PERANCANGAN WEBSITE COMPANY PROFILE PADA UMKM ORAZIO MULTIUSAHA INDONESIA

Suci Nurfadilah
Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40376
Email: suci.nurfadilah.abs19@polban.ac.id

ABSTRAK

Orazio Multiusaha Indonesia merupakan UMKM yang bergerak dibidang *fashion* dan berlokasi di Bandung. Telah berjalan dari tahun 2015 hingga saat ini, namun kurangnya informasi perusahaan yang tersebar pada masyarakat, khususnya untuk calon *customer*, mitra dan *reseller* menjadi sebuah hambatan untuk UMKM bergerak meraup target pasar yang lebih banyak. Dari kendala yang dirasakan, maka dibuatlah sebuah *website company profile* dengan menggunakan *CMS WordPress*. Tujuan dari pembuatan proyek *website company profile* ini adalah sebagai media informasi bagi calon *customer*, mitra dan *reseller*, selain itu *website company profile* ini juga digunakan sebagai media komunikasi antara perusahaan dengan target pasarnya. Tahap perancangan dimulai dengan observasi kemudian wawancara bersama pemilik UMKM. Hasil uji coba serta wawancara terhadap pemilik UMKM mengenai perancangan *website company profile* sudah dinilai sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara menggunakan metode *end-user computing* yang menunjukkan bahwa rancangan *website* telah sesuai kebutuhan. Informasi yang dicantumkan di dalam website dapat membantu perusahaan sebagai media penyebaran informasi, dan media komunikasi dengan pelanggan. Namun, ada beberapa masukan yang harus dilakukan ketika pembuatan *website company profile*. Pemilik UMKM Orazio Multiusaha Indonesia juga perlu untuk melakukan pengelolaan secara optimal agar fungsi *website* sebagai media informasi dan komunikasi tetap berjalan.

Kata Kunci: *Website, Company Profile*, UMKM

ABSTRAK

Orazio Multiusaha Indonesia is an MSME engaged in fashion and located in Bandung. It has been running since 2015 until now, but the lack of company information that is spread to the public, especially for prospective customers, partners and resellers is an obstacle for MSMEs to move to reach more target markets. From the perceived constraints, a company profile website was created using the WordPress CMS. The purpose of making this company profile website project is as a medium of information for prospective customers, partners and resellers, besides that this company profile website is also used as a medium of communication between the company and its target market. The design stage begins with observation and then interviews with MSME owners. The results of trials and interviews with MSME owners regarding the design of the company profile website have been assessed according to the company's needs. This is indicated by the results of interviews using the end-user computing method which shows that the website design has met the needs. The information listed on the website can help the company as a medium for disseminating information, and as a medium for communicating with customers. However, there are some suggestions that must be

made when creating a company profile website. MSME owners Orazio Multiusaha Indonesia also need to carry out optimal management so that the function of the website as a medium of information and communication continues.

Keywords: Website, Company Profile, MSME

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi pada saat ini telah mengalami perubahan yang sangat cepat, contohnya untuk teknologi informasi berbasis *digital* (Wardiana, 2022). Arus informasi di era sekarang akan dengan cepat menyebar ke seluruh penjuru dunia. Seperti yang diungkapkan oleh Hasugian (2009), informasi merupakan suatu rancangan yang sifatnya global dalam jumlah kandungan yang besar, meliputi banyak hal dalam ruang lingkup tersendiri dan terekam pada banyak media.

Penyebaran informasi dapat melalui berbagai media dan bentuk yang berbeda-beda. Bentuk informasi dapat berupa gambar, video, suara maupun tulisan. Salah satu media penyebaran informasi yang sangat cepat dan paling banyak di akses adalah internet. Media internet berperan signifikan dalam proses menyebarkan berbagai informasi dan transformasi dunia. Internet menjadi media yang dipergunakan secara global yang dapat menerima sekaligus menyebarkan segala bentuk informasi, selain sebagai penyebar informasi, internet juga sebagai media yang dipakai untuk berkomunikai melalui berbagai macam bentuk (Talika, 2016).

