
Sistem Informasi *Company Profile* Pada LPD Penatih Berbasis WEB

Ida Bagus Dwi Santika¹⁾, I Putu Ramayasa²⁾, Ni Luh Putri Srinadi³⁾

Program Studi Sistem Informasi

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: i.b.dwisantika@gmail.com¹⁾, ramayasa@stikom-bali.ac.id²⁾, putri@stikom-bali.ac.id³⁾

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak signifikan pada berbagai sektor, termasuk lembaga keuangan seperti Lembaga Perkreditan Desa (LPD). LPD Penatih, sebagai salah satu LPD yang berinovasi dalam penerapan teknologi informasi, telah mengembangkan *Company Profile* berbasis web untuk meningkatkan pelayanan dan transparansi informasi kepada anggota dan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) untuk mengimplementasikan *Website Company Profile LPD Penatih*. Tahapan MDLC yang meliputi perencanaan, desain, pengembangan, pengujian, dan implementasi digunakan untuk menciptakan *Website* yang responsif, informatif, dan mudah digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi metode MDLC dalam pengembangan *Company Profile LPD Penatih* berbasis web memberikan hasil yang memuaskan. *Website* tersebut berhasil meningkatkan transparansi informasi, memperluas akses informasi bagi anggota dan masyarakat, serta meningkatkan citra LPD Penatih sebagai lembaga keuangan yang modern dan terpercaya.

Kata kunci: *Website, Company Profile, Teknologi Informasi, Inovasi Teknologi, LPD Penatih*

1. Pendahuluan

Promosi adalah kegiatan yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan agar perusahaan tersebut dapat mencapai tujuannya yaitu suatu kesuksesan. Inti dari kegiatan promosi adalah merancang kata-kata yang memiliki daya persuasif dan efektif untuk menarik perhatian konsumen. Tujuan dari promosi adalah mengubah pandangan seseorang yang awalnya kurang tertarik terhadap suatu produk atau layanan menjadi tertarik dan setia terhadapnya. Tujuan promosi dapat disederhanakan menjadi empat jenis, yaitu memberikan informasi kepada pelanggan tentang produk atau fitur baru, menginspirasi kebutuhan, memengaruhi pelanggan untuk memilih merek lain, dan mengingatkan pelanggan tentang merek tertentu, yang pada gilirannya memperkuat pengenalan merek.

Seperti pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Penatih yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang keuangan dan perbankan. LPD Penatih merupakan Lembaga Perkreditan Desa (LPD) yang berlokasi di Jl. Trenggana No.8, Penatih, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar, Bali. Perusahaan yang bergerak di bidang perbankan ini menawarkan layanan tabungan, kredit, deposito, jasa pembayaran rekening, pembayaran BPJS, *samsat Online*, PAM, Listrik dan transfer dana. LPD Penatih telah berdiri sejak tahun 1991. Dari hasil wawancara dengan Kepala LPD Penatih, untuk saat ini LPD Penatih masih mempromosikan layanan yang di tawarkan melalui sosialisasi yang artinya masih melalui proses tatap muka dimana para calon nasabah perlu mengunjungi LPD Penatih atau menunggu kunjungan sosialisasi untuk mengetahui produk atau layanan yang ada di LPD Penatih. Selain itu, kurangnya media pengenalan mendukung kinerja LPD Penatih membuat banyak masyarakat yang belum menggunakan jasa dari LPD tersebut, bahkan Masih banyak masyarakat yang belum Tau program-program ataupun layanan yang dimiliki LPD Penatih. Maka dari itu LPD Penatih memerlukan sebuah media berupa *Company Profile* berbasis *Website* pelayanan agar LPD Penatih dapat menjangkau masyarakat yang belum memahami mengenai jenis – jenis tabungan sehingga dapat tahu dan mulai berkeinginan untuk menabungkan uangnya di LPD Penatih.

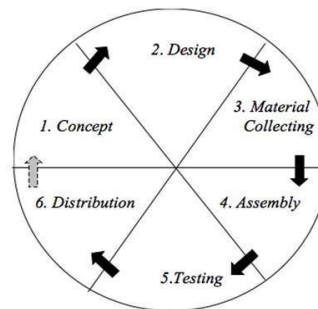
Berdasarkan penelitian yang di lakukan oleh Fariq Ardiansyah, Anita Sari Wardani dan Sucipto menghasilkan sebuah *Website Company Profile* yang memuat tentang Informasi perusahaan, data produk, latar belakang perusahaan, serta visi dan misi perusahaan semuanya berperan penting dalam upaya promosi perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan basis pelanggan perusahaan.

