

## Perancangan dan Implementasi Website Profil Perusahaan di PT. Indo Batam Ekatama

Yefta Christian<sup>1</sup>, Nicholas Jeonanto<sup>2</sup>

Universitas Internasional Batam  
e-mail: yefta@uib.ac.id<sup>1</sup>, 2031087.nicholas@uib.edu<sup>2</sup>

### Abstrak

Penelitian ini menjelaskan tentang kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh penulis bersama mitra yaitu PT. Indo Batam Ekatama, sebuah perusahaan manufaktur yang men ekspor dan impor *scrap* logam dan aluminium ingot. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk merancang dan mengimplementasikan website profil perusahaan yang dapat menampilkan informasi tentang sejarah, visi dan misi, produk, lokasi dan cabang, serta kontak perusahaan. Metode yang digunakan dalam perancangan website ini adalah *Software Development Life Cycle* (SDLC) yang meliputi tahap analisis, perancangan, pengembangan, pengujian, evaluasi, dan pelaporan. Hasil dan luaran yang dicapai adalah website profil perusahaan dapat diakses secara *online* dengan *domain* indobatamekatama.com. Website ini juga dapat terhubung ke sosial media perusahaan, memiliki fitur *responsive* yang dapat menyesuaikan dengan ukuran layar perangkat pengguna, dan memiliki fitur bahasa yang dapat merubah bahasa antara Indonesia, Inggris, dan Mandarin. Penulis juga melakukan pelatihan kepada pihak perusahaan tentang cara mengelola dan memperbarui konten website. Laporan ini memberikan kesimpulan dan saran untuk pengembangan lebih lanjut dari website profil perusahaan ini.

### Abstract

*This research describes the community service activities carried out by the author together with a partner, PT. Indo Batam Ekatama, a manufacturing company that exports and imports metal scrap and aluminum ingots. The purpose of this activity is to design and implement a company profile website that can display information about the company's history, vision and mission, products, location and branches, as well as company contacts. The method used in designing this website is the Software Development Life Cycle (SDLC) which includes analysis, design, development, testing, evaluation and reporting stages. The results and outputs achieved are a company profile website that can be accessed online with the domain indobatamekatama.com. This website can also be connected to the company's social media, has responsive features that can adjust to the screen size of user devices, and has language features that can change languages between Indonesian, English, and Mandarin. The author also provided training to the company on how to manage and update website content. This report provides conclusions and suggestions for further development of this company profile website.*

**Keywords:** *Company Profile Website, SDLC, Responsive and Multilingual Features, Community Service*

### Pendahuluan

Pentingnya *company profile* juga terlihat dalam upaya membangun hubungan bisnis yang kuat. Mitra potensial dan klien sering kali mencari informasi yang dapat memastikan kehandalan dan

profesionalisme suatu perusahaan sebelum memutuskan untuk bekerja sama. Dengan memiliki *company profile* yang komprehensif dan terstruktur dengan baik, perusahaan dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan kritis ini dan membangun

kepercayaan yang lebih cepat. Selain itu, *company profile* juga berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif. Dalam banyak kasus, perusahaan harus mempresentasikan diri mereka dalam waktu singkat dan padat, dan inilah tempat *company profile* hadir sebagai sumber informasi yang relevan dan ringkas (Ardean & Hasyim, 2022).

*Company profile* memiliki peran sentral dalam dunia bisnis modern, menjadi cerminan identitas, dan esensi dari suatu perusahaan. Dalam lingkungan bisnis yang semakin terhubung dan kompetitif, memiliki *company profile* yang kuat merupakan elemen kunci untuk membedakan diri dari pesaing dan membangun citra positif di mata pelanggan, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya. *Company profile* bukan hanya sebatas dokumen formal, melainkan juga merupakan alat strategis yang dapat membentuk persepsi dan reputasi perusahaan (Rafii, 2022). *Company profile* berfungsi sebagai kartu nama visual dan naratif yang memperkenalkan perusahaan secara mendalam. Dalam era di mana informasi sangat mudah diakses, memiliki *company profile* yang profesional dan informatif dapat membantu perusahaan untuk mengambil langkah lebih maju. Profil ini tidak hanya memberikan gambaran umum tentang sejarah dan visi perusahaan, tetapi juga memberikan peluang untuk memaparkan pencapaian, keunggulan kompetitif, serta portofolio produk atau layanan. Dengan memberikan informasi yang jelas dan transparan, *company profile* membantu dalam membangun kepercayaan, serta merangsang minat calon klien atau mitra bisnis.

