

## **PENGGUNAAN WEBSITE SEBAGAI SARANA PENGENALAN PRODUK TERHADAP KONSUMEN**

**Arvige Andrew Dilpamarcoy<sup>1)</sup>, Nazlha Noor Aiena Sofhie<sup>2)</sup>**

1) Program Studi Teknik Industri Institut Teknologi Indonesia

E-mail: [arvige220303@gmail.com](mailto:arvige220303@gmail.com)

2) Program Studi Teknik Informatika Universitas Esa Unggul

E-mail: [nazlhanrshf@gmail.com](mailto:nazlhanrshf@gmail.com)

### **Abstrak**

*Laporan ini membahas proses pengembangan dan optimalisasi website sebagai media digital untuk memperkenalkan produk PT. Sekai Global Industri. Website ini dirancang guna memperluas jangkauan informasi mengenai profil perusahaan serta produk-produk unggulan seperti additive dan adhesive yang dipasarkan. Proses pengembangan dimulai dengan perancangan antarmuka pengguna (UI/UX) menggunakan Figma, kemudian dilanjutkan dengan implementasi menggunakan teknologi HTML, CSS, dan JavaScript. Tujuannya adalah menghasilkan tampilan website yang responsif, interaktif, dan mudah digunakan oleh pengunjung dari berbagai perangkat. Struktur website mencakup beberapa halaman utama, seperti halaman beranda, halaman produk yang menyajikan informasi rinci, halaman tentang perusahaan (about us), halaman kontak (contact us), serta fitur tambahan berupa pilihan bahasa untuk meningkatkan aksesibilitas. Keberadaan website ini memberikan manfaat strategis bagi perusahaan, tidak hanya sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat untuk meningkatkan kredibilitas dan daya tarik di mata calon pelanggan. Hasil dari pengembangan ini menunjukkan bahwa website dapat menjadi media komunikasi yang efektif dan mendukung aktivitas pemasaran di era digital yang kompetitif. Dengan demikian, website berperan penting dalam memperkuat posisi PT. Sekai Global Industri di pasar, sekaligus meningkatkan visibilitas produk secara online.*

**Kata kunci:** Website, Additive, Adhesive, JavaScript, Media.

### **Pendahuluan**

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam strategi pemasaran dan komunikasi perusahaan dengan konsumennya. *Website* kini menjadi salah satu media utama dalam memperkenalkan produk, membangun citra perusahaan, serta menjangkau pasar yang lebih luas secara efektif. Melalui *website*, perusahaan dapat menyampaikan informasi produk secara detail, menyajikan visual yang menarik, serta memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengakses informasi kapan saja dan di mana saja.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang industri, *website* bukan hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana pemasaran digital yang mampu meningkatkan daya saing. PT. Sekai Global Industri, yang berfokus pada produk *adhesive* dan *additive* untuk kebutuhan industri karton box, menyadari pentingnya penggunaan *website* dalam memperkenalkan produk-produk unggulannya kepada konsumen. Dengan adanya *website*, perusahaan dapat menampilkan *company profile*, katalog produk, hingga fitur interaktif yang mempermudah komunikasi dengan calon pelanggan.

Dengan pembuatan dan optimalisasi *website* ini, diharapkan perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar, memperkuat kepercayaan konsumen, serta memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengguna dalam mengenal produk dan layanan yang ditawarkan.

