



---

## Pembuatan Website *Company Profile* untuk UMKM Zero Printing di Blitar

Doni Diaraga Rudita<sup>1</sup>, Becik Gati Anjari<sup>2</sup>, Umi Khabibah<sup>3</sup>  
Diploma 4 jurusan Adminitrasi Niaga Politeknik Negeri Malang<sup>1,2,3</sup>

\*Email Korespondensi: [donidiaraga1922@gmail.com](mailto:donidiaraga1922@gmail.com)

Diterima: 15-04-2026 | Disetujui: 20-04-2026 | Diterbitkan: 22-04-2026

---

### ABSTRACT

*UMKM Zero Printing is a convection business specializing in screen printing services and t-shirt production in Blitar City. Before having a website, this micro, small, and medium enterprises only relied on Instagram social media as its main promotional media as its media; however, it only had limited features and unoptimum, unstructured information. Related to that, this study aimed to design and build a company profile website based on CMS Wordpress as a digital solution to increase the effectiveness of information consistency and strengthen bussiness image. This study used the Action Research method which includes three main dimensions: Usability, Information Quality, and Interaction Quality. The data were collected through observation, interviews, and distributing questionnaires to ten respondents consisting of business owners, marketing expert teams, computer expert teams, and consumers. The result of the study showed that the domain zeroprintingsupply.com website created obtained an average score that was categorized as very good with a Usability percentage of 84,6%, Information Quality 83,3%, and Interaction Quality 90.6%. This website has been proven to help UMKM in conveying information faster and more professionally, increasing online visibility, and expanding market reach digitally. It can be concluded that the use of a company profile website is able to convey business information more neatly, increase credibility, expand the reach of digital promotions, and provide convenience for consumers in accessing services. This study showed that the implementation of digital media the implementation of digital media through a website is a strategic step in supporting the sustainable digital transformation of UMKM*

**Kata kunci:** MSMEs, Website Company Profile, Wordpress, Webqual, Action Research

### ABSTRAK

UMKM Zero Printing merupakan usaha konveksi yang bergerak dibidang jasa sablon dan produksi kaos di Kota Blitar. Sebelum memiliki website, UMKM ini hanya mengandalkan media sosial instagram sebagai media promosi utama. Namun, keterbatasan fitur, penyajian informasi yang tidak terstruktur, dan perubahan algoritma membuat penyampaian informasi menjadi tidak optimal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun website company profile berbasis CMS Wordpress sebagai solusi digital guna memperbaiki efektivitas penyampaian informasi serta memperkuat citra usaha. Penelitian ini menggunakan metode Action research yang dilaksanakan dalam dua siklus, dan evaluasi dilakukan menggunakan metode Webqual yang mencakup tiga dimensi utama: Usability, Information Quality, dan Interaction Quality. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada sepuluh responden yang terdiri dari pemilik usaha, tim ahli pemasaran, tim ahli komputer, dan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa website yang dibuat dengan

domain zeroprintingsupply.com memperoleh skor rata-rata yang masuk kategori sangat baik dengan persentase Usability sebesar 84,6%, Information Quality 83,3 %, dan Interaction Quality 90,6%. Website ini terbukti membantu UMKM dalam menyampaikan informasi secara lebih rapi dan profesional, meningkatkan visibilitas online, serta memperluas jangkauan pasar secara digital. Dari penelitian ini, penggunaan website company profile mampu menyampaikan informasi usaha secara lebih rapi, meningkatkan kredibilitas, memperluas jangkauan promosi digital, serta memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mengakses layanan. Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan media digital melalui website merupakan langkah strategis dalam mendukung tranformasi digital UMKM secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** UMKM, *Website Company Profile*, *Wordpress*, *Webqual*, *Action Research*

#### Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Rudita, D. D., Anjari, B. G., & Khabibah, U. (2026). Pembuatan Website Company Profile untuk UMKM Zero Printing di Blitar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 2(1). <https://doi.org/10.63822/bh4vpz91>

## PENDAHULUAN

Salah satu kekuatan ekonomi yang selama ini menjadi penunjang ekonomi negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah adalah kehadiran pelaku usaha, mikro, dan menengah. Menurut Aryansah *et al.*, (2020). Pada saat ekonomi dunia dan perekonomian Indonesia mengalami resesi, pelaku UMKM tidak terkena dampak negatif resesi ekonomi tersebut, bahkan sebagian besar pelaku UMKM tetap dapat mengembangkan usahanya dalam menunjang perekonomian negara. Pelaku UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah serta peningkatan penerimaan pada sektor pajak negara, selain ditunjang oleh industri skala besar, juga ditunjang secara signifikan oleh kelompok-kelompok industri skala kecil. Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) meningkat dalam lima tahun terakhir. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UMKM) melihat kontribusi sektor UMKM mengalami peningkatan dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen dan sektor UMKM juga telah membantu penyerapan tenaga kerja di dalam negeri. Penyerapan tenaga kerja pada sektor UMKM meningkat dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen dalam periode lima tahun terakhir. Menurut Nur Fadhila, (2020).

UMKM memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian, termasuk di sektor percetakan digital. Namun, persaingan di antara UMKM saat ini semakin ketat, terutama dengan semakin mudahnya akses terhadap teknologi digital. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM), jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 64 juta unit, dengan kontribusi sebesar 60% terhadap PDB nasional. Di sisi lain, laporan Google, Temasek, dan Bain & Company (2023) menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang mampu memanfaatkan platform digital memiliki potensi pertumbuhan yang lebih cepat dibandingkan UMKM yang masih mengandalkan cara-cara tradisional. Banyak UMKM berlomba-lomba memanfaatkan media sosial, *marketplace*, dan platform digital lainnya untuk menjangkau pelanggan. Hal ini menciptakan tantangan baru bagi UMKM untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar. Salah satu faktor kunci dalam memenangkan persaingan adalah kemampuan untuk menyajikan informasi secara terstruktur dan memberikan pengalaman yang mudah serta profesional kepada pelanggan.

