

PROPOSAL RISET & REVAMP · JULI 2026

Website Resmi Persela Lamongan

Dari portal berita menjadi pusat ekosistem digital Laskar Joko Tingkir — untuk supporter, sponsor, media, dan akademi.

Disusun oleh Kalsara Digital Studio

Dari wong Lamongan, untuk kebanggaan Lamongan.

Proposal ini dalam satu halaman

WHY

Website existing bocor kredibilitas — menu mati, tautan kosong, splash page penghalang — dan belum melayani sponsor, supporter, media, maupun akademi.

WHAT

Revamp menyeluruh: dari situs berita menjadi platform ekosistem digital resmi Persela — modern, mobile-first, dwibahasa, siap monetisasi. Konsep desainnya sudah kami siapkan (hal. 12–13).

WHO

Dikerjakan Kalsara Digital Studio (dipimpin engineer wong Lamongan); untuk supporter, sponsor, media, dan calon pemain akademi.

WHEN

Bertahap: quick wins 1–2 minggu di situs existing, MVP ±3–4 bulan, fase lanjutan sesuai keputusan klub di tiap tahap.

WHERE

Di domain & aset digital resmi klub yang sudah ada — perselastore.com yang telah berjalan baik tidak diganggu, hanya diintegrasikan.

HOW

Proses 7 langkah Kalsara. Investasi: proposal final kami susun setelah diskusi ruang lingkup bersama manajemen.

Kenapa website Persija penting dibenahi sekarang



Kantor komersial 24 jam

Website adalah tempat pertama calon sponsor, media, dan supporter menilai profesionalisme klub — sebelum bertemu siapa pun.



Momentum menuju Liga 1

Ambisi kembali ke kasta tertinggi butuh wajah digital yang setara: profesional, modern, dan siap menyambut sponsor baru.



Kompetitor sudah bergerak

Klub-klub Liga 1 telah beralih dari sekadar situs berita menjadi platform relasi supporter — akun, membership, hingga loyalty.

Peluang dalam angka

69%

orang Indonesia adalah penggemar sepak bola — proporsi tertinggi di dunia dari 34 negara yang disurvei

Ipsos Global Advisor, 2022

235 jt

pengguna internet Indonesia (81,7% populasi), 84% mengakses lewat smartphone — website klub wajib mobile-first

Survei APJII, 2026

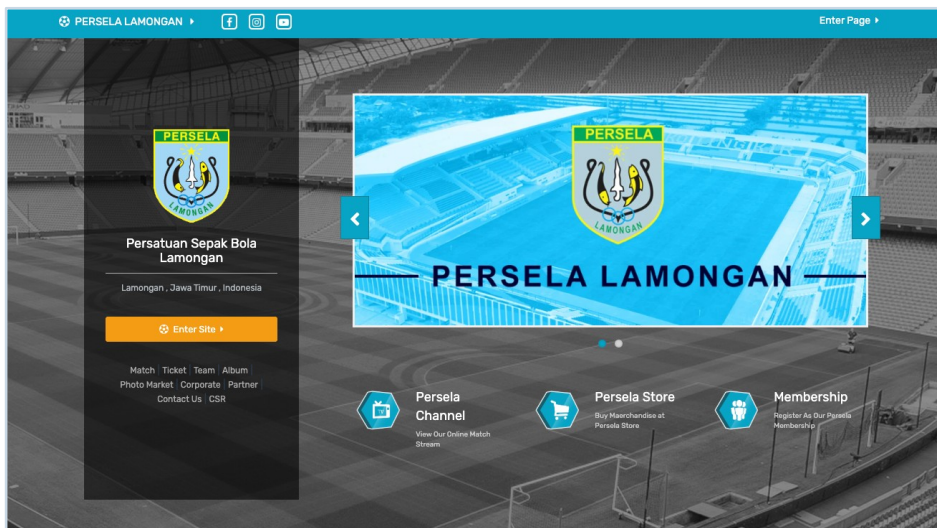
Rp2,7–3 T

estimasi nilai ekonomi kompetisi Liga 1 per musim — sepak bola Indonesia adalah industri nyata

Kajian LPEM FEB UI, musim 2019–2020

Pasarnya raksasa — pertanyaannya: apakah pintu digital Persela siap menyambutnya?

