Design of a Company Profile Website for PT Baba Rafi Enterprise Based on WordPress as a Digital Promotion Medium

Perancangan Website Company Profile PT Baba Rafi Enterprise Berbasis WordPress sebagai Media Promosi Digital

Kautsar Nafis Kuncoro[1]
nafiskautsar7@gmail.com

[1] Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Abstract. *General Background Digital transformation pushes companies to utilize internet potential as an effective promotional media, where a professional company profile website acts as an essential digital storefront to boost credibility and market reach. Specific Background PT Baba Rafi Enterprise, a prominent international culinary franchise originating from Indonesia, requires a comprehensive digital presence to maintain its high market competitiveness. Knowledge Gap Many culinary enterprises face challenges in establishing adaptive, responsive, and SEO-optimized web interfaces that effectively reflect business identity without complex programming. Aims This study focuses on the design and implementation of a company profile website for PT Baba Rafi Enterprise using WordPress and the Agile Development methodology to elevate digital competitiveness in the MSME sector. Results The implemented system successfully presents professional corporate information, responsive navigation, integrated contact forms, and improved search engine visibility. Novelty The integration of WordPress CMS, Elementor visual page builder, and Yoast SEO optimization within an Agile framework provides a streamlined web development model for franchise business profiles. Implications These digital enhancements strengthen brand image, expand market outreach, and sustain long-term marketing strategies for PT Baba Rafi Enterprise.*
Keywords *Website, Word Press, Elementor, Seo, Digital competitiveness*

Abstrak. Abstrak. Latar Belakang Umum Transformasi digital mendorong perusahaan untuk memanfaatkan potensi internet sebagai media promosi yang efektif, di mana situs profil perusahaan profesional bertindak sebagai etalase digital penting untuk meningkatkan kredibilitas dan jangkauan pasar. Latar Belakang Spesifik PT Baba Rafi Enterprise, waralaba kuliner internasional terkemuka yang berasal dari Indonesia, membutuhkan kehadiran digital yang komprehensif untuk mempertahankan daya saing pasar yang tinggi. Kesenjangan Pengetahuan Banyak perusahaan kuliner menghadapi tantangan dalam membangun antarmuka web yang adaptif, responsif, dan SEO yang secara efektif mencerminkan identitas bisnis tanpa pemrograman yang kompleks. Tujuan Studi ini berfokus pada desain dan implementasi situs profil perusahaan untuk PT Baba Rafi Enterprise menggunakan WordPress dan metodologi Agile Development untuk meningkatkan daya saing digital di sektor UMKM. Hasil Sistem yang diterapkan berhasil menyajikan informasi korporat profesional, navigasi responsif, formulir kontak terintegrasi, dan peningkatan visibilitas mesin pencari. Kebaruan Integrasi WordPress CMS, pembuat halaman visual Elementor, dan optimasi SEO Yoast dalam kerangka kerja Agile menyediakan model pengembangan web yang efisien untuk profil bisnis waralaba. Implikasi Peningkatan digital ini memperkuat citra merek, memperluas jangkauan pasar, dan mempertahankan strategi pemasaran jangka panjang untuk PT Baba Rafi Enterprise.
Kata Kunci Situs Web, Word Press, Elementor, SEO, Daya saing digital

I. PENDAHULUAN

Di era digital yang berkembang pesat saat ini, teknologi informasi telah menjadi pilar utama yang tak terpisahkan dari berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam ekosistem bisnis global. Transformasi digital telah mendorong perusahaan, baik skala besar maupun Usaha Kecil dan Menengah (UKM), untuk semakin gencar memanfaatkan potensi internet sebagai media promosi yang efektif untuk produk dan layanan mereka. Globalisasi dan kemajuan teknologi secara fundamental telah mengubah paradigma interaksi antara perusahaan dan pelanggan, menjadikan website sebagai representasi digital yang esensial dan strategis dalam membangun citra serta menjangkau audiens. Sebuah website company profile yang didesain secara profesional, informatif, dan responsif tidak hanya berfungsi sebagai etalase digital, tetapi juga berperan krusial dalam meningkatkan kredibilitas, memperluas jangkauan pasar, dan secara signifikan memperkuat daya saing perusahaan di tengah kompetisi yang ketat(Hisyam, M., 2025).

Kebab Turki Baba Rafi merupakan merek kuliner asal Indonesia yang telah berkembang hingga tingkat internasional. Usaha ini didirikan pada tahun 2003 oleh Hendy Setiono, yang memulai bisnis kebab dari sebuah gerobak sederhana di Surabaya dengan modal terbatas. Seiring berjalannya waktu, bisnis ini mengalami pertumbuhan yang pesat hingga diresmikannya PT Baba Rafi Indonesia serta penerapan sistem waralaba sebagai strategi

pengembangan usaha.

