

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

Andika Mayangsari<sup>1</sup>

Umi Khabibah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

<sup>1</sup> [amayangsari1@gmail.com](mailto:amayangsari1@gmail.com),

<sup>2</sup> [umik01@yahoo.co.id](mailto:umik01@yahoo.co.id)

## Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengaplikasikan *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 analisa data pada siklus 2 menunjukkan total skor rata-ran dimensi kemudahan penggunaan (*usability*) sebesar 87.43%; total skor rata-ran dimensi kualitas informasi (*information quality*) sebesar 91.43%; total skor rata-ran dimensi kualitas interaksi (*interaction quality*) sebesar 92.57%; dan total skor rata-ran *website* sebagai media promosi sebesar 86.85%; Dengan total skor rata-ran 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 quistionnaires 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 ditambahkan unsur multimedia yang dapat di akses dimanapun dan kapanpun.

*Website company profile* juga sangat membantu bagi perusahaan yang melakukan *business to business* yang dapat mempersingkat 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 ayam goreng 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 terbatas dan memerlukan biaya yang banyak untuk penyetakan brosur setiap pemberian informasi yang terbaru.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka skripsi ini mengambil judul “Perancangan Dan Pembuatan *Company Profile* Berbasis *Website* Dengan Menggunakan Wordpress Sebagai Media Promosi B2B Di Super Kitchen Mojokerto”

### 1.2. Rumusan Masalah

Rumusan dari penelitian ini adalah Bagaimana perancangan dan pembuatan *company profile* berbasis *website* dengan menggunakan *wordpress* dapat digunakan sebagai media promosi B2B di Super Kitchen Mojokerto.

### 1.3. Tujuan Penelitian

Memberikan solusi dalam pengembangan media promosi *company profile* perusahaan yang berbasis *website* dengan menggunakan *wordpress* pada Super Kitchen Mojokerto.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1. Kajian Empiris

Adapun hasil penelitian terdahulu mengenai pembuatan *website* dalam penelitian ini adalah:

1. Guntur (2015) Perancangan *Website* Sebagai Media Informasi Dan Promosi Batik Khas Kabupaten Kulonprogo. Hasil penelitian dengan adanya sistem informasi dan promosi berbasis web ini dapat mengenalkan Kabupaten Kulon Progo melalui batik-batik khasnya, sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Kulon Progo.
2. Dewangga (2014) Pembuatan *Website* Sebagai Media Promosi Yang Terpercaya. Hasil penelitian tentang pembuatan *website* promosi pada Maroon Wedding Malang dapat dikatakan sebagai situs *website* yang baik karena konteks, isi, komunitas, kustomisasi, komunikasi, hubungan, perdagangan ini dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh informasi secara mendetail, memudahkan untuk menghubungkan dengan pihak perusahaan dan dapat menarik perhatian untuk melakukan kunjungan ulang pada *website* perusahaan.
3. Supriyanta (2015) Perancangan *Website* Desa Wisata Karangrejo Sebagai Media Informasi Dan Promosi. Hasil penelitian dengan adanya *website* bisa membantu para calon wisatawan dalam mencari informasi tentang Desa Wisata Karangrejo. Wisata alami di desa-desa sekarang banyak di cari, dengan *website* bisa diberikan informasi yang berbentuk naskah, gambar maupun video.

## 2.2. Kajian Teori

### 2.1.1. Perancangan

Menurut Nafisah (2003:2) menyatakan bahwa , “Perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi”

### 2.1.2. *Company Profile*

Menurut Seno (2014:1) menyatakan bahwa, “*Company Profile* adalah ringkasan deskripsi informasi sebuah perusahaan (*corporate*) di mana perusahaan dapat memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada *public* sesuai tujuan.”

### 2.1.3. Pengertian Internet

Menurut Priyanto, Juhari (2015:1) menyatakan bahwa “Internet adalah jaringan global yang menghubungkan komputer - komputer di seluruh dunia. Dengan internet, sebuah komputer bisa mengakses data yang terdapat pada komputer lain di benua yang berbeda.”

### 2.1.4. Pengertian *Website*

Menurut Abdulloh (2016 : 1) menyatakan bahwa, “*Website* atau disingkat *web*, dapat diartikan sekumpulan halaman yang terdiri atas beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk data *digital*, baik berupa *text*, gambar, video, audio, dan animasi lainnya yang disediakan melalui jalur koneksi internet.”

