

SKRIPSI

***E-MARKETING* BERBASIS *WEBSITE* SEBAGAI
MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI DI KOPI KOTA**



Oleh :

**PUTU ANASTASYA KRISNA DEWI
NIM. 1915744134**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

SKRIPSI

***E-MARKETING* BERBASIS *WEBSITE* SEBAGAI
MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI DI KOPI KOTA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana
Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan
Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali

Oleh :

PUTU ANASTASYA KRISNA DEWI

NIM. 1915744134

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : *E-Marketing Berbasis Website* Sebagai Media Promosi Dan Informasi di Kopi Kota
2. Penulis
 - a. Nama : Putu Anastasya Krisna Dewi
 - b. Nim : 1915744134
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 23 Agustus 2023

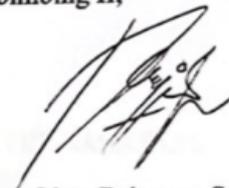
Menyetujui:

Pembimbing I,



Ni Kadek Dessy Hariyanti, S.Kom., MM.
NIP. 197612012002122002

Pembimbing II,



I Putu Okta Priyana, S.Kom., M.Kom
NIDN. 0018108809

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

E-MARKETING BERBASIS WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI DI KOPI KOTA

Oleh:
Putu Anastasya Krisna Dewi
NIM: 1915744134

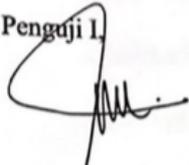
Disahkan:

Ketua Penguji



Ni Kadek Dessy Hariyanti, S.Kom., MM.
NIP.197612012002122002

Penguji I,



Gede Sedana Wibawa Yasa, S.Tr., Akt., M.Si
NIDN. 0001039502

Penguji II,



Ni Putu Rita Sintadevi, S.Tr., Akt., M.Acc.
NIDN. 0004069501

Mengetahui,

Jurusan Administrasi Niaga

Ketua



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D
NIP. 196409291990032003

Badung, 23 Agustus 2023

Prodi Manajemen Bisnis Internasional
Ketua



Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M
NIP. 197612032008122001

MOTTO

“Don't be afraid to fail. Be afraid not to try.”

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dalam terselesaikannya skripsi ini dengan rasa bahagia saya persembahkan rasa terima kasih kepada :

1. Orang tua dan saudara saya tercinta yang selalu memberikan dukungan baik moral maupun materiil serta doa yang sepuh hati demi terselesaikannya skripsi ini dengan hasil yang maksimal
2. Ibu Ni Kadek Dessy Hariyanti, S.Kom., MM. dan Bapak I Putu Okta Priyana, S.Kom.,M.Kom selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dan memberikan masukan serta saran-saran demi tersusunnya skripsi ini
3. I Wayan Agus Juni Arta yang selalu mendampingi, memberikan bantuan, dukungan dan memberikan saran-saran serta masukan selama proses penyusunan skripsi ini

4. *Owner* serta seluruh *staff* Kopi Kota yang telah membantu dalam hal memberikan data-data yang diperlukan untuk kelengkapan skripsi ini
5. Serta sahabat dan teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata saya ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung saya selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Badung, 14 Juli 2023



Putu Anastasya Krisna Dewi

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul *E-Marketing Berbasis Website Sebagai Media Promosi dan Informasi di Kopi Kota* adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya saya.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI PADJARAN

Badung, 20 Agustus 2023

Yang Menyatakan



Putu Anastasya Krisna Dewi

NIM. 1915744134

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuat *website* sebagai wadah untuk menyampaikan berbagai informasi dan promosi mengenai Kopi Kota. Metode yang digunakan penulis adalah *System Development Life Cycle* (SDLC). Penulis membatasi implementasi *website* ini dengan melakukan tahap *requirements analysis, design, development* dan *testing*. Tahap *requirements analysis* dilakukan dengan mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara terhadap *owner* Kopi Kota. Lalu pada tahap *design* dilakukan dengan membuat *sitemap, wireframe,* dan *site layout*. Selanjutnya pada tahap *development* dilakukan pengembangan dari *design* yang sudah dibuat, yaitu menerapkannya ke dalam *website*. Lalu pada tahap *testing* dilakukan dengan mencoba segala fitur yang ada pada *website* apakah dapat berfungsi dengan baik atau tidak. Hasil dari penelitian ini adalah *website* yang dapat menampung segala informasi dan promosi yang ada di Kopi Kota.