### **Studi Pustaka**

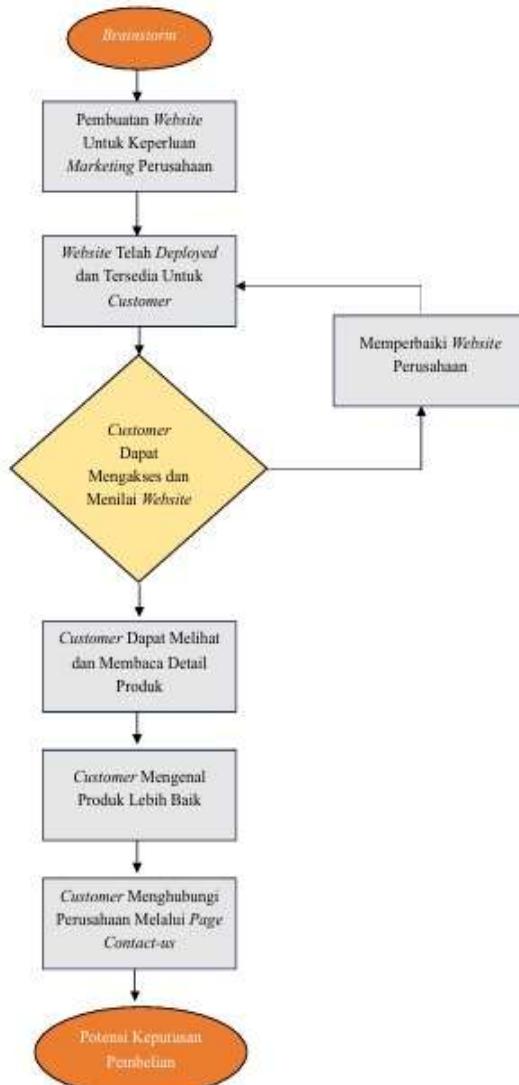
Salah satu media digital yaitu *website* sering kali dipergunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk maupun layanan. Menurut Kotler & Keller (2016), pemasaran modern tidak lagi hanya berfokus pada promosi konvensional, tetapi juga memanfaatkan media digital sebagai saluran utama untuk menjangkau konsumen secara efektif. *Website* menjadi salah satu instrumen

utama dalam bauran pemasaran digital karena mampu menyajikan informasi yang lengkap, akurat, dan dapat diakses kapan saja.

Penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono (2021) menyatakan bahwa *website* perusahaan dapat berfungsi sebagai *company profile* sekaligus katalog digital yang dapat meningkatkan citra profesionalisme perusahaan di mata konsumen. Hal ini dapat menunjukkan bahwa *website* tidak hanya berperan sebagai sarana informasi, tetapi juga menjadi strategi *branding* yang terhadap konsumen.

Selain itu, aspek desain dan pengalaman pengguna (UI/UX) juga sangat memengaruhi efektivitas suatu *website* dalam memperkenalkan produk. Menurut Nugroho (2020), tampilan *website* yang menarik, mudah dinavigasi, dan responsif terhadap berbagai perangkat akan meningkatkan minat konsumen dalam mengeksplorasi informasi produk. Hal ini memperlihatkan bahwa pengenalan produk melalui *website* tidak hanya bergantung pada konten, tetapi juga pada kualitas pengalaman yang dirasakan konsumen saat mengaksesnya.

### Metodologi Penelitian

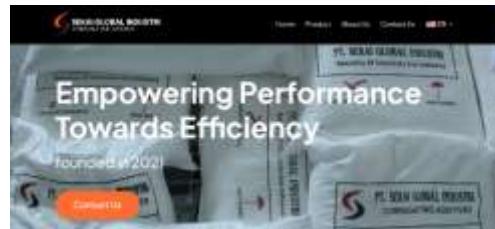


Gambar 1. Flowchart website

## Hasil dan Pembahasan

Pembuatan *website* pada PT. Sekai Global Industri bertujuan untuk memperkenalkan produk *adhesive* dan *additive* yang dipasarkan perusahaan kepada konsumen. *Website* ini dirancang dengan memperhatikan aspek tampilan (*front-end*), kemudahan penggunaan (*user friendly*), serta kelengkapan informasi produk. Hasil implementasi menunjukkan beberapa fitur utama:

### 1. Halaman Utama (*Home Page*)



Gambar 2. *Home page*

Menyajikan profil singkat perusahaan, menampilkan visual yang menarik, dan menyediakan navigasi sederhana menuju bagian produk, tentang perusahaan, serta kontak.