Pintu depan yang menghalangi pengunjung



Tangkapan layar splash page perselalamongan.com — Juli 2026

- 1 Wajib klik “Enter Site” dulu**
Pengunjung dipaksa satu klik ekstra sebelum melihat konten apa pun — friksi tanpa nilai, pola desain yang sudah ditinggalkan industri.
- 2 Halaman terpenting, nyaris kosong**
Halaman utama domain adalah yang paling dinilai Google — di sini isinya hanya tombol masuk.
- 3 Typo di layar pertama**
“Buy Maerchandise at Persela Store” — kesalahan tulis pada kesan pertama pengunjung.
- 4 Gambar rusak setelah masuk**
Broken image/thumbnaill ditemukan di halaman utama setelah melewati splash.

Catatan jujur: kecepatan server justru baik — Core Web Vitals LOLOS per data pengguna nyata Chrome UX (Juli 2026). Masalahnya bukan infrastruktur, melainkan pengalaman & detail eksekusi.

Kredibilitas bocor di detail yang terlihat pengunjung

4

menu navigasi mati

3

tautan sosmed
kosong

0

halaman sponsor,
klasemen &
academy

2 kata isi meta description

×

Tautan media sosial kosong

Ikon header mengarah ke facebook.com / instagram.com tanpa akun — pengunjung yang klik tersesat.

×

Sponsor tanpa nilai digital

Logo tampil tanpa tautan; tidak ada halaman partnership, media kit, atau data audiens.

×

Data pertandingan janggal

Modul “pertandingan terakhir” menampilkan skor 0-0 bertanggal lama + tombol beli tiket.

×

Menu mati di navigasi utama

Photo Market, Konfirmasi, LA Mania, dan Bantuan tidak mengarah ke mana pun (#).

×

SEO nyaris tidak ada

Deskripsi halaman hanya “Persela Lamongan” — sulit ditemukan untuk pencarian jadwal, tiket, berita.

×

Tidak ada ruang supporter

Tanpa klasemen, statistik, membership, maupun halaman LA Mania — tak ada alasan kembali.

Persela tidak mulai dari nol — mesin kontennya sudah menyala



Berita rutin & aktif

Artikel terbit teratur — terbaru tercatat 3 Juli 2026 saat audit dilakukan.



Produksi video orisinal

Wawancara eksklusif, matchday diary, hingga full match — aset yang banyak klub Liga 2 tidak punya.



Ticketing sudah berjalan

Tombol beli tiket tersedia per pertandingan.



Persela Store berjalan baik

perselastore.com sudah beroperasi — revamp ini TIDAK menggantikan store, hanya mengintegrasikannya.

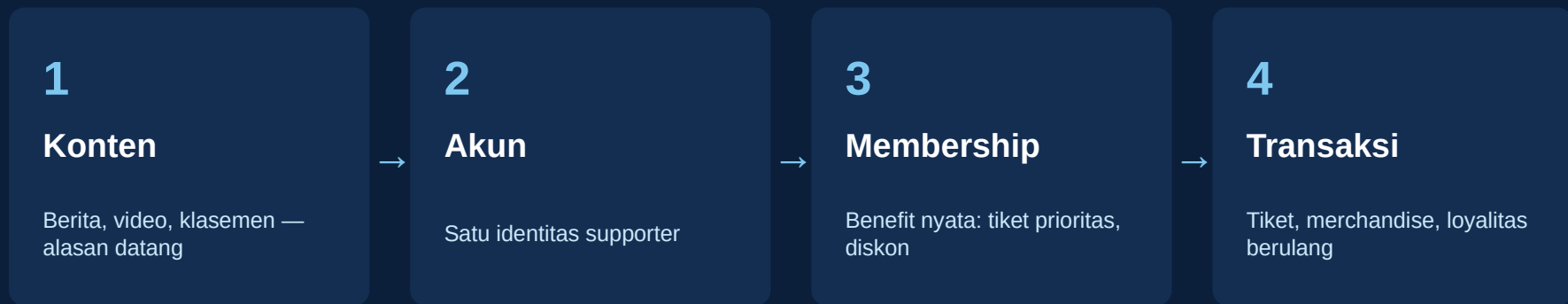
Kesimpulan audit: fondasi konten ada — yang belum terbangun adalah ekosistem, kepercayaan, dan mekanisme relasi dengan supporter.

