

PERANCANGAN *WEBSITE PROFIL* PERUSAHAAN MENGUNAKAN METODE *WATERFALL* (STUDI KASUS : HEN INTERIOR)

(Saprudin¹, Edo Hadi Prakoso.^{2*}, Diah Prastyani³, Toti Tamara Sitohang⁴)

^{1,2,3,4}Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia

Email: ¹dosen00845@unpam.ac.id, ^{2*}edo.hadi39@gmail.com, ³diahprastyani2002@gmail.com,
⁴totitamara58@gmail.com

Abstrak Dalam era digital, website menjadi media portofolio yang esensial bagi perusahaan untuk menampilkan informasi, produk, dan kontak bisnis. Kehadiran website tidak hanya meningkatkan citra profesional perusahaan tetapi juga memudahkan pelanggan mengakses informasi. Sebagai alat komunikasi global, internet memberikan peluang besar bagi perusahaan untuk memperluas jangkauan informasi dan layanan. Hen Interior, perusahaan yang bergerak di bidang *Design Interior*, saat ini masih mengandalkan metode tradisional seperti kartu nama dan jejaring langsung untuk menyampaikan informasi. Cara ini membatasi jangkauan perusahaan dalam mempromosikan produk dan layanan. Oleh karena itu, pengembangan website sebagai media portofolio diharapkan mampu membantu perusahaan menyebarkan informasi lebih luas, meningkatkan citra profesional, dan memudahkan interaksi dengan pelanggan. Selain itu, website juga akan mendukung strategi pemasaran digital yang lebih efisien, memungkinkan perusahaan memperluas pasar dan meningkatkan efektivitas komunikasi.

Kata Kunci: *Website, Portofolio, Metode Waterfall*

Abstract—*In the digital era, websites have become an essential portfolio medium for companies to display information, products, and business contacts. The presence of a website not only enhances the company's professional image but also makes it easier for customers to access information. As a global communication tool, the internet provides a great opportunity for companies to expand the reach of information and services. Hen Interior, a company specializing in Design Interior, currently relies on traditional methods such as business cards and direct networking to convey information. This method limits the company's reach in promoting products and services. Therefore, the development of a website as a portfolio medium is expected to help the company disseminate information more widely, enhance its professional image, and facilitate interaction with customers. In addition, the website will also support a more efficient digital marketing strategy, allowing companies to expand their market and increase the effectiveness of communication.*

Keywords: *Website, Portfolio, Waterfall Method.*

1. PENDAHULUAN

Desain interior adalah salah satu bidang usaha yang semakin berkembang, seiring dengan meningkatnya permintaan masyarakat terhadap layanan perancangan desain. Namun desain interior masih ada yang menjelaskan menggunakan pendekatan tradisional, yang mungkin kurang relevan dengan perkembangan teknologi dan tren modern saat ini. Banyak desainer masih terjebak dalam penggunaan teknik dan gaya lama, tanpa memperhatikan inovasi atau preferensi klien yang lebih beragam.

Di era digital saat ini, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perusahaan untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital di berbagai aspek operasional mereka, khususnya dalam pemasaran. Ketatnya persaingan pasar memaksa setiap perusahaan untuk terus berinovasi dan menemukan cara-cara terbaik dalam menarik minat serta mempertahankan pelanggan. Salah satu strategi yang telah banyak digunakan adalah dengan membangun situs web.

Hen Interior yang bergerak di bidang retail, mereka belum memiliki situs web resmi yang dapat menjadi platform untuk menyampaikan informasi terkini tentang interior, produk, atau

layanan yang mereka tawarkan kepada calon pelanggan. Dalam upaya memenuhi kebutuhan akan keberadaan online yang kuat, menjangkau pasar yang semakin luas, serta meningkatkan penjualan. HEN INTERIOR memutuskan untuk merancang website profil Perusahaan yang profesional dan informatif. Dengan website Perusahaan yang dioptimalkan dengan baik, mereka berharap dapat menarik perhatian lebih banyak calon pelanggan, memperluas jangkauan pasar dan mengalami peningkatan jumlah penjualan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode pencarian data

a. Observasi

Observasi adalah metode penelitian Penelitian observasional mengamati perilaku atau fenomena secara langsung dan sistematis. Observasi dapat dilakukan secara partisipatif (partisipan aktif dalam kegiatan) atau *non*-partisipatif (partisipan tidak aktif dalam kegiatan).

b. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan langsung kepada pihak yang diwawancarai untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam. Proses wawancara ini bisa dilakukan secara langsung, melalui telepon, atau menggunakan platform konferensi video secara daring. Wawancara diklasifikasikan menjadi tiga kategori: terstruktur, semi-terstruktur, dan tidak terstruktur.