Kata kunci: *Website, Informasi dan Promosi, System Development Life Cycle.*

ABSTRACT

This study aims to create a website as a place to convey various information and promotions about Kopi Kota. The method used by the author is the System Development Life Cycle (SDLC). The author limits the design of this website by carrying out the requirements analysis, design, development and testing stages. The requirements analysis stage is carried out by collecting data through observation and interviews with Kota Coffee owners. Then at the design stage it is done by making a sitemap, wireframe, and site layout. Furthermore, at the development stage, development is carried out from the design that has been made, namely applying it to the website. Then at the testing stage it is done by trying all the features on the website whether they function properly or not. The result of this research is a website that can accommodate all the information and promotions available at Kopi Kota.

Keywords: *Website, Information and Promotion, System Development Life Cycle.*

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena bisa menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas sebagai mahasiswa di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali

Sejak dimulainya pembuatan Skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, melalui kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE, M.Com., selaku Direktur Politeknik Negeri Bali
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA, Ph.D, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis
3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE, M.M., selaku Ketua Program Studi D4 Manajemen Bisnis Internasional
4. Ibu Ni Kadek Dessy Hariyanti, S.Kom., MM. dan Bapak I Putu Okta Priyana, S.Kom., M.Kom selaku dosen pembimbing
5. *Owner* serta seluruh *staff* Kopi Kota yang telah membantu dalam hal memberikan data-data yang diperlukan untuk kelengkapan skripsi ini
6. Orang Tua yang telah memberikan dukungan moral serta materiil
7. Para Dosen, Staf Administrasi dan teman-teman mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang juga telah banyak membantu.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari sempurna dan masih ada kekurangan oleh karena itu kami mengharapkan saran dari semua pihak guna perbaikan di kesempatan berikutnya, semoga Skripsi ini bermanfaat.

Badung, 14 Juli 2023



Putu Anastasya Krisna Dewi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian	5
1.4.1 Bagi Politeknik Negeri Bali.....	5
1.4.2 Bagi perusahaan.....	5
1.4.3 Bagi penulis lainnya.....	5
1.5 Metode yang Digunakan	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 <i>Marketing</i>	9
2.1.1 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	9
2.1.2 <i>E-Marketing</i>	13

2.1.3	Definisi Promosi	14
2.1.4	Tujuan Promosi.....	15
2.1.5	Informasi	16
2.2	<i>Website</i>	18
2.3	<i>System Development Life Cycle (SDLC)</i>	24
2.4	<i>Sitemap</i>	27
2.5	<i>Wireframe</i>	29
2.6	<i>Site Layout</i>	31
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN		34
3.1	Sejarah dan Gambaran Umum Kopi Kota.....	34
3.2	Visi dan Misi Kopi Kota	35
3.2.1	Visi Kopi Kota	35
3.2.2	Misi Kopi Kota	36
3.3	Lokasi Kopi Kota	36
3.4	Logo Kopi Kota.....	36
3.5	Struktur Organisasi Kopi Kota.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Bentuk Kegiatan	44
4.2	Sumber Daya yang Digunakan.....	45
4.3	Hasil Desain dan Inovasi.....	46
4.3.1	Analisis Sistem yang Berjalan	46
4.3.2	Identifikasi Masalah.....	46
4.3.3	Solusi Penyelesaian Masalah	47
4.3.4	<i>Sitemap</i> yang Dirancang	48
4.3.5	<i>Wireframe</i> yang Dirancang	49
4.3.6	<i>Site Layout</i> yang Dirancang.....	51
4.3.7	Indikator Keberhasilan.....	57
4.4	Implikasi Ekonomi	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		61