Berdasarkan analisis kondisi yang di lakukan, maka terdapat beberapa langkah strategis yang dapat membantu meningkatkan upaya pemasaran LPD Penatih. Salah satu aspek penting adalah pembuatan *Company Profile* yang dapat berfungsi sebagai alat informasi dan promosi yang efektif. *Company Profile* ini mencakup sejumlah elemen, seperti pembuatan *Website* perusahaan, video *Company Profile* yang menarik, serta desain banner dan brosur yang informatif. *Website* perusahaan akan menjadi titik pusat dalam menginformasikan produk dan layanan yang ditawarkan oleh LPD Penatih. Dengan memiliki Platform *Online* yang profesional dan informatif, perusahaan dapat mencapai lebih banyak calon pelanggan. Lebih dari itu, video *Company Profile*, akan memberikan pendekatan yang lebih visual dan menarik untuk memperkenalkan perusahaan dan layanannya kepada masyarakat karena rata-rata masyarakat mencari informasi mengenai produk atau jasa di internet. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wily Mohaad dan Nabila Rycy Maulidiyah dimana akses internet berpengaruh positif signifikan terhadap kehidupan masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan hasil laporan Digital 2020 yang menunjukkan bahwa Indonesia, sebagai negara urutan ke-4 (empat) dengan jumlah penduduk tertinggi di dunia memiliki 64% pengguna internet dari total populasi di Indonesia pada tahun 2020. Jumlah tersebut bertambah 17% dibanding tahun 2019. Sehingga dengan berfokus pada upaya pemasaran ini, diharapkan akan meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang LPD Penatih dan juga dapat meningkatkan minat mereka untuk memanfaatkan produk dan layanan yang ditawarkan. Langkah-langkah ini akan membantu LPD Penatih dalam menjalin hubungan yang lebih kuat dengan calon nasabah serta meningkatkan jumlah nasabahnya .

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dipandang perlu untuk membangun sebuah “*Company Profile*” sebagai Sarana Informasi dan promosi Pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Penatih berbasis *Website*”. Adapun *Company Profile* ini terdiri atas *Website*, video *Company Profile*, banner dan brosur. Dengan dibangunnya sistem *Company Profile* sebagai Sarana Informasi dan Promosi Pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Penatih berbasis *Website*, diharapkan LPD Penatih dapat secara lebih efektif menyampaikan informasi tentang produk, layanan, serta sejarah dan visi-misi perusahaan kepada masyarakat luas. Hal ini akan meningkatkan pemahaman dan minat masyarakat terhadap LPD Penatih, serta memperluas jangkauan pemasaran perusahaan.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam perancangan sistem ini adalah *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Metodologi pengembangan ini terdiri dari beberapa tahapan yaitu *Concept*, *Design*, *Material*, *Collecting*, *Assembly*, *Testing*, dan *Distribution*. Tahapan dalam metodologi ini tidak harus berurutan dalam penerapannya akan tetapi *concept* tetap menjadi bagian utama dalam metodologi ini. Berikut ini adalah gambar dari metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC).



Gambar 1. Tahapan Metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC)

Berikut penjelasan tahapan dalam metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*):

- *Concept* (Konsep)
Merupakan tahap pertama dalam metode MDLC dimana pada tahap ini dimulai dengan menentukan tujuan pembuatan aplikasi.
- *Design* (Perancangan)
Merupakan tahap membuat spesifikasi mengenai arsitektur program, gaya, tampilan, dan kebutuhan bahan untuk program.
- *Material Collecting* (Pengumpulan Bahan)

Merupakan tahap pengumpulan bahan seperti gambar, foto, animasi, video, audio, serta teks yang baik.

- *Assembly* (Pembuatan)
Merupakan tahap dimana semua objek atau bahan multimedia dibuat dan digabungkan.
- *Testing* (Pengujian)
Merupakan tahap yang dilakukan setelah tahap pembuatan yang bertujuan untuk menguji program atau aplikasi yang dibuat apakah ada kesalahan atau tidak.
- *Distribution* (Distribusi)
Merupakan tahap penyebarluasan produk yang telah lolos tahap pengujian.