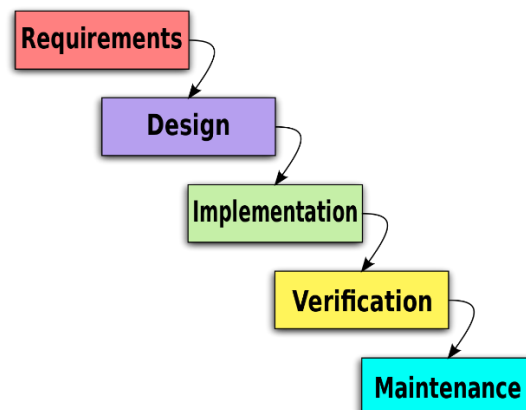
c. Analisis

Analisis adalah pendekatan yang digunakan untuk mengolah dan mengkaji data yang telah dikumpulkan guna menemukan pola, hubungan, dan makna yang mendalam dari data tersebut. Metode ini dapat bersifat kualitatif (menggunakan analisis deskriptif), kuantitatif (menggunakan statistik), atau kombinasi keduanya.

2.2. Metode perancangan sistem

a. Metode *Waterfall*

Untuk memastikan pemenuhan semua kebutuhan, proses pengembangan sistem biasanya melalui serangkaian tahapan yang terstruktur. Salah satu pendekatan yang terorganisir dengan baik adalah siklus pengembangan perangkat lunak (Software Development Life Cycle/SDLC), yang mencakup metode *waterfall*. Metode ini dianggap sebagai yang pertama dan paling alami karena setiap tahapan dilakukan secara berurutan, mirip dengan aliran air terjun.



Gambar 1 Metode *Waterfall*

Berikut adalah tahapan dari metode waterfall:

1) **Requirments**

Analisis kebutuhan adalah tahapan pertama metode waterfall. Pengembang harus mencari tahu apa yang dibutuhkan pengguna sistem mereka. Hal ini dapat menjadi referensi saat menentukan fitur atau layanan yang harus dibuat. Untuk mendapatkan wawasan dan informasi, beberapa metode termasuk melakukan wawancara, survei, atau mengikuti diskusi forum yang relevan.

2) **Design**

Tahapan dalam metode waterfall mencakup proses perancangan dan pengembangan yang didasarkan pada kebutuhan yang telah ditentukan oleh pengguna. Proses perancangan ini sangat penting untuk memudahkan tahap pengembangan, serta untuk mendapatkan rincian yang jelas mengenai struktur dan tampilan sistem yang akan dibangun. Selain itu, tahap desain juga berperan dalam mengidentifikasi perangkat keras dan sistem yang diperlukan, sehingga proses pengembangan dapat berjalan dengan efektif dan sesuai dengan rencana yang telah disusun.

3) **Implementation**

Metode waterfall adalah pendekatan yang mengarah pada proses pengkodean secara terstruktur. Dalam pengembangan sistem dengan metode ini, terdapat tahapan yang terdiri dari modul-modul kecil yang akan digabungkan sesuai urutan tahapan dalam metode waterfall. Tujuannya sangat penting untuk memastikan bahwa setiap komponen sistem beroperasi dengan optimal sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya.

4) **Testing**

Metode waterfall merujuk pada tahap penggabungan setiap modul yang telah dikembangkan. Setelah penggabungan ini selesai, pengembang akan melakukan pengujian untuk memastikan bahwa seluruh fungsi sistem berjalan dengan baik dan untuk mengidentifikasi potensi kesalahan atau kegagalan.

