

PERANCANGAN *WEBSITE COMPANY PROFILE FARM KOI GURAME* MENGUNAKAN PLATFORM WIX

Mohammad Imam Shalahudin¹⁾, Hari Setiyani²⁾, Jefri Rahmadian³⁾, Ii Widya⁴⁾

^{1,4}Prodi Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT I-TECH

^{2,3}Prodi Teknik Informatika, Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT I-TECH

Correspondence author: I.Widya, widyawidya@gmail.com, Jakarta, Indonesia

Abstract

The development of information technology offers significant opportunities for businesses to use digital media for promotion and communication. Farm Koi Gurame is a business specializing in koi and gourami cultivation, and it requires modern promotional media to reach a wider market. This study aims to design a company profile website using the Wix platform as a practical, efficient solution that does not require programming skills. The method used in this study is the Multimedia development life cycle (MDLC), which consists of six stages: concept, design, material collection, assembly, testing, and distribution. The result of this study is an interactive website that provides comprehensive information on the business profile, product gallery, customer testimonials, and contact features, all easily accessible across various devices. The website features an attractive design, easy-to-understand navigation, and a responsive design for optimal use across various platforms. Testing was conducted through direct user trials, demonstrating that the website can enhance the business's professional image and facilitate the dissemination of information to potential customers. The results of the study indicate that using the Wix platform with the MDLC method can be an effective and efficient solution for the digitalization of small businesses, especially for increasing promotion, branding, and market reach through online media professionally and reliably.

Keywords: *website, company profile, mdlc method, wix platform*

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi memberikan peluang besar bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan komunikasi. Farm Koi Gurame merupakan usaha di bidang budidaya ikan koi dan gurame yang membutuhkan media promosi modern untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk merancang *website company profile* dengan memanfaatkan platform Wix sebagai solusi praktis dan efisien tanpa memerlukan keahlian pemrograman. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Multimedia development life cycle* (MDLC), yang terdiri dari enam tahapan: *concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution*. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah *website* interaktif yang menyajikan informasi lengkap tentang profil usaha, galeri produk, testimoni pelanggan, serta fitur kontak yang

mudah diakses melalui berbagai perangkat. *Website* dirancang dengan tampilan menarik, navigasi yang mudah dipahami, serta desain yang responsif agar dapat digunakan secara optimal di berbagai platform. Pengujian dilakukan melalui uji coba langsung kepada pengguna, dan menunjukkan bahwa *website* mampu meningkatkan citra profesional usaha serta mempermudah penyebaran informasi kepada calon pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan platform Wix dengan metode MDLC dapat menjadi solusi efektif dan efisien dalam proses digitalisasi usaha kecil, terutama dalam meningkatkan promosi, branding, dan jangkauan pasar melalui media online secara profesional dan terpercaya.

Kata Kunci: perancangan *website*, *company profile*, metode *mdlc*, platform *wix*

A. PENDAHULUAN

Saat ini, teknologi semakin berkembang di berbagai bidang, yang ditandai dengan banyaknya penggunaan teknologi untuk mengakses berbagai hal. Akibatnya, banyak bisnis mulai menggunakan teknologi untuk membantu bisnis mereka berkembang dan menjadi lebih efisien (Rijal & Veri, 2024). Protokol yang menyampaikan data dari *server* kepada pengguna untuk ditampilkan melalui *web browser* dikenal sebagai Web (Irawati & Fitriansyah, 2025).

Tidak adanya sumber daya informasi *online* menyebabkan beberapa masalah, termasuk waktu yang terbuang karena harus datang langsung ke toko dan kurangnya informasi tentang promosi produk untuk pelanggan (Nurhuda & Irawan, 2023). Akibatnya, farm koi gurame menjadi kurang berkembang dan kurang pengunjung. Oleh karena itu, profil perusahaan dibuat di internet untuk menyediakan informasi tentang promosi dan produk farm koi gurame.