Tidak hanya dalam ranah bisnis, *company profile* juga memiliki dampak signifikan dalam mendukung keputusan investasi. *Investor*, baik itu individu atau institusi sering kali mengandalkan informasi yang ada dalam *company profile* untuk mengevaluasi potensi perusahaan dan kelayakan investasi. Profil perusahaan

yang komprehensif dan menarik dapat menjadi alat yang kuat untuk membujuk *investor* agar melihat nilai jangka panjang yang perusahaan tawarkan.

*Company profile* berfungsi sebagai jendela yang mana dunia luar dapat melihat inti dari perusahaan termasuk nilai-nilai, tujuan, sejarah, dan komitmen yang mendasarinya. Dokumen ini merangkum esensi perusahaan dengan cara yang mudah dimengerti, memberikan gambaran menyeluruh tentang apa yang perusahaan tawarkan, bagaimana mereka beroperasi, serta bagaimana mereka berkontribusi dalam industri atau masyarakat. Dalam dunia bisnis yang serba cepat dan informasi yang mudah diakses, *company profile* membantu perusahaan menyampaikan pesan mereka dengan jelas dan konsisten (Siahaan & Kurniawan, 2021).

Dengan adanya internet dan kemajuan teknologi, *company profile* juga menjadi sangat mudah diakses secara *online*. Situs *web* perusahaan atau *platform* media sosial memungkinkan *company profile* untuk diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja. Oleh karena itu, mengoptimalkan konten dan desain *company profile* secara *online* dapat meningkatkan daya jangkauan dan pengaruh perusahaan. Penting untuk diingat, bahwa *company profile* bukanlah sekadar dokumen formal, tetapi juga merupakan alat komunikasi yang kuat untuk mengartikulasikan nilai, keahlian, dan komitmen perusahaan kepada dunia. Dengan merangkai narasi yang menarik dan informatif, serta memadukan elemen visual yang profesional, *company profile* dapat membuka pintu berbagai peluang baru, memperkuat citra merek, dan mendukung pertumbuhan jangka panjang.

PT. Indo Batam Ekatama merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi *scrap* logam dan produsen aluminium ingot. PT. Indo Batam Ekatama berkantor pusat di kota Batam tepatnya Kawasan Industrial Estate Walakaka Blok A No 1-3 yang beralamat di Jl. Ahmad Yani, Taman Baloi, Kec. Batam Kota, Kota Batam,

Provinsi Kepulauan Riau (Kepri). PT. Indo Batam Ekatama ini juga memiliki beberapa cabang di beberapa kota di Indonesia yaitu di Cikarang, Mojokerto, dan Medan. Perusahaan Indo Batam Ekatama ini berdiri sejak tahun 1996. Perusahaan ini bergerak dalam bidang *importer & exporter of all kinds of industrial scrap, ferrous metals, and recycling of aluminium ingot*.

PT. Indo Batam Ekatama memproduksi *scrap* logam dengan berbagai jenis seperti besi tua, baja bekas, tembaga bekas, dan lain-lain. Selain itu, perusahaan ini juga memproduksi aluminium ingot dengan berbagai macam ukuran dan spesifikasi. Perusahaan ini juga memiliki sertifikat ISO 9001:2015 yang menunjukkan bahwa perusahaan ini telah memenuhi standar internasional dan manajemen mutu.