Apa yang sudah dilakukan klub-klub lain

Persib	Ekosistem akun terpusat: MemberSIB dengan diskon merchandise khusus member
Persija	Reposisi total: “Persija Access” — platform fan engagement dengan loyalty point & menu sponsor eksplisit
Persebaya	Membership “Persebaya Selamanya” + Full Season Ticket dengan verifikasi digital, klasemen lengkap
Bali United	Paling korporat: aplikasi mobile (tiket + merchandise), halaman investor, media network untuk sponsor
Borneo FC	Klasemen langsung di homepage, situs tiket terdedikasi, membership BORNEOID

Sumber: observasi struktur situs & kanal resmi klub, Juli 2026 (Persib & Borneo FC via hasil pencarian — situs membatasi akses otomatis).

Website klub modern bukan portal berita — ia platform relasi supporter



Dari lima klub Indonesia yang diriset, semuanya sudah berada di jalur ini. Persija — berdasarkan audit — belum memiliki satu pun tahapnya setelah “konten”.

Pola gold standard: Manchester City & Arsenal

Konten premium sebagai magnet

Man City: video eksklusif (CITY+) berdampingan dengan konten gratis — konten jadi alasan membuat akun.

Membership = kunci semua benefit

Arsenal: tiket hanya bisa diakses lewat tier membership — membership bernilai nyata, bukan kartu pajangan.

Monetisasi berlapis

Tiket, hospitality, tur stadion, merchandise per pemain, hingga konser — stadion & pemain sebagai produk.

Indonesia dianggap pasar penting

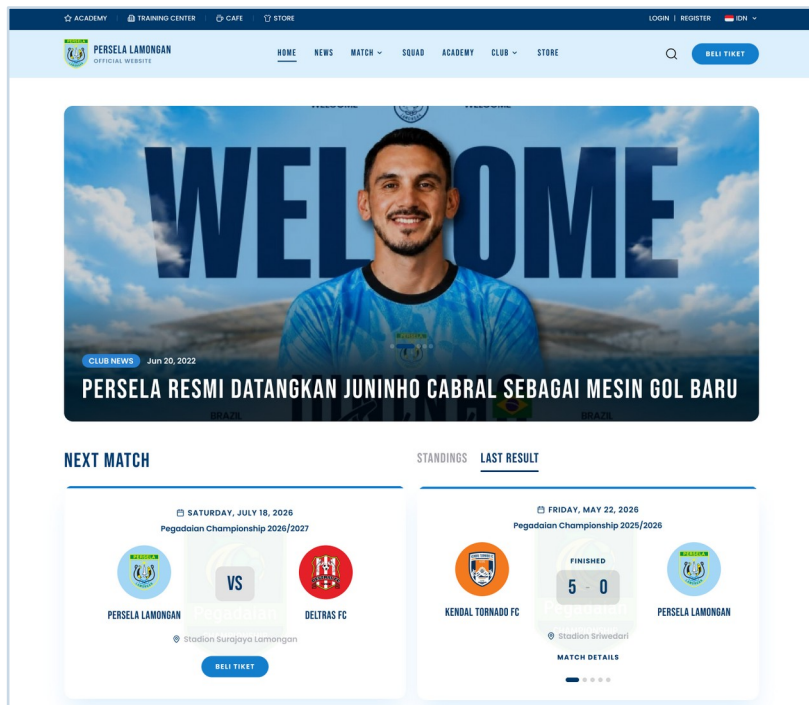
Man City menyediakan situs Bahasa Indonesia (id.mancity.com) — bukti besarnya audiens bola digital di negeri sendiri.

