

ABSTRAK

Di tahun 2024 saat tulisan ini dibuat, “*Website*” dianggap sebagai sebuah media *digital* yang lama dan tradisional jika mengacu pada fungsi promosi pada *digital*. Berdasarkan data yang penulis peroleh dari “*GoodStats Data*” penggunaan *website* seperti misalnya *wordpress*, *blogspot*, *googlesites*, terus mengalami penurunan dari tahun 2017 hingga saat ini 2024. Konten-konten yang berkedok pemasaran sebagai contoh “Inilah 5 produk sabun terbaik” atau judul yang semisal, akan lebih banyak diupload dan dijumpai di media sosial seperti misalnya di Shorts, Instagram, Tiktok, X, dan sebagainya. Dan sudah sangat jarang atau hampir tidak ada *website* yang mengupload konten terbaru yang membahas masalah semisal. Sekalipun ada, maka perbandingan antara jumlah konten yang dibuat di aplikasi media sosial dengan konten yang dibuat di media cetak *digital* atau *website*, akan terlihat jauh perbedaan jumlahnya

Jadi pada skripsi yang penulis buat ini, penulis akan membahas seberapa pentingnya *website* bagi sebuah perusahaan atau UMKM. Penulis akan menganalisa fungsi paling efektif sebuah *website* dalam strategi marketing *digital*. Dan seberapa pentingnya keberadaan sebuah *website* dalam meningkatkan *Company Profilling* bagi sebuah perusahaan atau UMKM di tahun 2024 yang dipenuhi dengan *trend* sosial media

Kata Kunci: *Website, Website, SEO, Company Profilling*