### Masalah

Perusahaan yang belum memiliki website *company profile* merupakan suatu perhatian yang signifikan dalam era digital saat ini. Dalam konteks global yang semakin terhubung melalui teknologi, keberadaan sebuah website *company profile* telah menjadi suatu hal yang penting untuk membangun citra dan memperluas jangkauan bisnis perusahaan. Namun, masih banyak perusahaan yang belum melihat urgensi dari memiliki *platform online* ini.

Salah satu alasan mengapa perusahaan seringkali belum memiliki website *company profile* adalah kurangnya pemahaman tentang manfaatnya. Beberapa perusahaan mungkin merasa bahwa mereka sudah memiliki pelanggan setia dan relasi bisnis yang mapan, sehingga mereka tidak merasa perlu untuk memasuki ranah digital. Namun, dengan meningkatnya penggunaan internet dan pergeseran perilaku konsumen yang lebih cenderung mencari informasi melalui *online*, perusahaan tanpa keberadaan *online* bisa tertinggal dan sulit ditemukan oleh calon pelanggan atau mitra bisnis potensial.

Selain itu, masalah teknis dan keterbatasan sumber daya juga dapat menjadi kendala. Beberapa perusahaan mungkin merasa bahwa mereka tidak memiliki cukup pengetahuan teknis atau anggaran yang cukup besar untuk mengembangkan dan memelihara sebuah website. Proses pembuatan dan pemeliharaan website memang memerlukan investasi waktu, usaha, dan dana. Namun, dengan adanya berbagai *platform* dan alat pembuatan website yang lebih mudah digunakan serta biaya yang semakin terjangkau, hambatan ini dapat diatasi.

Kemudian, terdapat pula persepsi bahwa bisnis lokal tidak memerlukan eksistensi *online* yang kuat. Padahal, memiliki website *company profile* dapat membantu perusahaan untuk lebih mudah ditemukan oleh orang-orang yang mencari produk atau layanan di tingkat lokal. Ini bisa menjadi kesempatan untuk memperluas basis pelanggan, meningkatkan visibilitas perusahaan di komunitas lokal, serta memberikan informasi yang lebih lengkap kepada calon konsumen.

Dengan demikian, latar belakang masalah ini menggarisbawahi pentingnya kehadiran *online* dalam membangun citra perusahaan dan mengembangkan bisnis. Meskipun masih banyak perusahaan yang belum memiliki website *company profile*, keberadaan *online* telah menjadi suatu keharusan untuk mengikuti tren dan memaksimalkan potensi pertumbuhan di era digital ini.

Salah satu perusahaan yang menjadi mitra pada PkM ini adalah PT. Indo Batam Ekatama berdiri pada tahun 1996 yang bergerak pada bidang *importer & exporter of all kinds of industrial scrap, ferrous metals, and recycling of aluminium ingot*. Terdapat salah satu permasalahan yang dihadapi perusahaan yaitu kurangnya website profil perusahaan yang bisa terhubung ke sosial media. Menurut (Cinta et al., 2022) penelitian perkembangan teknologi di era globalisasi mempengaruhi

kehidupan manusia, termasuk cara berinteraksi, berkomunikasi dengan orang lain, dan semua orang dapat saling berbicara atau menjalin relasi dengan menggunakan *smartphone* yang terhubung ke sosial media.

Tersedianya website ini dapat membantu perusahaan dalam menunjukan informasi perusahaan, produk-produk yang tersedia beserta lokasi dan cabang perusahaan, memperluas informasi, serta lebih mudah berkomunikasi antara pelanggan dan perusahaan. Menurut (Hidayat & Alvin, 2021) website bisa menjadi salah satu pilihan media promosi yaitu memiliki kelebihan yang fleksibel dan hemat biaya, karena dapat diperbarui dengan mudah. Selain itu, website memiliki jangkauan yang luas dan dapat diakses oleh siapa saja melalui berbagai perangkat elektronik yang terkoneksi internet. Oleh karena itu, banyak perusahaan memanfaatkan website sebagai sarana promosi dan pelayanan di perusahaannya.