Zero Printing adalah salah satu UMKM yang bergerak di bidang percetakan digital, menawarkan jasa pembuatan kaos, kemeja, polo, jaket, totebag, dll. Saat ini, Zero Printing mengandalkan Instagram sebagai media utama untuk mempromosikan produk dan layanan mereka. Meskipun Instagram memiliki potensi besar dalam meningkatkan visibilitas bisnis, platform ini menghadirkan beberapa tantangan, terutama dalam hal pengelolaan data dan penyampaian informasi kepada pelanggan. Masalah utama yang dihadapi oleh Zero Printing adalah ketidakteraturan dalam mengelompokkan data di akun Instagram mereka, sehingga konten yang ditampilkan terlihat kurang terstruktur dan sulit dipahami oleh audiens. Berikut ini merupakan tautan akun Instagram dari Zero Printing (<https://www.instagram.com/zeroprintingsupply?igsh=MWY3aWRra2FkaDAxbg==>). Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM, ditemukan beberapa permasalahan dalam manajemen konten yaitu informasi tentang produk, layanan, harga, dan portofolio tersebar di berbagai postingan, tanpa struktur yang jelas. Hal ini membuat pelanggan kesulitan menemukan informasi yang mereka butuhkan dengan cepat, seperti spesifikasi produk atau daftar harga. Selain itu, Instagram memiliki keterbatasan dalam menampilkan detail layanan secara mendalam, yang menghambat pelanggan untuk memahami nilai yang ditawarkan oleh Zero Printing.



**Gambar 1.** Postingan Instagram UMKM Zero Printing  
Sumber: <https://www.instagram.com/zeroprintingsupply> (2025)

Perubahan algoritma Instagram yang terjadi secara berkala turut memengaruhi jangkauan konten yang diunggah oleh Zero Printing. Akibatnya, informasi penting yang dibagikan tidak selalu berhasil menjangkau target audiens secara maksimal, seperti anak muda, komunitas, penyelenggara acara, dan perusahaan swasta. Menurut laporan Hootsuite (2023), algoritma media sosial seperti Instagram semakin memprioritaskan konten yang relevan dan interaktif, sehingga postingan dari akun bisnis kecil sering kali kalah bersaing dengan konten dari *influencer* atau merek besar. Kondisi ini dapat berdampak pada menurunnya *engagement* dan potensi penjualan. Dalam situasi ini, Zero Printing memerlukan solusi yang lebih terstruktur untuk mendukung strategi pemasaran mereka dan memudahkan pelanggan dalam mengakses informasi.

*Website company profile* merupakan sebuah situs web resmi yang dirancang untuk menyampaikan informasi menyeluruh mengenai perusahaan kepada publik, khususnya calon pelanggan, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya. Situs ini berfungsi sebagai media representasi digital perusahaan, yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui jaringan internet. Berdasarkan referensi sebelumnya penelitian dari Nurfadilah (2024) yang berjudul perancangan *website company profile* pada UMKM orasio multiusaha dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa *website* dapat membantu perusahaan sebagai media penyebaran informasi yang terstruktur dan media komunikasi dengan pelanggan. Dalam era digital saat ini, *website company profile* menjadi salah satu media utama untuk membangun kredibilitas dan kepercayaan konsumen terhadap eksistensi dan profesionalisme suatu perusahaan. Menurut Valentino, (2020).

Secara umum, konten yang disajikan dalam *website company profile* mencakup informasi mengenai sejarah perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi, produk atau layanan yang ditawarkan, daftar klien, testimoni pelanggan, hingga informasi kontak yang dapat digunakan untuk keperluan komunikasi bisnis. *Website* ini juga sering dilengkapi dengan halaman portofolio yang menampilkan proyek-proyek atau pekerjaan yang pernah diselesaikan, sebagai bukti keahlian dan pengalaman perusahaan di bidang tertentu. Menurut Mukminin & Nurcahyawati (2023).

Desain dan fungsionalitas dari sebuah *website company profile* sangat berpengaruh terhadap persepsi pengguna. Oleh karena itu, aspek desain responsif, kemudahan navigasi, penyampaian informasi yang akurat dan terkini, serta interaktivitas menjadi komponen penting yang perlu diperhatikan dalam pengembangannya menurut Purwandani & Syamsiah (2021). Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dan pengalaman pengguna, banyak perusahaan menggunakan sistem manajemen konten (*Content Management System/CMS*) seperti *Wordpress* yang memungkinkan pembaruan konten secara fleksibel dan efisien tanpa memerlukan keahlian pemrograman tingkat lanjut menurut penelitian Strekalova & Bouakkaz (2022).

Dari penelitian terdahulu menyebutkan adanya efektivitas dari pembuatan *website* terhadap UMKM NFHandmade. Berdasarkan referensi sebelumnya penelitian dari Daffah, M. I., (2021) yang berjudul “Perancangan *website* menggunakan aplikasi *CMS Wordpress* untuk meningkatkan kualitas layanan *website* pada ukmnfhandmade gift box malang” dimana dari hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa melalui rancangan *website* UMKM Nfandmade dapat meningkatkan kualitas layanan meliputi penggunaan (*Usability*), Kualitas Informasi (*Information Quality*), dan Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*). Dari penelitian kedua berdasarkan referensi sebelumnya dari Amirul Mukminin (2020) yang berjudul perancangan *company profile* berbasis *website* (studi kasus lengtera consultant in law) dengan dibuatkan perancangan *company profile* berbasis *website* dapat memudahkan perusahaan dalam menyampaikan informasi terkait produk.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan *website company profile* bagi Zero Printing guna mengatasi permasalahan pengelompokan data di Instagram serta meningkatkan efektivitas pemasaran dan pelayanan kepada pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan bisnis UMKM di sektor percetakan digital, khususnya dalam Pembuatan *Website Company Profile* UMKM Zero Printing Di Blitar.

