

Pembuatan *Website Company Profile* sebagai Media Promosi di Sierra Adventure Malang

Raditya Abdillah Safril Pramana¹, Fatkhur Rochman²

Program Studi D-IV Manajemen Pemasaran, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang,
Kota Malang, Indonesia^{1,2}

*Email Korespodensi: radityaabdillah19@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 25-07-2025
Disetujui 06-08-2025
Diterbitkan 08-08-2025

ABSTRACT

This study aims to develop a company profile website as a promotional medium using the WordPress CMS for Sierra Adventure Malang. The website is designed not only as an information platform but also as a strategic tool to improve the company's image in the tourism services sector. The research employs the WebQual 4.0 framework through the action research approach, which consists of planning, implementation, observation, and reflection stages. Data collection methods included observation, interviews, and the distribution of questionnaires to 38 respondents. The instrument used to evaluate the website was based on the WebQual 4.0 model, which consists of three dimensions: usability, information quality, and interaction quality. The results of the study indicate that the website received ratings within the "strongly agree" category. The usability dimension achieved an approval rating of 91%, information quality 91%, and interaction quality also 91%. In addition, statistical data from the Jetpack plugin showed an increase in user visits and higher interaction, particularly on the homepage and product pages. In conclusion, the WordPress-based company profile website is considered effective as a promotional medium. Overall, the website is capable of presenting clear and accessible information while also supporting direct interaction with visitors.

Keywords: *Website; Company Profile; Promotional Media; WebQual 4.0*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk *pembuatan website company profile* sebagai media promosi menggunakan CMS WordPress di Sierra Adventure Malang. Website ini dirancang tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat strategis untuk meningkatkan citra perusahaan di bidang jasa pariwisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan WebQual 4.0 melalui tahapan *action research* yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, observasi, dan refleksi. Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada 38 responden. Instrumen yang digunakan dalam evaluasi website adalah WebQual 4.0 yang mencakup tiga dimensi: *usability*, *information quality*, dan *interaction quality*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa website mendapat penilaian dalam kategori sangat setuju. Indikator *Usability* memperoleh tingkat persetujuan sebesar 91%, *Information Quality* sebesar 91%, dan *Interaction Quality* sebesar 91%. Selain itu, data statistik dari plugin Jetpack menunjukkan adanya peningkatan jumlah kunjungan pengguna dan interaksi yang lebih tinggi, khususnya di halaman *home*, dan *product*. Kesimpulannya, *website company profile* berbasis WordPress ini dinilai efektif sebagai media promosi. Secara keseluruhan *website company*

profile yang dibuat mampu menyajikan informasi secara jelas, mudah diakses, dan mendukung interaksi langsung dengan pengunjung.

Katakunci: Website; Company Profile; Media Promosi; WebQual 4.0

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Raditya Abdillah Safril Pramana, & Fatkhur Rochman. (2025). Pembuatan Website Company Profile sebagai Media Promosi di Sierra Adventure Malang. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(5), 2869-2874. <https://doi.org/10.63822/14xp8d40>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di era digital telah mengubah pola komunikasi, akses informasi, hingga strategi pemasaran bisnis. Digitalisasi internet, yang ditandai dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia, telah mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi yang lebih efektif. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024), jumlah pengguna internet Indonesia per Februari 2024 telah mencapai 221,56 juta jiwa atau 79,5% dari total populasi. Peningkatan ini memperkuat urgensi penggunaan teknologi digital dalam mendukung pertumbuhan sektor industri, termasuk pariwisata.

Salah satu media digital yang krusial dalam strategi pemasaran adalah *website*. *Website* tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi, tetapi juga menjadi alat komunikasi yang efektif antara perusahaan dan konsumennya. *Website company profile*, khususnya, berperan dalam membangun citra dan kredibilitas perusahaan di mata publik (Pamungkas, 2018). Dalam konteks pariwisata, kehadiran *website* menjadi sangat penting untuk memperkenalkan layanan, destinasi, serta keunggulan kompetitif suatu penyedia jasa perjalanan.