### Metode

Penulis mengumpulkan data secara kualitatif. Menurut (Adlini et al., 2022) penelitian kualitatif merupakan salah satu dari bagian metode penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang kenyataan melalui proses berpikir dan melihat langsung di lapangan dengan melakukan wawancara langsung ke pihak perusahaan untuk melakukan komunikasi secara langsung untuk mengetahui kebutuhan mitra. Adapun teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data yaitu observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan cara mengunjungi perusahaan PT. Indo Batam Ekatama. Penulis melakukan pengamatan terhadap PT. Indo Batam Ekatama secara menyeluruh.

Selain observasi, juga akan dilakukan wawancara. Penulis melakukan wawancara terhadap perwakilan dari PT. Indo Batam Ekatama. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan data yang lebih tepat serta mencatat informasi dan keperluan dari

mitra.

Setelah menentukan dan menggunakan teknik pengumpulan diatas, penulis telah mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan di dalam proses perancangan luaran dari kegiatan praktik. Metode yang digunakan untuk perancangan website ini menggunakan metode *Software Development Life Cycle* (SDLC). Menurut (Jamal & Kusnadi, 2022) SDLC merupakan metode untuk merancang perangkat lunak yang meliputi lima langkah pokok yaitu analisis, desain, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Setiap langkah memiliki tujuan dan hasil khusus yang terlihat pada akhir melalui beberapa tahapan yaitu analisis, perancangan, pengembangan, pengujian, dan evaluasi, dan *maintenance*.



**Gambar 1.** Model Tahapan Perancangan dan Implementasi

Pada tahap analisis ini, penulis menjalankan serangkaian kegiatan analisis yang bertujuan untuk merumuskan kebutuhan yang diperlukan dalam pembuatan sistem. Langkah awal melibatkan pengumpulan data yang esensial melalui proses wawancara dengan berbagai pihak terkait seperti manajemen perusahaan, tim pemasaran, dan departemen terkait lainnya. Wawancara ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai tujuan, visi, misi perusahaan, serta layanan atau produk yang ditawarkan.

Tahap ini merupakan langkah dalam

pengembangan website profil perusahaan yang melibatkan serangkaian tindakan merancang dan mengimplementasi konsep menjadi bentuk nyata. Proses merancang dan mengimplementasi ini bertujuan untuk menciptakan tampilan visual dan fungsionalitas website yang sesuai dengan visi dan kebutuhan perusahaan.

Pada tahap pengembangan ini, penulis melakukan pengembangan website menggunakan *platform* Wordpress, Visual Studio Code, *database* MySQL, dan juga menggunakan bahasa pemrograman PHP, serta menggunakan laptop dengan spesifikasi AMD Ryzen 9, NVIDIA GeForce RTX 2060, dan RAM 8 GB.

Pada tahap pengujian ini, setelah dilakukan perancangan dan pengembangan, pada tahap ini akan dilakukan pengujian sistem untuk memastikan tidak ada permasalahan yang terjadi ataupun masalah keamanan yang terjadi pada sistem. Sistem yang diuji termasuk *localhost* dan *cloud hosting* sementara untuk memastikan bisa berjalan dengan lancar.

Pada tahap evaluasi ini, setelah berhasil melewati tahap pengujian sistem yang telah dilakukan sebelumnya, langkah selanjutnya adalah melakukan proses *hosting* sistem ke *domain* yang telah ditetapkan sebelumnya. Tahap pengujian sebelumnya bertujuan untuk memastikan bahwa sistem berfungsi dengan baik dan memenuhi semua persyaratan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Pada tahap *maintenance* ini, yakni dilakukan pemeliharaan secara berkala untuk memastikan website atau program dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Terdiri dari tahap persiapan, pelaksanaan, penilaian, dan pelaporan. Tahap persiapan, penulis akan melakukan kunjungan ke PT. Indo Batam Ekatama untuk melakukan pengumpulan data secara kualitatif yaitu dengan cara observasi dan wawancara secara langsung. Setelah melakukan pengumpulan data tersebut, data akan dianalisis untuk membentuk suatu sistem yang akan dibutuhkan sebagai dasar pembuatan website.