## METODE PENELITIAN

### Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah pembuatan *website company profile* menggunakan *CMS Wordpress* pada UMKM Zero Printing yang menawarkan produk kaos, kemeja, polo, jaket, totebag, dll. Dengan perkembangan teknologi digital, *website company profile* yang menarik dan mudah digunakan menjadi salah satu elemen penting dalam membangun citra merek yang kuat di mata pelanggan dan membangun kesan profesional terhadap UMKM.

## Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian tindakan (*action research*).

Ada 4 tahapan – tahapan dalam melaksanakan penelitian metode penelitian tindakan (*action research*) yang sebagai berikut :

### 1. Perencanaan (*Planning*)

Pada tahapan ini peneliti mempersiapkan segala hal yang berhubungan dengan keputusan tentang hal-hal yang akan yang akan dikerjakan di masa yang akan datang dalam rangka pencapaian dari tujuan yang telah ditentukan melalui penggunaan sarana yang tersedia.

### 2. Pelaksanaan Tindakan (*Action*)

Dalam proses pembuatan *website*, terlebih dahulu membeli layanan hosting untuk menyimpan data *website* dan domain sebagai alamat unik yang digunakan untuk mengakses *website* dengan nama domain *zeroprintingsupply.com* selanjutnya membuat *website company profile* pada UMKM Zero Printing menggunakan *CMS Wordpress*, kemudian melakukan proses instalasi *plugin* untuk mengatur editing pada setiap halaman *website*. Semua langkah ini dilakukan untuk memastikan *website* memiliki tampilan menarik, navigasi yang memudahkan calon konsumen untuk mengakses *website*, dan fungsi yang optimal sebelum diluncurkan secara publik.

### 3. Observasi (*Observating*)

Dalam tahapan pengamatan penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner untuk mengukur efektivitas sebuah desain dalam *website* menggunakan metode *Webqual*. Kuesioner dibagikan kepada 1 *Owner* UMKM Zero Printing, 2 Tim ahli Pemasaran, 2 Tim ahli Komputer dan 5 *customer*.

### 4. Tahap Refleksi (*Reflection*)

Pada tahap refleksi merupakan tahapan dalam memproses pengolahan data, hal ini dilakukan untuk melakukan pengkajian kembali terkait *website* yang telah dibuat dari hasil kuesioner yang didapatkan dan dilakukan pengolahan data pada siklus pertama. Apabila hasil dari kuesioner masih mendapatkan hasil yang kurang, maka akan dilakukan tahapan siklus kedua dan berlanjut pada siklus selanjutnya sampai dengan hasil yang layak digunakan untuk *website* UMKM Zero Printing.

## Unit Analisis

Berikut responden penelitian, yaitu :

1. *Owner* UMKM Zero Printing, dengan tujuan mengetahui apakah desain *website* sudah sesuai dengan keinginan pemilik dan juga memberikan saran atau masukan tentang *website* yang sudah dibuat.
2. Tim Ahli Pemasaran, dengan tujuan agar efektivitas dan kelayakan *website* sudah masuk dengan kriteria *website company profile*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 2 orang.
3. Tim Ahli Komputer, dengan tujuan untuk menilai dan juga membantu dalam proses ketika terjadi eror pada *website*. Jumlah untuk tim ahli komputer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 2 orang dengan kriteria memiliki portofolio di bidang *development* aplikasi.
4. *Customer* dengan tujuan untuk merasakan manfaat, kemudahan, atau kendala dari *website* tersebut dan sebagai pemberi *feedback* terhadap *website*. Jumlah untuk *Customer* yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 5 orang

## Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan jenis data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dengan melakukan wawancara secara langsung untuk mendapatkan data inti dalam perusahaan dan mengetahui informasi apa saja yang ingin dimasukkan dalam *website*, selain itu animasi, font, warna juga kita konsultasikan ke pihak manager *marketing* untuk digunakan sebagai pengembangan *user interface website*.

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari internet, e-book, buku referensi, jurnal, dan laporan penelitian terdahulu. Data sekunder ini digunakan untuk mencari informasi mengenai kajian teoritis, hasil penelitian terdahulu, dan beberapa data lain yang dapat mendukung penelitian.

## Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini menggunakan beberapa metode penelitian, yang akan dilakukan dalam mengumpulkan data sebagai berikut:

### 1. Observasi

Dalam penelitian ini, peneliti mengamati objek penelitian yaitu dari UMKM Zero Printing terutama pada usaha yang dijalankan sehingga memunculkan gambaran dan ide perencanaan untuk mengembangkan desain tampilan *website* untuk UMKM Zero Printing.

### 2. Wawancara

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada *owner* umkm zero printing dan tim *marketing* UMKM Zero Printing, peneliti melakukan sesi tanya jawab secara langsung di Tempat lokasi UMKM Zero Printing dengan menanyakan *website* yang ingin dibuat, dirancang dan isi informasi yang sesuai dengan permintaan *owner*.

### 3. Kuesioner

Pada penelitian ini dibuat berdasarkan dengan teori pengukuran model *Webqual* yang mencakup aspek, kegunaan (*Usability*), kualitas informasi (*information quality*). Kuesioner diajukan beberapa pertanyaan tertulis yang diberikan kepada 10 responden yang terdiri dari 1 *Owner* Zero Printing, 2 ahli pemasaran, dan 2 tim ahli komputer, dan 5 *Customer*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Media

*Website company profile* UMKM Zero Printing merupakan saran media digital yang digunakan untuk memperkenalkan profil usaha, layanan, serta keunggulan bisnis kepada konsumen secara luas secara online. Media ini dibangun dengan menggunakan platform *Wordpress* yang memungkinkan pengelolaan konten yang fleksibel dan efisien tanpa memerlukan keahlian teknis tinggi.

Tampilan *website* Zero Printing dirancang dengan mengedepankan struktur tampilan *website*, kemudahan navigasi, visual yang menarik, dan informasi yang relevan.

