

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam persaingan dunia bisnis, komunikasi pemasaran merupakan suatu cara komunikasi yang dapat mendorong kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan (Adhanisa & Fatchiya, 2017). Komunikasi saat ini masyarakat luas menggunakan teknologi informasi, dan teknologi ini terus berkembang, dimana sekarang bertukar informasi dapat dilakukan dimana dan kapan saja (Febriana, 2018). Teknologi sistem informasi memiliki perkembangan yang pesat, sehingga pada zaman ini teknologi sistem informasi ini sangat diperlukan oleh institusi, organisasi, perusahaan maupun perseorangan dengan tujuan untuk mencapai kemudahan, kecepatan, ketepatan dalam mengolah data sehingga informasi yang disajikan tepat reliabel dan valid (Sama, 2019). Perusahaan-perusahaan memanfaatkan teknologi informasi dalam bidang komunikasi untuk memperkenalkan produk atau jasa mereka (Adhanisa & Fatchiya, 2017). Contohnya sebuah institusi yang mempromosikan identitas dan produk mereka melalui media iklan di TV.

Promosi merupakan suatu kegiatan komunikasi yang dimana inti dalam komunikasi tersebut adalah untuk memperkenalkan, serta menawarkan jasa atau produk supaya konsumen tertarik membeli produk atau jasa tersebut (Hasugian, 2018). Dalam mempromosikan produk atau jasa perusahaan dapat melakukannya melalui berbagai media seperti brosur, dan spanduk yang dimana kurang efektif untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas. Oleh sebab itu, diperlukannya

teknologi informasi agar dapat membantu kegiatan promosi menjadi efektif dan efisien (Rijayana & Musthofa, 2016). Dengan memanfaatkan teknologi informasi khususnya melalui media online perusahaan dapat mempromosikan produk atau jasa mereka dengan efektif dan efisien.

Teknologi informasi yang dimaksud ialah sebuah *Website*. Website merupakan kumpulan halaman website yang terdapat di sebuah domain website yang dimana didalamnya memuat konten-konten yang berisi informasi agar bisa dilihat oleh pengunjung website (Murti, Bambang, & Shintawati, 2016). Website yang digunakan untuk media promosi membantu perusahaan untuk mempermudah masyarakat luas untuk mengakses informasi-informasi yang berisi tentang jasa atau produk yang ditawarkan perusahaan melalui teknologi internet (Ishak & Simin, 2016). Contohnya sebuah Toko Kue yang pada awalnya hanya melayani pemesanan dalam lingkup perumahan sekitar, seiring waktu berjalan Toko Kue tersebut membuka 3 cabang, agar masyarakat luas tahu, maka Toko Kue tersebut membuat sebuah *website* yang berguna untuk mempromosikan kue kepada masyarakat sehingga ada informasi baru, masyarakat dapat mengetahui secara cepat hanya melalui mengakses *website* Toko Kue tersebut (Siregar, 2018).

Bay City Live Seafood Restaurant adalah suatu badan usaha yang bergerak dibidang kuliner, dimana saat ini belum memiliki media untuk mempromosikan restorannya. Oleh karena itu *Website* ini diperlukan untuk membantu restoran Bay City untuk memperkenalkan kulinernya kepada masyarakat luas melalui media *website*. Oleh sebab itu, penulis akan merancang dan membuat penelitian dengan judul **“RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI BERBASIS WEBSITE**

SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA BAY CITY LIVE SEAFOOD RESTAURANT”.

1.2 Ruang Lingkup

1. Perancangan website Restoran sebagai sarana promosi.
2. Sistem ini dirancang menggunakan IDE Visual Studio 2017 (C#) dan Microsoft Sql Server 2017 dengan menggunakan tambahan *tools* yaitu, *bootstrap*.
3. Sistem yang dikembangkan memuat informasi mengenai restoran, dan menu yang ditawarkan restoran tersebut.

1.3 Tujuan Proyek

1. Mampu mempromosikan restoran Bay City Live Seafood Restaurant kemasyarakat luas.
2. Kesempatan penulis menerapkan ilmu pengetahuan yang dipelajari kedalam bentuk *website* yang akan dirancang.
3. Menambah pengetahuan mahasiswa mengenai pengalaman kerja praktek disebuah perusahaan.
4. Sebagai salah satu bentuk kegiatan untuk syarat kelulusan strata-1.

1.4 Luaran Proyek

Sebuah *Website* yang memuat informasi mengenai Bay City Live Seafood Restaurant.

1.5 Manfaat Proyek

1. Restoran dikenal oleh masyarakat luas.
2. Pelanggan bisa mendapatkan informasi *terupdate* dari restoran.

3. Penulis dapat menerapkan ilmu yang dipelajari serta meningkatkan pengetahuan penulis mengenai perancangan *website*.

4. Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk mahasiswa Universitas Internasional Batam yang ingin merancang sebuah *website*.

1.6 Sistematika Pembahasan

Pada bab ini mengandung pembahasan mengenai latar belakang masalah kerja praktek, ruang lingkup proyek, tujuan proyek, luaran atau hasil proyek, manfaat proyek untuk mahasiswa, Universitas, dan Perusahaan, dan sistematika pembahasan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini mengandung pembahasan tentang landasan teori, aplikasi yang digunakan untuk pengembangan sistem, dan hasil dari peneliti sebelumnya yang dijadikan sebagai pondasi untuk melakukan pelaksanaan kerja praktek.

BAB III Gambaran Umum Perusahaan

Pada bab ini mengandung pembahasan tentang informasi atau identitas mengenai perusahaan tempat kerja praktek dilakukan, struktur organisasi perusahaannya, aktifitas-aktifitas atau kegiatan operasional yang dijalani setiap harinya, dan penjelasan mengenai sistem yang sedang berjalan atau digunakan perusahaan tersebut pada saat ini.

BAB IV Metodologi

Pada bab ini mengandung pembahasan tentang rancangan penelitian, pengumpulan data yang dibutuhkan untuk menganalisa website yang akan

dirancang, proses perancangan website atau sistem informasi, dan jadwal pelaksanaan perancangan sistem website.

BAB V Analisis Dan Perancangan

Pada bab ini mengandung pembahasan mengenai analisa penulis mengenai sistem yang sedang berjalan di tempat kerja praktek penulis, pengembangan sistem, dan berisi diagram yang digunakan dalam perancangan sistem informasi berbasis website.

BAB VI Implementasi

Pada bab ini mengandung pembahasan mengenai pengimplementasian sistem yang dirancang oleh penulis, dan umpan balik atau *feedback* yang didapatkan setelah impementasi projek yang dirancang penulis saat kerja praktek.

BAB VII Kesimpulan & Saran

Bab ini akan membahas tentang kesimpulan yang berisi penjelasan secara ringkas tentang topik kerja praktek yang dipilih, kemudian saran penulis kepada klien maupun pembaca laporan mengenai hal yang perlu ditindaklanjuti atau dikembangkan.