Tahap pelaksanaan, penulis melakukan analisis sistem berdasarkan hasil pengumpulan data yang dikumpulkan. Setelah itu, penulis akan melakukan perancangan dari sisi desain dan dilanjutkan ke pengkodean. Setelah melakukan pengkodean, penulis akan melakukan pengujian dengan menggunakan *black box testing* agar tidak terjadi kesalahan, *bug*, ataupun masalah keamanan yang terjadi. Menurut (Arwaz et al., 2019) proses *black box testing* yaitu dengan memasukkan data ke dalam *form*, kemudian program yang sudah dibuat diuji menggunakan metode *black box testing*. Tujuan pengujian ini adalah untuk memastikan program berfungsi sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Terakhir, penulis akan melakukan evaluasi terhadap sistem yang telah dirancang.

Tahap penilaian dan pelaporan, penulis akan melakukan evaluasi terkait hasil rancangan yang telah dibuat. Disini evaluasi dilakukan untuk memastikan hasil rancangan yang dilakukan telah memenuhi kebutuhan mitra dan siap digunakan untuk mitra dan *public*. Kemudian, tidak lupa juga penulis akan meminta evaluasi kembali kepada mitra terkait hasil luaran yang telah dibuat. Evaluasi yang dilakukan tidak hanya untuk mengetahui apakah luaran yang dibuat telah memenuhi harapan mitra, tetapi juga membantu penulis mengetahui seberapa jauh dampak dari luaran. Terakhir, penulis akan menyusun dan finalisasi laporan kerja praktek untuk dikumpulkan sebagai penyelesaian bentuk pengabdian kepada masyarakat ini.

Saat laporan progres ini ditulis, anggaran biaya yang dikeluarkan pada pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) sebesar Rp 5.000.000,00. Jadwal pelaksanaan dan anggaran untuk proyek Pengabdian kepada Masyarakat ini dijelaskan tabel pertama jadwal dan tabel kedua di bawah ini.

**Tabel 1.** Jadwal Pelaksanaan

No	Jenis kegiatan	Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi dan Wawancara	■											
2	Tahap Perancangan Sistem		■	■	■								
3	Evaluasi Sistem					■	■	■					
4	Evaluasi dengan Dosen Pembimbing								■	■	■		
5	Evaluasi dengan Mitra									■	■	■	
6	Penyusunan Laporan dan Artikel											■	■
7	Evaluasi Laporan dan Artikel												■

Tabel 2. Anggaran Pelaksanaan

No.	Jenis Anggaran	Jumlah
1	Belanja Perjalanan	Rp 1.000.000
2	Belanja Bahan	Rp 2.000.000
3	Belanja Barang Non Operasional	Rp 2.000.000
Total Anggaran		Rp 5.000.000

### Pembahasan

Perancangan luaran kegiatan dilakukan melalui beberapa proses yang bertujuan untuk menciptakan tampilan dan konten yang informatif serta mudah diakses bagi pengunjung. Berikut adalah penjelasan mengenai setiap elemen perancangan luaran kegiatan beserta fungsinya:

1. Pertama, elemen website halaman utama profil perusahaan ini berfungsi sebagai pintu gerbang utama bagi pengunjung untuk mengenal perusahaan. Di halaman ini, terdapat informasi tentang nama perusahaan dan produk-produk yang ditawarkan. Fungsinya adalah memberikan gambaran singkat tentang apa yang dapat diharapkan oleh pengunjung dari perusahaan tersebut.
2. Kedua, pada bagian ini, informasi tentang perusahaan dan sosial media pengunjung dapat mengetahui lebih lanjut tentang profil perusahaan dan tautan menuju akun-akun media sosial perusahaan. Fungsinya adalah memberikan informasi lebih rinci tentang sejarah, nilai, dan aktivitas perusahaan, serta memberikan pengunjung opsi untuk mengikuti perkembangan perusahaan melalui media sosial.
3. Ketiga, bagian informasi produk ini mencakup daftar produk yang ditawarkan oleh perusahaan, seperti