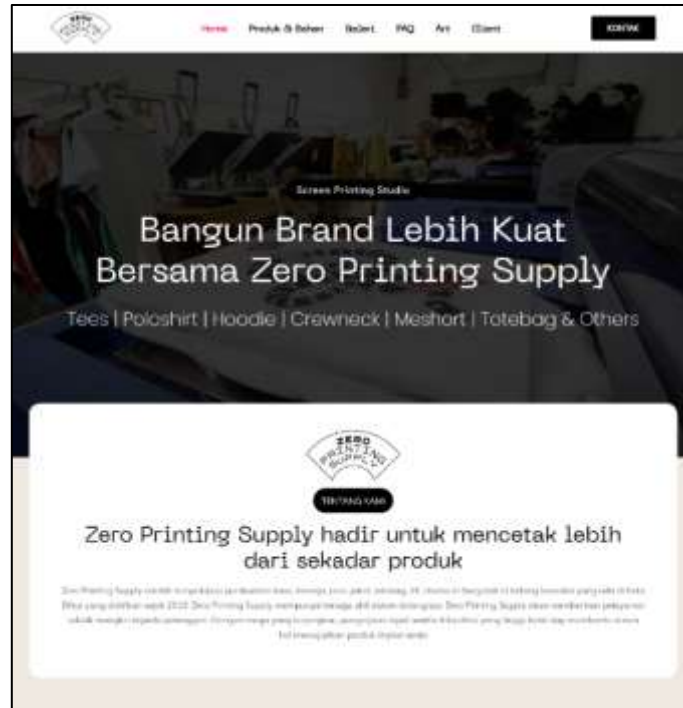
Halaman-halaman utama yang tersedia dalam *website* ini meliputi:

#### 1. Home

Halaman ini merupakan tampilan awal yang dilihat pengunjung saat pertama kali membuka *website*.

Pada halaman *Home* ditampilkan ringkasan umum mengenai Zero Printing, seperti sejarah singkat,

berdirinya usaha, keunggulan utama Zero Printing, jenis layanan atau produk yang ditawarkan, selain itu halaman ini juga dilengkapi dengan tombol *call-to-action* yang terhubung langsung ke WhatsApp atau halaman pemesanan, Tampilan yang ringkas namun menarik ini dimaksudkan untuk menarik perhatian pengunjung sejak awal dan memberikan gambaran lengkap dalam waktu singkat.

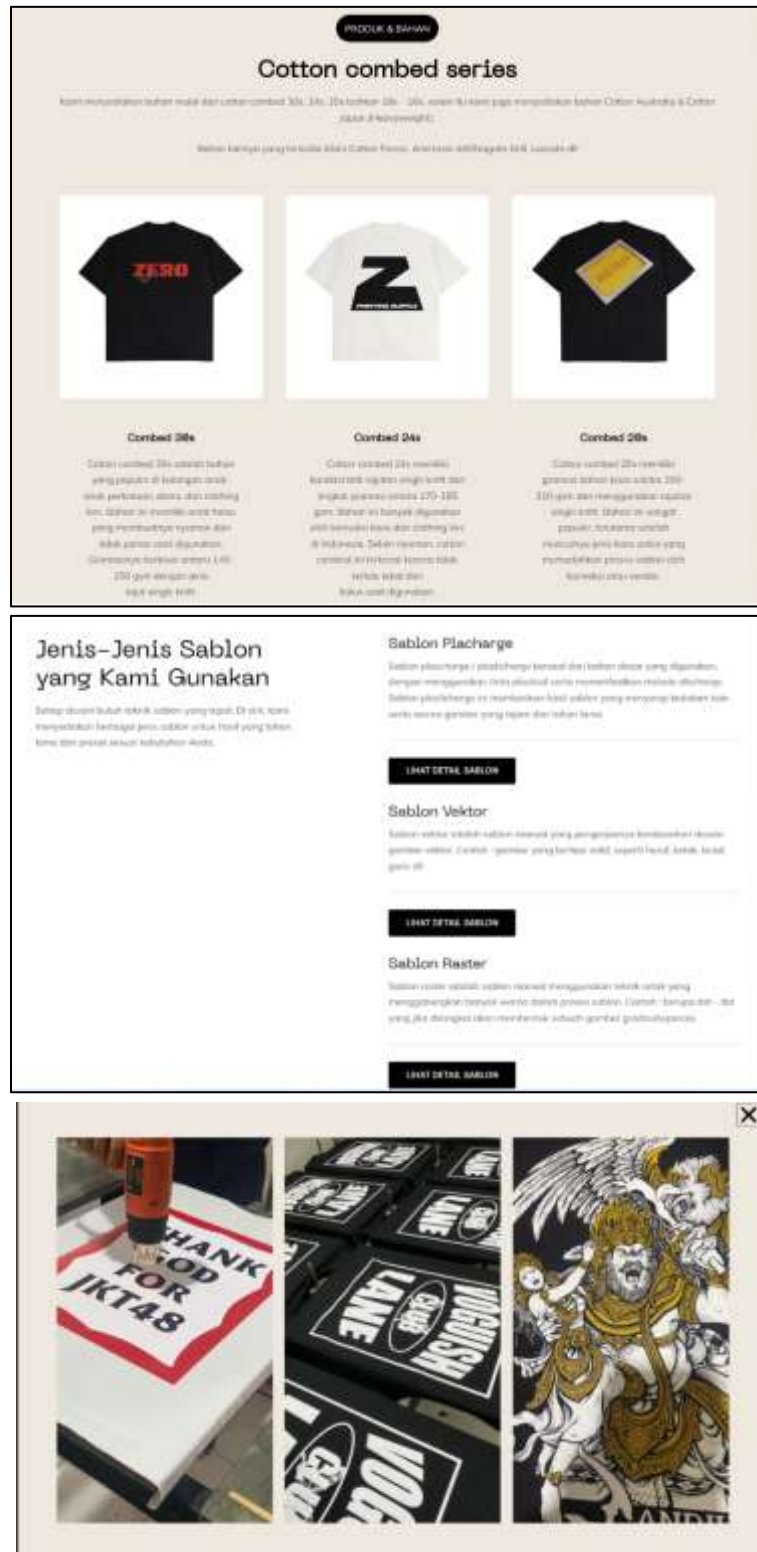


**Gambar 2.** Halaman *Home*

Sumber: [www.zeroprintingsupply.com](http://www.zeroprintingsupply.com) (2025)

## 2. Produk & Bahan

Pada halaman produk, pengunjung dapat melihat daftar lengkap layanan yang ditawarkan oleh Zero Printing mencakup bahan sablon, jenis sablon. Masing-masing dilengkapi dengan penjelasan bahan sablon yang digunakan.