Perkembangan Kebab Turki Baba Rafi tidak hanya terjadi di dalam negeri, tetapi juga merambah pasar internasional melalui pembukaan berbagai cabang di sejumlah negara. Hingga saat ini, perusahaan telah memiliki ribuan gerai yang tersebar di Indonesia dan beberapa negara lain, menjadikannya sebagai salah satu bisnis waralaba kebab terbesar di dunia. Berbagai penghargaan nasional dan internasional yang diraih semakin menegaskan posisi Kebab Turki Baba Rafi sebagai perusahaan dengan daya saing tinggi.

Keberhasilan tersebut menunjukkan pentingnya strategi pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pertumbuhan perusahaan. Oleh karena itu, pengembangan media digital seperti website company profile menjadi langkah strategis dalam memperkuat citra perusahaan, meningkatkan visibilitas, serta mendukung keberlanjutan bisnis di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang berfokus pada perancangan dan pengembangan website company profile untuk pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Studi kasus dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai proses pengembangan website yang dilakukan oleh PT Baba Rafi Enterprise sebagai penyedia layanan pembuatan website bagi UMKM.
Metodologi pengembangan sistem yang diterapkan dalam penelitian ini adalah Agile Development. Metode Agile dipilih karena memiliki karakteristik fleksibel dan iteratif, sehingga memungkinkan penyesuaian desain dan fitur website berdasarkan kebutuhan klien UMKM. Pendekatan ini juga mendukung komunikasi dan kolaborasi yang intensif antara tim pengembang dan klien selama proses pengembangan website(Hisyam, M., 2024; Telkom University, 2024).

Tahapan Agile Development yang diterapkan dalam penelitian ini meliputi:

1. Planning. Tahap perencanaan dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan UMKM sebagai klien, menentukan tujuan pengembangan website, serta menetapkan ruang lingkup sistem. Pada tahap ini dilakukan diskusi awal untuk memahami karakteristik usaha, target audiens, serta tujuan penggunaan website sebagai media promosi dan penyampaian informasi digital.
2. Requirement Analysis. Tahap analisis kebutuhan bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan fungsional dan non-fungsional website berdasarkan hasil observasi dan komunikasi dengan klien. Kebutuhan fungsional meliputi halaman beranda, profil usaha, layanan yang ditawarkan, galeri, serta halaman kontak. Kebutuhan non-fungsional mencakup aspek responsivitas, kemudahan navigasi, kecepatan akses, dan tampilan visual yang menarik bagi pengguna.
3. Design. Tahap perancangan dilakukan dengan menerjemahkan kebutuhan sistem ke dalam desain website. Proses ini mencakup perancangan struktur informasi, desain antarmuka pengguna, pengalaman pengguna, serta alur navigasi yang sederhana dan mudah dipahami. Desain website disesuaikan dengan karakter UMKM agar mampu merepresentasikan identitas usaha secara profesional.
4. Implementation. Tahap implementasi merupakan realisasi dari desain yang telah dirancang. Website dikembangkan menggunakan WordPress sebagai Content Management System dan Elementor sebagai page builder visual. Pemanfaatan Elementor memungkinkan pembuatan layout website secara fleksibel tanpa memerlukan pemrograman yang kompleks. Plugin pendukung digunakan untuk menambah fungsionalitas website, seperti formulir kontak, pengelolaan konten, serta penerapan dasar Search Engine Optimization (SEO).
5. Testing. Tahap pengujian dilakukan untuk memastikan website berjalan sesuai dengan kebutuhan yang telah ditentukan. Pengujian meliputi pengecekan fungsi setiap menu dan halaman, pengujian navigasi, serta pengujian responsivitas website pada berbagai perangkat. Tahap ini bertujuan untuk memastikan website dapat digunakan secara optimal oleh pengguna.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Observasi dilakukan dengan mengamati proses pengembangan website dan hasil implementasinya. Wawancara dilakukan dengan pihak internal PT Baba Rafi Enterprise untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan klien UMKM serta alur kerja pengembangan website. Studi pustaka dilakukan dengan menelaah literatur yang relevan mengenai pengembangan website, UMKM, WordPress, Elementor, dan metodologi Agile Development sebagai dasar teoritis penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Naskah Bagian ini menyajikan hasil dari pelaksanaan kerja praktik, perancangan sistem yang telah dilakukan, serta analisis dan pembahasan terkait implementasi *website company profile* untuk PT Baba Rafi Enterprise, termasuk optimalisasi SEO dan hasilnya.