Pelanggan dapat menggunakan fitur kontak untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang produk dan promosi farm koi gurame. Membuat profil perusahaan yang interaktif di internet adalah salah satu solusi untuk masalah ini. Profil perusahaan adalah sumber informasi resmi yang memberikan gambaran umum tentang bisnis, termasuk sejarah, visi dan misi, produk dan layanan

yang ditawarkan, dan keunggulan (Siswanto et al., 2021).

Website dinamis adalah situs web yang memiliki *front end* dan *back end*. Halaman *back end* terdiri dari halaman yang hanya dapat diakses oleh admin yang bersangkutan dengan tugas tersebut (Kharismatunnisaa et al., 2023). CMS (*Content Management System*) adalah istilah yang biasa digunakan untuk *back end*. Contoh CMS yang populer termasuk WordPress, Joomla, dan PHPNuke (Giner-Miguel et al., 2022).

Diharapkan bahwa hal ini dapat mendorong pertumbuhan bisnis dan menangani tantangan promosi di dunia digital yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, profil perusahaan digital interaktif harus dirancang dan diterapkan untuk memenuhi kebutuhan dan fitur budidaya ikan koi. Ini harus digunakan sebagai alat promosi modern yang efektif.

Dalam bukunya *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*, Chaffey menekankan pentingnya platform yang ramah pengguna seperti Wix untuk pemilik usaha kecil. Ada dua kategori *website*: *website* statis dan *website* dinamis. *Website* statik adalah situs web yang memiliki halaman *front end*, yaitu halaman yang diakses oleh pengguna (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2016).

Penelitian ini bertujuan untuk merancang *website company profile* dengan

memanfaatkan platform Wix sebagai solusi praktis dan efisien tanpa memerlukan keahlian pemrograman.

B. METODE PENELITIAN

Melalui tiga pendekatan utama untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini: studi pustaka, survei dan wawancara. Untuk menyelesaikan penelitian ini, literatur yang relevan, termasuk buku, jurnal, artikel, dan sumber online dipelajari dan dianalisa. Sumber-sumber tersebut meliputi konsep profil perusahaan, penggunaan platform Wix, dan metode pengembangan *Multimedia development life cycle* (MDLC).

1. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data pertama adalah melakukan penelusuran literatur yang relevan untuk mendukung proses perancangan profil perusahaan berbasis web. Referensi tersebut meliputi buku, jurnal, artikel ilmiah, penggunaan platform Wix sebagai media pengembangan web, teori dan tahapan dalam metode pengembangan *Multimedia development life cycle* (MDLC). Studi pustaka ini juga dilakukan untuk memahami karakteristik usaha budidaya ikan gurame yang menjadi fokus dari konten *website*.

Tabel 1. Studi Pustaka

Judul penelitian	Metedologi penelitian	Hasil penelitian
Pembuatan Company Profile untuk Gula Kelapa Kulon Progo Berbasis Website (Astuti et al., 2023)	Observasi, wawancara, Studi literature analisis kebutuhan, perancangan sistem	Terciptanya media promosi untuk lebih mudah di akses masyarakat
Website-Based Company Profile Design and Development as a Media for Promotion and Information at the Pontianak Ekklesia Theological	Obsevasi, wawancara, dokumentasi	Mempermutah pihak sekolah dalam mempromosikan calon mahasiswa

Judul penelitian	Metedologi penelitian	Hasil penelitian
College (Firgia & Nurcahyo, 2021)		
Perancangan daan Pembuatan Company Profile Berbasis Website Menggunakan CMS Wordpress pada Kafe Kajja Korean Street Food di Garut (Fadillah & Gaffar, 2023)	Konsep SDLC	Membantu kaffe kaja go line, mudah di temukan di media social, seperti ,ig dan google

2 Survei

Survei yang dilakukan melalui kuesioner dan wawancara langsung, adalah prosedur pengumpulan data berikutnya. Untuk mengetahui kebutuhan informasi pengguna dan preferensi tampilan mereka serta harapan mereka terhadap profil media perusahaan yang akan dibuat, kuesioner dikirim ke pengguna atau calon pelanggan.

3. Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik usaha Farm Koi Gurame. Bertujuan untuk mengumpulkan data kebutuhan informasi, tujuan pembuatan *website*, serta preferensi fitur dan desain yang diinginkan. Hasil wawancara digunakan untuk menentukan struktur konten dan fitur dalam *website*.

Pengembangan Sistem dengan Metode MDLC (Fitriansyah et al., 2025).

1. *Concept*: Menentukan tujuan, sasaran pengguna, dan jenis informasi yang akan disampaikan melalui *website*.
2. *Design*: Merancang struktur navigasi, layout, dan antarmuka pengguna (UI) yang interaktif dan responsif.
3. *Material collecting*: Mengumpulkan materi seperti teks profil usaha, foto produk, video, testimoni, dan kontak.

4. *Assembly*: Menyusun dan mengembangkan *website* menggunakan platform Wix sesuai dengan rancangan yang telah dibuat.
5. *Testing*: Melakukan pengujian fungsionalitas *website*, seperti kecepatan akses, tampilan, serta uji coba pada berbagai perangkat.
6. *Distribution*: Mempublikasikan *website* secara online dan menyebarkannya kepada pengguna untuk mendapatkan umpan balik

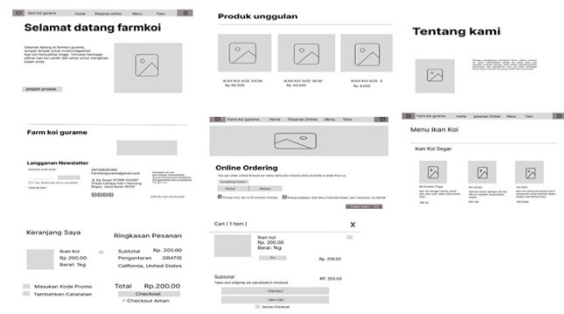
C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses perancangan *website company profile* Farm Koi Gurame menggunakan platform Wix dan metode MDLC menghasilkan media yang interaktif. *Website* ini mempermudah penyajian informasi *profile* usaha, produk unggulan serta mempermudah pelanggan untuk memesan melalui fitur kontak dan pemesanan online, *website* ini di harapkan dapat meningkatkan citra professional serta memperluas jangkauan pemasaran bisnis di era digital

Prototype Web Farm Koi Gurame



Gambar 1. Mock up *Website*



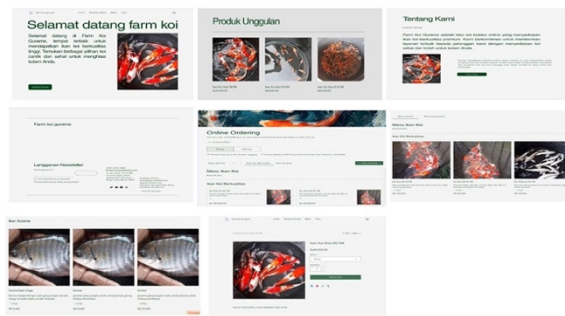
Gambar 2. Implementasi *Website*

Prototype *website company profile* akan di jelaskan sebagai berikut:

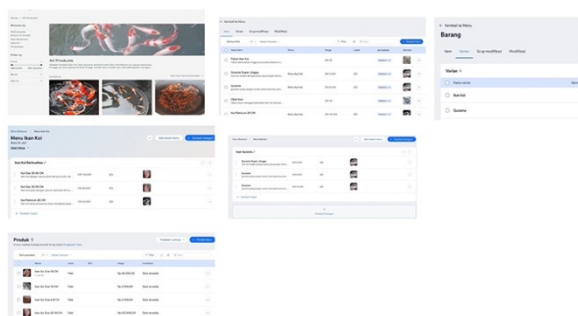
1. *Halaman Antarmuka (User Interface)*
Gambar ini menampilkan awal antarmuka *website* yang berfungsi sebagai halaman utama dengan navigasi menuju fitur-fitur utama.
2. *Produk Unggulan*
Memperlihatkan tata letak halaman produk unggulan yang menampilkan daftar ikan koi dan gurame.
3. *Tentang Kami*
Mengenai informasi profil usaha visi, dan misi Farm Koi Gurame.
4. *Kontak dan Footer*
Memuat form kontak agar pengunjung dapat mengirim pesan, serta footer sebagai pelengkap informasi.
5. *Pesanan Online*
Halaman ini menunjukkan rancangan form pemesanan online yang memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi.
6. *Ikan Koi*
Menampilkan katalog khusus ikan koi
7. *Halaman Keranjang*
Daftar belanja yang telah dipilih sebelum melanjutkan proses checkout.
8. *Popup Cart*
Popup keranjang yang memberikan ringkasan belanja
9. *All Products*
Daftar lengkap semua produk