5) **Maintanance**

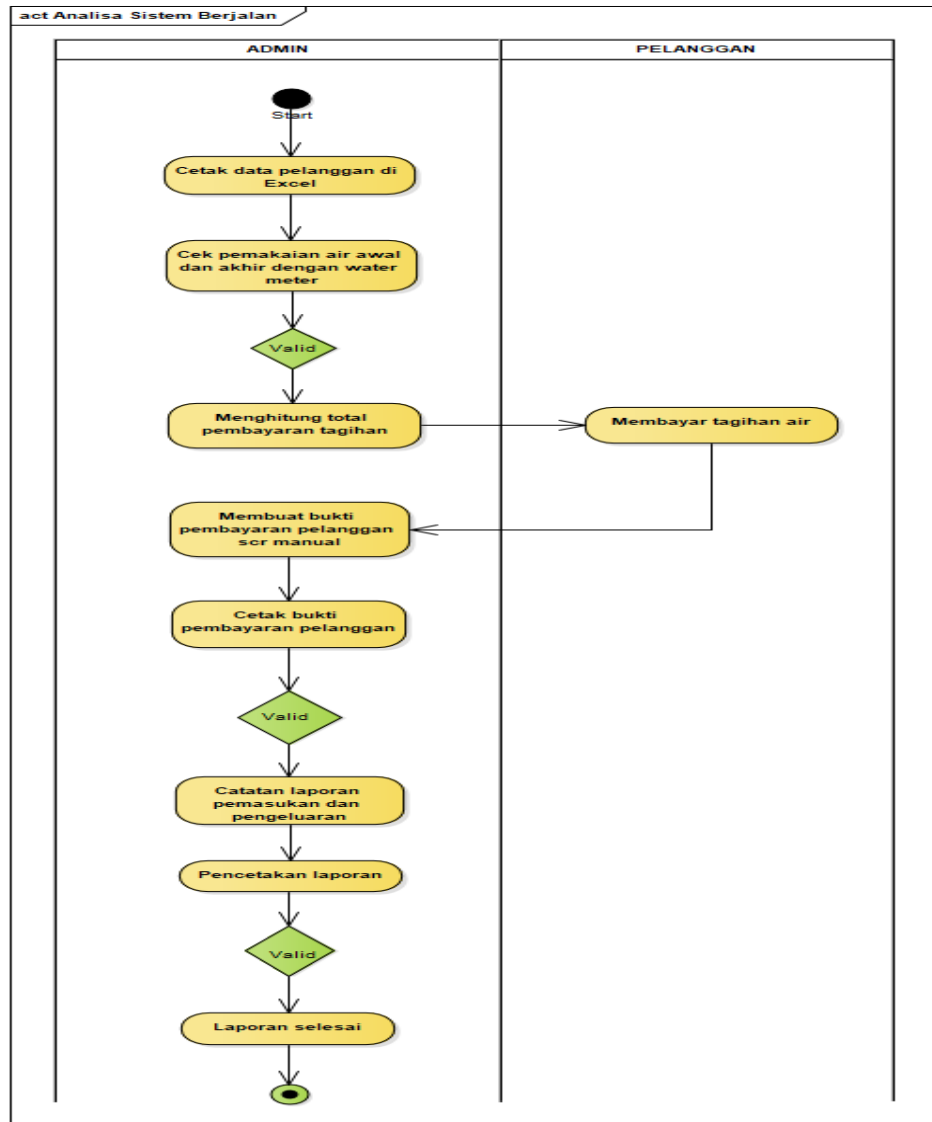
Maintanance merupakan salah satu perawatan yang telah dibuat merupakan tahapan terakhir dari pendekatan ini, setelah tahapan sebelumnya yang sistematis. Pengguna telah menggunakan sistem. Pemeliharaan secara berkala diperlukan untuk memastikan bahwa sistem tetap berfungsi dengan baik. Proses ini mencakup perbaikan implementasi unit sistem, penyelesaian kesalahan yang masih ada atau yang baru terdeteksi, serta peningkatan kinerja sistem yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna.