Era digital membuat segala hal menjadi lebih terbuka. Termasuk terbukanya kesempatan yang seluas-luasnya untuk berbisnis. Terbukanya kesempatan ini membuat persaingan menjadi begitu ketat. Sebagai pebisnis, harus mampu beradaptasi dengan teknologi agar dapat memenangkan persaingan. Dan membuat *website* adalah salah satu langkah yang bisa dilakukan untuk melebarkan sayap bisnis ke dunia luas yang serba cepat. Devella (2021) mengungkapkan bahwa keunggulan dari dibuatnya *website company profile* ini adalah proses instalasi dan pembaruan serta perubahan isian web dapat dengan mudah dilakukan. Dan juga memiliki banyak variasi *plugin* yang dapat digunakan untuk mendukung pengembangan *web.*

Menurut Sumarwan dalam jurnal Oktaviani (2019) menyatakan bahwa pada era sekarang ini orang-orang lebih banyak mencari informasi melalui website. Hal itu karena dirasa memudahkan dalam mendapatkan informasi secara cepat dan lengkap. Masyarakat yang mengakses website memiliki latar belakang yang berbeda, didasari oleh faktor internal individu yang terdiri dari umur, jenis kelamin, jenis pekerjaan, dan juga tingkat pendidikan.

Seperti yang dipaparkan dalam Sindonews.com bahwa pengguna website di Indonesia naik sebanyak 61, 6% sepanjang 2020. Di era sekarang in internet sudah menjadi bagian penting yang tidak terpisahkan karena dapat mempermudah segala aktivitas pengguna internet. Terbukti dengan setiap tahunnya pengguna internet mengalami peningkatan. Elemen penting dari ketersediaan internet adalah website. Penggunaannya dapat menunjukkan identitas digital bagi pribadi ataupun kepentingan perusahaan dalam bisnisnya.

Dalam laporan Indonesia website awards 2020 yang diadakan oleh Exabytes Indonesia, tercatat ada 1057 webstie yang terdaftar sepanjang 2020. Angka

tersebut naik 61.6% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. (Sindonews, 2021).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di Jalan Cicabe No. 32A Rt001/Rw006 yaitu UMKM Orazio Multiusaha Indonesia adalah UMKM yang bergerak di bidang *fashion*. Dimana UMKM Orazio ini memasarkan produk berupa pakaian gamis dan jilbab kepada *customer*. UMKM Orazio Multiusaha Indonesia dirintis pada tahun 2015. Namun memiliki kendala dalam penyebaran informasi produk yang mereka miliki terhadap para *customer*, mitra, dan *reseller*. Oleh karena itu, pemilik dari UMKM Orazio Multiusaha Indonesia menginginkan pembuatan sebuah *Company Profile* yang berisikan semua informasi perusahaan secara detail, mulai dari sejarah perusahaan, visi-misi, serta produk yang dipasarkan, agar informasi UMKM dapat dengan mudah dilihat dan dibaca oleh banyak orang.

Company profile yang akan dirancang dan dibuat adalah dalam bentuk *website*. Karena dengan *website* UMKM Orazio Multiusaha Indonesia akan dengan mudah untuk memasuki lingkup bisnis secara *digital* melalui *platform* internet. Dengan dibuatnya *Company profile* berbasis web, UMKM Orazio dapat dinilai memiliki media yang informatif, sehingga para calon *customer*, mitra, serta *reseller* akan mulai tertarik untuk melihat informasi mengenai perusahaan melalui *website* yang telah disediakan.

Di rancangnya sebuah *company profile* berbasis *website* untuk UMKM Orazio Multiusaha Indonesia. Berkenaan dengan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka judul proyek tugas akhir yang akan diambil adalah "**Perancangan *Website Company Profile* Pada UMKM Orazio Multiusaha Indonesia**". Diharapkan dengan dirancangnya *website* ini, dapat membuat *customer*, mitra serta *reseller* lebih mengenal mengenai produk yang dimiliki oleh UMKM Orazio Multiusaha Indonesia.

2. TINJUAN PUSTAKA

a. Pengertian Website

Menurut Soejono (2018) *website* adalah salah satu fasilitas yang disediakan oleh internet. *Website* dapat digunakan dengan mudah oleh orang-orang yang baru memasuki dunia digital. Novitasari (2021) menyebutkan bahwa *website* terdiri dari halaman-halaman yang memiliki isi informasi yang saling keterkaitan, dan dapat berisi macam-macam informasi, biasanya dapat berupa gambar, video, dan berkas-berkas. Dipertegas kembali oleh Rizki (2021) *website* berisi kumpulan halaman-halaman yang menampilkan berbagai informasi di dalamnya dengan bentuk gambar, teks, animasi, ataupun gabungan dari semuanya.

