

Magang Kerja: Low Code Website Developer dan Graphic Designer di PT Marina Batam Sejahtera

Suwarno¹, Erwin², Herman³

Universitas Internasional Batam

email: suwarno.liang@uib.ac.id¹, 2231058.erwin@uib.edu², herman@uib.ac.id³

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi mendorong perusahaan untuk memiliki kehadiran digital yang kuat sebagai sebuah keharusan untuk dapat bersaing. PT Marina Batam Sejahtera, sebuah perusahaan di bidang material dan interior, menghadapi tantangan berupa visibilitas online yang belum optimal serta materi promosi yang perlu dimodernisasi untuk meningkatkan efisiensi pemasaran. Kegiatan magang ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan tersebut melalui peran sebagai *Low Code Website Developer* dan *Graphic Designer*, dengan fokus pada pengembangan situs web fungsional menggunakan teknologi *low-code* serta produksi materi desain grafis yang menarik dan terstruktur. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan secara sistematis melalui tahapan persiapan, pengembangan, dan evaluasi, dengan memanfaatkan perangkat lunak seperti WordPress, Elementor, Framer, dan Canva. Hasil dari kegiatan ini adalah dua situs web fungsional untuk merek Deplafon dan Demedia, serta beragam materi promosi seperti lebih dari 20 *flyer* Instagram per bulan, katalog produk, dan kartu nama. Implementasi luaran ini berhasil memberikan solusi nyata yang meningkatkan visibilitas online, memperkuat *branding* digital, dan mendukung strategi pemasaran mitra secara lebih modern dan efektif.

Keywords: *Magang, Low Code, Website Developer, Desain Grafis, Merek Digital.*

Abstract

The advancement of information technology encourages companies to have a strong digital presence as a necessity to compete. PT Marina Batam Sejahtera, a company in the material and interior sector, faced challenges of suboptimal online visibility and the need to modernize promotional materials to increase marketing efficiency. This internship aimed to address these problems through the role of a Low Code Website Developer and Graphic Designer, focusing on the development of functional websites using low-code technology and the production of engaging and structured graphic design materials. The implementation method was carried out systematically through preparation, development, and evaluation stages, utilizing software such as WordPress, Elementor, Framer, and Canva. The results of this activity are two functional websites for the Deplafon and Demedia brands, as well as various promotional materials such as more than 20 Instagram flyers per month, product catalogs, and business cards. The implementation of these outputs has successfully provided a tangible solution that increases online visibility, strengthens digital branding, and supports the partner's marketing strategy in a more modern and effective way.

Keywords: *Internship, Low Code, Website Developer, Graphic Design, Digital Branding.*

PENDAHULUAN

PT. Marina Batam Sejahtera adalah perusahaan yang memiliki berbagai merek di sektor material dan interior, seperti Deplafon, Modern Dekorindo, MD Gallery, serta memiliki anak perusahaan bernama Demedia yang beroperasi sebagai creative digital agency. Aktivitas operasional Demedia mencakup penyediaan layanan digital, termasuk manajemen media sosial, pengembangan situs web, desain grafis, dan videografi untuk mendukung kebutuhan promosi seluruh merek di bawah PT. Marina Batam Sejahtera. Kondisi yang melatarbelakangi kegiatan magang ini adalah adanya kebutuhan perusahaan untuk memperkuat branding digital dan meningkatkan efisiensi pemasaran. Sebelum pelaksanaan proyek, visibilitas online perusahaan belum optimal dan materi promosi yang ada perlu ditingkatkan untuk mendukung strategi pemasaran yang lebih modern, sehingga diperlukan pengembangan situs web profesional serta pembuatan materi desain yang mampu meningkatkan daya tarik produk dan mempermudah akses informasi bagi calon pelanggan.