### 2.1.5. Wordpress

Menurut Winarno (2015:1) menyatakan bahwa, “*Wordpress* adalah sebuah platform *website* yang bersifat open *source* dan sangat populer. *Wordpress* digunakan sebagai mesin blog ataupun untuk *platform* yang bisa dimanfaatkan untuk membuat *website* multi fungsi dengan memanfaatkan berbagai *plugins*.”

### 2.1.6. Promosi

Menurut Jaiz (2014:43) menyatakan bahwa, “Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengikatkan kembali manfaat suatu produk untuk mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut”.

## 3. Metodologi Penelitian

### 3.1. Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian tidak menyimpang dari judul, maka dalam penelitian yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan *Company Profile* Berbasis *Website* Dengan Menggunakan *Wordpress* Sebagai Media Promosi B2B di

Super Kitchen Mojokerto” memiliki beberapa ruang lingkup meliputi informasi *company profile*, pelayanan dan keunikan yang diberikan pada Super Kitchen Mojokerto.

### 3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian *Action Research* (penelitian tindakan). Menurut Arikunto (2013:129) “Penelitian tindakan adalah penelitian tentang hal-hal yang terjadi di masyarakat atau kelompok sasaran, dan hasilnya langsung dapat dikenakan pada masyarakat yang bersangkutan.”

### 3.3. Unit Analisis

Dalam penelitian ini, responden dibagi menjadi 3 macam diantaranya :

1. Ahli Komputer, dengan tujuan untuk mengetahui kualitas *website* yang telah dibuat.
2. Ahli Pemasaran, dengan tujuan untuk mengetahui *website* yang telah dibuat dapat dijadikan sebagai media promosi pada perusahaan.
3. Calon Pengguna *Website*, dengan tujuan untuk mengetahui kemudahan penggunaan *website* dan mengetahui ketertarikan calon konsumen terhadap promosi yang ditawarkan pada *website*.

### 3.4. Jenis Data

#### 3.4.1. Data Primer

Menurut Arikunto (2013:137), “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”

#### 3.4.2. Data Sekunder

Menurut Arikunto (2013:137) menyatakan bahwa, “Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”

### 3.5. Metode Pengumpulan Data

#### 3.5.1 Observasi

Menurut Widayat (2004:110) menyatakan bahwa, “Dalam pengertian yang sederhana meliputi kegiatan pencacatan pola perilaku orang, objek dan kejadian-kejadian dalam suatu cara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena-fenomena yang diminati”

#### 3.5.2 Wawancara

Menurut Arikunto (2013:198) menyatakan bahwa, “Metode wawancara merupakan sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara (*interviewee*)”

#### 3.5.3 Kuisioner

Menurut Sugiyono (2015:142), “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.”

#### 3.5.4 Dokumentasi

Arikunto (2013:201) menyatakan bahwa, “Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya”.

### 3.6. Metode Analisa Data

Metode analisis data yang digunakan adalah eksperimental dengan pendekatan deskriptif yang ditunjukkan untuk mengetahui pembuatan, pengembangan *website* sebagai media promosi pada Super Kitchen Mojokerto sudah layak atau belum,

Untuk mengolah data dari hasil penyebaran kuisioner, maka data diolah dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2015:93) “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.”

Sedangkan untuk mengetahui jumlah jawaban dari responden melalui presentase, yaitu digunakan rumus sebagai berikut :

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

p : Presentase

f : Frekuensi dari setiap jawaban angket

n : Jumlah skor ideal

Selanjutnya untuk menentukan range jawaban terdapat rumus sebagai berikut :

$$\text{Range} = \frac{100\%}{\text{Opsi Jawaban}}$$

Berdasarkan keterangan diatas, maka dapat ditentukan range jawaban sebagai berikut

$$\text{Range} = \frac{100\%}{5} = 20\%$$

Sehingga didapatkan pola range sebagai berikut :

|            |                       |
|------------|-----------------------|
| 0 % - 20 % | = Sangat Tidak Setuju |
| 21% - 40%  | = Tidak Setuju        |
| 41% - 60%  | = Cukup               |
| 61% - 80%  | = Setuju              |
| 81% - 100% | = Sangat Setuju       |