5.1 Simpulan..... 61

5.2 Saran..... 61

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Uji Publik	57
Tabel 4.2 Uji Pakar	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Metode <i>Waterfall</i>	25
Gambar 3.1 Logo Kopi Kota.....	37
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Kopi Kota.....	38
Gambar 4.1 <i>Sitemap</i>	48
Gambar 4.2 Tampilan Halaman <i>Home Wireframe</i>	49
Gambar 4.3 Tampilan Halaman <i>Menu Wireframe</i>	50
Gambar 4.4 Tampilan Halaman <i>About Wireframe</i>	50
Gambar 4.5 Tampilan Halaman <i>Contact Wireframe</i>	51
Gambar 4.6 <i>Chart Site Layout</i>	52
Gambar 4.7 Tampilan Halaman <i>Home Site Layout</i>	53
Gambar 4.8 Tampilan Halaman <i>Menu Site Layout</i>	54
Gambar 4.9 Tampilan Halaman <i>About Site Layout</i>	55
Gambar 4.10 Tampilan Halaman <i>Contact Site Layout</i>	56

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Uji Publik Perusahaan
- Lampiran II : Uji Publik Pembimbing I
- Lampiran III : Uji Publik Pembimbing II
- Lampiran IV : Uji Publik Dosen Pengampu Mata Kuliah *E-Business*
- Lampiran V : Uji Pakar Perusahaan
- Lampiran VI : Proses Bimbingan Skripsi Pembimbing I
- Lampiran VII : Proses Bimbingan Skripsi Pembimbing II
- Lampiran VIII : Surat Keterangan Penggunaan Karya Mahasiswa
- Lampiran IX : Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era kemajuan teknologi seperti sekarang ini, manusia dapat melakukan pertukaran informasi dengan cepat walaupun dipisahkan ribuan mil dari tempat kita berada (Syafitri Hutasuhut et al., n.d.). Hal ini dimungkinkan karena semakin berkembangnya teknologi yang bertujuan untuk memudahkan pekerjaan manusia. Internet merupakan salah satu dari hasil berkembangnya teknologi informasi. Internet merupakan jaringan komputer secara global yang dapat menghubungkan seluruh pengguna komputer dengan jaringan ke seluruh dunia untuk melakukan penggalian dan pertukaran informasi secara tepat dan akurat (Syafitri Hutasuhut et al., n.d.). Dalam era digitalisasi saat ini banyak orang yang mengakses berbagai informasi terbaru melalui internet. Penggunaannya juga tidak hanya sekedar untuk kebutuhan menampilkan menampilkan informasi saja, namun saat ini juga dapat digunakan untuk kegiatan bisnis. Salah satunya dengan menerapkan strategi electronic marketing (*E-Marketing*) yang tepat (Pupuk P., et al., 2018).

E-Marketing adalah salah satu jenis strategi pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan bantuan internet melalui berbagai media atau *platform* berbasis *online*. Contoh *platform* yang sering dipakai adalah *website*, *email*, *blog*, mesin pencari dan media sosial. Tujuan utama dari *e-marketing* adalah untuk mendapatkan konsumen yang lebih luas dan banyak. Melalui jaringan internet, kita dapat terhubung dengan berbagai sumber dan konsumen yang jauh lebih luas, bahkan tidak terbatas hanya di suatu daerah saja, namun dapat berskala global.

Salah satu fasilitas dari internet adalah *World Wide Web* atau *WWW*, yang juga dikenal dengan *web*. *Web* ini dapat menampung dan menyediakan berbagai informasi yang dibutuhkan dengan cakupan yang luas, karena informasinya tersebar secara global melalui situs *Web* (T. Suratno, 2010). Masing-masing situs *Web* tersebut menyediakan informasinya sendiri. *Web* juga mempunyai kemampuan menampilkan teks, grafik, suara dan video secara bersamaan, sehingga memungkinkan juga untuk merancang sebuah sistem informasi *online* yang berbasis multimedia, agar dapat diakses oleh setiap orang yang mempunyai akses ke internet dengan menggunakan *Web Browser* (T. Suratno, 2010).