Gambar 1. Struktur Perusahaan Demedia

Seperti terlihat pada Gambar 1.1, struktur organisasi Demedia dipimpin oleh seorang General Director dan Operational Director yang juga menjabat sebagai pimpinan tertinggi di PT. Marina Batam Sejahtera. Di bawahnya, terdapat tiga pilar utama: Head of Media Operations and Client Support yang bertanggung jawab mengelola tim media dan memastikan layanan terbaik bagi klien; Digital Campaign and SEO Supervisor yang merancang dan mengawasi strategi kampanye digital; serta General Affair yang menangani kebutuhan administrasi

internal. Tim pelaksana terdiri dari Graphic Designer and Website Developer yang membuat desain visual dan mengembangkan situs web, Social Media Talent and Planner yang merencanakan dan memproduksi konten media sosial, serta tim Media Production yang bertugas sebagai fotografer, videografer, dan editor.

Kegiatan magang ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan perusahaan untuk memperkuat branding digital dan meningkatkan efisiensi pemasaran di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Pelaksanaan kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi perusahaan, tetapi juga menjadi wahana implementasi ilmu bagi mahasiswa. Program magang seperti ini terbukti memberikan pengalaman nyata, meningkatkan keterampilan teknis, serta mengasah kemampuan komunikasi dan kolaborasi tim dalam lingkungan profesional, yang merupakan bekal esensial dalam persiapan menghadapi dunia kerja (Siregar et al., 2023; Windika et al., 2022).

MASALAH

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan pada bisnis, mendorong perusahaan untuk mengotomatisasi proses operasional dan mengoptimalkan layanan pelanggan melalui platform digital (Billi & Bernardo, 2025). Kehadiran digital yang kuat bukan lagi pilihan, melainkan sebuah keharusan bagi perusahaan untuk dapat bersaing, meningkatkan visibilitas, dan membangun citra profesional di mata publik (Agustian et al., 2023). Banyak bisnis menghadapi tantangan dalam melakukan transformasi digital secara efektif (Shao, 2025). Tanpa kehadiran digital yang optimal, sebuah bisnis akan kesulitan ditemukan oleh pelanggan potensial yang kini sangat bergantung pada internet untuk mencari informasi produk dan layanan.

Kondisi ini juga dihadapi oleh PT. Marina Batam Sejahtera, yang dalam upayanya memperkuat posisi di pasar,

mengidentifikasi adanya kesenjangan antara kualitas produk yang ditawarkan dengan kemampuan untuk menyampaikannya secara efektif kepada target pasar yang lebih luas. Permasalahan utama yang ditemukan adalah kepemilikan aset digital yang belum optimal, seperti situs web yang kurang informatif serta materi promosi yang tidak konsisten dan kurang menarik. Keterbatasan ini berdampak langsung pada visibilitas online perusahaan yang belum maksimal, sehingga akses informasi bagi calon pelanggan menjadi terbatas dan pengalaman pengguna belum optimal.

Untuk menjawab tantangan tersebut, maka dirancanglah solusi yang berfokus pada dua pilar utama transformasi digital, yaitu pengembangan situs web dan perancangan desain grafis. Solusi pertama adalah merancang dan mengembangkan beberapa situs web, termasuk *company profile* dan *e-commerce* untuk merek Deplafon, serta situs portofolio untuk anak perusahaannya, Demedia. Pengembangan situs web promosi ini direncanakan menggunakan kerangka kerja WordPress yang fleksibel dalam pengelolaan konten. Untuk memastikan desain visual yang menarik dan responsif tanpa harus menulis kode yang kompleks, digunakan *page builder* Elementor yang memungkinkan pembuatan elemen halaman secara *drag-and-drop*.

Solusi kedua adalah memproduksi berbagai materi desain grafis untuk mendukung berbagai kebutuhan promosi. Lingkup pekerjaan ini mencakup perancangan lebih dari 20 *flyer* Instagram setiap bulan, katalog produk, hingga kartu nama. Oleh karena itu, magang sebagai *Low Code Website Developer* dan *Graphic Designer* menjadi sebuah langkah strategis untuk mengatasi permasalahan yang ada secara komprehensif, selaras dengan visi

perusahaan untuk menjadi penyedia solusi yang kreatif dan inovatif di bidangnya.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan ini dirancang secara sistematis untuk memastikan seluruh target tercapai secara efektif dan terstruktur. Prosesnya mencakup teknik pengumpulan data yang spesifik, alur perancangan luaran yang jelas, tahapan pelaksanaan yang terbagi dalam periode waktu tertentu, serta rincian jadwal dan anggaran yang terencana.

1. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memahami kebutuhan mitra secara mendalam, digunakan dua teknik pengumpulan data utama, yaitu diskusi dan observasi. Teknik diskusi dilakukan secara intensif melalui rapat bulanan dan komunikasi harian bersama manajer Demedia dan tim pemasaran. Tujuan dari diskusi ini adalah untuk menganalisis dan mengidentifikasi tujuan pembuatan situs web, elemen desain yang dibutuhkan, dan hasil akhir yang diharapkan dari setiap proyek.

Selain itu, teknik observasi juga diterapkan untuk memahami karakteristik serta identitas visual dari setiap merek di bawah naungan PT. Marina Batam Sejahtera. Contohnya, observasi terhadap palet warna biru minimalis untuk Deplafon dan nuansa hangat untuk Modern Dekorindo. Data yang terkumpul dari kedua teknik ini menjadi landasan fundamental dalam merancang struktur, fungsionalitas, dan estetika seluruh luaran agar selaras dengan identitas perusahaan.

2. Proses Perancangan Luaran

Proses perancangan dan pengembangan luaran dijalankan melalui alur kerja terstruktur yang terdiri dari empat tahapan utama untuk memastikan kualitas hasil akhir:

a. Analisis Kebutuhan

Tahap awal dimulai dengan mengidentifikasi tujuan proyek

melalui diskusi mendalam dengan manajer dan tim terkait. Analisis ini juga mencakup observasi terhadap karakteristik unik setiap merek untuk memastikan keselarasan desain dengan identitas perusahaan.

b. Perancangan (Desain)

Setelah kebutuhan dipahami, proses dilanjutkan dengan pembuatan kerangka dan konsep visual. Untuk situs web, tahapan ini mencakup perancangan struktur halaman dan pembuatan *wireframe* sebagai panduan pengembangan. Sementara untuk materi promosi, dibuat draf desain untuk *flyer*, katalog, dan kartu nama.

c. Pengembangan (Implementasi)

Pada tahap ini, rancangan yang telah disetujui diwujudkan menjadi produk jadi. Situs web dikembangkan menggunakan perangkat lunak seperti WordPress, Elementor, dan Framer, sedangkan materi desain grafis diselesaikan dengan aplikasi Canva, Adobe Photoshop, dan Illustrator.

d. Pengujian dan Revisi

Setiap proyek yang selesai akan melalui tahap pengujian teknis dan fungsional. Proses revisi kemudian dilakukan berdasarkan umpan balik yang diterima dari manajer untuk memastikan hasil akhir sesuai dengan ekspektasi perusahaan sebelum diimplementasikan sepenuhnya.

3. Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan magang ini dibagi ke dalam empat tahapan utama yang berlangsung dari Oktober 2024 hingga Februari 2025:

a. Tahap Persiapan (Oktober 2024)

Kegiatan diawali dengan pengenalan mendalam terhadap visi dan misi perusahaan, khususnya Demedia. Selanjutnya, dilakukan pembekalan materi terkait perangkat lunak yang akan digunakan, serta analisis kebutuhan

awal melalui diskusi dan observasi identitas merek.

b. Tahap Pelaksanaan (Oktober 2024 – Februari 2025)

Tahap ini merupakan inti kegiatan magang, di mana seluruh proyek dikerjakan secara aktif. Lingkup pekerjaan utama meliputi pengembangan situs *company profile* dan *e-commerce* Deplafon, situs portofolio Demedia, serta perancangan lebih dari 20 *flyer* Instagram per bulan, katalog, dan materi promosi lainnya. Seluruh proses kerja dilakukan secara kolaboratif dengan tim internal lainnya.