3. ANALISA DAN PERANCANGAN

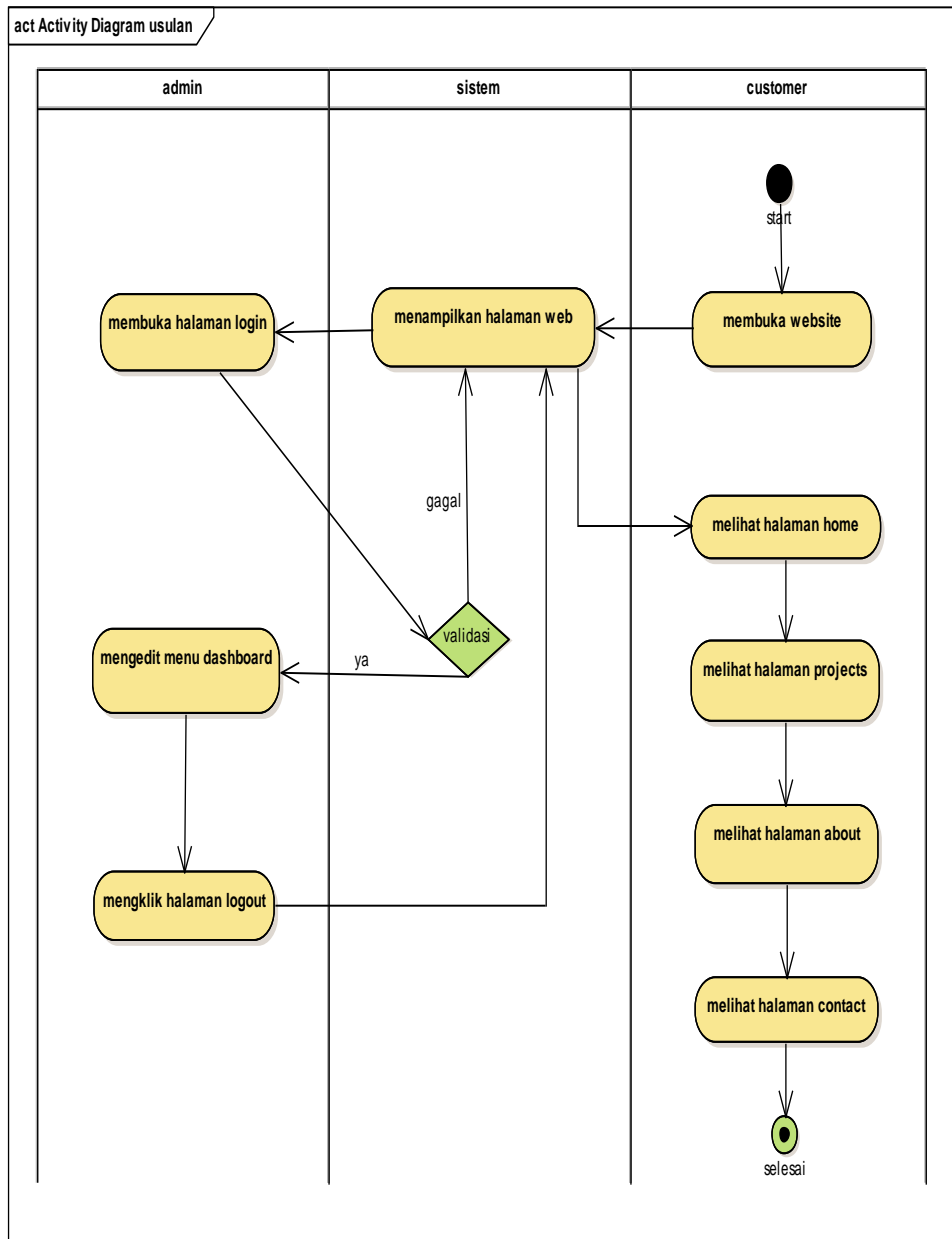
3.1 Analisa sistem

a. Analisa sistem berjalan



Gambar 2 Analisa sistem berjalan

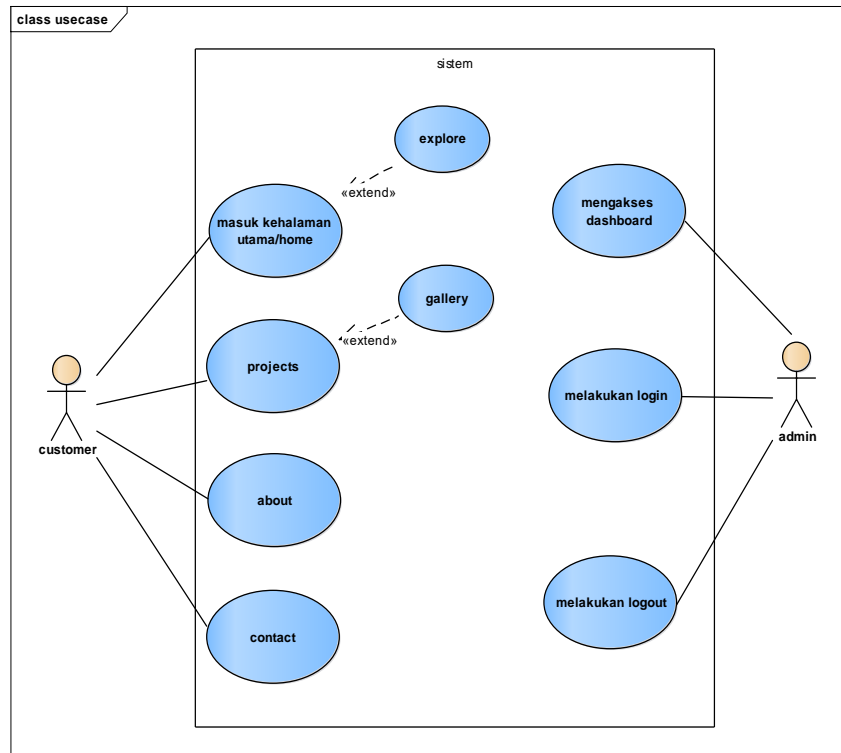
b. Analisa sistem usulan



Gambar 3 analisa sistem usulan

3.2 Perancangan sistem

a. Use case diagram

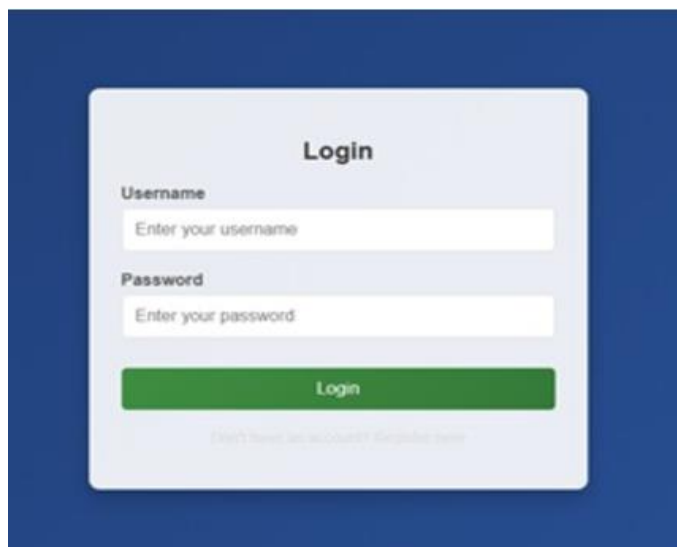