I. Pelaksanaan Kerja Praktek

Pelaksanaan kerja praktek berlangsung selama tiga bulan di PT Baba Rafi Enterprise. Tahapan awal melibatkan proses perizinan resmi dari pihak kampus, dilanjutkan dengan diskusi komprehensif bersama manajemen PT Baba Rafi Enterprise. Diskusi ini krusial untuk mengidentifikasi secara detail kebutuhan perusahaan terkait *website company profile*, termasuk fitur yang diharapkan, konten yang akan disajikan, dan sasaran yang ingin

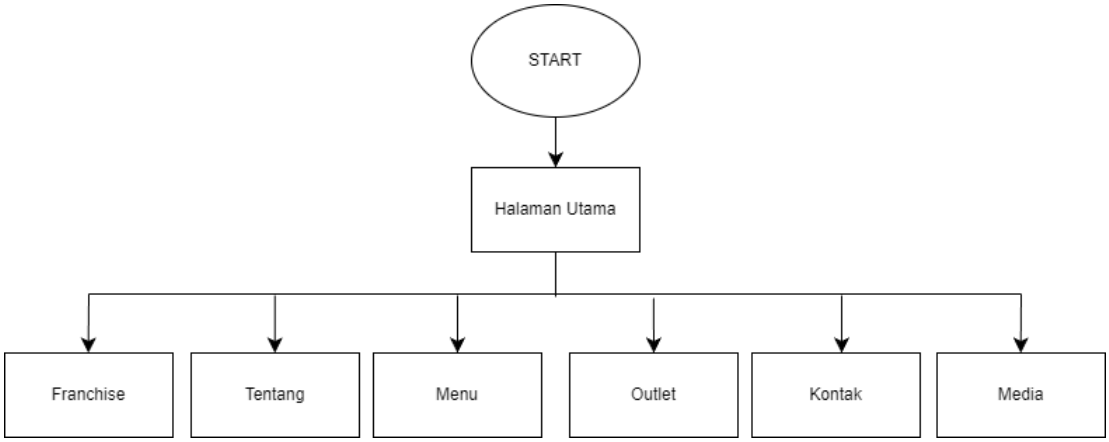
dicapai dari kehadiran website. Setelah kebutuhan terdefinisi, tim berfokus pada tahap perancangan sistem, yang mencakup desain struktur informasi, antarmuka pengguna, dan alur navigasi. Tahap akhir pelaksanaan adalah *review* terhadap hasil perancangan untuk memastikan kesesuaian dengan kebutuhan dan ekspektasi awal perusahaan.

II. Perancangan Sistem

Perancangan sistem merupakan tahapan krusial dalam pembangunan *website company profile* ini, di mana kebutuhan pengguna diterjemahkan ke dalam spesifikasi teknis dan desain visual.

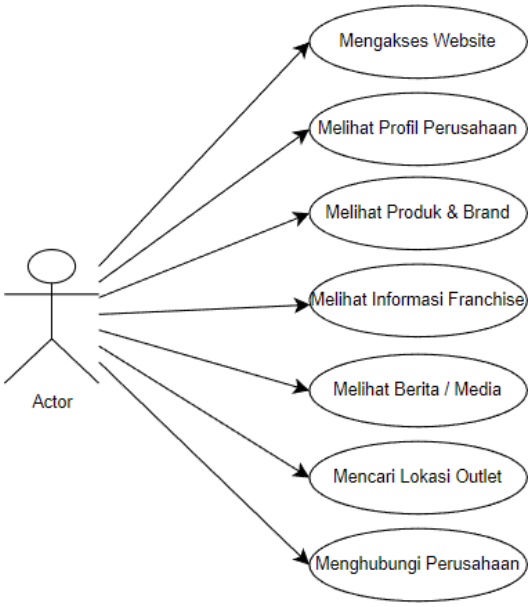
1) Diagram Alir Proses (Flowchart)

Flowchart digunakan untuk memvisualisasikan urutan langkah-langkah dalam proses bisnis PT Baba Rafi Enterprise dan alur kerja sistem yang diusulkan. Diagram ini memberikan gambaran jelas mengenai input, proses, dan output dari setiap tahapan sistem.



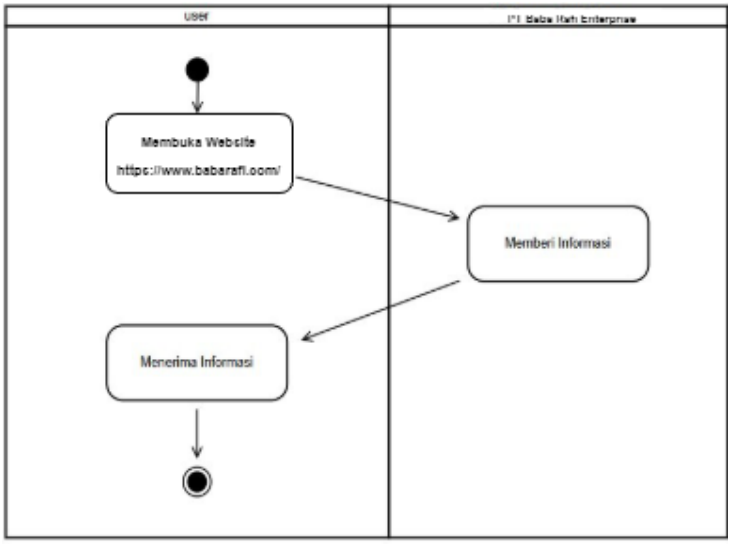
2) Diagram Kasus Penggunaan (Use Case Diagram)