Website merupakan salah satu kebutuhan yang menjadi prioritas untuk perusahaan dalam mengembangkan usahanya (Tita Gimán, 2021). Seiring dengan berjalannya waktu, kebutuhan *website* tidak hanya digunakan sebagai media informasi saja, namun juga sebagai media promosi dan salah satu media untuk mendekatkan perusahaan dengan *customer* (Tita Gimán, 2021).. Selain itu, melalui *website*, perusahaan dapat dengan mudah menambah maupun mengubah informasi yang lebih mendetail dari produk-produk atau jasa-jasa yang ditawarkan. Maka dengan begitu pelanggan-pun akan dengan mudah menemukan informasi yang diinginkan.

Kopi Kota sebagai salah satu *café* dan *restaurant* yang mempunyai potensi untuk berkembang. Akan tetapi, Kopi Kota mempunyai masalah pada pemberian informasi yang kurang tersampaikan kepada calon pelanggan dan pelanggannya. Informasi seperti promo, *event* maupun *new menu* menjadi kurang tersampaikan karena tidak adanya tempat untuk mengakses informasi tersebut secara luas dan

mudah. Selain itu, banyaknya cabang yang dimiliki oleh Kopi Kota membuat pelanggan kesulitan untuk mengetahui dimana saja detail lokasi dari Kopi Kota. Memiliki situs *web* resmi akan menjadi nilai tambah bagi Kopi Kota, selain mempermudah dalam mengakses informasi tempat makan tersebut, mempunyai *website* resmi juga dapat dijadikan sebagai *company profile* dari Kopi Kota.

Saat ini media promosi yang dimiliki Kopi Kota adalah Instagram. Namun, sosial media Instagram ini hanya digunakan untuk mem-posting foto-foto maupun *insta-story* agar akun Instagram Kopi Kota tetap terlihat aktif. Sehingga Instagram dirasa belum cukup untuk memperluas informasi hingga *marketing* yang ada, dan Kopi Kota akan mengembangkan *marketing* berbasis elektronik, dan *website* menjadi pilihan untuk pengembangan *marketing* dari Kopi Kota.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Mustika Sari & Darwis, n.d., 2021) menyimpulkan bahwa banyak keuntungan serta manfaat yang di dapat oleh perusahaan jika memasarkan barang atau jasanya melalui *e-marketing* berbasis *website* dibandingkan dengan penerapan metode pemasaran secara tradisional. Keuntungan tersebut diantaranya adalah kemudahan akses informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan, kemudahan penyebaran informasi produk maupun luasnya jangkauan daerah pemasaran.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Valentino et al., n.d., 2023) dengan judul “Perancangan Desain *Website* Sebagai Media Informasi Wisata & Budaya” menyimpulkan bahwa *website* menjadi bagian penting dari pemasaran suatu produk. Dengan menggunakan internet, orang-orang mulai berbondong-bondong berbelanja, mencari informasi, hingga mengkonsumsi hal-hal yang bersifat digital

melalui internet. *Website* juga menjadi pionir dimana penggunaanya dirasa telah sangat membantu pelaku ekonomi selaku produsen dimana *website* dapat menjangkau lebih luas konsumen melalui pemasarannya menggunakan media digital. Selain itu, *website* mampu memberikan suguhan informasi produk dan berbagai informasi lain yang menarik sehingga menarik pengunjung untuk menjelajahi isi yang terdapat dalam suatu *website*.

Berdasarkan beberapa penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, maka dengan memanfaatkan internet, teknologi informasi dan multimedia yang ada untuk membangun “***E-Marketing Berbasis Website Sebagai Media Promosi dan Informasi di Kopi Kota***” guna mengatasi kendala yang ada pada Kopi Kota. Secara keseluruhan, *website* ini akan membantu memudahkan calon pelanggan dan pelanggan dalam menemukan informasi yang ada.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis dapat mengambil pokok permasalahan yaitu bagaimana implementasi *e-marketing* berbasis *website* sebagai media promosi dan informasi di Kopi Kota?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah mengimplementasikan *e-marketing* berbasis *website* sebagai media promosi dan informasi di Kopi Kota.

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi semua pihak antara lain:

1.4.1 Bagi Politeknik Negeri Bali

Dapat digunakan sebagai referensi bagi civitas akademik Politeknik Negeri Bali serta menambah sumber informasi.