Penelitian sebelumnya oleh Rahmadani et al. (2022) menunjukkan bahwa pemanfaatan *website* sebagai media digital marketing berdampak positif terhadap peningkatan minat wisatawan dalam memilih layanan wisata. Penelitian ini menekankan pentingnya integrasi fitur interaktif dalam *website*, seperti katalog layanan, galeri destinasi, serta formulir pemesanan daring untuk meningkatkan kenyamanan pengguna dan kredibilitas layanan.

Berbeda dari penelitian tersebut, studi ini fokus pada permasalahan yang dihadapi oleh Sierra Adventure Malang, sebuah penyedia jasa wisata petualangan di Kota Malang yang hingga saat ini belum memiliki *website company profile* sebagai media promosi utama. Perusahaan masih mengandalkan media sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram*, dan *TikTok*, yang memiliki keterbatasan dalam penyampaian informasi secara komprehensif. Berdasarkan data *Google* (2025), Sierra Adventure Malang tertinggal dari kompetitor dalam hal jumlah ulasan pelanggan dan kepemilikan *website*.

Bertolak dari fenomena tersebut, penelitian ini dirancang untuk merancang dan membangun sebuah *website company profile* menggunakan *Content Management System (CMS) WordPress* yang dapat menjadi sarana promosi digital bagi Sierra Adventure Malang. *Website* ini diharapkan dapat memuat informasi lengkap mengenai profil perusahaan, layanan yang ditawarkan, dokumentasi aktivitas, serta terintegrasi dengan platform media sosial.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *action research* yang terdiri dari empat tahapan, yaitu perencanaan, tindakan, observasi, dan refleksi. Metode ini digunakan untuk memungkinkan peneliti secara aktif terlibat dalam proses pembuatan dan evaluasi *website company profile* Sierra Adventure Malang sebagai media promosi digital.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Wawancara

Dilakukan dengan pemilik dan karyawan Sierra Adventure Malang untuk menggali kebutuhan informasi, desain, dan strategi promosi digital yang diinginkan.

2. Observasi

Peneliti mengamati aktivitas promosi yang telah dilakukan sebelumnya dan melakukan pencatatan

terhadap efektivitas media sosial dalam menjangkau audiens.

3. Kuesioner

Disusun berdasarkan model *WebQual* 4.0, yang mencakup tiga indikator utama: *Usability*, *Information Quality*, dan *Interaction Quality*. Kuesioner disebarkan kepada 38 responden, terdiri dari pemilik, karyawan, ahli komputer, ahli pemasaran, dan calon konsumen.

4. Dokumentasi

Merekam seluruh proses pembuatan dan pengembangan *website*, mulai dari desain hingga publikasi.

Tidak ada data yang disimpan dalam basis data terbuka (*open access database*), sehingga tidak diperlukan pencantuman kode akses.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan sebuah *website company profile* untuk Sierra Adventure Malang yang dibangun menggunakan *CMS WordPress* sebagai media promosi digital. *Website* tersebut dievaluasi menggunakan metode *WebQual* 4.0

Hasil pengumpulan data melalui kuesioner terhadap 38 responden menunjukkan tingkat kepuasan terhadap tiga dimensi kualitas website yaitu: *Usability*, *Information Quality*, dan *Interaction Quality*.

Hasil dan Pembahasan 1

Evaluasi terhadap kualitas *website* dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 38 responden. Hasil penilaian menunjukkan bahwa seluruh indikator berada pada kategori “Sangat Setuju” dengan rata-rata skor 91%, yang menunjukkan bahwa *website* memiliki kualitas baik dalam hal kemudahan penggunaan, penyampaian informasi, dan interaktivitas.