Gambar 4 use case diagram

4. Implementasi dan *Testing*

4.1 Implementasi UI

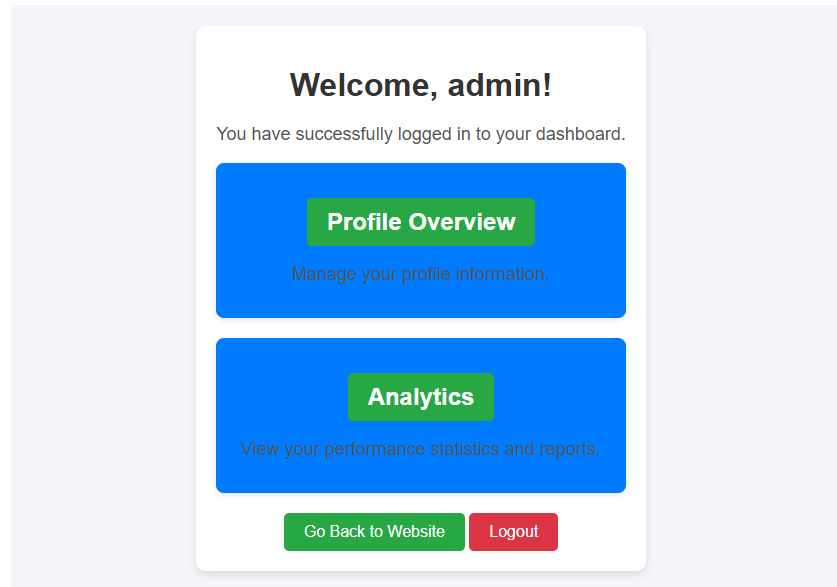
a. Halaman *login*



Gambar 5 Halaman *Login*

Pada gambar 5 sistem menampilkan halaman *login* untuk *admin* yang berguna sebagai akses *admin* menuju *dashboard admin* dengan cara memasukkan *username* pengguna dan *password*.

