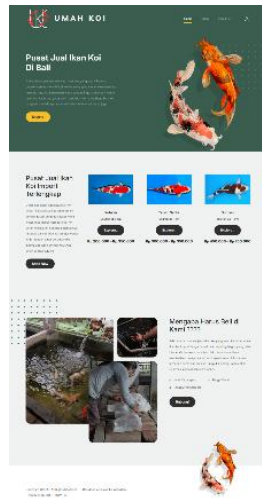
Halaman ini berisi informasi detail mengenai sejarah berdirinya Toko Umah Koi sejak tahun 2019 serta visi dan misi toko dalam melayani pelanggan pecinta ikan hias. Halaman produk berfungsi sebagai katalog digital. Pengunjung dapat melihat daftar ikan koi yang dijual, pakan ikan, serta jenis layanan pembuatan kolam yang ditawarkan. Setiap produk dilengkapi dengan foto, nama, dan deskripsi singkat.



Gambar 6. Halaman Tentang Kami &amp; Halaman Produk

3. Halaman Beranda (*Home*)

Halaman ini adalah tampilan awal saat pengunjung mengakses *website*. Halaman ini menampilkan *banner* selamat datang, sekilas tentang Umah Koi, dan menu navigasi utama.



Gambar 7. Halaman Home

3.4 Pengujian

Pengujian Company Profile Toko Umah Koi Sebagai Media Promosi Berbasis Website, akan menggunakan Black Box Testing, pengujian dilakukan untuk memastikan fungsionalitas sistem berjalan dengan baik [10]. Dalam pengujian ini, akan diperiksa apakah hasil implementasi sistem telah sesuai dengan spesifikasi dan perancangan awal yang telah direncanakan, termasuk memastikan setiap fitur dapat berjalan dengan baik sesuai kebutuhan pengguna.

Tabel 1. Hasil Pengujian

No.	Skenario Pengujian	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengamatan	Kesimpulan
1	Admin melakukan Login dengan data valid	Masuk ke Dashboard Admin	Masuk ke Dashboard Admin	Berhasil
2	Admin menginput data produk baru	Data produk tersimpan di database	Data tampil di halaman produk	Berhasil
3	Pengunjung mengakses menu 'Tentang Kami'	Menampilkan informasi profil toko	Informasi profil tampil	Berhasil
4	Pengunjung mengakses menu 'Kontak'	Menampilkan alamat dan No HP	Alamat dan No HP tampil	Berhasil
5	Responsivitas Website di HP	Tampilan menyesuaikan layar HP	Layout rapi di layar kecil	Berhasil

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa *Website Company Profile* pada Toko Umah Koi telah berhasil dirancang dan dibangun menggunakan metode *Waterfall*. Sistem ini mampu menjawab kebutuhan toko akan media promosi digital dengan menyediakan fitur-fitur utama yang meliputi halaman beranda, profil usaha, katalog produk, galeri kegiatan, dan kontak. Keberadaan *website* ini menjadi solusi efektif atas permasalahan promosi konvensional yang sebelumnya membatasi jangkauan pemasaran hanya pada lingkungan sekitar fisik toko. Selain itu, hasil pengujian fungsional menggunakan metode *Black Box Testing* menunjukkan bahwa seluruh fitur sistem berjalan dengan valid dan bebas dari kesalahan. Dengan demikian, *website* ini siap digunakan untuk mendukung penyebaran informasi produk dan jasa secara lebih luas, efisien, dan profesional.

---

**Daftar Pustaka**

- [1] K. N. Lukman, I. P. Ramayasa, dan I. K. P. Suniantara, "Corporate Identity Pada Mulia Aquarium Sebagai Media Promosi," vol. 1, no. 2, hal. 544–550, 2024.
  - [2] I Gede Dhandy Rezaldi, Ida Bagus Ketut Surya Arnawa, dan I Wayan Jepriana, "Perancangan Corporate Identity Guest House Langit Biru Berbasis Web," *Semin. Has. Penelit. Inform. dan Komput. | Inst. Teknol. dan Bisnis STIKOM Bali*, vol. 1, no. 1, hal. 167–172, 2023.
  - [3] Y. S. Rahayu, Y. Saputra, dan D. Irawan, "Implementasi Metode Waterfall Pada Pengembangan Sistem Informasi Mobile E-Disarpus," *Zo. J. Sist. Inf.*, vol. 6, no. 2, hal. 523–534, 2024, doi: 10.31849/zn.v6i2.20538.
  - [4] A. Supriyadi, H. Khotimah, W. I. Yanti, dan B. Y. Geni, "Riset Teknik Informatika dan Komputer Rancang Bangun Company Profile Berbasis Web Menggunakan Metode Waterfall," *J. Restikom Ris. Tek. Inform. dan Komput.*, vol. 6, no. 1, hal. 75–85, 2024.
  - [5] Aldiyan Rizky, "RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PENDAFTARAN SISWA BARU BERBASIS WEB," *γ787*, vol. 2, no. 8.5.2017, hal. 2003–2005, 2022, [Daring]. Tersedia pada: <https://lib.unnes.ac.id/20002/>
  - [6] Husain Al Hidayah, Hasan Muh. Hidayatullah, Anin Asnidar, dan Nasir Nasir, "Penggunaan Media Pembelajaran Desain Grafis Melalui Aplikasi Canva," *J. Kaji. Penelit. Pendidik. dan Kebud.*, vol. 2, no. 2, hal. 97–102, 2024, doi: 10.59031/jkppk.v2i2.335.
  - [7] R. Agusli, A. R. Mariana, dan S. Suerwan, "Sistem Informasi Manajemen Produksi di PT Aneka Paperindo Sejahtera," *J. Sisfotek Glob.*, vol. 9, no. 2, hal. 8–13, 2019, doi: 10.38101/sisfotek.v9i2.245.
  - [8] S. Safwandi, "Analisis Perancangan Sistem Informasi Sekolah Menengah Kejuruan 1 Gandapura Dengan Model Diagram Konteks Dan Data Flow Diagram. Jurnal Teknologi Terapan and Sains 4.0, 2(2)," *J. Teknol. Terap. Sains 4.0*, vol. 2, no. 2, hal. 525, 2021.
  - [9] K. I. Listyoningrum, D. Y. Fenida, dan N. Hamidi, "Inovasi Berkelanjutan dalam Bisnis: Manfaatkan Flowchart untuk Mengoptimalkan Nilai Limbah Perusahaan Sustainable Innovation in Business: Leverage Flowcharts to Optimize the Value of Corporate Waste," *J. Inf. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 4, hal. 100–112, 2023.
  - [10] Y. D. Wijaya dan M. W. Astuti, "Penguji Blackbox Sistem Informasi Penilaian Kinerja Karyawan Pt Inka (Persero) Berbasis Equivalence Partitions," *J. Digit. Teknol. Inf.*, vol. 4, no. 1, hal. 22, 2021, doi: 10.32502/digital.v4i1.3163.
-