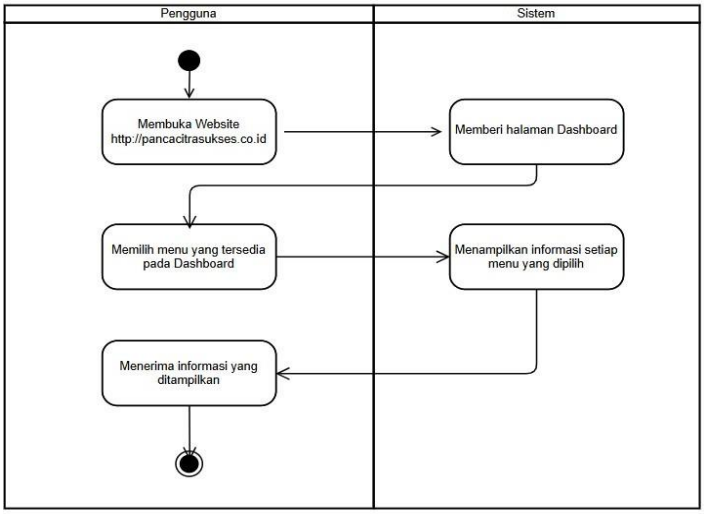
Use Case Diagram menggambarkan interaksi antara pengguna (aktor) dengan sistem, menunjukkan fungsionalitas yang ditawarkan oleh sistem dari perspektif pengguna (Dicoding Indonesia, tanpa tahun). Dalam perancangan ini, Use Case Diagram menunjukkan bagaimana pengguna dapat mengakses informasi perusahaan, mengirim formulir kontak, atau mengajukan lamaran kerja.



3) Diagram Aktivitas (Activity Diagram)

Activity Diagram memodelkan alur kontrol dan aktivitas dalam sistem, khususnya pada proses pengisian dan pengelolaan formulir kontak serta formulir karir. Diagram ini menunjukkan langkah-langkah yang diambil oleh pengguna dan sistem secara berurutan.





4) Diagram Urutan (Sequence Diagram)

Sequence Diagram digunakan untuk menggambarkan interaksi objek-objek dalam sistem seiring waktu, khususnya dalam proses pengiriman dan penerimaan data formulir. Diagram ini membantu memvisualisasikan bagaimana data dari formulir kontak dan karir diproses dan disimpan oleh sistem.

5) Implementasi Plugin WordPress

Pengembangan website berbasis WordPress memanfaatkan sejumlah plugin untuk meningkatkan fungsionalitas dan kemudahan pengelolaan (Hisyam, M., 2025). Plugin-plugin yang digunakan meliputi:

a) Duplicate Page and Post: Memfasilitasi duplikasi halaman dan *post* secara efisien (WordPress, 2025).

b) Elementor Pro: Digunakan sebagai *page builder* visual untuk mendesain tata letak dan konten halaman dengan antarmuka *drag-and-drop* (Elementor, 2025).

c) ElementsKit (Header Footer Builder): Menyediakan fitur kustomisasi *header* dan *footer* website.

d) Metform: Digunakan untuk membangun formulir kontak dan karir yang responsif.

e) File Upload Types: Memungkinkan pengunggahan berbagai jenis berkas ke perpustakaan media WordPress (WordPress, 2025).

f) Filebird Pro: Membantu dalam pengelolaan dan pengorganisasian berkas media dalam perpustakaan WordPress.

g) Google Site Kit: Mengintegrasikan layanan Google seperti Search Console dan Analytics langsung ke *dashboard* WordPress.

h) Yoast SEO: Plugin esensial untuk optimalisasi *on-page* SEO, membantu meningkatkan visibilitas di mesin pencari (Yoast, 2025).