Hasil ini konsisten dengan teori *WebQual* 4.0 yang menyatakan bahwa ketiga dimensi tersebut sangat menentukan kualitas sebuah *website* sebagai media promosi digital (Wardhana, 2024). Selain itu, temuan ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya seperti Panandio & Utomo (2024) serta Pratama & Maskur (2022), yang menyimpulkan bahwa *website* berbasis *WordPress* dapat meningkatkan kredibilitas dan penyampaian informasi secara lebih efektif kepada pengguna. Berikut adalah hasil tabulasi nilai rata-rata per indikator:

Tabel 1. Hasil Rata-Rata Nilai Evaluasi *Webqual* 4.0

Indikator	Nilai Rata-Rata	Kategori
<i>Usability</i>	91%	Sangat Setuju
<i>Information Quality</i>	91%	Sangat Setuju
<i>Interaction Quality</i>	91%	Sangat Setuju

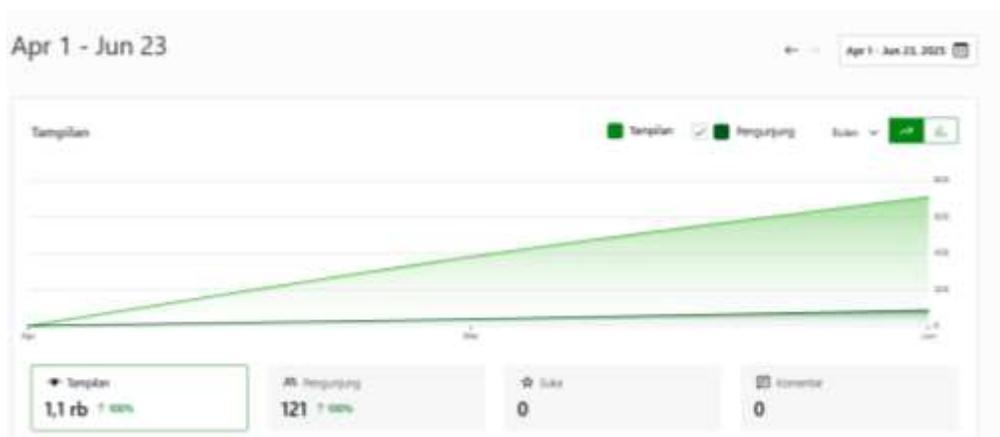
Sumber: Hasil Kuisisioner *Webqual* (2025)

Hasil dan Pembahasan 2

Setelah *website company profile* Sierra Adventure Malang selesai dibuat dan dipublikasikan, dilakukan analisis performa melalui pengukuran berbasis persepsi pengguna, menggunakan data statistik dari *Jetpack WordPress* dan *Google Analytics*.

Berdasarkan pada Gambar 1. Grafik data *Jetpack* selama periode 1 April hingga 23 Juni 2025, *website* memperoleh 1.100 tampilan halaman dengan 121 pengunjung unik, dengan puncak kunjungan terjadi pada 11 Juni 2025 saat promosi diluncurkan secara resmi.

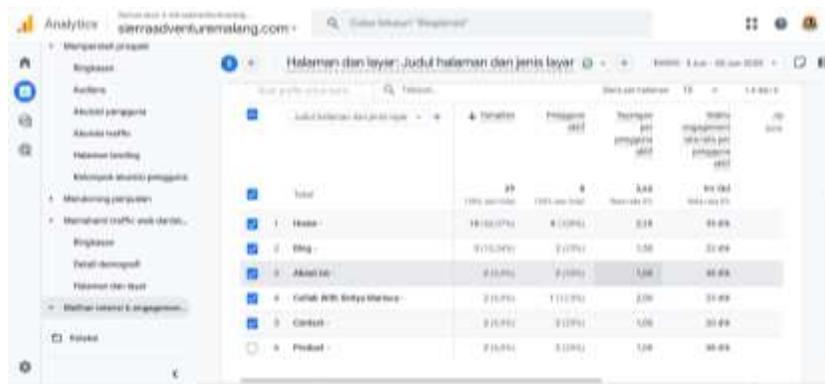
Peningkatan jumlah pengunjung tersebut berkaitan erat dengan hasil kuisioner pada indikator *Interaction Quality* yang mencapai 91%, menandakan bahwa pengguna merasa nyaman berinteraksi menggunakan *website*, baik saat mengakses informasi maupun melakukan navigasi antar halaman.