3. Hasil dan Pembahasan

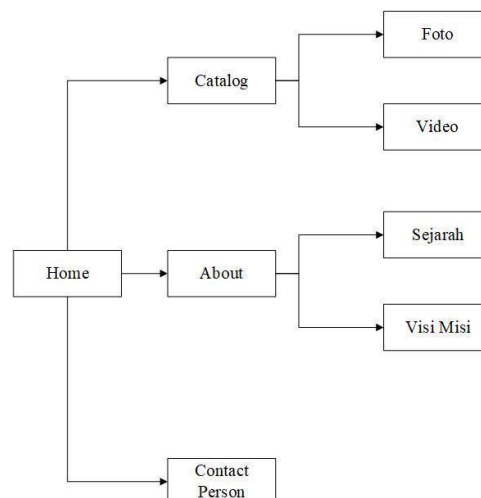
A. *Concept* (Konsep)

Dalam Penjabaran tahapan ini penulis menggunakan 5W + 1H sebagai berikut:

1. *Why*: Mengapa memilih LPD Penatih
Kurangnya media promosi atau identitas pada LPD Penatih sehingga masyarakat kesulitan dalam mencari informasi perusahaan di media tertentu.
2. *What*: Apa yang dibuat untuk memecahkan masalah pada LPD Penatih? Pada pembuatan *corporate identity* ini menghasilkan beberapa produk multimedia dan sistem informasi yang dapat membantu pengguna dalam mencari informasi tentang LPD Penatih.
3. *Who*: Siapa yang dapat menggunakan produk ini?
Corporate identity ini ditujukan kepada masyarakat umum khususnya warga Desa Penatih yang ingin mencari informasi terhadap dan dapat digunakan sebagai media promosi oleh LPD Penatih
4. *Where*: Dimana *corporate identity* akan diimplementasikan?
Corporate identity ini akan diimplementasikan pada LPD Penatih dan dapat diakses dalam bentuk *brand book*, *Website* dan juga video *Company Profile*.
5. *When*: Kapan *corporate identity* ini akan digunakan?
Digunakan saat ingin mempromosikan LPD Penatih dan sebagai identitas perusahaan saat ingin menjalin kerjasama terhadap perusahaan lain
6. *How*: Bagaimana *corporate identity* ini dapat menyelesaikan masalah yang ada di LPD Penatih?
Adanya *corporate identity* ini diharapkan dapat berguna bagi LPD Penatih untuk memiliki media promosi dan dapat dikenal luas oleh masyarakat dan dan warga sekitar serta memiliki identitas paten terhadap perusahaan.

B. *Design* (Perancangan)

Sistem informasi *Company Profile* pada LPD Penatih berbasis web adalah sebuah aplikasi berbasis web yang digunakan untuk memperkenalkan profil dan layanan yang dimiliki oleh LPD Penatih. Berikut adalah struktur gambar 2.



Gambar 2. Struktur Bagan Menu Website

Pada pembuatan *corporate identity* sebagai media promosi pada LPD Penatih ini terdapat rancang bangun *Website* menggunakan Bahasa *CSS* dan juga *javascript* menggunakan *framework wordpress*. *Website* yang ditampilkan hanya sebagai *Website* view dan tidak tersedia menu login dan lainnya.

C. Material Collection (Pengumpulan Bahan)

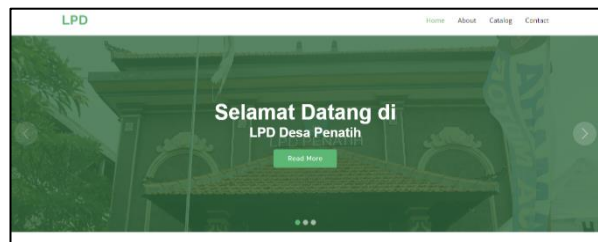
Pengumpulan data merupakan aspek penting dalam memperoleh data yang dibutuhkan bagi penelitian, prolehan data yang didapat dalam merancang *corporate identity* ini terdapat beberapa metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan studi literatur