III. Implementasi Perangkat Keras

Tabel 1. Perangkat Lunak

No.	Nama Perangkat	Spesifikasi
1.	Perangkat	Laptop
2.	Processor	AMD Ryzen™ 3 5000
3.	RAM	12GB
4.	SSD	512GB

a. Implementasi Perangkat Keras

Tabel 2. Perangkat Lunak

No.	Nama Perangkat	Spesifikasi
1.	Sistem Operasi	*Windows*
2.	Browser	*Chrome*
3.	Internet	10 Mbps

b. Analisis dan Pembahasan Hasil

Tabel 3. Tabel Pengujian Sistem

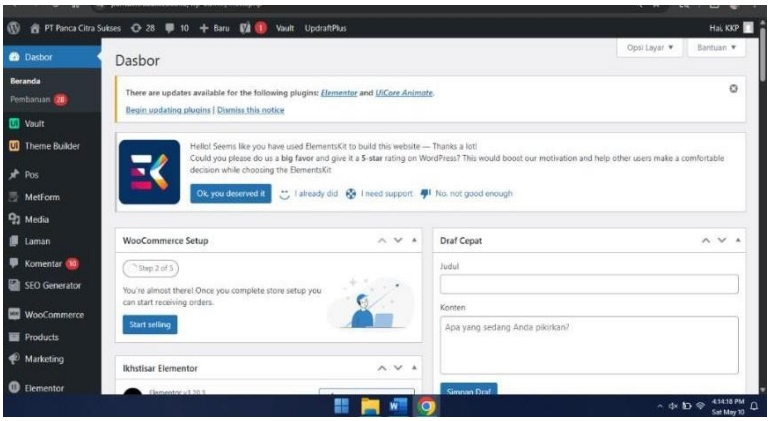
No.	Nama Fitur	Hal yang di Tes	Hasil
1.	Dashboard	Akses ke masing-masing halaman yang ada di header	OK
2.	Halaman Menu	Ketika di klik gambar produk akan menuju ke halaman katalog makanan	OK
3.	Halaman Outlet	Mengisi gambar tipe-tipe outlet	OK
4.	Halaman Franchise	Memberikan opsi pilihan pertanyaan dan mengecek button pertanyaan	OK
5.	Halaman Kontak	Mengisi formulir pesan dan klik maps menuju Google Maps sesuai titik yang sudah ditentukan	OK
6.	Halaman Media	Mengecek gambaran aktivitas terbaru tentang Kebab Turki Baba Rafi	OK
7.	Header	Akses masing-masing menu yang tersedia dan pengecekan button hubungi ke WhatsApp	OK

5.	Footer	Akses sosial media	OK

Hasil implementasi menunjukkan bahwa website company profile yang dirancang mampu menampilkan informasi perusahaan secara efektif, dengan tampilan yang responsif dan mudah diakses oleh pengguna.

1) Tampilan Antarmuka WordPress dan Website Dashboard Admin WordPress

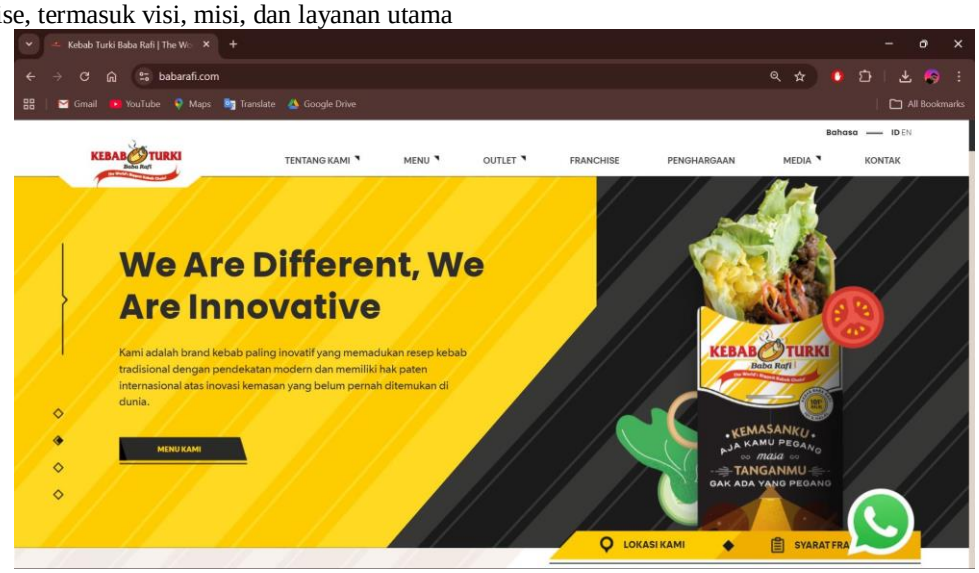
Setelah instalasi dan konfigurasi, *dashboard* admin WordPress menampilkan antarmuka yang intuitif untuk pengelolaan konten dan fitur website.