*copper, brass, aluminium, dan zinc.* Fungsinya adalah memberikan gambaran tentang berbagai produk yang tersedia dan membantu pengunjung memahami jenis produk yang dapat dipesan dari perusahaan.

4. Keempat, informasi kantor dan cabang perusahaan berisikan tentang lokasi kantor pusat dan cabang-cabang perusahaan. Fungsinya adalah memberikan pengunjung informasi kontak dan alamat yang diperlukan jika mereka ingin mengunjungi atau berhubungan dengan perusahaan.
5. Kelima, bagian testimoni, visi, dan misi perusahaan ini memuat testimoni dari pelanggan atau klien sebelumnya, serta menguraikan visi dan misi perusahaan. Fungsinya adalah membangun kepercayaan dan memberikan gambaran tentang bagaimana perusahaan diakui oleh pelanggan serta tujuan jangka panjang yang ingin dicapai.
6. Keenam, detail penjelasan lebih lanjut ini berfungsi ketika pengunjung mengklik halaman yang berisi testimoni, visi, dan misi perusahaan, mereka akan menemukan penjelasan yang lebih detail tentang perusahaan. Fungsinya adalah memberikan informasi yang lebih dalam tentang sejarah, filosofi, dan tujuan perusahaan.
7. Ketujuh, pilihan bahasa terdapat tombol di bagian bawah kiri yang memungkinkan pengunjung untuk mengubah bahasa antarmuka dengan opsi bahasa Indonesia, *English*, dan Mandarin. Fungsinya adalah memberikan fleksibilitas kepada pengunjung dalam memilih bahasa yang mereka pahami dengan baik.

Keseluruhan proses perancangan yang telah dilakukan memiliki tujuan yang sangat penting, yaitu untuk menyajikan informasi secara terstruktur, mudah diakses, dan sesuai dengan kebutuhan serta preferensi dari para pengunjung. Dalam

dunia digital yang semakin berkembang, memiliki sebuah website yang mampu memberikan pengalaman yang baik kepada pengguna merupakan hal yang tidak bisa diabaikan. Dengan merancang tampilan yang informatif dan *user-friendly*, perusahaan memiliki kesempatan untuk menjalin komunikasi yang lebih efektif dengan audiensnya melalui *platform online*. Ketika informasi disajikan secara terstruktur, pengunjung dapat dengan mudah menavigasi melalui berbagai konten yang ada tanpa merasa bingung atau tersesat. Hal ini juga membantu menghindari kebingungan dalam mencari informasi yang diinginkan, sehingga pengguna dapat mencapai tujuan mereka dengan lebih efisien. Dengan demikian, proses perancangan ini bukan hanya sekadar merancang tampilan visual, tetapi juga melibatkan pertimbangan mendalam tentang bagaimana memberikan pengalaman terbaik kepada pengguna. Dengan website yang disusun dengan baik, perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dengan audiensnya, mengkomunikasikan pesan secara efektif, dan menjadi sumber informasi yang dapat diandalkan di dunia digital yang terus berkembang.



