

Perancangan dan Implementasi Website Company Profile di PT. Mitra Sukses Travelindo

Hendi Sama¹, Selina², Tony Wibowo³

Universitas Internasional Batam^{1,2,3}

Email: hendi@uib.ac.id, 2231074.selina@uib.edu, tony.wibowo@uib.ac.id

Abstrak

Industri pariwisata merupakan sektor yang penting bagi masyarakat dalam rangka memenuhi kebutuhan akan perjalanan wisata. Pertumbuhannya didorong oleh berbagai faktor utama seperti infrastruktur daerah yang memadai, perencanaan sumber daya yang optimal, peningkatan minat dan partisipasi aktif masyarakat serta perkembangan teknologi yang mendukung aktivitas wisata. PT. Mitra Sukses Travelindo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pariwisata, menyediakan layanan kebutuhan wisata seperti paket wisata, pemesanan tiket, transportasi, hotel, serta pengelolaan dokumen perjalanan. Namun, media promosi digital berupa *website* yang dimiliki perusahaan dinilai kurang optimal terutama dari segi visualisasi tampilan dan penyampaian informasi layanan. Oleh karena itu, diperlukan perancangan dan pengembangan ulang *website company profile* guna meningkatkan kualitas layanan digital, memperkuat kehadiran perusahaan, serta meningkatkan daya saing perusahaan. Dengan perancangan *website company profile* yang lebih optimal, perusahaan dapat menyediakan platform digital berupa *website* yang lebih responsif, modern dan mampu menyampaikan informasi secara efektif kepada pengguna untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan, memperluas jangkauan pasar secara daring serta memperkuat citra digital perusahaan.

Kata Kunci: Website, Company Profile, Desain, Transformasi Digital

Abstract

The tourism industry plays a vital role in fulfilling travel needs and is driven by various key factors such as adequate regional infrastructure, optimal resource planning, increased public interest and participation as well as technological developments that support tourism activities. PT Mitra Sukses Travelindo is a company engaged in tourism services, providing various tourism needs such as tour packages, ticket bookings, transportation, accommodation, and travel document management. However, the company's digital promotional media, in the form of a website, is considered less than optimal, especially in terms of visual presentation and services information delivery. Therefore, a redesign and redevelopment of the company profile website is necessary to improve the digital service quality, strengthen company's online presence and enhance competitiveness. By creating a more optimized website company profile, the company can provide a modern, responsive digital platform in the form of a website that is capable of effectively delivering information to reach users, increasing customer trust, expanding online market reach, and strengthening the company's digital brand image.

Keywords: Website, Company Profile, Design, Digital Transformation

PENDAHULUAN

Berbagai sektor industri telah mengalami perkembangan pesat dalam kurun waktu yang relatif singkat, salah satunya yakni industri pariwisata. Industri pariwisata merupakan sebuah sektor yang berperan penting dalam membantu masyarakat memenuhi kebutuhan perjalanan wisata mereka, baik perjalanan domestik maupun internasional. Potensi sektor industri ini terhadap pertumbuhan ekonomi daerah sangatlah besar, mengingat pariwisata dapat menjadi pendorong utama dalam memperkenalkan dan menyebarluaskan daya tarik suatu negara atau daerah kepada seluruh dunia (Ibrahim et al., 2024). Perkembangan industri pariwisata ini didukung oleh berbagai faktor, antara lain infrastruktur daerah yang memadai, perencanaan sumber daya yang optimal, meningkatnya minat dan partisipasi aktif masyarakat serta perkembangan teknologi yang mendukung aktivitas wisata.

Teknologi sistem informasi telah diakui sebagai salah satu sarana komunikasi yang efektif dalam hal penyampaian informasi secara luas kepada masyarakat (Sama & Fernando, 2024). Pada era digital ini, salah satu media yang seringkali dimanfaatkan untuk mendukung aktivitas pemasaran sebuah produk maupun layanan adalah *website*. *Website* tidak hanya berperan sebagai media penyampain informasi, namun juga sebagai wajah digital organisasi yang dapat mencerminkan citra, kredibilitas dan kualitas dari layanan yang ditawarkan organisasi (Christian & Yanto, 2023). Dengan peningkatan peminatan masyarakat yang tinggi terhadap teknologi sistem informasi, diperlukan perhatian dan

fokus khusus dalam pengembangan sarana digital yang mampu mendukung kebutuhan pengguna secara optimal (Aziz et al., 2021).