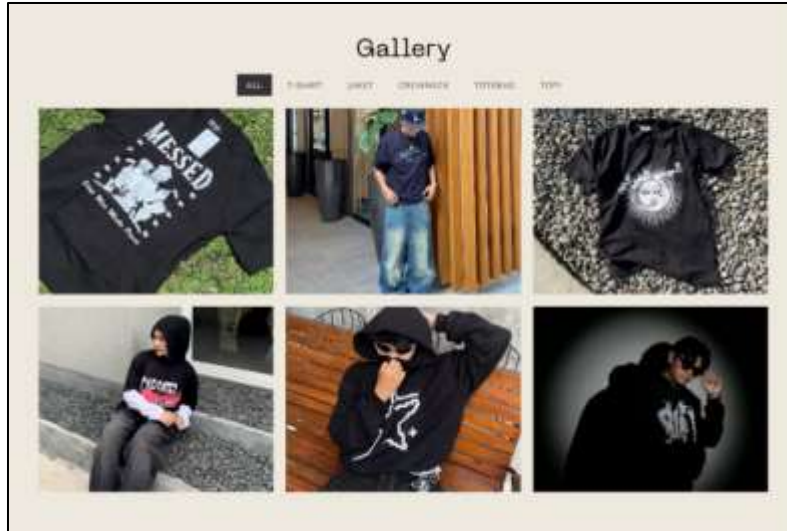
Gambar 3 Halaman Produk & Bahan  
 Sumber: www.zeroprintingsupply.com (2025)

Pembuatan Website Company Profile untuk UMKM Zero Printing di Blitar

(Rudita, et al.)

### 3. Galeri

Halaman galeri menampilkan dokumentasi visual berupa foto-foto hasil sablon dan proyek yang pernah dikerjakan oleh Zero Printing. Tujuan halaman ini adalah untuk membangun kepercayaan melalui portofolio nyata yang bisa jadi pertimbangan calon pelanggan sebelum memutuskan untuk memesan.



Gambar 4. Halaman Galeri

Sumber: [www.zeroprintingsupply.com](http://www.zeroprintingsupply.com) (2025)

### 4. Menu FAQ (*frequently Asked Questions*)

Menu ini berisi kumpulan pertanyaan yang sering diajukan oleh calon pelanggan. Kehadiran FAQ bertujuan untuk mengurangi pertanyaan berulang dan mempercepat proses layanan.

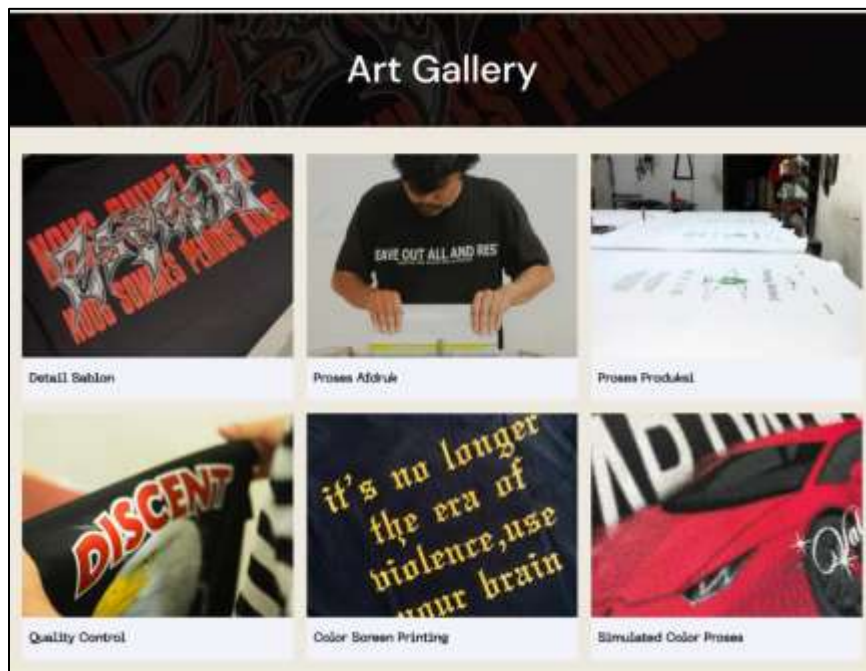


Gambar 5. Halaman FAQ

Sumber: [www.zeroprintingsupply.com](http://www.zeroprintingsupply.com) (2025)

### 5. Halaman Art

Halaman *art* berisi koleksi desain, dokumentasi sablon, template visual dan jenis sablon yang ditawarkan yang bisa dijadikan bahan referensi pelanggan dalam memilih gaya sablon.