b. Unsur-Unsur Website

Menurut Endra (2017) unsur-unsur di dalam *website* diantaranya:

a. Nama *Domain*

Nama *domain* adalah gambaran dari suatu bisnis yang menyatakan dengan suatu merek di dalamnya. Nama *domain* biasanya dikenal dengan URL *(Uniform Resource Locators)*, merupakan alamat unik yang digunakan untuk mengetahui suatu *website*.

b. *Hosting*

Hosting merupakan rumah tempat tinggalnya *website*. *Hosting* dapat diartikan sebagai ruang yang didalamnya memuat data-data atau penyimpanan lainnya yang nantinya akan ditampilkan di sebuah *website*.

c. Bahasa Pemograman

Script program atau lebih populer disebut dengan bahasa pemograman ialah bahasa yang digunakan di dalam *website* yang berfungsi untuk membantu pengguna ketika mengaksesnya.

d. Desain *Website*

Desain *website* berpengaruh pada penilaian *user* pada tampilan *website.* Karena semakin baik dan interaktif tampilan sebuah *website,* maka akan semakin mudah untuk membuat *user* mengunjungi *website* kita.

c. Pengertian Company Profile

Menurut Resty (2019) *company profile* merupakan aset suatu lembaga yang digunakan sebagai ciri atau pengenal dalam melakukan komunikasi dan kerjasama dalam ruang lingkup internal maupun eksternal perusahaan. Sedangkan menurut Muhammad *et al.,* (2018) dalam jurnal Bulele (2020) *company profile* yaitu cara untuk mengirimkan pesan dari suatu perusahaan ke perusahaan lainnya, dimana perusahaan dapat menunjukkan eksistensi, fungsi serta peran sosialnya pada masyarakat.

d. Peran Company Profile

Company profile memiliki penting bagi perusahaan untuk menampilkan profesionalisme dan mengangkat citra baik perusahaan. Didalamnya memberikan gambaran tentang profil perusahaan visi dan misi, juga produk atau jasa yang ditawarkan (Nathan, 2016). Dalam suatu perusahaan, *company profile* memiliki peranan penting diantaranya untuk membantu meningkatkan citra perusahaan, menciptakan hubungan dengan pelanggan, sebagai alat pemasaran, memperkuat branding, serta memberikan gambaran umum perusahaan (Adieb, 2021).

e. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dalam Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 menganai usaha mikro, kecil, dan menengah didefinisikan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro kecil menengah dan bukan merupakan cabang perusahaan, kemudian juga usaha mikro kecil menengah yaitu usaha ekonomi yang berdiri secara mandiri, dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil dalam penjualannya per tahunnya sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini (Sarfiah, 2019). Menurut Hardilawati (2020) menyatakan bahwa usaha mikro kecil dan menengah merupakan salah satu yang menjadi penopang perekonomian di Indonesia, karena dapat menyediakan banyak lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

f. Pengertian WordPress

Pengertian *wordPress* menurut Santosa (2021) ialah media yang popular di kalangan pembuat *website*, karena penggunaan serta penyajian yang mudah dipahami, menjadikan *wordPress* menjadi pilihan terbaik. WordPress merupakan CMS yang paling dikenal mudah dalam penggunaanya, dan paling banyak digunakan hingga diawal tahun 2019 (Wulan, 2020).

WordPress merupakan salah satu CSM atau *Content Management System* yang bersifat *open soure*, tetapi ada juga yang sifatnya berbayar. *WordPress* digunakan karena mudah untuk dipahami dan memudahkan dalam pembuatan *website* serta konten di dalamnya bagi orang-orang awam yang tidak terlalu mengerti mengenai cara pengolahannya (Feta, 2020).

3. PEMBAHASAN

Pembuatan rancangan *website company profile* ini bertujuan agar membantu perusahaan untuk dapat menyebarkan informasi perusahaan melalui *digital* dengan harapan agar calon *customer*, mitra serta *reseller* lebih banyak mengetahui mengenai informasi UMKM Orazio Multiusaha Indonesia. Dengan kata perancangan website ini adalah sebagai media promosi untuk menginfomasikan produk-produk UMKM yang sedang dijual. Selain itu, untuk media komunikasi dengan calon customer, mitra ataupun seller. Karena pada perancangan ini, akan dibuat sebuah fitur agar pengunjung dapat berbincang secara langsung dengan pihak perusahaan.