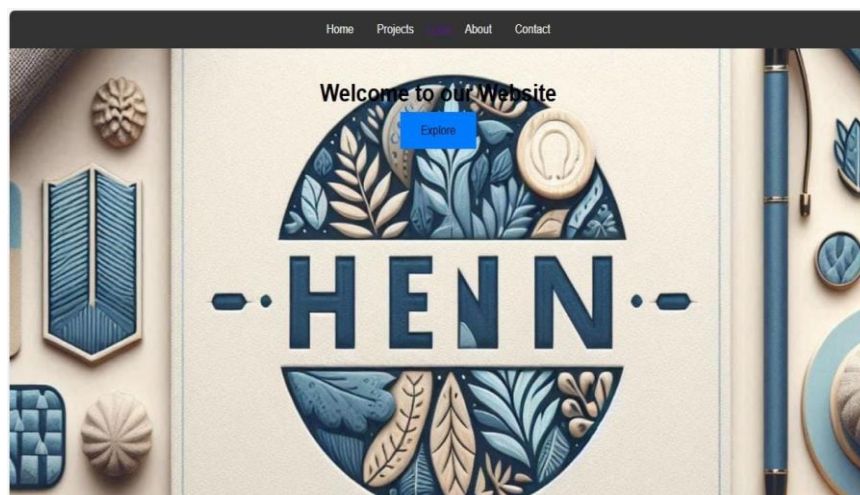
b. Halaman *Dashboard Admin*



Gambar 6 Halaman *Dashboard Admin*

Pada gambar 6 sistem akan menampilkan *dashboard admin* setelah admin melakukan *login*

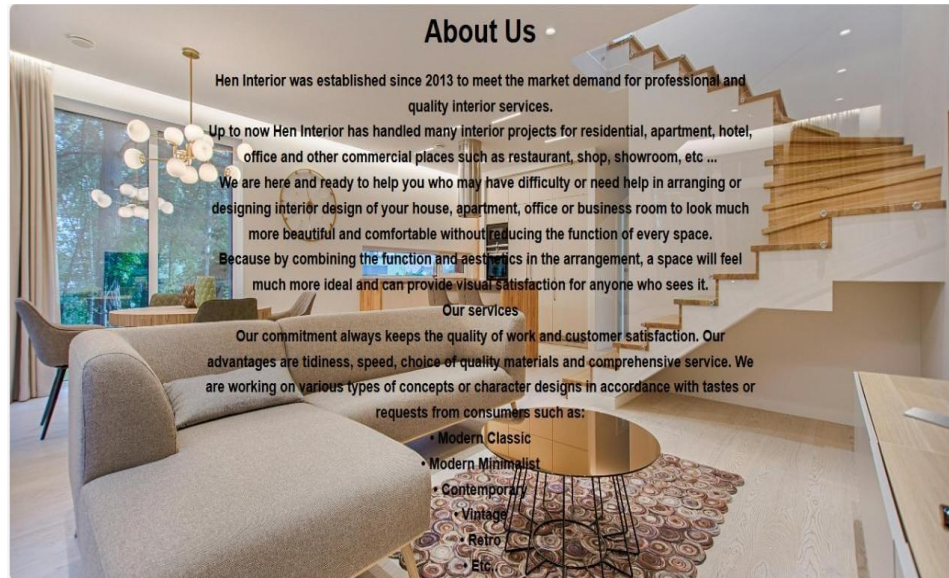
c. Halaman *Home*



Gambar 7 Halaman *Home*

Pada gambar 7 sistem akan menampilkan halama *home* atau halaman utama dari website dan terdapat link yang mempersingkat tujuan yang akan dipilih

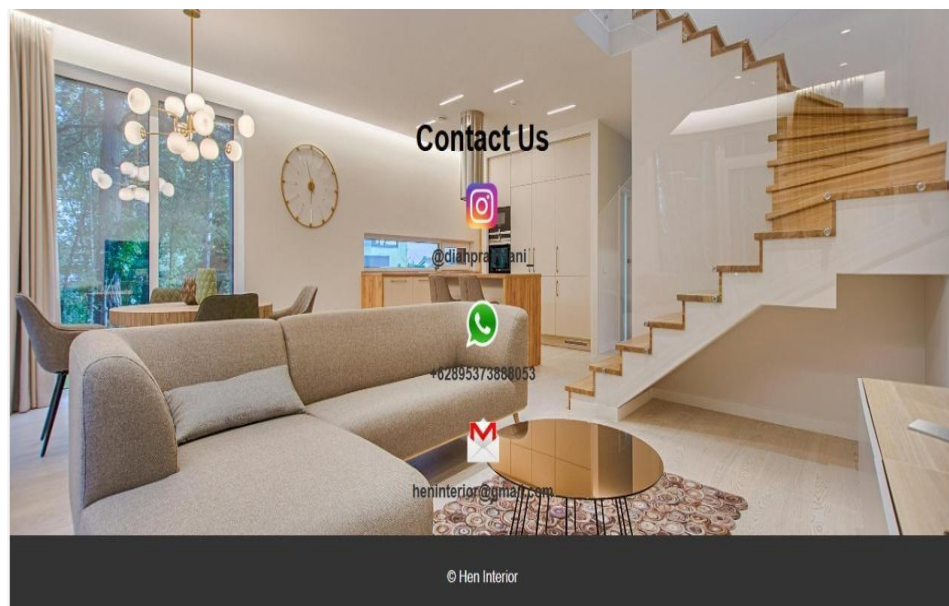
d. Halaman *About*



Gambar 8 Halaman *About*

Pada gambar 8 sistem akan menampilkan halaman *About* mengenai *profil* perusahaan.