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi, digitalisasi menjadi bagian tidak terpisahkan dalam sektor industri pariwisata yang terus berkembang (Hanum, 2020). Salah satu wujud nyata dari digitalisasi ini adalah pemanfaatan *website* sebagai salah satu media promosi utama dalam hal menyampaikan sumber informasi, memperkenalkan layanan, serta membangun citra perusahaan di mata masyarakat. Kehadiran *website* memiliki peran penting sebagai jembatan komunikasi antara penyedia jasa pariwisata dengan pelanggan (Monica et al., 2023). Melalui *website*, informasi mengenai profil perusahaan, paket perjalanan, layanan yang tersedia, hingga kontak perusahaan dapat diakses dengan mudah dan cepat oleh calon pelanggan.

Meskipun *website* sebagai sarana digital telah diakui sebagai media yang sangat penting bagi keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, namun pada nyatanya masih banyak perusahaan yang belum mulai memanfaatkan atau bahkan tidak dapat memanfaatkan sarana tersebut sepenuhnya secara optimal (Sayudin et al., 2023). Hal ini dikarenakan *website* yang dimiliki, dirancang tanpa mempertimbangkan berbagai aspek visual, struktur informasi serta pengalaman pengguna yang baik bagi pelanggan. Hal ini berdampak pada kurangnya daya tarik dan efektivitas *website* sebagai suatu media

komunikasi maupun promosi layanan.

Kondisi serupa telah dialami oleh PT. Mitra Sukses Travelindo, dimana *website* yang dimiliki masih belum terancang dengan baik terutama dari segi visualisasi tampilan dan dalam hal penyampaian informasi dari layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Hal ini dapat berdampak terhadap tujuan bisnis yang dimiliki, *website* yang ingin diterapkan sebagai sarana promosi namun tidak mampu memperlihatkan layanan perusahaan secara maksimal kepada calon pelanggan. Oleh karena itu, perancangan dan implementasi ulang *website company profile* sebagai solusi strategis untuk meningkatkan kualitas tampilan, fitur serta pengalaman pengguna yang baik secara keseluruhan sangat diperlukan.

PERMASALAHAN

1. Kurangnya daya tarik visual dalam hal tampilan antarmuka membuat pengalaman pengguna menjadi kurang optimal.
2. Navigasi serta penyajian informasi yang ditampilkan masih terbatas dan tidak tersusun secara sistematis.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam proyek Perancangan dan Implementasi *Website Company Profile* di PT. Mitra Sukses Travelindo adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Tujuan dari penelitian kualitatif deskriptif adalah untuk mempelajari dan menggambarkan secara sistematis serta komprehensif setiap tahapan

dalam proses perancangan dan pengembangan *website*, sesuai dengan fakta dan kebutuhan yang ada (Syahrizal & Jailani, 2023). Penelitian ini tidak berfokus pada pengolahan data kuantitatif, melainkan terhadap pemahaman mendalam mengenai kondisi *website* yang telah ada, kebutuhan informasi dan layanan perusahaan, serta preferensi tampilan visual melalui teknik pengumpulan data berupa studi pustaka, observasi, dan wawancara dengan pihak internal perusahaan.



Gambar 1. Flowchart

Proses diawali dengan tahapan persiapan penentuan tujuan dan perumusan masalah, dilanjutkan dengan tahapan pengumpulan data. Data yang telah diperoleh melalui berbagai metode seperti studi pustaka, observasi dan wawancara

akan dianalisis untuk perancangan desain awal. Dilanjutkan dengan tahapan pengembangan dan peninjauan ulang untuk penyesuaian kebutuhan. Kemudian proses akan berlanjut hingga ke evaluasi akhir dan ditutup dengan penyusunan laporan kegiatan.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Tahapan pengumpulan data akan menjadi langkah awal dalam pelaksanaan proyek. Pengumpulan data merupakan tahapan penting dalam metodologi penelitian kualitatif, karena sebagai fondasi utama untuk peneliti agar bisa mendapatkan pemahaman mendalam mengenai penelitian yang dikaji (Rifa, 2023). Beberapa pemilihan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam tahapan ini adalah studi pustaka, observasi dan wawancara (Fadli, 2021).