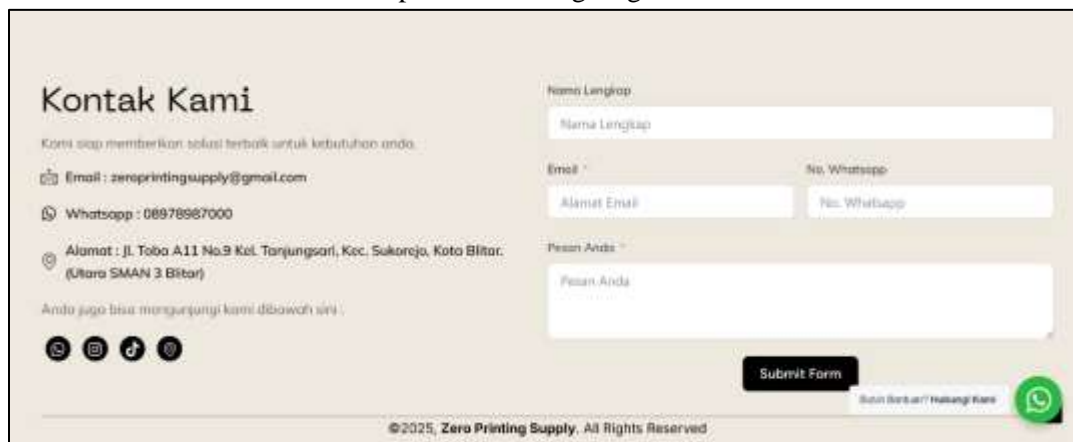


Gambar 6. Halaman Art

Sumber: www.zeroprintingsupply.com (2025)

6. Menu kontak

Menyediakan informasi alamat, nomor telepon, email serta formulir yang dapat diisi oleh pengunjung untuk melakukan konsultasi atau pemesanan langsung.



Gambar 7 Halaman kontak

Sumber: www.zeroprintingsupply.com (2025)

7. Menu Klien

Halaman Klien berfungsi sebagai etalase kepercayaan dan bukti profesionalitas UMKM Zero Printing dalam menangani berbagai proyek dari beragam pelanggan. Di halaman ini, ditampilkan daftar nama, logo, atau dokumentasi hasil kerja sama Zero Printing dengan individu, komunitas, organisasi, maupun perusahaan.



**Gambar 2.** Halaman klien

Sumber: [www.zeroprintingsupply.com](http://www.zeroprintingsupply.com) (2025)

## Pembahasan

Pembuatan *website company profile* untuk UMKM Zero Printing menggunakan *CMS Wordpress* merupakan bentuk solusi permasalahan yang ada pada UMKM Zero Printing. Hasil dari observasi awal menunjukkan bahwa UMKM Zero Printing mempunyai permasalahan terhadap penyampain informasi, ketidakteraturan dalam mengelompokan data dan informasi tidak terstruktur dengan rapi. Selain itu perubahan algoritma Instagram yang tidak teratur menyebabkan informasi yang disampaikan Zero Printing tidak tampil secara konsisten.

Dengan adanya *website* ini, UMKM Zero Printing memiliki media digital resmi yang mampu menyampaikan informasi secara lebih terstruktur, lengkap dan profesional. *Website* ini memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mengakses profil usaha, melihat produk dan layanan yang ditawarkan, serta melakukan konsultasi dan pemesanan secara langsung melalui fitur-fitur seperti tombol WhatsApp, formulir kontak, dan navigasi yang jelas. Selain itu, penggunaan *CMS Wordpress* memungkinkan pengelolaan konten yang fleksibel dan efisien, sehingga pemilik UMKM dapat dengan mudah memperbarui informasi tanpa harus memiliki kemampuan teknis yang tinggi.

*Website* juga dirancang dengan memperhatikan tiga dimensi *Webqual*, yaitu *usability*, *information quality*, dan *interaction quality*, yang menjadi tolak ukur kualitas layanan digital. Berdasarkan data kuesioner siklus dua yang telah dikumpulkan dari 10 responden yang terdiri dari 1 pemilik usaha, 2 ahli komputer, 2 ahli pemasaran, dan 5 *customer* diperoleh skor 84,6% untuk dimensi *usability* yang menunjukkan kualitas *website* dalam kategori sangat baik. Dimensi *Information Quality* mendapatkan skor 83,3% yang menunjukkan bahwa isi informasi dianggap relevan, akurat, dan berguna bagi pengguna dan dimensi *Interaction Quality* diperoleh skor 90,6% yang menunjukkan *website* memberikan kenyamanan interaksi bagi pengguna. Hal ini menegaskan bahwa *website* tidak hanya sekedar menyampaikan informasi tetapi juga membangun pengalaman pengguna yang positif.

Dengan demikian, pembahasan ini memperkuat temuan bahwa media digital, khususnya *website*. Berperan strategis dalam mendukung kegiatan tranformasi digital UMKM, meningkatkan efektivitas penyampaian informasi serta membangun citra profesional yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Keberadaan *website* mampu mengatasi keterbatasan yang ada pada media sosial, seperti algoritma yang tidak menentu dan keterbatasan ruang informasi. Dengan pengelolaan konten yang lebih fleksibel dan terstruktur, *website* menjadi sarana komunikasi yang lebih stabil dan berkelanjutan bagi UMKM seperti Zero Printing.

## Implikasi Penelitian

### *Implikasi Teoritis*

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat keterkaitan antara hasil penelitian dengan teori-teori yang telah dijelaskan dalam BAB II. Pembuatan *website company profile* untuk UMKM Zero Printing menggunakan *CMS Wordpress* memberikan kemudahan dalam pengelolaan konten dan struktur tampilan tanpa memerlukan keahlian teknis dalam pemrograman. *CMS Wordpress* memungkinkan pengguna untuk mengatur, memperbarui, dan mengedit isi *website* secara fleksibel. Selain itu, pembuatan *website* ini juga mengadopsi indikator dari metode *Webqual*, yang meliputi dimensi *usability*, *information quality*, dan *interaction quality*. Dengan penerapan dimensi-dimensi tersebut, maka pembuatan *website company profile* UMKM Zero Printing menjadi lebih terarah dan efektif sebagai *website company profile*. *Website* ini juga menjadi sarana untuk menyajikan berbagai produk dan layanan sablon secara menyeluruh kepada konsumen. Dengan daya jangkauan yang luas dan tampilan profesional, media digital ini menjadi solusi strategis dalam memperluas pasar dan membentuk citra usaha yang kredibel di mata pelanggan.