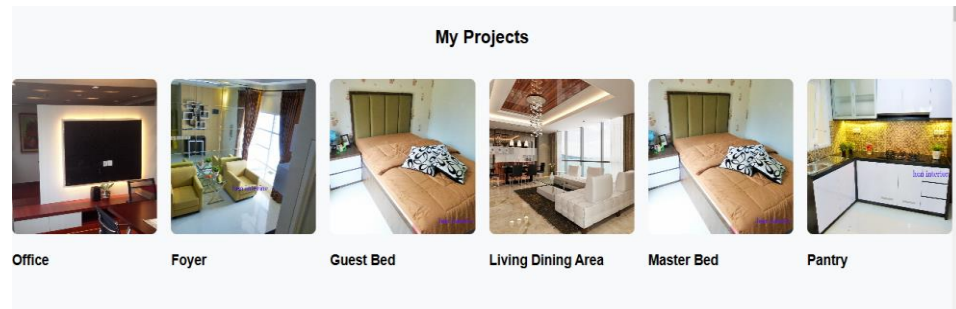
e. Halaman *Contact*



Gambar 9 Halaman *Contact*

Pada gambar 9 sistem akan menampilkan halaman *Contact* yang berisi *link whatsapp,instagram,email* perusahaan.

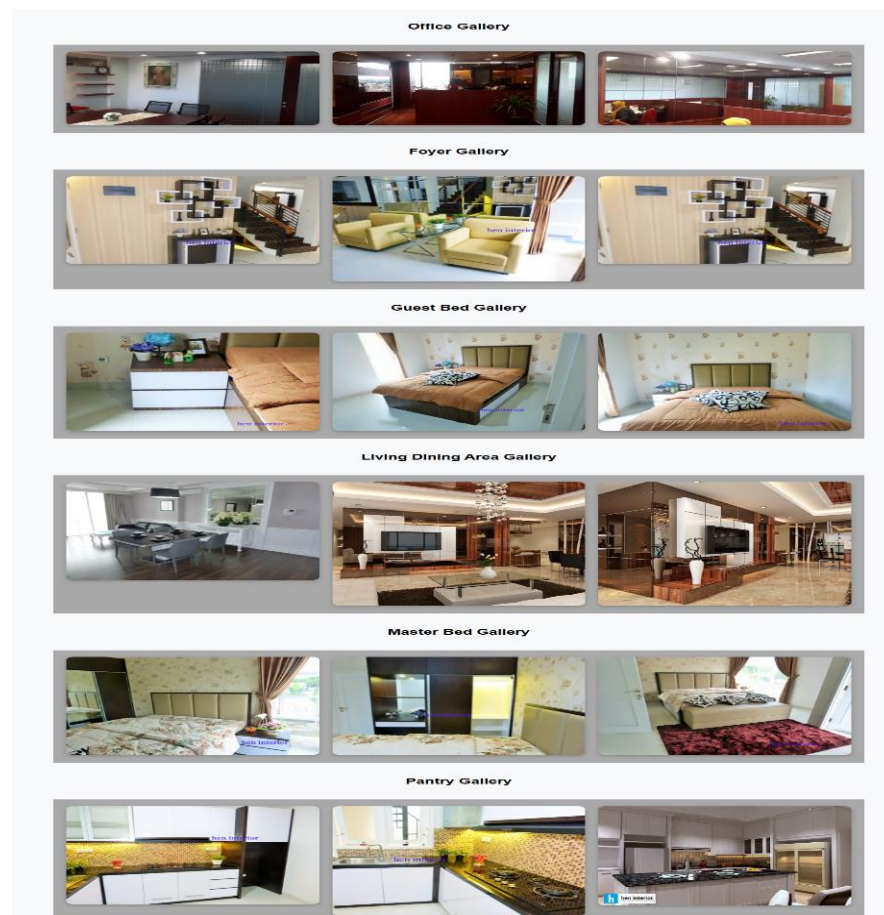
f. **Halaman *Projects***



Gambar 10 Halaman *Projects*

Pada gambar 10 sistem akan menampilkan halaman *projects* dimana dalam gambar *projects* terdapat link yang langsung membawa ke gallery sesuai jenis yang dipencet.

g. **Halaman *Gallery***



Gambar 11 Halaman *Gallery*

Pada gambar 11 sistem akan menampilkan halaman *gallery* yang berisi gambar-gambar mengenai produk.