D. Assembly (Pembuatan)

Dalam tahapan ini dibuatlah rangkaian desain objek mengacu pada tahapan desain dengan menggabungkan bahan multimedia yang telah dikonsepskan. Pada tahap ini dibuatlah proses kerja *brandbook*, dengan merancang desain, isi dan materi hingga proses cetak, lalu pada tahapan pengerjaan video *Company Profile* dimulai dari pengamatan tempat, mengumpulkan alat yang digunakan dalam mengambil *footage* video, proses *shooting*, narasumber dan mengedit video *Company Profile* hingga terbentuk video *Company Profile* yang sempurna. Kemudian proses pembuatan *Website* dimulai dari merancang desain bangun *Website*, memikirkan ide dan konten yang akan diimplementasikan dalam *Website* hingga perakitan *Website* sampai penyelarasan akhir. Berikut ini adalah tampilan antarmuka yang telah dibuat.

1. Halaman Home

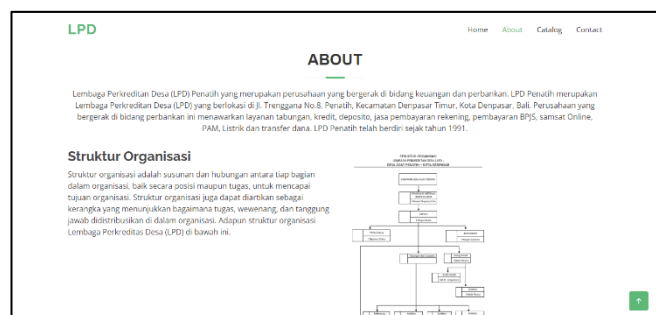
Berikut merupakan Halaman *Home*. Dimana halaman ini memberikan gambaran umum dari *website* LPD Desa Penatih



Gambar 3. Halaman *Home*

2. Halaman About

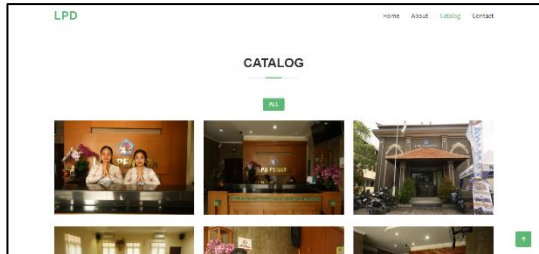
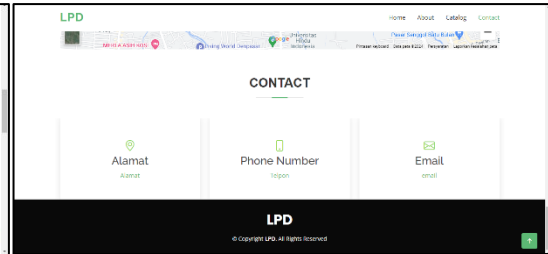
Berikut merupakan halaman *About*. Dimana halaman ini memberikan informasi tentang sejarah LPD Penatih, struktur organisasi, visi dan misi dari LPD Penatih



Gambar 4. Halaman *About*

3. Halaman Catalog Dan Halaman Contact

Berikut merupakan Halaman *Catalog* dan Halaman *Contact*. Dimana pada halaman *catalog* memberikan gambar dan video informasi tentang fasilitas dan jasa yang di berikan oleh LPD Penatih dan di halaman *contact*, memberikan informasi berupa kontak dari pegawai LPD Penatih dan juga memberikan lokasi dari LPD Desa Penatih

Gambar 5. Halaman *Catalog*Gambar 6. Halaman *Contact*

E. *Testing* (Pengujian)

Setelah proses pembuatan selesai, dilakukan pengujian terhadap program yang dikerjakan dan melihat ada kesalahan atau tidak pada program yang telah dibuat. pengujian ini dilakukan dengan cara memberikan sample program kepada penguji dan lingkungan penguji. Pengujian ini dilakukan dengan dua metode, yaitu *blackbox testing* serta kusioner dengan cara memberikan pertanyaan yang diajukan kepada responden oleh penguji. Berikut ini adalah hasil pengujian dari *blackbox testing* yang terdapat pada tabel.