### *Implikasi Praktis*

Pembuatan *website company profile* untuk UMKM Zero Printing memberikan sejumlah implikasi praktis yang signifikan dalam mendukung aktivitas promosi serta penyampaian informasi usaha secara digital. *Website* ini dapat digunakan sebagai alat promosi digital yang efektif karena memiliki jangkauan luas dan tidak bergantung pada algoritma media sosial seperti Instagram. Dengan hadirnya *website*, UMKM memiliki media permanen yang dapat diakses kapan saja oleh konsumen, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih konsisten dan mudah dijangkau.

*Website* ini juga membantu UMKM Zero Printing dalam menyampaikan informasi secara lebih rapi dan terstruktur. Sebelumnya, informasi usaha tersebar tidak merata dan kurang terorganisir. Melalui struktur halaman yang sistematis seperti menu *Home*, *Produk*, *Galeri*, *FAQ*, *Art*, *Klien*, dan *Kontak* seluruh informasi penting dapat disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami oleh pengunjung.

Konsumen juga menjadi lebih mudah dalam mengenal produk, layanan, hingga prosedur pemesanan yang ditawarkan. Hal ini memungkinkan calon pelanggan untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh tanpa harus berkomunikasi langsung dengan pengelola UMKM. Keberadaan fitur seperti dokumentasi visual pada galeri, serta halaman *FAQ* yang menjawab pertanyaan umum, turut meningkatkan kenyamanan pengguna dalam menelusuri informasi.

Selain itu, penggunaan *website* turut meningkatkan kepercayaan calon pelanggan terhadap UMKM Zero Printing. Desain *website* yang responsif, pemilihan *color palette* yang sesuai dengan identitas brand, serta tampilan yang profesional memberikan kesan kredibel dan serius dalam menjalankan usaha. *Website* menjadi representasi digital dari kualitas layanan UMKM dan berperan penting dalam membangun citra positif di mata konsumen.

Dengan demikian, implementasi *website company profile* tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai strategi komunikasi digital yang memperkuat kehadiran UMKM Zero Printing di ranah online.

### *Implikasi Penelitian Yang Akan Datang*

Penelitian mengenai pembuatan *website company profile* untuk UMKM Zero Printing memberikan dasar yang kuat bagi penelitian-penelitian selanjutnya dalam bidang digitalisasi UMKM. Beberapa implikasi yang dapat dijadikan acuan dalam pengembangan studi mendatang antara lain:

1. Pengembangan fitur lanjutan yaitu penelitian selanjutnya dapat memperluas lingkup pengembangan *website*, tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga mencakup fitur transaksional sistem pemesanan online, katalog interaktif, pembayaran digital. Fitur-fitur ini akan membuat *website* lebih interaktif dan memfasilitasi kebutuhan pelanggan secara langsung
2. Pendekatan responden yang lebih luas Studi lanjutan dapat melibatkan responden yang lebih beragam, seperti pelanggan dari luar kota, pelanggan korporat, atau pengguna dari berbagai latar belakang usia dan teknologi. Hal ini akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif terhadap efektivitas *website* dalam berbagai segmen pasar.
3. Integrasi media digital secara omnichannel penelitian mendatang juga dapat mengeksplorasi integrasi antara *website* dengan platform lain seperti Instagram, TikTok, dan *marketplace*. Pendekatan *omnichannel*, yaitu strategi pemasaran yang menggabungkan berbagai saluran digital dan fisik secara terintegrasi untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang konsisten, akan membantu UMKM menjangkau konsumen lebih luas dan mengoptimalkan efektivitas promosi secara terpadu.

Dengan mempertimbangkan poin-poin tersebut, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pijakan awal bagi pengembangan strategi digital UMKM secara berkelanjutan dan adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi.

### **KESIMPULAN**

UMKM Zero Printing merupakan usaha mikro kecil yang bergerak di bidang jasa sablon dan konveksi di Kota Blitar. Sebelum memiliki media promosi digital yang terstruktur, UMKM ini hanya mengandalkan media sosial Instagram untuk menyampaikan informasi. Namun, keterbatasan fitur dan perubahan algoritma Instagram membuat konten promosi tidak konsisten tampil di hadapan pengguna, serta informasi layanan sering kali tidak tersampaikan dengan baik. Selain itu, belum adanya media resmi seperti *website* menyebabkan penyajian informasi usaha kurang rapi, tidak terkelompok dengan baik, dan sulit dijangkau oleh calon pelanggan baru secara menyeluruh.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dilakukanlah penelitian tindakan berupa perancangan dan pembuatan *website company profile* berbasis *CMS Wordpress* yang bertujuan untuk menjadi sarana informasi dan promosi digital bagi UMKM Zero Printing. Penelitian ini dilakukan dalam dua siklus dengan pendekatan metode *Webqual* untuk mengukur tingkat kelayakan *website* dari tiga dimensi, yaitu *usability* (kemudahan penggunaan), *information quality* (kualitas informasi), dan *interaction quality* (kualitas interaksi layanan).

Dari hasil observasi dan penyebaran kuesioner yang dilakukan pada setiap siklus, didapatkan bahwa kualitas *website* mengalami peningkatan. Pada siklus pertama, meskipun nilai rata-rata dari tiap dimensi sudah masuk kategori “baik” hingga “sangat baik”, masih terdapat kekurangan pada struktur tampilan *mobile*, pemilihan warna, dan kelengkapan konten. Setelah dilakukan revisi di siklus kedua, memperoleh nilai dengan skor akhir *usability* sebesar 84,6%, *information quality* 83,3%, dan *interaction*

quality 90,6%. Semua dimensi tersebut masuk dalam kategori “sangat baik”, yang menunjukkan bahwa *website* layak digunakan sebagai media resmi penyampai informasi dan promosi usaha Zero Printing.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pembuatan *website company profile* berbasis CMS *Wordpress* berhasil menjadi solusi digital yang efektif bagi UMKM Zero Printing. *Website* ini membantu menyajikan informasi secara terstruktur, meningkatkan profesionalitas, memperluas jangkauan pasar, serta memperbaiki kualitas interaksi dengan konsumen. Penelitian ini sekaligus menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM melalui media *website* dapat memberikan dampak positif bagi pertumbuhan usaha, terutama dalam hal promosi, layanan, dan citra bisnis di era digital saat ini

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyampaikan beberapa saran kepada pihak UMKM agar hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan secara optimal dan memberikan dampak yang lebih besar di masa mendatang.