#### 4. Pelaksanaan *Action Research* dan Penyajian Data

##### 4.1. Pelaksanaan Penelitian Tindakan

##### 4.1.1. Siklus I

##### 4.1.1.1. Observasi Awal

Penelitian dilakukan dengan terlebih dahulu mengumpulkan data primer dan data sekunder yang dilakukan melalui wawancara dengan pihak perusahaan dan dilakukan pengumpulan data yang berhubungan dengan profil perusahaan, seperti sejarah singkat dari perusahaan. Mengamati media promosi yang ada di *Super Kitchen* Mojokerto, dan mengamati kekurangan dari media promosi yang sudah ada.

##### 4.1.1.2. Perencanaan

Dalam penelitian ini diperlukan rencana untuk perancangan *company profile* berbasis *website* yang mampu memberikan kemudahan informasi pada konsumen *Super Kitchen* Mojokerto, yaitu dengan cara mengumpulkan data perusahaan berupa *company profile* dan membuat konsep *layout website*.

##### 4.1.1.3. Pelaksanaan

Dalam tahapan ini dilakukan pembuatan *website* dengan menggunakan *wordpress* yang akan dijadikan salah satu media promosi B2B pada *Super Kitchen* Mojokerto. *Company website profile* ini dibuat dengan mempertimbangkan dimensi – dimensi yang ada pada *WebQual*.

##### 4.1.1.4. Observasi

Tabel 1. Hasil Penyebaran Kuisioner Indikator Webqual Siklus 1

| Pernyataan                   | Jumlah Jawaban |     |     |     |     | Jumlah | Presentase | Presentase per Dimensi |
|------------------------------|----------------|-----|-----|-----|-----|--------|------------|------------------------|
|                              | R 1            | R 2 | R 3 | R 4 | R 5 |        |            |                        |
| Dimensi Kemudahan Penggunaan |                |     |     |     |     |        |            |                        |
| P1                           | -              | -   | 1   | -   | 4   | 23     | 92%        | 85,14 %                |
| P2                           | -              | -   | 1   | 1   | 3   | 22     | 88%        |                        |
| P3                           | -              | 1   | 1   | 2   | 1   | 18     | 72%        |                        |
| P4                           | -              | -   | 2   | 2   | 1   | 19     | 76%        |                        |
| P5                           | -              | -   | 1   | 2   | 2   | 21     | 84%        |                        |
| P6                           | -              | -   | -   | 3   | 2   | 22     | 88%        |                        |
| P7                           | -              | -   | -   | 3   | 2   | 22     | 88%        |                        |
| Dimensi Kualitas Informasi   |                |     |     |     |     |        |            |                        |
| P1                           | -              | -   | -   | 2   | 3   | 23     | 92%        | 91,43 %                |
| P2                           | -              | -   | -   | 3   | 2   | 22     | 88%        |                        |
| P3                           | -              | -   | -   | 3   | 2   | 22     | 88%        |                        |
| P4                           | -              | -   | -   | -   | 5   | 25     | 100%       |                        |
| P5                           | -              | -   | -   | 1   | 4   | 24     | 96%        |                        |
| P6                           | -              | -   | -   | 2   | 3   | 23     | 92%        |                        |

| Pernyataan                            | Jumlah Jawaban |     |     |     |     | Jumlah | Presentase | Presentase per Dimensi |
|---------------------------------------|----------------|-----|-----|-----|-----|--------|------------|------------------------|
|                                       | R 1            | R 2 | R 3 | R 4 | R 5 |        |            |                        |
| P7                                    | -              | -   | -   | 4   | 3   | 21     | 84%        |                        |
| Dimensi Kualitas Interaksi            |                |     |     |     |     |        |            |                        |
| P1                                    | -              | -   | 1   | 2   | 2   | 21     | 84%        | 90,85 %                |
| P2                                    | -              | -   | -   | 3   | 2   | 22     | 88%        |                        |
| P3                                    | -              | -   | -   | 2   | 3   | 23     | 92%        |                        |
| P4                                    | -              | -   | -   | 2   | 3   | 23     | 92%        |                        |
| P5                                    | -              | -   | -   | -   | 5   | 25     | 100%       |                        |
| P6                                    | -              | -   | -   | -   | 5   | 26     | 100%       |                        |
| P7                                    | -              | -   | 1   | 3   | 1   | 20     | 80%        |                        |
| Dimensi Website Sebagai Media Promosi |                |     |     |     |     |        |            |                        |
| P1                                    | -              | -   | -   | 3   | 2   | 22     | 88%        | 84%                    |
| P2                                    | -              | -   | -   | 2   | 3   | 23     | 92%        |                        |
| P3                                    | -              | -   | -   | 2   | 3   | 23     | 92%        |                        |
| P4                                    | -              | -   | -   | 3   | 2   | 22     | 88%        |                        |
| P5                                    | -              | 1   | 1   | 3   | -   | 17     | 68%        |                        |
| P6                                    | -              | -   | 2   | 3   | -   | 18     | 72%        |                        |
| P7                                    | -              | -   | -   | 3   | 2   | 22     | 88%        |                        |