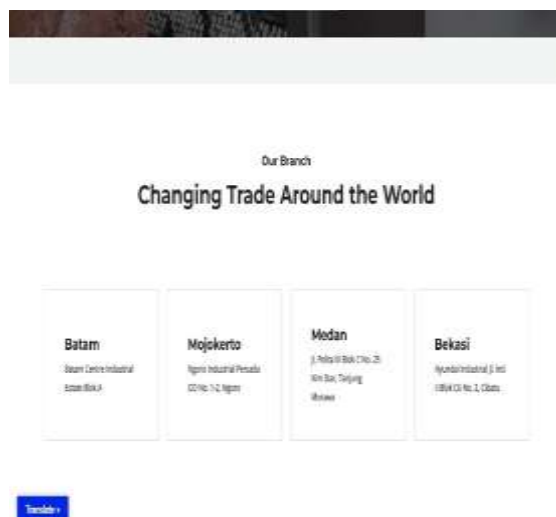
Gambar 2. Halaman Utama Website Profil Perusahaan



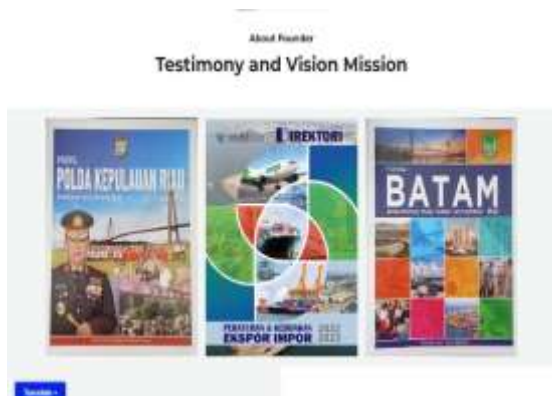
Gambar 3. Halaman Perusahaan Beserta Sosial Media



Gambar 4. Halaman Produk-Produk Perusahaan



Gambar 5. Halaman Lokasi Kantor Ataupun Cabang Perusahaan



Gambar 6. Halaman Testimoni dan Visi Misi Perusahaan



Gambar 7. Halaman Penjelasan Visi Misi Perusahaan



Gambar 8. Pada Pojok Kiri Bawah Layar Terdapat Fitur Bahasa

Proses implementasi luaran ini merupakan langkah penting dalam menghadirkan website yang telah dirancang ke ranah digital atau *online*. Setelah proses perancangan dan pengembangan website selesai dilakukan, tahap berikutnya adalah mengintegrasikan hasil kerja tersebut ke dalam *domain* yang telah ditentukan oleh mitra. *Domain* ini menjadi alamat unik yang akan digunakan

untuk mengakses website secara *online*, sehingga membuatnya dapat dijangkau oleh pengguna diseluruh dunia melalui internet. Pertama-tama, dalam proses implementasi ini, tim teknis akan berfokus pada pengaturan teknis yang diperlukan untuk menghubungkan website dengan *domain* yang ditentukan. Langkah ini melibatkan konfigurasi *server* dan pengaturan DNS (*Domain Name System*) yang bertugas menerjemahkan nama *domain* menjadi alamat IP yang digunakan oleh *server* untuk mengirimkan halaman *web* ke pengguna yang meminta akses.

Selain itu, selama proses implementasi, uji coba akan dilakukan untuk memastikan bahwa website berfungsi dengan baik di lingkungan *online*. Hal ini termasuk menguji tautan antarhalaman, responsivitas desain terhadap berbagai ukuran layar, kecepatan muatan halaman, dan fungsionalitas umum lainnya. Uji coba ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memperbaiki potensi masalah sebelum website benar-benar diakses oleh pengguna. Setelah semua langkah teknis diselesaikan dan website berhasil diimplementasikan di dalam *domain* mitra, langkah berikutnya adalah peluncuran resmi. Peluncuran ini bisa melibatkan promosi dan informasi kepada target audiens mengenai ketersediaan website baru ini. Dengan demikian, website yang telah dirancang akan menjadi akses secara *online* melalui *domain* yang ditentukan, memberikan nilai tambah bagi mitra dalam memperluas jangkauan, dan interaksi digital dengan pengguna mereka.

Kondisi setelah diimplementasi ke dalam *hosting* atau *domain* yang dipilih mitra, perusahaan sudah memiliki website profil perusahaan yang bisa diakses oleh masyarakat luas. Website ini berfungsi sebagai media promosi dan sarana komunikasi. Website profil perusahaan ini setelah diimplementasi juga akan dilakukan *maintance* atau pemeliharaan, memastikan website berjalan dengan baik dengan pengecekan rutin.