Satu website, lima pintu nilai

Setiap audiens punya perjalanan sendiri — dan setiap perjalanan berujung pada nilai bagi klub.



Wujudnya: konsep homepage baru Persija



1 Laga berikutnya + tiket di layar pertama

Pertanyaan #1 supporter terjawab tanpa scroll — lengkap dengan tombol beli tiket.

2 Klasemen & hasil langsung terlihat

Fitur yang selama ini tidak ada di website Persija, kini satu layar dengan jadwal.

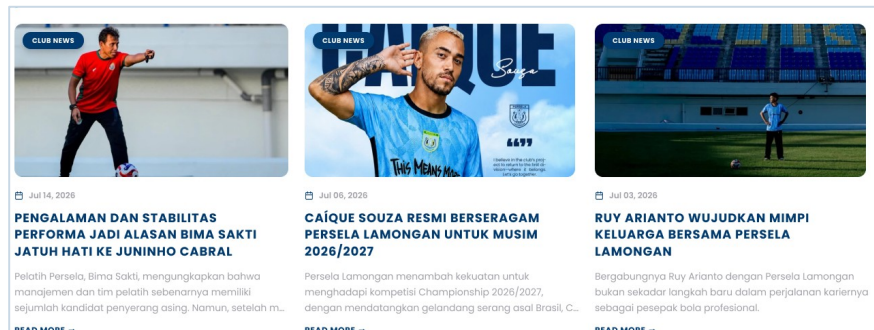
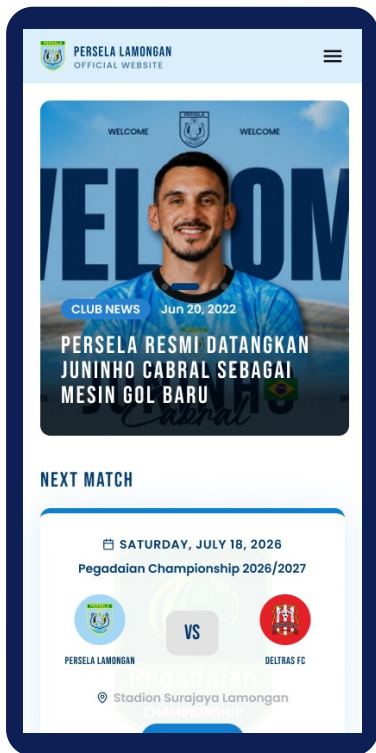
3 Identitas Laskar Joko Tingkir

Warna, tipografi & karakter klub — bukan template generik.

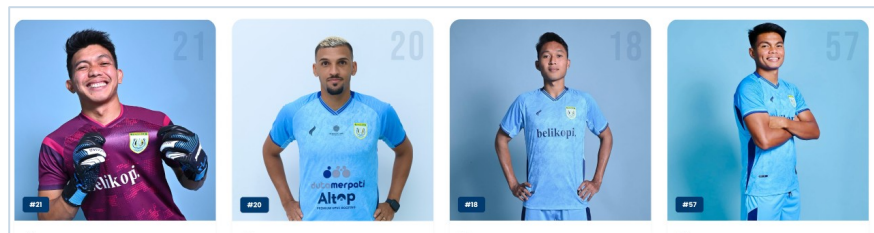
4 Dwibahasa ID / EN

Toggle bahasa di seluruh halaman — membuka jangkauan global klub.