Dapat kita ketahui bahwa fungsi dari *website* selain untuk menyampaikan informasi, namun juga dapat melakukan pemasaran serta komunikasi (Surentu, 2020). Pada pembuatan rancangan website company profile terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan seperti pembelian hosting dan domain, penginstalan tema dan template, pembuatan button, dan juga penginstalan plugins.

Berdasarkan hasil pengujian, maka dapat disimpulkan untuk seluruh fungsi menu, tombol, dan juga icon yang diuji dengan pengujian Alpha metode black box telah berjalan sesuai fungsinya. Setelah dilakukan pengujian Alpa, maka selanjutnya akan dilakukan pengujian Beta. Pengujian Beta adalah pengujian yang bersifat langsung dilingkungan yang sebenarnya. Pada Pengujian Beta dilakukan dengan metode wawancara kepada pemilik UMKM Orazio Multiusaha Indonesia. Dalam wawancara ini dengan model End-User Computing Satisfaction (EUCS). Model ini dikembangkan oleh Doll dan Torkzades. Model yang digunakan ini memiliki lima faktor yang dapat dijadikan patokan untuk mewawancarai pemilik UMKM. Faktor-faktor tersebut adalah Content, Accuracy, Format, Easy of Use, dan Timeliness.

Tabel diatas merupakan hasil dari pengujian *Beta* dengan menggunakan metode wawancara EUCS. Berikut penjelasan dari hasil wawancara dengan pemilik UMKM Orazio Multiusaha Indonesia mengenai website.

1. Pada indikator yang berkaitan dengan content, pemilik menyatakan bahwa website untuk informasi yang ditampilkan telah sesuai dengan kebutuhan. Karena dibuat dengan singkat, padat dan jelas.
2. Pada indikator yang berkaitan dengan format, pemilik menyatakan bahwa website telah berfungsi sebagaimana mestinya.
3. Pada indikator yang berkaitan dengan format, pemilik menyatakan bahwa website sudah sesuai dengan keiginan, karena dengan penggunaan tampilan, warna serta font yang digunakan telah jelas saat dibaca.
4. Pada indikator yang berkaitan dengan easy to use, pemilik menyatakan bahwa website telah dibuat dengan kemudahan yang dimilikinya. Mulai dari proses login, hingga pengelolaan mendasar, dapat dengan mudah untuk diterapkan.
5. Pada indikator yang berkaitan dengan timeliness, pemilik menyatakan bahwa website dengan cepat memberikan informasi yang dibutuhkan saat mengaksesnya, karena disajikan dengat singkat dan jelas.

Berdasarkan pembahasan yang telah paparkan, maka berikut adalah perbandingan antara sebelum dibuatnya website dengan setelah dibuatnya website.

Tabel 3.1 Perbandingan Sebelum dan Sesudah Adanya Website

Sebelum ada website	Setelah ada website
Informasi yang dimiliki tidak menyebar ke banyak orang	Informasi yang dimiliki dengan cepat diketahui oleh orang dari berbagai wilayah yang mengunjungi website
Proses untuk dapat menghubungi perusahaan tidak cepat.	Dapat langsung mengarahkan ke contact pemilik untuk pengunjung yang ingin bertanya mengenai produk.
Tidak cepat mendapat balasan pesan	Cepat mendapat respon pesan karena pengunjung yang mengirim pesan langsung pada nomor yang whatsapp perusahaan
Sedikit interaksi yang terjadi	Lebih aktif berinteraksi dengan pengunjung
Masih dibuat dalam bentuk katalog	Mempunyai bentuk visual digital yang dapat diperlihatkan kepada pengunjung mengenai produk yang dimiliki perusahaan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil proyek yang telah dirancang yaitu *website company profile* pada UMKM Orazio Multiusaha Indonesia dengan menggunakan *CMS WordPress* dapat disimpulkan bahwa perancangan *website company profile* pada UMKM Orazio Multiusaha Indonesia dengan menggunakan *CMS WordPress* sebagai media penyebaran informasi dan komunikasi perusahaan sehingga memudahkan *customer*, mitra dan *reseller* ketika mencari informasi perusahaan Orazio Multiusaha Indonesia. Tahap perancangan *website* dimulai dengan observasi, kemudian wawancara bersama pemilik UMKM mengenai kendala apa yang dirasakan UMKM dalam menjalankan bisnisnya. Dan terakhir dengan memulai perancangan *website company profile* menggunakan *CMS WordPress*. Berdasarkan hasil wawancara didapatkan bahwa perancangan *website* ini rata-rata sudah sesuai dengan apa yang dibutuhkan perusahaan, mulai dari isian informasi, tampilan *website*, dan juga fitur yang digunakan didalamnya. Karena sebelumnya telah ada perubahan yang dilakukan pada perancangan sesuai dengan saran masukan dari pemilik UMKM Orazio Multiusaha Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Adieb, Maulana. (2021). Company Profile: Definisi Apa Saja Yang Harus Ada di Dalamnya. Diakses pada tanggal 20 Juli 2021 darihttps://glints.com/id/lowongan/company–profile adalah/#.YPWDZugzYdU'