c. Tahap Penilaian (Berkelanjutan)

Penilaian dilakukan secara berkelanjutan selama periode magang. Setiap luaran yang selesai akan diuji secara teknis dan fungsional, diikuti dengan proses revisi berdasarkan umpan balik untuk memastikan hasil yang optimal dan sesuai standar perusahaan.

d. Tahap Pelaporan (Februari 2025)

Pada akhir periode magang, seluruh proses, metodologi, dan hasil kegiatan didokumentasikan secara sistematis. Dokumentasi ini kemudian disusun menjadi sebuah laporan akhir kegiatan magang serta artikel ilmiah yang akan dipublikasikan dalam jurnal.

4. Jadwal Pelaksanaan dan Anggaran

Untuk memastikan seluruh kegiatan berjalan secara terstruktur dan efektif, telah disusun rincian jadwal pelaksanaan dan alokasi anggaran biaya yang masing-masing disajikan pada Tabel 3.1 dan Tabel 3.2.

Kegiatan	Oktober				November			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengurusan Surat MOU, MOA,								

		Designer (Adobe dan Canva)	
4	Belanja barang non operasional	Biaya Pengembangan Website	1
5	Belanja barang non operasional	Biaya Koneksi Internet	1

Unit	Satuan	Jumlah
Paket	Rp1.000.000	Rp1.000.000
Paket	Rp2.000.000	Rp2.000.000
Paket	Rp1.000.000	Rp1.000.000
Paket	Rp800.000	Rp800.000
Paket	Rp200.000	Rp200.000
Totak Anggaran		Rp5.000.000

[illegible]

No.	Rancangan Aktivitas	Jenis Anggaran	Volume
1	Belanja perjalanan	Biaya Transportasi	1
2	Belanja barang non operasional	Hosting dan Domain	1
3	Belanja barang non operasional	Biaya Software Graphic	1

Pelaksanaan kegiatan magang ini berhasil menghasilkan serangkaian luaran digital yang fungsional dan profesional, sesuai dengan analisis kebutuhan yang dilakukan pada tahap awal. Seluruh luaran, baik berupa situs web maupun materi desain grafis, dirancang untuk memberikan solusi nyata terhadap permasalahan yang dihadapi mitra terkait *branding* digital dan efisiensi pemasaran. Proses implementasi mengubah rancangan konseptual menjadi aset digital yang siap digunakan oleh perusahaan.

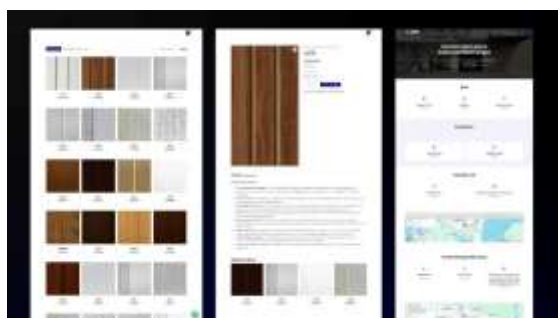
Website Deplafon dikembangkan menggunakan WordPress sebagai kerangka utama karena fleksibilitasnya dalam mengelola konten (Solihin, 2024). Plugin Elementor digunakan untuk membuat desain visual yang menarik dan responsive (Hakim & Prihanto, 2023). Elementor memungkinkan pengguna untuk membuat atau menambahkan elemen pada halaman web hanya dengan klik, seret, dan lepas, tanpa perlu memahami kode pemrograman (Ushud, 2020). Situs ini berhasil

dikembangkan menjadi platform multifungsi yang tidak hanya menampilkan profil perusahaan secara profesional, tetapi juga memfasilitasi penjualan produk melalui sistem pemesanan yang terintegrasi, dengan tampilan antarmuka utama seperti yang terlihat pada Gambar 4.1.