## Simpulan

Berdasarkan laporan pelaksanaan kegiatan PkM yang berjudul “Perancangan dan Implementasi Website Profil Perusahaan di PT. Indo Batam Ekatama”, penulis menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Mitra PkM yaitu PT. Indo Batam Ekatama, sebuah perusahaan manufaktur yang memproduksi *scrap* logam dan aluminium ingot, yang berlokasi di kota Batam. Metode pelaksanaan yang digunakan yaitu *Software Development Life Cycle* (SDLC), yang meliputi tahap analisis, perancangan, pengembangan, pengujian, evaluasi, dan pelaporan. Hasil dan luaran yang dicapai adalah website profil perusahaan dapat menampilkan informasi tentang sejarah, visi dan misi, produk, lokasi dan cabang, serta kontak perusahaan. Website ini juga dapat terhubung ke dalam sosial media perusahaan, memiliki fitur *responsive* yang dapat menyesuaikan dengan ukuran layar perangkat pengguna.
2. Proses implementasi luaran yang dilakukan dengan meng-*hosting* website ke *domain* yang diinginkan oleh mitra, penulis juga melakukan pelatihan kepada pihak perusahaan tentang cara mengelola dan memperbarui konten website. Setelah implmentasi, akan dilakukan pengecekan website profil secara berkala untuk memastikan website dapat berjalan dengan lancar dan baik sesuai dengan kebutuhan mitra.
3. Berdasarkan hasil evaluasi dari kegiatan PkM ini, penulis memberikan saran untuk pengembangan lebih lanjut yaitu untuk terus memelihara dan memperbarui website profil perusahaan secara berkala agar informasi yang disajikan tetap akurat dan relevan. Mitra juga dapat memanfaatkan sosial media sebagai

saran promosi dan interaksi dengan pelanggan.

## Daftar Pustaka

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Ardean, T., & Hasyim, N. (2022). Perancangan Company Profile Caruban Promosindo Cirebon. *Jurnal Citrakara*, 4(3), 429–441. <https://www.academia.edu>
- Arwaz, A. A., Kusumawijaya, T., Putra, R., Putra, K., & Saifudin, A. (2019). Pengujian Black Box pada Aplikasi Sistem Seleksi Pemenang Tender Menggunakan Teknik Equivalence Partitions. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi Dan Aplikasi*, 2(4), 130. <https://doi.org/10.32493/jtsi.v2i4.3708>
- Cinta, C., Anjel, P., Lengkong, B. L., Kainde, S. J. R., & Mandagi, D. W. (2022). SEIKO: Journal of Management & Business Branding Institusi Pendidikan Melalui Media Sosial Instagram. *Journal of Management & Business*, 5(2), 44–58. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2893>
- Hidayat, A., & Alvin. (2021). Implementasi Kanban Framework Dalam Pembuatan Website Profil Perusahaan Menggunakan Wordpress Dan Elementor. *JUTEKIN (Jurnal Teknik Informatika)*, 9(2), 99–108.
- Jamal, S., & Kusnadi, K. (2022). Perancangan ERP Menu Hr-Training Berbasis Odoo Menggunakan Metode SDLC Studi Kasus PT.XYZ. *Remik*, 6(3), 426–435. <https://doi.org/10.33395/remik.v6i3>

.11612

Rafii, M. (2022). *LKP: Rancang Bangun Website Company Profile pada KBIH Al Hidayah Surabaya*. <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/6120/>

Siahaan, M., & Kurniawan, K. (2021). Design And Development Of Web Based Information System At Harum Snack & Cookies. *Conference on Business, Social ...*, 1(1), 353–358. <https://journal.uib.ac.id/index.php/onescintech/article/view/5886%0A>  
<https://journal.uib.ac.id/index.php/onescintech/article/download/5886/1822>