Sumber : Data yang diolah, 2017.

##### 4.1.1.5. Refleksi

Pada tahap ini dilakukan refleksi atau revisi pada *company profile* berbasis *website* yang telah dikembangkan berdasarkan pada hasil kuisioner yang telah diperoleh dan diolah sebelumnya.

##### 4.1.2. Siklus II

##### 4.1.2.1. Perencanaan

Dalam siklus yang kedua ini diperlukan perencanaan *website company profile* yang masih kurang dalam siklus pertama, yang mampu memberikan transfer citra pada perusahaan, yaitu dengan cara mengumpulkan data perusahaan berupa perhitungan BEP, dan perbaikan *layout* grafis *website*.

##### 4.1.2.2. Pelaksanaan

Dalam tahapan ini dilakukan perbaikan *website* berdasarkan observasi pada siklus pertama.

##### 4.1.2.3. Observasi

Tabel 2. Hasil Penyebaran Kuisioner Indikator Webqual Siklus II

| Pernyataan                   | Jumlah Jawaban |     |     |     |     | Jumlah | Presentase | %       |
|------------------------------|----------------|-----|-----|-----|-----|--------|------------|---------|
|                              | R 1            | R 2 | R 3 | R 4 | R 5 |        |            |         |
| Dimensi Kemudahan Penggunaan |                |     |     |     |     |        |            |         |
| P1                           | -              | -   | -   | 1   | 4   | 24     | 96%        | 87,43 % |
| P2                           | -              | -   | -   | 2   | 3   | 23     | 82%        |         |
| P3                           | -              | -   | -   | 4   | 1   | 21     | 84%        |         |
| P4                           | -              | -   | -   | 4   | 1   | 19     | 84%        |         |

| Pernyataan                            | Jumlah Jawaban |     |     |     |     | Jumlah | Presentase | %       |
|---------------------------------------|----------------|-----|-----|-----|-----|--------|------------|---------|
|                                       | R 1            | R 2 | R 3 | R 4 | R 5 |        |            |         |
| P5                                    | -              | -   | -   | 3   | 2   | 22     | 88%        |         |
| P6                                    | -              | -   | -   | 3   | 2   | 22     | 88%        |         |
| P7                                    | -              | -   | -   | 3   | 2   | 22     | 88%        |         |
| Dimensi Kualitas Informasi            |                |     |     |     |     |        |            |         |
| P1                                    | -              | -   | -   | 2   | 3   | 23     | 92%        | 91,43 % |
| P2                                    | -              | -   | -   | 3   | 2   | 22     | 88%        |         |
| P3                                    | -              | -   | -   | 3   | 2   | 22     | 88%        |         |
| P4                                    | -              | -   | -   | -   | 5   | 25     | 100%       |         |
| P5                                    | -              | -   | -   | 1   | 4   | 24     | 96%        |         |
| P6                                    | -              | -   | -   | 2   | 3   | 23     | 92%        |         |
| P7                                    | -              | -   | -   | 4   | 3   | 21     | 84%        |         |
| Dimensi Kualitas Interaksi            |                |     |     |     |     |        |            |         |
| P1                                    | -              | -   | -   | 3   | 2   | 22     | 88%        | 92,57 % |
| P2                                    | -              | -   | -   | 3   | 2   | 22     | 88%        |         |
| P3                                    | -              | -   | -   | 2   | 3   | 23     | 92%        |         |
| P4                                    | -              | -   | -   | 2   | 3   | 23     | 92%        |         |
| P5                                    | -              | -   | -   | -   | 5   | 25     | 100%       |         |
| P6                                    | -              | -   | -   | -   | 5   | 25     | 100%       |         |
| P7                                    | -              | -   | -   | 3   | 1   | 22     | 80%        |         |
| Dimensi Website Sebagai Media Promosi |                |     |     |     |     |        |            |         |
| P1                                    | -              | -   | -   | 3   | 2   | 22     | 88%        | 86,85 % |
| P2                                    | -              | -   | -   | 2   | 3   | 23     | 92%        |         |
| P3                                    | -              | -   | -   | 2   | 3   | 23     | 92%        |         |
| P4                                    | -              | -   | -   | 3   | 2   | 22     | 88%        |         |
| P5                                    | -              | 1   | 1   | 3   | -   | 17     | 68%        |         |
| P6                                    | -              | -   | 2   | 3   | -   | 18     | 72%        |         |
| P7                                    | -              | -   | -   | 3   | 2   | 22     | 88%        |         |