### 2. Halaman Produk



Gambar 3. Halaman produk

Berfungsi sebagai katalog digital yang menampilkan daftar produk. Informasi produk ditampilkan secara ringkas dan dapat diperluas dengan fitur interaktif (*hover/tap to see more*) sehingga konsumen memperoleh detail terkait fungsi dan keunggulan produk.

### 3. Halaman *About Us*



Gambar 4. Halaman *about us*

Memberikan informasi mengenai sejarah perusahaan, visi, misi, serta nilai yang dipegang, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kredibilitas perusahaan.

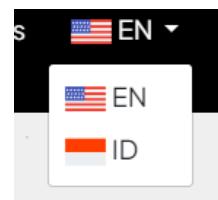
#### 4. Halaman *Contact Us*



Gambar 5. Halaman *contact us*

Menyediakan sarana komunikasi langsung dengan perusahaan melalui formulir kontak. Fitur ini memudahkan konsumen untuk melakukan konsultasi, pemesanan, maupun memperoleh informasi tambahan.

#### 5. Fitur Tambahan



Gambar 6. Fitur tambahan *website*

*Website* dilengkapi dengan opsi bahasa agar dapat diakses oleh konsumen dari berbagai latar belakang, sehingga meningkatkan jangkauan pasar.

*Website* terbukti berperan penting dalam memperkenalkan produk kepada konsumen. Melalui tampilan yang terstruktur, konsumen dapat memperoleh informasi produk dengan lebih cepat dan efisien dibandingkan metode promosi konvensional. Penerapan antarmuka yang sederhana namun informatif meningkatkan pengalaman pengguna (*user experience*) sehingga konsumen merasa nyaman dalam menjelajah *website*.

Selain sebagai media informasi, *website* juga berfungsi sebagai sarana komunikasi yang interaktif. Fitur *Contact Us* dan formulir *online* memungkinkan konsumen terhubung langsung dengan perusahaan tanpa perlu bertatap muka. Hal ini tidak hanya mempercepat proses komunikasi, tetapi juga membuka peluang untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Keberadaan katalog produk dalam bentuk digital turut memperkuat strategi pemasaran perusahaan. Dengan desain yang responsif dan mudah diakses melalui berbagai perangkat, *website* mampu menjangkau konsumen dalam skala yang lebih luas. Hal ini mendukung upaya perusahaan dalam membangun *brand awareness* serta memperkenalkan produk unggulan kepada pasar.

Secara keseluruhan, penggunaan *website* sebagai sarana pengenalan produk memberikan manfaat ganda: bagi perusahaan, meningkatkan efektivitas promosi dan citra profesional; bagi konsumen, mempermudah akses informasi produk dan memperkuat kepercayaan terhadap perusahaan.

### Kesimpulan

Penggunaan *website* terbukti menjadi media yang efektif dalam memperkenalkan produk kepada konsumen. Melalui perancangan yang menekankan aspek tampilan (*front-end*), kemudahan penggunaan (*user friendly*), serta kelengkapan informasi produk, *website* mampu memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengguna. *Website* yang dikembangkan oleh PT. Sekai Global

Industri tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai alat komunikasi interaktif antara perusahaan dengan konsumen melalui fitur kontak dan formulir *online*.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberadaan *website* memberikan manfaat strategis bagi perusahaan, yaitu meningkatkan efektivitas promosi, memperkuat citra profesional, dan memperluas jangkauan pasar. Bagi konsumen, *website* memberikan kemudahan dalam mengakses informasi produk, memperkuat kepercayaan, serta meningkatkan interaksi yang berpotensi mendorong keputusan pembelian.

#### **Daftar pustaka**

- [1] P. Kotler dan K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Harlow: Pearson Education, 2016.
- [2] A. Wicaksono, "Peran Website dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Era Digital," *Jurnal Komunikasi dan Informatika*, vol. 10, no. 2, pp. 123–130, 2021.
- [3] R. A. Nugroho, "Pengaruh Desain UI/UX Terhadap Minat Konsumen dalam Eksplorasi Website Produk," *Jurnal Teknologi Informasi dan Desain Interaktif*, vol. 7, no. 1, pp. 45–52, 2020.