Gambar 2. Tampilan Implementasi Situs Web Deplafon

Fitur-fitur seperti katalog produk yang detail dan sistem keranjang belanja berhasil diimplementasikan untuk memberikan pengalaman pengguna yang baik dan mempermudah proses transaksi bagi pelanggan, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4.2



Gambar 3. Tampilan Katalog dan Detail Produk Situs Web Deplafon

Selanjutnya, implementasi situs web portofolio Demedia dikerjakan menggunakan platform low-code Framer. Pemilihan platform ini bertujuan untuk menciptakan situs yang modern dan interaktif, sesuai dengan citra Demedia sebagai creative digital agency. Situs portofolio ini berhasil diimplementasikan untuk menampilkan layanan serta proyek-proyek kreatif yang pernah ditangani oleh tim. Situs portofolio ini berhasil

diimplementasikan untuk menampilkan layanan serta proyek-proyek kreatif yang pernah ditangani oleh tim, dengan hasil akhir seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4.3.



Gambar 4. Tampilan Implementasi Situs Web Portofolio Demedia

Selain situs yang sudah aktif, luaran berupa wireframe untuk pengembangan situs company profile Demedia di masa mendatang juga telah diselesaikan dan diserahkan sebagai panduan teknis bagi perusahaan, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4.4.



Gambar 5. Hasil Perancangan Wireframe Demedia

Pada bidang desain grafis, implementasi dilakukan dengan memproduksi berbagai aset visual menggunakan perangkat lunak seperti Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, dan Canva. Luaran ini mencakup pembuatan lebih dari 20 flyer Instagram setiap bulannya yang telah digunakan secara aktif oleh tim pemasaran digital untuk berbagai kampanye promosi di media sosial. Setiap desain diimplementasikan sesuai dengan karakteristik masing-masing merek untuk

memperkuat identitas visual perusahaan. Beberapa contoh hasil implementasi desain *flyer* untuk merek Deplafon, Modern Dekorindo, dan MD Gallery secara berurutan disajikan pada Gambar 4.5, Gambar 4.6, dan Gambar 4.7.



Gambar 6. Implementasi Flyer Instagram Deplafon



Gambar 7. Implementasi Flyer Instagram Modern Dekorindo



Gambar 8. Implementasi Flyer Instagram MD Gallery

Selain konten media sosial, implementasi juga mencakup penyelesaian materi pemasaran esensial lainnya seperti katalog produk dan katalog profil perusahaan yang informatif dan menarik. Luaran ini telah dicetak dan digunakan oleh tim pemasaran untuk mendukung aktivitas penjualan dan presentasi kepada klien. Contoh implementasi materi pemasaran ini, yang mencakup katalog produk Modern Dekorindo, katalog profil perusahaan Deplafon, dan brosur Smart Living Indonesia, dapat dilihat pada Gambar 4.8, Gambar 4.9, dan Gambar 4.10.



Gambar 9. Implementasi Katalog Produk Modern Dekorindo



Gambar 10. Implementasi Katalog Profil Perusahaan Deplafon



Gambar 11. Implementasi Brosur Smart Living Indonesia

Seluruh luaran yang dihasilkan diterima dengan sangat baik oleh manajemen PT. Marina Batam Sejahtera, terbukti dari apresiasi atas kualitas kerja yang hanya memerlukan revisi minimal. Setelah implementasi, terjadi peningkatan signifikan pada visibilitas online perusahaan, yang mempermudah calon pelanggan dalam mengakses informasi produk dan layanan. Pemanfaatan aset-aset visual baru ini juga turut membantu