Sumber: Data diolah, 2017.

#### 4.1.2.4. Refleksi

Pada tahap ini dilakukan refleksi atau revisi pada *company profile* berbasis *website* yang telah dikembangkan, karena *company profile* ini sudah layak untuk digunakan pada perusahaan, maka siklus berhenti sampai disini.

#### 4.2. Gambaran Umum Desain



Gambar 1. Gambaran Umum Desain

Sumber: Data diolah, 2017.

## 5. Simpulan dan Saran

### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, Maka dapat disimpulkan bahwa *website company profile* dapat dijadikan sebagai media promosi B2B pada Super Kitchen Mojokerto, serta dapat memberikan kemudahan dalam menyampaikan informasi kepada konsumen dan konsumen mudah untuk mengakses informasi Super Kitchen yang nantinya juga dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

### 5.2. Saran

1. *Website company profile* perusahaan dapat digunakan sebagai media promosi B2B di Super Kitchen Mojokerto.
2. *Website company profile* perusahaan dapat dikembangkan dan diperbarui informasi untuk menjadi *website* yang up to date mengikuti dengan perkembangan teknologi dan mengikuti perkembangan perusahaan setiap tahunnya.
3. Dalam mempromosikan dengan media *online marketing* melalui *website*, sebaiknya perusahaan juga mengaitkan media sosial, dan *offline marketing* dengan *website* untuk meningkatkan SEO (*Search Engine Optimization*) *website company profile* Super Kitchen.

### Daftar Rujukan

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Cetakan ke 15. Jakarta: Rineka Cipta
- Dewangga Anjarkusuma, Bambang Soepeno. 2014. *Penggunaan Aplikasi CMS Wordpress Untuk Merancang Website Sebagai Media Promosi pada Maroon Wedding Malang*. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. Vol. 2, No. 1, 2014, hal. 63-69. ISSN : 2337-7887
- Edy Winarno, M. Eng, dkk. 2015. *Membuat Aneka Macam Situs Jual Beli dengan Wordpress*. Cetakan Pertama. Jakarta : PT. Alex Media Kompetindo
- Guntur Wibisono, Wahyu Eko Susanto. 2015. *Perancangan Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Batik Khas Kabupaten Kulonprogo*. *Jurnal Teknik Informatika*. Vol.3, No 2, 2015, hal. 64-69. ISSN: 2338-8161
- Muhammad Jaiz. 2014. *Dasar-dasar Periklanan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Nafisah. 2003. *Web Programming*. Yogyakarta: MediaKom

- Priyanto, Jauhari. 2015. Pemograman Web. Cetakan Kedua. Bandung : INFORMATIKA
- Rohi Abdulloh. 2016. Easy & Simple Web Programming. Cetakan Pertama. Jakarta : PT. Alex Media Kompetindo
- Seno Wibowo. 2015. Sukses Berbisnis Toko Online dengan Wordpress dan WooCommerce. Yogyakarta:Andi
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Cetakan ke 22. Bandung : Alfabeta
- Supriyanta, Khoirun Nisa. 2015. Perancangan *Website* Desa Wisata Karangrejo Sebagai Media Informasi Dan Promosi. *Jurnal Teknik Informatika*. Vol 3 No 1, 2015, hal. 35-40. ISSN : 2338-9761