Gambar 1. Grafik *Jetpack WordPress*

Sumber: *Jetpack WordPress* - <https://sierraadventuremalang.com/> (2025)

Selain data dari *plugin Jetpack WordPress*, penelitian ini juga memanfaatkan data kunjungan dari *Google Analytics* pada periode 3 Juni hingga 30 Juni 2025. Pada Gambar 2. Hasilnya menunjukkan terdapat 29 tampilan halaman dengan 8 pengguna aktif. Halaman yang paling banyak diakses adalah *Home* sebanyak 18 tampilan, diikuti halaman *Blog* sebanyak 3 tampilan, serta halaman *About Us*, *Contact*, *Product*, dan *Collab With Sintya Marisca* masing-masing 2 tampilan.



Gambar 2. Grafik *Google Analytics*

Sumber: *Google Analytics*- <https://sierraadventuremalang.com/> (2025)

Data kunjungan dari *plugin Jetpack WordPress* dan *Google Analytics* juga menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung, khususnya pada masa promosi, dengan halaman *Home* sebagai halaman yang paling sering diakses. Temuan ini membuktikan bahwa *website* yang dibuat telah memenuhi standar kelayakan dan mampu meningkatkan promosi serta membangun citra perusahaan di bidang pariwisata.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *website company profile* yang dikembangkan menggunakan *CMS WordPress* mampu memberikan kontribusi nyata terhadap upaya promosi digital di Sierra Adventure Malang. Hasil evaluasi melalui pendekatan *WebQual 4.0* menunjukkan kualitas *website* berada pada kategori “sangat baik” dalam hal kegunaan, kualitas informasi, dan interaksi pengguna.

Peningkatan jumlah kunjungan yang signifikan, terutama selama periode promosi, mengindikasikan bahwa *website* yang dikembangkan berhasil menjangkau pengguna secara optimal dan menyajikan informasi sesuai kebutuhan. Selain itu, desain yang responsif dan integrasi dengan media sosial turut memperkuat peran *website* dalam membangun citra profesional perusahaan di sektor pariwisata.

Secara keseluruhan, *website* yang dibangun telah memenuhi kriteria sebagai media promosi digital yang informatif, interaktif, dan relevan dengan kebutuhan pengguna. Temuan ini memperkuat pentingnya transformasi digital bagi penyedia layanan wisata lokal dalam menghadapi persaingan industri yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Link. (2024). *Hootsuite We Are Social Data Digital Indonesia 2024*. Diakses pada 21 Januari 2025, dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>.
- APJII. (2024). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Diakses pada 20 Januari 2024, dari <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Google Analytics. (2025). *Statistik performa website Sierra Adventure Malang*. Diakses 20 Juni 2025, dari <https://sierraadventuremalang.com/>.
- Jetpack. (2025). *Statistik performa website Sierra Adventure Malang*. Diakses 20 Juni 2025, dari <https://sierraadventuremalang.com/>.
- Pamungkas, R. (2018). *Teori dan implementasi pemrograman web*. Unipma Press.
- Panandio, G. G., & Utomo, H. (2024). Pembuatan Website Company Profile Menggunakan CMS Wordpress sebagai Media Promosi Travel Tour. *Ok. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(2), 938–944.
- Pratama, L. (2022). Pembuatan Media Promosi Berbasis Website Dengan Aplikasi Cms Wordpress Untuk Menarik Minat Beli Pada PT. Telkom Indonesia Wilayah Blitar. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(1), 127–132.
- Rahman, S. (2019). *Buku pintar web design dan SEO WordPress 5 Plus*. PT. Elex Media Komputindo.
- Wardhana, A. (2024). *Service quality & e-service quality in the digital edge – edisi Indonesia*. Eureka Media Aksara.
- Winarno, E., dkk. (2015). *Membuat aneka macam situs jual beli dengan WordPress*. PT. Elex Media Komputindo.