Gambar 6. Dashboard admin wordpress

2) Tampilan Halaman Utama Website

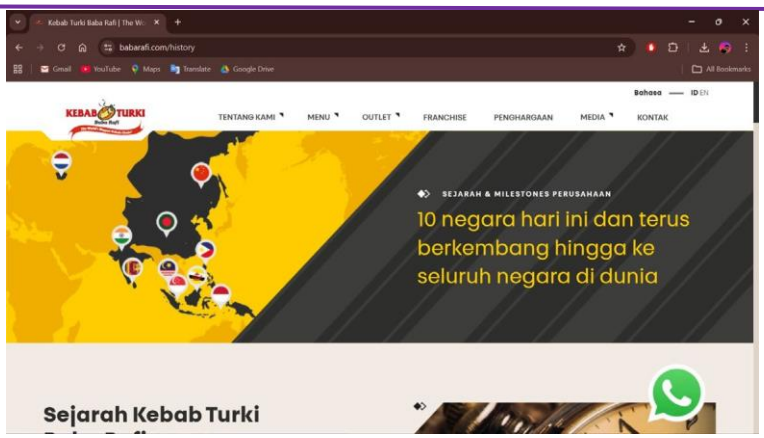
Halaman utama dirancang untuk memberikan kesan profesional dengan informasi ringkas mengenai PT Baba Rafi Enterprise, termasuk visi, misi, dan layanan utama



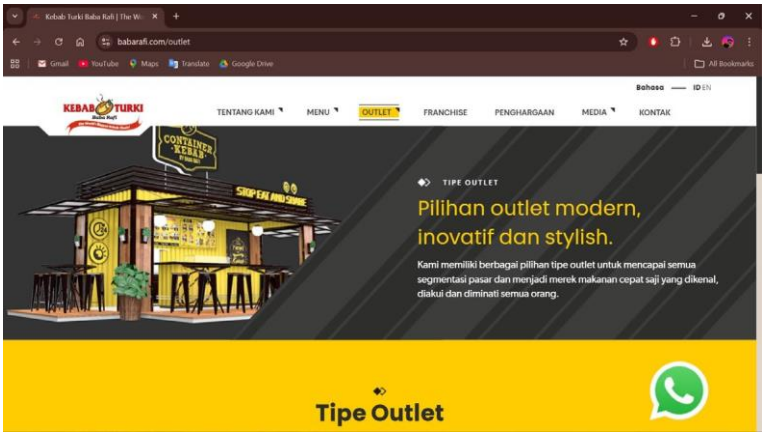
Gambar 7. Halaman utama website

3) Tampilan Halaman Menu Lainnya

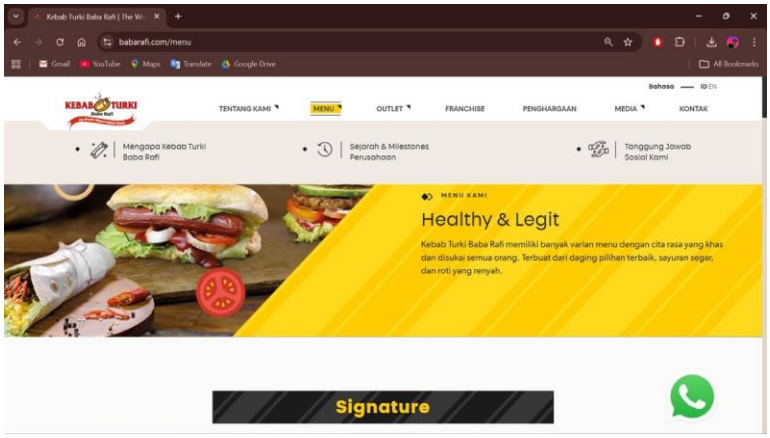
Setiap halaman dirancang dengan tata letak yang jelas, navigasi yang mudah, dan konten yang relevan, termasuk formulir kontak interaktif dan halaman karir untuk pengajuan lamaran.