Satu rumah untuk semua kepentingan klub



Mesin berita & video — bahan SEO dan bukti klub hidup



Pemain sebagai produk — pintu ke profil & penjualan jersey



Academy & komunitas mendapat panggung sendiri — panggung pembinaan dan LA Mania.

Store & partner resmi punya section khusus — terhubung ke perselastore.com dan halaman Partnership.

Lingkup MVP: website baru yang rapi, cepat, dan lengkap

- ✓ Redesign penuh: identitas visual & arsitektur informasi baru
- ✓ Match center: jadwal, hasil, dan klasemen
- ✓ Profil pemain & pelatih yang layak jual
- ✓ Sejarah klub, identitas Laskar Joko Tingkir & Stadion Surajaya
- ✓ Dwibahasa ID/EN — navigasi & halaman inti dalam dua bahasa
- ✓ Halaman Partnership untuk sponsor + Media Center
- ✓ Halaman Academy dengan pendaftaran online
- ✓ SEO teknis menyeluruh (meta, schema, sitemap, Google News)
- ✓ Migrasi seluruh berita, video, galeri & data pemain

Prinsip lingkup: perbaikan kredibilitas paling murah (splash page, tautan, menu) dieksekusi lebih dulu di Fase 0 — bahkan sebelum redesign dimulai — karena dampaknya langsung terasa.

Roadmap bertahap — komitmen kecil dulu, buktikan, lanjut



Setiap fase punya deliverable jelas dan titik keputusan lanjut/berhenti — klub tidak diminta berkomitmen sekaligus. Durasi adalah perkiraan dan dipertajam bersama saat PRD.

Cara kami bekerja — 7 langkah, transparan

1

Konsultasi & Discovery

2

Proposal & Kesepakatan

3

Desain

4

Development

5

Review & Revisi

6

Launching

7

Support & Maintenance

Prinsip teknis untuk Persela:



Mobile-first

84% akses internet Indonesia via smartphone
(APJII 2026)



SEO sejak hari pertama

meta, schema, sitemap & Google News — bukan
tambahan belakangan



Dwibahasa ID/EN

antarmuka & halaman inti dua bahasa —
jangkauan global

TENTANG PENYUSUN

Kalsara Digital Studio



*“Bukan Sekadar Website.
Fondasi Digital untuk
Bisnis Anda.”*

Studio spesialis pengembangan website yang berbasis di Tangerang Selatan, didirikan dan dipimpin langsung oleh engineer dengan 8+ tahun pengalaman membangun platform digital untuk korporasi besar di Indonesia.

- Pendekatan riset-dulu — setiap proyek dimulai dari audit dan data, bukan asumsi; dokumen ini contohnya
- Standar engineering serius: performa, keamanan, skalabilitas
- Transparan dalam lingkup, harga, dan progres
- Pendampingan pasca launch — pelatihan tim media klub hingga mandiri, plus support & maintenance berkelanjutan

Bukti cara kami bekerja: riset dan audit mendalam di balik proposal ini — begitulah kami memulai setiap proyek. Selengkapnya di kalsara.id.

Didirikan oleh wong Lamongan. WhatsApp +62 851-5658-9720 · hello@kalsara.id · instagram.com/kalsaradigital · kalsara.id

PENUTUP

Persela layak punya rumah digital sebaik nama besarnya

Proposal ini kami susun atas inisiatif sendiri, dari riset dan audit yang kami lakukan tanpa diminta — sebagai bentuk kepedulian wong Lamongan terhadap klub kebanggaannya.

Apabila manajemen berkenan, kami siap memaparkan temuan lengkap beserta demo interaktif konsep website baru, kapan pun dan dalam format apa pun yang nyaman bagi klub.

Kalsara Digital Studio · WhatsApp +62 851-5658-9720 · hello@kalsara.id · kalsara.id



Mari bawa Persela kembali bersinar — di lapangan dan di layar.