10. Produk Admin
 Halaman desain admin dalam mengelola data produk.
11. Varian Produk
 Menampilkan variasi produk ikan koi dan gurame.
12. Produk Ikan Koi
 Memperlihatkan daftar khusus produk ikan koi.
13. Produk Ikan Gurame
 memperlihatkan daftar khusus produk ikan gurame.
14. Semua Produk dan Item
 Gambar ini menampilkan rancangan katalog lengkap semua produk dalam *website*.

Implementasi Sistem



Gambar 3. Implementasi *Website Company Profile* Farm Koi Gurame



Gambar 4. Implementasi *Website Company Profile* Farm Koi Gurame

Implementasi *website* farmkoi gurame dijelaskan sebagai berikut:

1. Halaman Antarmuka (*Interface*)

- Halaman utama *website* yang sudah dilengkapi navigasi dan tampilan responsif.
2. Produk Unggulan
 Menampilkan produk unggulan dengan gambar asli dan keterangan harga secara interaktif.
3. Tentang Kami
 Berisi informasi lengkap mengenai profil usaha, visi, dan misi Farm Koi Gurame.
4. Kontak dan *Footer*
 Halaman kontak yang berfungsi form pengisian data dan footer berisi informasi tambahan.
5. Pesanan Online
 Mengarahkan pelanggan melakukan pemesanan produk secara langsung
6. Menu ikan koi
 Katalog yang menyajikan daftar produk ikan koi dengan informasi lengkap
7. Menu Ikan Gurame
 Katalog menyajikan daftar produk ikan gurame dengan informasi lengkap
8. Popup Cart dan keranjang
 Menampilkan ringkasan belanja sebelum pelanggan melanjutkan pembayaran.
9. All Products
 Menampilkan semua produk dengan tampilan katalog yang terstruktur.
10. Daftar Produk Admin
 Halaman admin untuk mengelola daftar produk dalam sistem *website*.
11. Varian Produk
 Memperlihatkan variasi produk ikan koi dan gurame
12. Semua Produk dan Item
 Menyajikan daftar lengkap seluruh produk agar mudah diakses.

Tabel 2. Hasil Pengujian Blacbox

Fitur yang di uji	Hasil yang di harapkan	Hasil pengujian
Akses halaman utama <i>website</i>	Tampil dengan navigasi lengkap & responsif	Berhasil
Menu produk unggulan	Daftar muncul lengkap dengan gambar dan deskripsi	Berhasil

Fitur yang di uji	Hasil yang di harapkan	Hasil pengujian
Fitur kontak	Pesan terkirim dan notifikasi konfirmasi muncul	Berhasil
Fitur pemesanan	Data pemesanan tersimpan dan notifikasi muncul	Berhasil
Fitur keranjang	Produk yang di pilih muncul dengan jumlah dan total harga	Berhasil
Menu ikan koi & gurame	Daftar produk ikan gurame & koi tampil dengan harga dan stok	Berhasil
Halaman admin produk	Produk berhasil diatur sesuai aksi	Berhasil
Responsif website	Mengakses website melalui berbagai perangkat (desktop,dll)	Berhasil

D. PENUTUP

Website company profile yang interaktif menampilkan usaha budidaya ikan koi yang menarik dan informatif. Profil bisnis, galeri produk, testimoni pelanggan, dan fitur kontak untuk berkomunikasi dengan calon pelanggan adalah semua bagian dari data yang disajikan.