1.4.2 Bagi perusahaan

Dengan adanya implementasi *website* ini diharapkan dapat membantu dalam hal promosi dan penyampaian informasi kepada pelanggan, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk.

1.4.3 Bagi penulis lainnya

- 1) Dapat menjadi rujukan informasi.
- 2) Menambah wawasan penulis tentang teknologi informasi dan pemasaran.

1.5 Metode yang Digunakan

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *System Development Life Cycle (SDLC)*. SDLC adalah metodologi klasik yang digunakan untuk mengembangkan, memelihara dan menggunakan sistem informasi (Agus Wahyudi, n.d.). Siklus hidup sistem itu sendiri merupakan metodologi, tetapi polanya lebih dipengaruhi oleh kebutuhan untuk mengembangkan sistem yang lebih cepat. Pengembangan sistem yang lebih cepat dapat dicapai dengan

peningkatan siklus hidup dan penggunaan peralatan pengembangan berbasis komputer (Agus Wahyudi, n.d.).

Salah satu SDLC yang sering digunakan dalam pengembangan sistem yaitu SDLC *Waterfall*. Sesuai dengan namanya, SDLC ini berkembang secara sistematis dari satu tahap ke tahap lain layaknya air terjun. Metode *waterfall* merupakan suatu metode dalam pengembangan *software* dimana pengerjaannya harus dilakukan secara berurutan yang dimulai dari tahap perencanaan konsep, pemodelan, implementasi, pengujian dan pemeliharaan (Ian Sommerville, 2011).

Adapun tahap perancangan implementasi *website* ini menggunakan alat pemodelan yang berorientasi pada objek berupa :

a. *Sitemap*

Sitemap adalah susunan menu atau hirarki menu dari suatu situs yang menggambarkan isi dari setiap halaman dan link navigasi tiap halaman pada suatu *website*. *Sitemap* merupakan penuntun *user* sehingga *sitemap* tidak dapat dibuat sembarangan. Susunan menu dipengaruhi oleh tujuan dari situs yang akan dibuat. Biasanya *sitemap* dibuat dalam bentuk *flowchart* atau diagram pohon yang bercabang.

b. *Wireframe*

Wireframe adalah sebagai kerangka awal sebelum halaman *website* atau antarmuka sebuah aplikasi didesain. *Wireframe* merupakan tahapan penting dalam sebuah desain produk yang harus dipahami dengan baik. *Wireframe* merupakan tahap penting sebelum *stakeholder* menyetujui

letak-letak informasi untuk aplikasi sebelum desain *user interface* di buat. Pada tahap inilah ditentukan tata letak awal untuk tampilan *website* seperti tata letak fitur menu, gambar, *icon*, dan *text*.

c. *Site Layout*

Layout website adalah sebuah tata letak dari kumpulan elemen atau variabel desain yang terhubung dengan suatu media tertentu untuk mendukung konsep pembuatan sebuah situs web. Pada dasarnya, tujuan penggunaan tata letak ini adalah untuk menggabungkan elemen, seperti gambar dan teks agar mampu berkomunikasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini tersusun dalam beberapa bab secara sistematis sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi hasil penelitian, metode yang digunakan, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai definisi atau tinjauan dari teori-teori penunjang yang digunakan untuk mendukung penelitian ini.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan gambaran umum perusahaan sebagai obyek penelitian seperti sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, serta struktur organisasi perusahaan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai kegiatan perancangan dan hasil penelitian berupa bentuk kegiatan, sumber daya yang digunakan, hasil desain dan inovasi serta implikasi ekonomi penelitian.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas kesimpulan dari keseluruhan bab-bab sebelumnya pada penelitian ini, serta saran-saran yang nantinya dapat berguna untuk penelitian berikutnya yang ingin mengembangkan penelitian ini.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari implementasi *website* sebagai informasi dan promosi di Kopi Kota maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

- a. Penelitian ini menghasilkan *website* yang dibuat melalui beberapa pemodelan, seperti *sitemap*, *wireframe*, dan *site layout* sesuai dengan hasil analisa kebutuhan dari sistem yang berjalan.
- b. Penelitian ini menghasilkan *website* yang dapat menjadi wadah berbagai informasi bagi calon pelanggan dan pelanggan di Kopi Kota.