1. Mengoptimalkan penggunaan *website company profile* sebagai media promosi digital agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen serta memperkuat citra usaha secara profesional di ranah online
2. Melakukan pembaruan konten dan portofolio secara rutin pada *website company profile* agar informasi yang ditampilkan selalu akurat dan terkini, sehingga pengunjung mendapatkan data yang relevan sesuai perkembangan usaha.
3. Menerapkan strategi *SEO (Search Engine Optimization)* pada *website company profile* agar situs lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan melalui pencarian di mesin pencari seperti Google.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnas, D. A., & Chandrinova, J. (2021, September). Perancangan dan Pengembangan Company Profile Berbasis Web Pada Toko Byzen. In *Conference on Business, Social Sciences and Technology*. 1(1), 484-489.
- Alviano et al.,(2023). Perancangan Aplikasi Penjualan Berbasis Web Pada Perusahaan Dagang Dendis Production Menggunakan Php Dan Mysql. *Jurnal Informatika Dan Komputer (Jik)*, 14(1), 37–44.
- Bakrie, R. R., Atikah Suri, S., Nabila, Sahara, A., H Pratama, V., & Firmansyah. (2024). Pengaruh Kreativitas UMKM Serta Kontribusinya Di Era Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 82–88. <https://doi.org/10.55049/jeb.v16i2.308>
- Bachtiar, M. Y., & Maskur, M. (2024). Making *Website*-Based Advertising Media Using *Wordpress Cms* for Msme Ekmira Almond Crispy Malang. *International Journal on Advanced Technology Engineering and Information System (Ijateis)*, 3(4), 444–449. <https://doi.org/10.55047/ijateis.v3i4.1289>
- Daffah, M. I., & Wardani, T. I. (2021). Perancangan Desain *Website* Menggunakan Aplikasi CMS *Wordpress* sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Kualitas Layanan *Website* pada UKM NFHandmade Gift Box Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1), 58–59
- Fadillah, P. N. N., & Gaffar, M. R. (2023). Perancangan Dan Pembuatan Company Profile Berbasis *Website* Menggunakan Cms *Wordpress* Pada Kafe Kajja Korean Street Food Di Garut. *Applied Business and Administration Journal*, 2(1), 91–99. <https://doi.org/10.62201/abaj.v2i1.43>

- Fauziyyah, D. (2023). Pembuatan Website Company Profile pada Konoba Coffee Menggunakan CMS Wordpress. *Applied Business and Administration Journal*, 2(3), 80-98.
- Ihsan, A. A., Hidayati, U., & Mardinawati, M. (2022). Analisis Kualitas Website Dengan Metode Webqual 4.0 Dan Importance Performance Analysis. *Keunis*, 10(2), 29. <https://doi.org/10.32497/keunis.v10i2.3519>
- Jolie, A. (2024). *Pengembangan Website Company Profile untuk Meningkatkan Promosi Digital PT Multi Global*. September.
- Khaliq, A., & Iqbal, M. (2023). Designing a Master of Accounting Study Program Profile Website Using the Wordpress Content Management System. *International Journal Of Computer Sciences and Mathematics Engineering*, 2(2), 109–114. <https://doi.org/10.61306/ijecom.v2i2.28>
- Mukminin, A. 2020. Perancangan Company Profile Berbasis Website (Studi Kasus Lentera Consultant In Law. *Kerja Praktik*. Fakultas Teknologi dan Informatika. Universitas Dinamika.
- Nurfadilah, S. (2022). Perancangan Website Company Profile pada UMKM Orazio Multiusaha Indonesia. *Applied Business and Administration Journal*, 1(3), 1–8. <https://doi.org/10.62201/ha4se080>
- 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.
- Pragantha, J. (n.d.). abdimas pengembangan website untuk meningkatkan brand awareness pada umkm thillaxstuff.
- Rahman, A. T., Listyorini, S., Nugraha, H. S., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2024). *analisis pengaruh user interface design dan e-service quality terhadap repurchase intention pendahuluan*. 13(2), 293–301.
- Ramdhani, D. (2024). Creating a website-based company profile using Wordpress cms at bumh house bandung. *Records Management System Journal (RMSJ)*, 2(2), 60–66.
- Roziqin, A. K., Arianto, W., & Saprudin, S. (2023). Perancangan Company Profile Berbasis Web sebagai Sarana Pemasaran pada PT Japung Kreasindo Bersama. *Journal of Research and Publication Innovation*, 1(2), 384-394.
- Santosa, S., & Ismaya, H. (2021). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Menggunakan Cms Wordpress Pada Toko Importir Laptop Bandung. *Pro Mark*, 11(1), 8-8.
- Sonny, Sonny, S. N. R. (2021). pengembangan sistem presensi karyawan dengan teknologi GPS berbasis web. *Jurnal Comasie*, 6(2), 3. [http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/comasiejournal%0AJurnalComasieISSN\(Online\)2715-6265%0APERANCANGAN](http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/comasiejournal%0AJurnalComasieISSN(Online)2715-6265%0APERANCANGAN)
- Waqfin, M. S. I., Wulandari, S. R., Tifliya, F. M., Indrayani, S., Wahyudi, W., & Roziqin, M. K. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 155–159. [https://doi.org/10.32764/abdimas\\_ekon.v2i3.2112](https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v2i3.2112)
- Wiryadinata, R., & Palasara, N. (2023). Analisa Kualitas Kinerja Website Pada Metropolitan Mitra Utama Dengan Metode Webqual 4.0. *REPUTASI: JurnalRekayasa Perangkat Lunak*, 4(1), 25–32. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/reputasi>