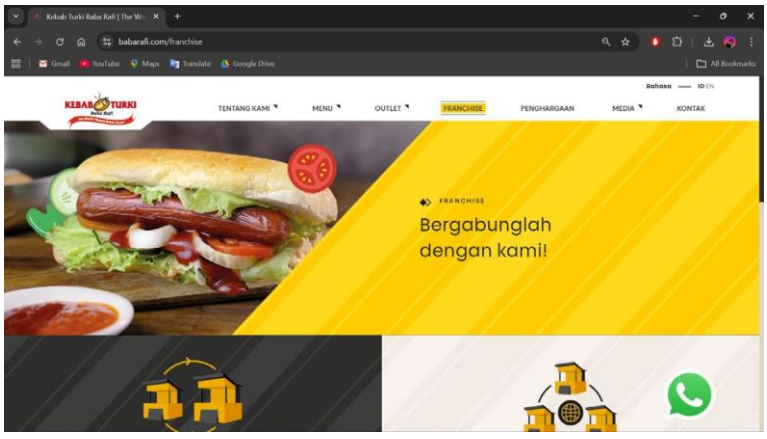
Gambar 8. Halaman tentang kami



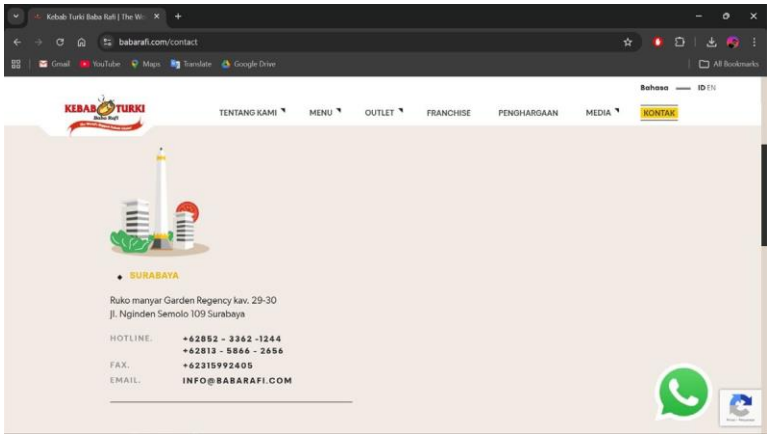
Gambar 9. Halaman outlet



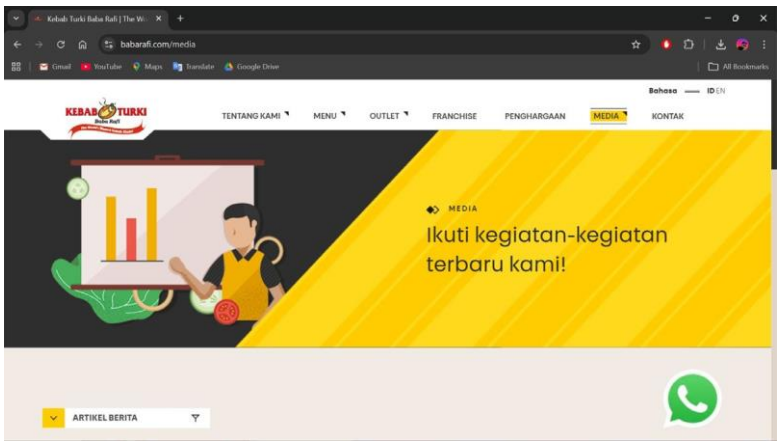
Gambar 10. Halaman menu



Gambar 11. Halaman Frenchise



Gambar 12 Halaman Kontak



Gambar 13 Halaman Media

4) Optimalisasi Mesin Pencari (SEO)

Optimalisasi SEO dilakukan untuk meningkatkan peringkat website PT Baba Rafi Enterprise di hasil pencarian Google, sehingga meningkatkan potensi jangkauan audiens dan daya saing digital. Teknik yang diterapkan meliputi:

a) Optimalisasi On-Page: Melibatkan penyesuaian langsung pada elemen-elemen website seperti penggunaan kata kunci yang relevan di judul, meta deskripsi, *heading* (H1-H6), dan konten. Struktur URL yang bersih dan *descriptive*, optimasi gambar dengan *alt text*, serta peningkatan kecepatan *loading* halaman juga menjadi fokus. Penggunaan plugin Yoast SEO (Yoast, 2025) sangat membantu dalam proses ini.

b) Optimalisasi Off-Page: Melibatkan aktivitas di luar website, seperti pembangunan *backlink* berkualitas dari situs-situs otoritatif dan relevan untuk meningkatkan otoritas domain.

c) Optimalisasi Teknis: Termasuk pembuatan XML sitemap untuk memudahkan *crawler* mesin pencari memahami struktur website dan penggunaan file robots.txt untuk mengarahkan perilaku *crawler*.

5) Pemantauan dan Analisis SEO

Untuk mengukur efektivitas upaya SEO, pemantauan dan analisis kinerja website secara berkelanjutan sangat penting. Alat utama yang digunakan adalah Google Search Console dan Google Analytics, yang terintegrasi melalui Google Site Kit.

a) Google Search Console: Digunakan untuk memantau performa website di hasil pencarian Google, termasuk jumlah tayangan (impressions), klik (clicks), posisi rata-rata kata kunci, dan mengidentifikasi masalah perayapan. Hasil pemantauan menunjukkan peningkatan signifikan pada tayangan dan klik setelah dilakukan optimalisasi SEO. (Akan disisipkan Gambar Hasil Sebelum SEO dan Sesudah SEO dari laporan).

b) Google Analytics: Menyediakan data mendalam mengenai lalu lintas website secara keseluruhan, sumber lalu lintas (organik, langsung, rujukan), perilaku pengguna (halaman yang paling sering dikunjungi, durasi sesi), dan karakteristik demografis pengunjung. Data ini memberikan wawasan berharga untuk strategi pemasaran digital selanjutnya.