5.2 Saran

Penulis menyadari implementasi *website* yang tepat bagi Kopi Kota masih memiliki kekurangan, namun *website* ini dapat dipertimbangkan dalam proses penyampaian berbagai informasi kepada calon pelanggan dan pelanggan di Kopi Kota. Oleh karena itu, penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

- a. *Website* ini dapat menjadi pertimbangan untuk digunakan dan dikembangkan lebih lanjut sesuai dengan kebutuhan di Kopi Kota.
- b. *Website* ini sudah selayaknya digunakan oleh Kopi Kota agar permasalahan yang terjadi selama proses penyampaian informasi kepada calon pelanggan dan pelanggan dapat teratasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Wahyudi. (n.d.). *Perancangan Sistem Menggunakan Metode Sdlc*.
- Anugerah Tjambolang T. *Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ujung Padang. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Ekuitas Merek Politeknik Negeri Ujung Padang*.
- Hendika Wibowo Zainul Arifin Sunarti Fakultas Ilmu Administrasi, D. (2015). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajang Solo)*. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 29, Issue 1). www.depkop.go.id
- I M B I S Jurnal Teknik Informatika, J. T., dan Bisnis Digital, M., & Syafitri Hutasuhut, F. (n.d.). *Perancangan Sistem Informasi Jasa Pembuatan Digital Wedding Invitation Berbasis Web*.
- Informasi, S., Pupuk, P., Web, B., Sri, P. T., Karyatama, A., Karyatama Asfinoza, A., Puspasari, S., Sunardi, H., & Sudirman, J. J. (2018). *Dosen Tetap Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indo Global Mandiri*. In *Jurnal Media Infotama* (Vol. 14, Issue 1).
- Ketut Agus Juliana, I., & Nyoman Yudi Anggara, I. (2021). *Perancangan User Interface Website Menggunakan Metode User Centered Design (Ucd) Studi Kasus Dao* (Vol. 3, Issue 2).
- Munawar A, Harlest E, Setiyowati L. *Perancangan Prototype Sistem Informasi Penyewaan Mesin Fotocopy Pada CV. Faida Gemilang Bekasi*.
- Mustika Sari, A., & Darwis, D. (n.d.). *E-Marketing Pada Dealer Motor Tvs Cabang Unit 2 Berbasis Web* (Vol. 2, Issue 1).
- Oktasari I, Yogananti A, Kunci K. *Perancangan Ulang UX/UI Pada Website MTarget Untuk Menambah Pengalaman Pengguna*.
- Pujiati L, Amalia Azzahra STIE PGRI Dewantara Jombang N. *Pelatihan Digital Marketing Pada UMKN Desa Kertorejo Guna Memperluas Pemasaran Pasca Covid-19*.
- Putri S. *Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Promosi (Promotional Mix) Pada Matahai Department Store Bengkulu*.
- Rahmatullah R, Kardha D, Yudha M. *Aplikasi E-Commerce Pershop Dengan Fitur Petpedia. Go Infotech: Jurnal Ilmiah STMIK AUB* (2020) 26(1) 24

- Setyawan B, Hidayat w, Listyorini S. *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Surat Kabar Harian Suara Merdeka Di Kota Semarang)*.
- T. Suratno. (2010). *Aplikasi Pemesanan dan Penjualan Aksesoris Dayak Pada Anak Borneo Id Semarang Berbasis Web*.
- Utama, Y. (n.d.). *Sistem Informasi Berbasis Web Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya*.
- Utami H, Fauzi I, Firdaus A. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping : Perspektif Pemasaran Agribisnis. In Jurnal Ecodemia (2018) 2(1)*
- Valentino, A., Komunikasi Visual, D., Penciptaan, F., & Rupa, S. (n.d.). *Perancangan Desain Website Sebagai Media Informasi Wisata & Budaya*. 5, 15–19.