Pengembangan media promosi digital menggunakan metode MDLC (*Multimedia development life cycle*), yang terdiri dari enam tahap: ide, desain, pengumpulan material, penyusunan, pengujian, dan distribusi. Terbukti efektif dalam desain dan pembangunan *website*.

Hasil akhir dari situs web dapat meningkatkan efektivitas promosi bisnis dan dengan desain antarmuka yang menarik, responsif, dan mudah digunakan, *website* dapat diakses dari berbagai perangkat.

Beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk pengembangan lebih lanjut diantaranya pengembangan lebih lanjut dari fitur e-commerce. Calon pelanggan dapat memperluas situs web yang sudah dirancang dengan menambahkan fitur transaksi online yang memungkinkan mereka membeli produk ikan koi secara online secara instan.

Pembaruan dan pemeliharaan konten secara berkala Disarankan agar *website* tetap relevan dan menarik dengan memperbarui informasi produk, dokumentasi proses budidaya, dan testimoni pelanggan.

Integrasi dengan media sosial. Untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan situs web, sangat disarankan untuk menggabungkan media sosial seperti Instagram, Facebook dan aplikasi lainnya.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, T. D., Pabulo, A. M. A., & Setyaningsih, P. W. (2023). Pembuatan Company Profile untuk Gula Kelapa Kulon Progo Berbasis Website. *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Pendidikan Dan Teknologi Masyarakat*, 1(1), 37–41. <https://doi.org/10.31004/dedikasi.v1i1.14>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Harlow UK : Pearson Education Limited.
- 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. *ABAJ: Applied Business & Administration Journal*, 2(1), 91–99. <https://doi.org/10.62201/abaj.v2i1.43>
- Firgia, L., & Nurcahyo, A. C. (2021). Website-Based Company Profile Design and Development as a Media for Promotion and Information at the Pontianak Ekklesia Theological College. *Jifo Tech: Journal of Information Technology*, 1(2), 35–40. <https://doi.org/10.46229/jifotech.v1i2.198>
- Fitriansyah, A., Aprianto, I., & Nugroho, P. A. (2025). Design of an Arabic

- Interactive Learning Multimedia Application Using the MDLC Method. *JTIK: Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 11(1), 131–149. <https://doi.org/10.37012/jtik.v11i1.2514>
- Giner-Miguel, J., Gómez, A., & Cabot, J. (2022). Enabling Content Management Systems as an Information Source in Model-Driven Projects. *Research Challenges in Information Science*, 513–528. https://doi.org/10.1007/978-3-031-05760-1_30
- Irawati, & Fitriansyah, A. (2025). *Komunikasi Data*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kharismatunnisaa, F., Saputra, Y., Bahri, S., & Siskandar, R. (2023). Penerapan Framework Laravel Pada Modul Profil untuk Website Dinas Cipta Karya, Tata Ruang dan Pertanahan (DCKTRP). *JSI: Jurnal Sains Indonesia*, 4(3), 249–263. <https://doi.org/10.59897/jsi.v4i3.175>
- Nurhuda, R. H., & Irawan, H. (2023). Penerapan E-Commerce Business to Consumer (B2C) Menggunakan Content Management System Wordpress Studi Kasus Jocysprei. *IDEALIS: Indonesia Journal Information System*, 6(1), 17–26. <https://doi.org/10.36080/ideal.v6i1.2987>
- Rijal, A. S. K., & Veri, J. (2024). Memanfaatkan Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Operasional Bisnis Online. *IRJE: Indonesian Research Journal on Education*, 4(2), 375–379. <https://doi.org/10.31004/irje.v4i2.526>
- Siswanto, E., Kusumajaya, R. A., & Fitriani, N. (2021). Pembuatan Multimedia Company Profile CV. Sarana Wijaya Sebagai Media Informasi. *MANAJEMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 17–32. <https://doi.org/10.51903/imk.v1i1.56>