Studi pustaka akan dilakukan dengan pemerolehan referensi dan pemahaman yang relevan terkait desain dan pengembangan *website* profil perusahaan. Referensi yang digunakan berasal dari berbagai sumber digital seperti artikel *online*, platform desain serta *website* resmi yang relevan. Studi ini bertujuan untuk membantu penulis dalam menentukan struktur halaman, tampilan visual yang sesuai, serta pendekatan dalam pengembangan *website* yang modern, responsif, dan *user-friendly*.

Observasi dilakukan dengan cara meninjau langsung *website* perusahaan yang telah ada sebelumnya untuk memperoleh gambaran umum terkait struktur, tampilan visual, dan alur informasi yang disajikan. Metode ini dilakukan

untuk memahami fungsi *website* yang telah ada dalam hal penyampaian informasi kepada pengguna serta dari segi tampilan yang mencerminkan identitas perusahaan. Observasi dapat membantu dalam pengidentifikasian area yang dapat dikembangkan lebih lanjut, baik dari sisi desain, navigasi, maupun pengalaman pengguna secara keseluruhan. Informasi berupa data yang diperoleh dari hasil observasi akan kemudian dijadikan dasar dalam merancang konsep awal *website* yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan perusahaan.

Wawancara akan dilakukan secara langsung dengan pertemuan bersama pihak internal perusahaan, khususnya manajer operasional, guna memperoleh informasi terkait kendala pada *website* sebelumnya, fitur yang dibutuhkan, preferensi tampilan visual, serta harapan perusahaan terhadap fungsi dan peran *website* dalam mendukung aktivitas bisnis. Informasi berupa data dari wawancara ini akan menjadi dasar penting dalam perancangan ulang struktur dan konten *website* agar lebih sejalan dengan kebutuhan dan karakteristik dari perusahaan.

IMPLEMENTASI

Tahapan implementasi dilakukan dengan merancang ulang desain serta struktur *website* berdasarkan hasil analisis dari data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Informasi dari observasi, wawancara, dan studi pustaka menjadi dasar dalam menentukan tampilan visual, penyusunan konten, serta fitur yang akan disediakan. Desain akan disusun dan disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan, lalu dikonsultasikan kepada pihak terkait untuk memperoleh masukan dan

persetujuan. Setelah desain disetujui, pengembangan *website* mulai dilakukan dengan menyusun halaman-halaman utama yang diperlukan. Struktur *website* dirancang agar lebih teratur, mudah dinavigasi, dan memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik. Implementasi juga dilaksanakan dengan memperhatikan aspek kejelasan informasi dan layanan, konsistensi tampilan dan seberapa responsif tampilan di berbagai perangkat. Dengan pendekatan yang sistematis dan berorientasi pada kebutuhan pengguna, tahapan ini akan menerapkan langsung yang sebelumnya telah disusun secara sistematis.

EVALUASI

Tahapan evaluasi dilakukan setelah seluruh proses implementasi selesai. *Website* yang telah dikembangkan akan diserahkan kepada mitra untuk ditinjau dan dievaluasi. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa tampilan, struktur, serta fungsi *website* telah sesuai dengan kebutuhan mitra. Evaluasi juga bertujuan untuk mengidentifikasi bagian-bagian dari *website* yang dapat dikembangkan lagi di masa depan.

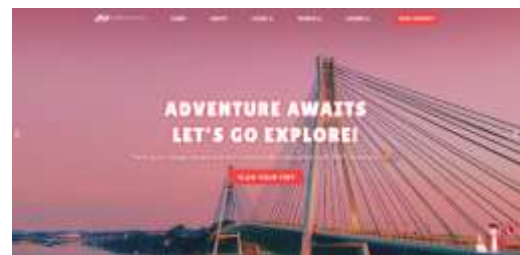
HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pelaksanaan proyek *website* company profile PT. Mitra Sukses Travelindo dilakukan melalui empat tahapan utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, evaluasi dan laporan. Tahapan persiapan diawali dengan koordinasi bersama dengan mitra terkait rumusan permasalahan dan kebutuhan, pengumpulan data hingga perancangan gambaran proyek. Tahapan pelaksanaan dilanjutkan dengan pembuatan desain

awal menggunakan aplikasi Figma. Kemudian, pengembangan *website* akan dilakukan menggunakan bahasa pemrograman React.JS dan *framework* Tailwind CSS, dengan pendekatan komponen modular agar struktur lebih fleksibel dan mudah dikembangkan. *Website* dirancang agar modern, responsif, dan dapat digunakan di berbagai perangkat. Dilanjutkan dengan tahapan evaluasi sebagai bentuk penilaian terhadap proyek yang telah diselesaikan, dan tahap pelaporan dibuat berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan selama masa kerja praktek.