Tabel 1. Pengujian

NO	Yang Diuji	Bentuk Pengujian	Hasil yang diharapkan	Status
1	Halaman About	Pengguna dapat melihat informasi tentang LPD Penatih	Memberikan informasi tentang LPD Penatih	Sesuai
2	Halaman Catalog	Pengguna dapat melihat fasilitas dan jasa yang diberikan oleh LPD Penatih	Memberikan <i>output</i> berupa gambar dan video fasilitas yang ada di LPD Penatih	Sesuai
3	Halaman Contact	Pengguna dapat melihat informasi tentang kontak dan alamat dari LPD Penatih	Memberikan informasi berupa <i>Contact</i> dari LPD Penatih dan lokasi dari LPD Penatih	Sesuai

F. *Distribution* (Distribusi)

Pada tahapan pendistribusian ini dilakukan penyimpanan media menggunakan media penyimpanan dan jika media penyimpanan tidak cukup maka akan dilakukan kompresi sehingga besar file yang disimpan dapat menjadi lebih kecil.

Hasil dari *corporate identity* ini akan dipublikasikan dengan memberikan *brandbook* kepada *customer*, mengunggah video *Company Profile* melalui sosial media serta *Website* yang dapat memperbarui segala macam informasi terhadap LPD Penatih.

4. Kesimpulan

Sistem Informasi *Company Profile* Pada LPD Penatih berbasis web yang telah dibuat di diperoleh beberapa kesimpulan yaitu:

1. Dihasilkan website sistem informasi *Company Profile* pada LPD Penatih
2. Dirancang dengan Bahasa *CSS* dan juga *javascript* menggunakan *framework wordpress*.
3. Pengujian menggunakan *black box testing*.

Daftar Pustaka

- [1] A. Choirunnisa, "Perancangan *Corporate identity* Sebagai Media Promosi Koperasi Nusa Sejahtera," *IKONIK J. Seni dan Desain*, vol. 2, no. 1, p. 27, 2020, doi: 10.51804/ijds.v2i1.609.
- [2] I. G. N. A. S. Oka, "*Corporate identity* Berbasis Multimedia Pinhead Bali sebagai Media

- Promosi,” pp. 43–108, 2020.
- [3] G. A. B. K. Putra, “*Corporate identity* Pada Perusahaan Planet Service Berbasis Multimedia,” pp. 43–108, 2020.
- [4] M. Amelia, “Perancangan Logo Dan *Corporate identity* Kopi Kecil “the RetroStyle,”” pp. 2–25, 2019.
- [5] C. Yuwana, “PERANCANGAN REBRANDING KONG DJIE COFFEE,” pp. 1–64, 2020.
- [6] D. N. Aini-11, U. Khabibah-22, and 2 1, “Desain Video *Company Profile* Menggunakan Adobe After Effect Pada Gallery Cenderamata KeramikMalang,” *J. Apl. Bisnis*, vol. 1, no. 1, pp. 31–40, 2016.
- [7] D. Eko Valentino and M. Jodi Hardiansyah, “PERANCANGAN VIDEOCOMPANY PROFILE PADA HOTEL de JAVA BANDUNG,” *Tematik*, vol. 7, no. 1, pp. 1–20, 2020, doi: 10.38204/tematik.v7i1.285.
- [8] F. Armansyah, S. Sulton, and S. Sulthoni, “Multimedia Interaktif Sebagai Media Visualisasi Dasar-Dasar Animasi,” *J. Kaji. Teknol. Pendidik.*, vol. 2, no. 3, pp. 224–229, 2019, doi: 10.17977/um038v2i32019p224.
- [9] T. F. Efendi, “Pengembangan *Website* SMK Negeri 3 Sukoharjo,” *Semin. Nas. Sist. Inf.*, vol. 1, no. 1, pp. 957–964, 2017.
- [10] B. Suprayogi and A. Rahmanesa, “Penerapan Framework Bootstrap Dalam Sistem Informasi Pendidikan Sma Negeri 1 Pacet Cianjur Jawa Barat,” *Tematik*, vol. 6, no. 2, pp. 23–30, 2019, doi: 10.38204/tematik.v6i2.244.
- [11] S. Rosa, “Politeknik Negeri Sriwijaya 4,” *Pembangkitan Energi List.*, vol. 7, no. 1, pp. 8–31, 2016.
- [12] Testing Boundary Value Analysis (Studi Kasus: Kantor Digital Politeknik Negeri Lampung),” *J. Inform. J. Pengemb. IT*, vol. 3, no. 2, pp. 45–48, 2018.