meningkatkan daya tarik produk serta mendukung strategi pemasaran yang lebih modern dan relevan. Secara keseluruhan, implementasi ini berhasil menyediakan aset digital fungsional yang mendukung efisiensi pemasaran mitra secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Kegiatan magang mandiri di PT. Marina Batam Sejahtera, khususnya pada anak perusahaannya Demedia, telah berhasil dilaksanakan untuk mengatasi kebutuhan mitra dalam memperkuat *branding* digital dan efisiensi pemasaran. Melalui metode pelaksanaan yang terstruktur mencakup persiapan, pengembangan, dan evaluasi dengan teknik pengumpulan data via diskusi dan observasi telah dihasilkan serangkaian luaran digital yang fungsional dan profesional. Luaran utama yang dicapai meliputi dua situs web fungsional, yaitu situs *company profile* dan *e-commerce* untuk Deplafon serta situs portofolio untuk Demedia, ditambah berbagai materi desain grafis seperti lebih dari 20 *flyer* Instagram per bulan, katalog produk, dan kartu nama. Implementasi seluruh luaran ini terbukti berhasil meningkatkan visibilitas online perusahaan, mempermudah akses informasi bagi calon pelanggan, serta mendukung strategi pemasaran yang lebih modern dan efektif secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil kegiatan, disajikan beberapa rekomendasi untuk pengembangan platform digital mitra di masa mendatang. Disarankan agar situs web yang telah ada disempurnakan dengan mengintegrasikan fitur *live chat* untuk layanan pelanggan *real-time* serta fitur personalisasi seperti rekomendasi produk. Guna meningkatkan visibilitas organik, direkomendasikan untuk melakukan optimalisasi SEO (*Search Engine Optimization*) secara berkelanjutan dan memanfaatkan *tools* seperti Google Analytics untuk memantau perilaku pengunjung sebagai landasan pengambilan keputusan berbasis data. Terakhir, pada

bidang desain grafis, proyek dapat diperluas untuk mencakup elemen *branding* yang lebih komprehensif, seperti perancangan kemasan produk (*packaging*) atau pembuatan kampanye visual terintegrasi untuk peluncuran produk baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, K., Mubarak, E. S., Zen, A., Wiwin, W., & Malik, A. J. (2023). The Impact of Digital Transformation on Business Models and Competitive Advantage. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(2), 79–93. <https://doi.org/10.61100/tacit.v1i2.55>
- Billi, A., & Bernardo, A. (2025). The Effects of Digital Transformation, IT Innovation, and Sustainability Strategies on Firms' Performances: An Empirical Study. *Sustainability*, 17(3), 823. <https://doi.org/10.3390/su17030823>
- Hakim, A. R., & Prihanto, A. (2023). Analisis Performa Website Profil Sekolah Menggunakan Elementor Page Builder Dan LiteSpeed. *Journal of Informatics and Computer Science (JINACS)*, 5(02), 126–137. <https://doi.org/10.26740/jinacs.v5n02.p126-137>
- Shao, W. (2025). The Role of Digital Transformation in Enhancing Organizational Agility and Competitive Advantages: A Strategic Perspective. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 154(1), 115–120. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/2024.19552>
- Siregar, A. P. A., Qoyyimah, N. D., Surayya, A., Nasution, S. Y. N. F., & Siregar, D. Y. (2023). Pengaruh

Magang Pendidikan Terhadap
Pengembangan Kompetensi
Mahasiswa. *Guruku: Jurnal
Pendidikan Dan Sosial Humaniora*,
2(1), 81–89.
<https://doi.org/10.59061/guruku.v2i1.567>

Solihin, A. I. (2024). Pengembangan
Website Promosi Pada Cv Starmedia
Technology Menggunakan Waterfall.
Jurnal Teknologi Informasi Mura,
16(1), 1–15.
<https://doi.org/10.32767/jti.v16i1.2245>

Ushud, A. A. A. (2020). Perancangan
Website Mommymum. Com
Menggunakan Elementor Page
Builder Untuk Wordpress. *Jurnal
Maklumatika*, 89–99.

Windika, N., Zulfikarijah, F., &
Nurhasanah, S. (2022). Peran
Internship Participant dalam
Meningkatkan Perencanaan dan
Pengembangan Karir Mahasiswa.
*Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan
Ekonomi*, 3(3), 123–133.
<https://doi.org/10.47747/jbme.v3i3.761>