Bulele, Y. N. (2020). Perancangan dan Implementasi Video Company Profile Radio Republik Indonesia Programa 2 Batam Dengan Tujuan Promosi di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Teknologi Inovasi*, Volume 1 Nomor 1.

Devella, Siska., Yohannes., Rachmat, N. (2021). Pelatihan Pembuatan Website Sekolah Menggunakan WordPress Untuk Guru TIK SMA Negeri 17 Palembang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, Vol. 4, No. 2

Endra, R. Y. (2021). Analisis dan Uji Kualitas Pengguna Website Tokopedia.com Menggunakan Metode WEBQUAL (Case: Pengguna Tokopedia.com di Universitas Bandar Lampung). *Jurnal Sistem Informasi dan Telematika*, Vol. 8, No. 2

Feta, N. R. (2021). Penggunaan dan Pemanfaatan WordPress Dalam Upaya Meningkatkan Daya Jual Untuk Pelaku UMKM Karang Taruna Bojongkulur. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusa Mandiri* , Vol. 3, No.1, Hal. 1-8 .

Hardilawati, H. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Eknomika*, Vo. 10, Nomor 1.

Hasugian, Jonner. Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi. Medan: USU PRESS, 2009.

Muhammad, A. M., Prawiradiredja, S., & Fitriyah, I. (2018). Corporate Value: Persona pada Company Profile PT. Kereta Api Indonesia. Jurnal Komunikasi Profesional, 2(1), 29–37.

Nathan, Krist dkk. (2016). Perancangan Company Profile Biro Iklan dan Media Pendukungnya yang Mampu Meningkatkan Image dan Profesionalisme Biro Iklan di Mata Pelaku Bisnis di Surabaya. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, Vol. 1, No. 8

Novitasari, Y. S. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi Media Pembelajaran Berbasis Website (Studi Kasus: Bimbingan Belajar De Potlood). *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI)*, Vol. 2, No. 3, 136-147

Oktaviani, W. F. (2019). Efektifitas Penggunaan Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol. 17, No. 1

Resty, N. H. (2019). Pembuatan Booklet Company Profile Dengan Menggunakan Aplikasi Coreldraw X7 Sebagai Media Promosi The Balava Hotel Malang PT. Malang Selalu Maju. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 5, Nomor 2 .

Rizki, M. A. (2021). Rancang Bangun Aplikasi E-Cuti Pegawai Berbasis Website (Studi Kasus: Pengadilan Tata Usaha Negara). *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI)*, Vol. 2, No. 3, 3-13

Santosa, S. d. (2021). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Menggunakan CSM WordPress Pada Toko Importir Laptop Bandung . *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* , Volume 11, Nomor 1.

Sarfiah, S. N. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, Vol. 4, Nomor 2.

Sindownews. (2021). Pengguna Website di Indonesia Naik 6,1% Sepanjang 2020. Diakses pada tanggal 19 Juni 2022

Soejono, A. W. (2018). Evaluasi Usability Website UNRYO Menggunakan System Usability Scale (Studi Kasus: Website UNRYO). *Jurnal Teknologi informasi*, Vol. XII, No 1

Surentu, Y. Z. (2020). Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Minahasa. *Acta Diurna* , https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/31117.

Talika, F. T. (2016). Manfaat Internet Sebagai Media Komunikasi Bagi Remaja di Desa Air Mangga Kecamatan Laiwui Kabupaten Halamhera Selatan. *e-jounal "acta diurna"*, Vol. 5, No. 1.

Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Wardiana, W. (2022). *Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia.* Bandung: Peneliti Pusat Penelitian Informatika.

Wulan, R. E. (2020). Pengembangan Pelatihan Pembuatan Blog Dengan Blogspot dan WordPress Sebagai Sarana Informasi dan Koordinasi Karang Taruna Dan Remaja Mesjid. *Jurnal PKM: Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 3, No. 1