Secara garis besar, *website* terdiri dari enam halaman utama.

1. *Home Page*, halaman utama yang menampilkan gambaran umum perusahaan, paket-paket tur serta layanan yang tersedia.



Gambar 2. Home Page

2. *About Page*, informasi mengenai profil, sejarah, layanan serta visi dan misi perusahaan.



Gambar 3. About Page

3. Tours Page, halaman yang berisi daftar paket tur domestik dan internasional.



Gambar 4. Tours Page

4. Tickets Page, halaman yang berisi informasi mengenai layanan tiket feri dan pesawat.



Gambar 5. Tickets Page

5. Others Page, menampilkan layanan tambahan perusahaan seperti pengurusan visa dan penyewaan kendaraan.



Gambar 6. Others Page

6. Contact Page, memuat informasi kontak, media sosial serta lokasi kantor perusahaan dalam bentuk peta interaktif.



Gambar 7. Contact Page

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pelaksanaan kerja praktik yang dilakukan di PT. Mitra Sukses Travelindo, dapat disimpulkan bahwa keberadaan *website company profile* yang dirancang dengan baik memiliki peran yang sangat penting dalam menunjang aktivitas promosi dan komunikasi dengan calon pelanggan guna meningkatkan kepercayaan. *Website* tidak hanya menjadi media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai wujud digital dari citra sebuah perusahaan di mata calon pelanggan.

Dengan pendekatan metode kualitatif deskriptif yang disertai teknik pengumpulan data berupa studi pustaka, observasi, dan wawancara, perancangan yang dihasilkan mampu disesuaikan dengan kebutuhan dari mitra. Tahapan implementasi dilakukan dengan memperhatikan berbagai aspek desain, fitur, penyajian informasi dan pengalaman pengguna. Mitra memberikan tanggapan positif serta kepuasan dari segi tampilan dan kelengkapan informasi *website*, sesuai dengan yang dibutuhkan. *Website* yang telah

terancang akan dimanfaatkan untuk membantu dalam pemberian informasi layanan perusahaan serta meningkatkan kepercayaan calon pelanggan terhadap perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, N. S., Sulaiman, N. S., Hassan, W. N. I. T. M., Zakaria, N. L., & Yaacob, A. (2021). A Review of Website Measurement for Website Usability Evaluation. *Journal of Physics: Conference Series*, 1874(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1874/1/012045>
- Christian, Y., & Yanto, E. (2023). Perancangan dan Implementasi Website di Sekolah SMK Vidya Sasana. *Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 5(September), 1006–1013. <https://doi.org/https://doi.org/10.37253/nacospro.v5i1.7929>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Hanum, F. (2020). Konsep Smart Tourism sebagai Implementasi Digitalisasi di Bidang Pariwisata. *Tornare*, 2(2), 14–17. <https://doi.org/10.24198/tornare.v2i2.25787>
- Ibrahim, Y., Maryati, S., & Pratama, M. I. L. (2024). Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Pariwisata dalam Mempengaruhi Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat di Kecamatan. 1(1), 86–96. <https://doi.org/10.37905/jrpi.v1i1.49>
- Monica, E., Frendiana, V., & Utami, D. B. (2023). Perancangan Website Desa Wisata Megamendung Sebagai Bentuk Digitalisasi Pariwisata. *Seminar Nasional Inovasi Vokasi*, 2(1), 486–495. <https://prosiding.pnj.ac.id/index.php/sniv/article/download/380/652/2822>
- Rifa, Y. (2023). Analisis Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Pengumpulan Data di Penelitian Ilmiah pada Penyusunan Mini Riset. *Cendekia Inovatif Dan Berbudaya*, 1(1), 31–37. <https://doi.org/10.59996/cendib.v1i1.155>
- Sama, H., & Fernando, R. (2024). Pengembangan Website di Sekolah SMK Advent Batam. *Journal of Information System and Technology*, 05(02), 25–31. <https://doi.org/10.37253/joint.v5i2.9485>
- Sayudin, S., Nurjanah, A., & Yusup, A. (2023). Innovation Strategy and Product Development to Increase Company Competitiveness in Digital Era. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 3(5), 996–973. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v3i5.814>
- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 13–23. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.49>