4.2. Testing

a. Pengujian *BlackBox*

Skenario Pengerjaan	Realisasi yang diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
Menekan menu Home	Menampilkan bagian Home	Sesuai Harapan	Valid
Menekan menu About	Menampilkan bagian About	Sesuai Harapan	Valid
Menekan menu Projects	Menampilkan bagian Projects	Sesuai Harapan	Valid
Menekan menu Contact	Menampilkan bagian Contact	Sesuai Harapan	Valid
Menekan menu Login	Menampilkan bagian Login	Sesuai Harapan	Valid

5. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Hasil dari perancangan website profil perusahaan untuk Hen Interior menunjukkan bahwa metode Waterfall sangat cocok untuk pengembangan proyek ini. Metode yang sistematis, dimulai dari analisis kebutuhan hingga proses pengujian, menjamin bahwa setiap fase pengembangan berlangsung berjalan lancar dan terkontrol. Website yang telah dirancang berhasil memenuhi kebutuhan perusahaan untuk meningkatkan visibilitas secara online dan menyajikan informasi produk, layanan, serta portofolio secara efisien kepada calon pelanggan.

Website ini tidak hanya membantu Hen Interior menjangkau pasar yang lebih luas, tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih profesional dan modern kepada pengguna. Dengan fitur-fitur seperti galeri proyek, halaman kontak, dan deskripsi layanan, website mampu menggantikan metode promosi tradisional yang terbatas, sehingga komunikasi antara perusahaan dan calon pelanggan menjadi lebih efektif. Selain itu, situs web ini dikembangkan dengan antarmuka yang intuitif, memudahkan pengguna dari berbagai latar belakang untuk dapat mengaksesnya dimana saja dan kapan saja dengan nyaman.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital melalui pengembangan website dapat meningkatkan daya saing perusahaan di era teknologi saat ini. Dengan memanfaatkan teknologi web, Hen Interior dapat menyajikan citra perusahaan yang lebih profesional dan efisien dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Kesuksesan proyek ini membuktikan bahwa pengembangan berbasis metode Waterfall memberikan

hasil yang optimal ketika spesifikasi kebutuhan sistem telah dirumuskan dengan baik sejak awal.

5.2 Saran

1. Pemeliharaan Berkala: Lakukan pemeliharaan rutin terhadap website untuk memastikan performa optimal dan menghindari masalah teknis yang mungkin muncul.
2. Pembaruan Konten: Pastikan konten website selalu diperbarui dengan informasi terbaru tentang produk katalog agar tetap menarik bagi pengunjung.
3. Pelatihan Staf: Adakan pelatihan berkala untuk staf Hen Interior mengenai pengelolaan konten website, sehingga mereka bisa secara mandiri memperbarui dan mengelola website.
4. Integrasi Media Sosial: Pertimbangkan untuk mengintegrasikan website dengan platform media sosial yayasan untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan masyarakat secara lebih luas.
5. Feedback Pengguna: Selalu buka ruang untuk feedback dari pengunjung website guna mengetahui kekurangan dan area yang perlu ditingkatkan.

Dengan mengimplementasikan rekomendasi-rekomendasi tersebut, Hen Interior dapat memastikan bahwa situs web yang telah dibuat tidak hanya memenuhi kebutuhan saat ini, tetapi juga dapat berkembang seiring waktu dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi Hen Interior.

REFERENCES

- Ahmadar, M., Perwito, P., & Taufik, C. (2021). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEB PADA RAHAYU PHOTO COPY DENGAN DATABASE MySQL. *Dharmakarya*, 10(4), 284. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v10i4.35873>
- Hastanti, R. P., Eka, B., Indah, P., & Wardati, U. (2015). *Sistem Penjualan Berbasis Web (E-Commerce) Pada Tata Distro Kabupaten Pacitan*. 3(2), 1–9.
- Metode, D., Pada, W., Orion, P. T., Bersama, M., Afrizal, M., Nurhidayat, I., Putra, Y. A., & Rosyani, P. (2024). *Perancangan Dan Pengembangan Situs Web Landing Page*. 2(1), 127–135.
- Sandfreni, S., Ulum, M. B., & Azizah, A. H. (2021). Analisis Perancangan Sistem Informasi Pusat Studi Pada Fakultas Ilmu Komputer Universitas Esa Unggul. *Sebatik*, 25(2), 345–356. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i2.1587>