Secara keseluruhan, implementasi website dan optimalisasi SEO telah berhasil menciptakan media interaktif yang responsif bagi PT Baba Rafi Enterprise, sekaligus meningkatkan visibilitasnya di mesin pencari, yang diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan daya saing digital perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh tahapan perancangan, implementasi, dan analisis yang telah dilakukan terhadap website company profile PT Baba Rafi Enterprise, dapat disimpulkan bahwa proses pengembangan website berhasil direalisasikan secara menyeluruh menggunakan platform WordPress dengan dukungan page builder Elementor. Website yang dihasilkan mampu menyajikan informasi perusahaan secara interaktif, responsif, dan mudah diakses, sehingga mencerminkan representasi digital yang kuat bagi perusahaan (Hisyam, M., 2025). Selain itu, penerapan strategi optimasi Search Engine Optimization (SEO) terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan peringkat website di mesin pencari. Hal ini didukung oleh data peningkatan tayangan (impressions) dan klik (clicks) yang tercatat melalui Google Search Console, yang menunjukkan bahwa website semakin mudah ditemukan oleh calon pelanggan (Yoast, 2025). Secara keseluruhan, penggunaan teknologi informasi dalam pengembangan website dan penerapan SEO berperan penting sebagai pendukung strategi bisnis dan pemasaran PT Baba Rafi Enterprise. Kehadiran website yang teroptimasi menjadi salah satu alat utama dalam meningkatkan daya saing digital dan memperluas jangkauan pasar perusahaan di era digital.

REFERENSI

[1] M. Hisyam, “Penerapan Agile dalam Pengembangan Website untuk UMKM,” in Seminar Nasional Informatika dan Teknologi Komputer (SNITKOM), Bandung, 2024.

[2] M. Hisyam, “Penerapan metode Agile untuk efisiensi pengembangan perangkat lunak UMKM,” J. Teknol. Inform., vol. 147, no. 1331, pp. 1301–1309, 2024.

[3] M. Hisyam, “Optimalisasi pengembangan aplikasi berbasis WordPress menggunakan Elementor dan plugin tambahan,” J. Sist. Inf. dan Rekayasa Perangkat Lunak, vol. 4505, no. 1, pp. 1–10, 2025.

[4] C. N. Khotimah and H. Saputra, “Sistem informasi pelayanan jasa rental kendaraan pada PT. Dipo Rent Car,” J. Ilm. Komput., vol. 7, no. 1, pp. 9–16, 2018.

[5] Telkom University, “Agile adalah solusi pengembangan software mutakhir,” 2024. [Online]. Available: https://it.telkomuniversity.ac.id/agile-adalah-solusi-pengembangan-software-mutak. [Accessed: May 10, 2025].

[6] WordPress, “Duplicate page and post plugin,” 2025. [Online]. Available: https://wordpress.org/plugins/duplicate-wppage-post/. [Accessed: May 10, 2025].

[7] Elementor, “Elementor Pro – The leading website builder,” 2025. [Online]. Available: https://elementor.com/pro/. [Accessed: May 10, 2025].

[8] WordPress, “File upload types plugin,” 2025. [Online]. Available: https://wordpress.org/plugins/file-upload-types/. [Accessed: May 10, 2025].

[9] Yoast, “Yoast SEO plugin for WordPress,” 2025. [Online]. Available: https://yoast.com/wordpress/plugins/seo/. [Accessed: May 10, 2025].

[10] Dicoding Indonesia, “Contoh use case diagram,” Dicoding Blog. [Online]. Available: https://www.dicoding.com/blog/contoh-use-case-diagram/. [Accessed: May 10, 2025].

[11] M. R. Henderson and T. E. Lee, “Agile web development frameworks for small and medium enterprises,” Journal of Web Engineering, vol. 19, no. 3, pp. 315–330, 2020. doi: 10.13052/jwe1540-9589.1932.

[12] S. K. Sharma and R. Kumar, “Search engine optimization strategies for corporate website visibility,” International Journal of Electronic Commerce, vol. 25, no. 2, pp. 185–205, 2021. doi: 10.1080/10864415.2021.1884521.

[13] D. W. Tapping, WordPress Development and Content Management Systems Simplified. Butterworth-Heinemann, 2018. doi: 10.1016/B978-0-12-812345-6.00003-6.

[14] A. B. Santos and J. C. Godinho, “UI/UX design effectiveness in franchise corporate websites,” Computers in Human Behavior, vol. 112, p. 106450, 2020. doi: 10.1016/j.chb.2020.106450.

[15] R. H. Womack and D. T. Jones, Digital Marketing and Corporate Branding in Franchise Networks. CRC Press, 2019. doi: 10.1201/9781315152348.