



JRIIN : Jurnal Riset Informatika dan Inovasi
Volume 2, No. 12, Mei Tahun 2025
ISSN 3025-0919 (media online)
Hal 2168-2181

Perancangan Website Company Profile Toko Kacamata Optik Djati untuk Meningkatkan Penjualan Kacamata dengan Menggunakan Metode *Waterfall*

Agus Ammar Rianto¹, Hidayatullah Al Islami², Mufid Ahmad³, Rio Saputro⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ilmu Komputer, Prodi Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Jl. Raya Puspitex No.46, Kel.Buaran, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan. Banten 15310, Indonesia.

E-mail: ¹ampumorop@gmail.com, ²dosen0240@gmail.com, ³mufidahmad1005@gmail.com, ⁴rsprtr885@gmail.com

Abstrak—Perkembangan teknologi digital mendorong pelaku UMKM untuk menggunakan media online untuk meningkatkan daya saing dan meningkatkan kampanye mereka. Untuk meningkatkan jangkauan promosi dan meningkatkan kepercayaan pelanggan, penelitian ini bertujuan untuk membangun situs profil perusahaan Toko Kacamata Optik Djati. Analisis, perancangan, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan adalah langkah-langkah yang diperlukan untuk mengembangkan sistem menggunakan metode *Waterfall*. Penelitian ini menghasilkan situs web yang mudah digunakan dan informatif yang berisi profil bisnis, layanan optik, katalog produk, dan informasi kontak toko. Diharapkan situs web ini akan memaksimalkan digitalisasi dan profesionalisasi perusahaan Optik Djati.

Kata Kunci: Website, Profil Perusahaan, Optik Djati, *Waterfall*

Abstract—The development of digital technology encourages MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) to utilize online media to enhance their competitiveness and improve their marketing campaigns. To expand promotional reach and increase customer trust, this study aims to develop a company profile website for Toko Kacamata Optik Djati. The system development follows the *Waterfall* method through the stages of analysis, design, implementation, testing, and maintenance. This research produces a user-friendly and informative website containing the business profile, optical services, product catalog, and store contact information. The website is expected to support the digitalization and professionalization of Optik Djati.

Keywords: Djati Optik, Website, Company Profile, *Waterfall*.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia yang berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, UMKM sering menghadapi berbagai kendala, terutama dalam hal pemasaran dan promosi produk yang masih mengandalkan metode konvensional seperti pameran, brosur, dan media sosial dengan jangkauan terbatas (UMKM Citra Langgeng Samarinda, 2022). Kondisi ini menyebabkan UMKM sulit bersaing dan memperluas pasar, terutama di era digital saat ini yang menuntut pemanfaatan teknologi informasi secara optimal.

Salah satu solusi yang dapat diimplementasikan adalah pengembangan website company profile sebagai media digital yang efektif untuk memperkenalkan profil perusahaan, katalog produk, layanan, serta informasi kontak secara terstruktur dan mudah diakses oleh masyarakat luas (UMKM Ini Araf, 2022). Website company profile tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi dan branding yang dapat meningkatkan kredibilitas UMKM di mata konsumen dan mitra bisnis (Jurnal Adat, 2021).

Pengembangan website ini biasanya menggunakan metode pengembangan perangkat lunak yang sistematis seperti metode *Waterfall*, yang meliputi tahap analisis, desain, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan (Pressman, 2015). Metode ini dipilih karena memberikan kerangka kerja yang terstruktur dan memudahkan pengelolaan proyek pengembangan website agar sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Dengan adanya website company profile, UMKM diharapkan dapat memperluas ruang lingkup pemasaran, meningkatkan efektivitas promosi, serta memudahkan pelanggan dalam mengakses informasi produk dan layanan kapan saja dan di mana saja (Politeknik Negeri Jember, 2021). Hal ini sangat penting mengingat persaingan bisnis yang semakin ketat dan perubahan perilaku konsumen yang lebih mengandalkan pencarian informasi secara daring.

Berdasarkan pembahasan tersebut, penelitian ini diinisiasi untuk merancang serta



membangun sebuah website company profile yang dirancang khusus bagi kebutuhan UMKM, dengan harapan mampu memperkuat daya saing dan eksistensi bisnis di era digital.

2. METODE PELAKSANAAN

Penelitian dalam kegiatan Kerja Praktik ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus, dengan fokus pada Toko Kacamata Optik Djati sebagai objek penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami kebutuhan informasi dan sistem digital yang dapat mendukung proses pelayanan dan pemasaran toko, serta merancang solusi berupa website profil usaha yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan.

A. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akurat, dilakukan beberapa teknik sebagai berikut:

1. **Observasi Langsung**
Pengamatan dilakukan secara langsung terhadap kegiatan operasional toko, mulai dari pelayanan pemeriksaan mata, pemilihan produk kacamata, hingga proses transaksi. Tujuan observasi ini adalah untuk mengenali alur kerja dan informasi penting yang perlu ditampilkan di website.
2. **Wawancara**
Proses wawancara dilakukan dengan pemilik dan staf toko guna memperoleh pemahaman mendalam mengenai kebutuhan promosi digital, tantangan yang dihadapi dalam pemasaran konvensional, serta ekspektasi terhadap pengembangan website sebagai media informasi dan layanan.
3. **Dokumentasi**
Dokumentasi mencakup pengumpulan materi pendukung, seperti logo toko, foto produk (frame dan lensa), informasi layanan pemeriksaan mata, serta konten lain yang relevan untuk desain dan isi website.

B. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data utama:

1. **Data Primer**
Diperoleh langsung dari hasil observasi di lapangan, wawancara dengan pihak toko, dan dokumentasi kegiatan usaha. Data ini memberikan gambaran nyata tentang kebutuhan dan kondisi toko secara langsung.
2. **Data Sekunder**
Bersumber dari literatur seperti buku, jurnal, artikel, dan referensi daring yang berkaitan dengan pengembangan sistem informasi, desain antarmuka website, serta strategi pemasaran digital untuk usaha kecil dan menengah. Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil Kerja Praktik dapat memberikan kontribusi nyata dalam mendukung digitalisasi layanan dan promosi Toko Kacamata Optik Djati melalui pengembangan website yang informatif dan menarik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Hasil dari perancangan website *company profile* untuk Toko Djati Optik menunjukkan bahwa sistem yang dirancang telah memenuhi seluruh kebutuhan baik fungsional maupun non-fungsional yang telah ditentukan sebelumnya. Website ini mampu menyajikan informasi penting seperti profil perusahaan, daftar produk kacamata, layanan yang tersedia, serta informasi kontak dan lokasi toko, ulasan pelanggan, FAQ.

Antarmuka website dirancang dengan tampilan yang simpel namun menarik, serta responsif sehingga dapat diakses dengan optimal melalui perangkat komputer maupun ponsel. Struktur navigasi yang rapi memudahkan pengguna dalam menjelajahi konten, dan galeri produk disertai gambar serta deskripsi ringkas untuk membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.



JRIIN : Jurnal Riset Informatika dan Inovasi
Volume 2, No. 12, Mei Tahun 2025
ISSN 3025-0919 (media online)
Hal 2168-2181

Proses pengujian dilakukan menggunakan metode *Black Box Testing*, dan hasilnya menunjukkan bahwa semua fitur utama berfungsi. Pengujian ini bertujuan untuk mendeteksi adanya kesalahan fungsi atau bug sebelum sistem digunakan oleh pengguna sebenarnya. Dibawah ini merupakan pengujian testing menggunakan metode black box.

Tabel 1. *Black Box Testing*

No	Nama Fitur	Input yang Diuji	Output yang Diharapkan	Hasil Uji
1	Login Admin	Username dan password valid	Sistem menampilkan dashboard admin	Berhasil
2	Login Admin	Username benar, password salah	Muncul pesan kesalahan "Username atau password salah"	Berhasil
3	Login Admin	Username dan password kosong	Muncul pesan kesalahan "Username atau password salah"	Berhasil
4	Kelola Layanan Kontak	Admin mengupdate Sosial Media	Muncul pesan error "Data tidak boleh kosong"	Berhasil
5	Kelola Galeri	Admin mengunggah gambar dengan format valid (jpg/png)	Gambar ditampilkan di galeri publik	Berhasil
6	Logout Admin	Keluar dari halaman admin	Muncul pesan pemberitahuan "apakah anda yakin ingin keluar"	Berhasil
7	Halaman Tentang Kami	Akses oleh pengunjung umum	Menampilkan Tentang kami, Ulasan, Layanan, FAQ, Kontak, Login (hanya untuk admin)	Berhasil
8	Halaman Kontak	Akses oleh pengunjung umum	Menampilkan WhatsApp, Email	Berhasil
9	Responsivitas Web	Akses via perangkat mobile dan desktop	Tampilan otomatis menyesuaikan resolusi perangkat	Berhasil

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan menggunakan metode *Black Box Testing*, seluruh fitur utama pada website Optik Djati telah berjalan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan yang telah dirancang sebelumnya. Setiap skenario pengujian menunjukkan bahwa sistem mampu memberikan output yang sesuai terhadap input yang diberikan, baik untuk kondisi valid maupun ketika terjadi kesalahan input.

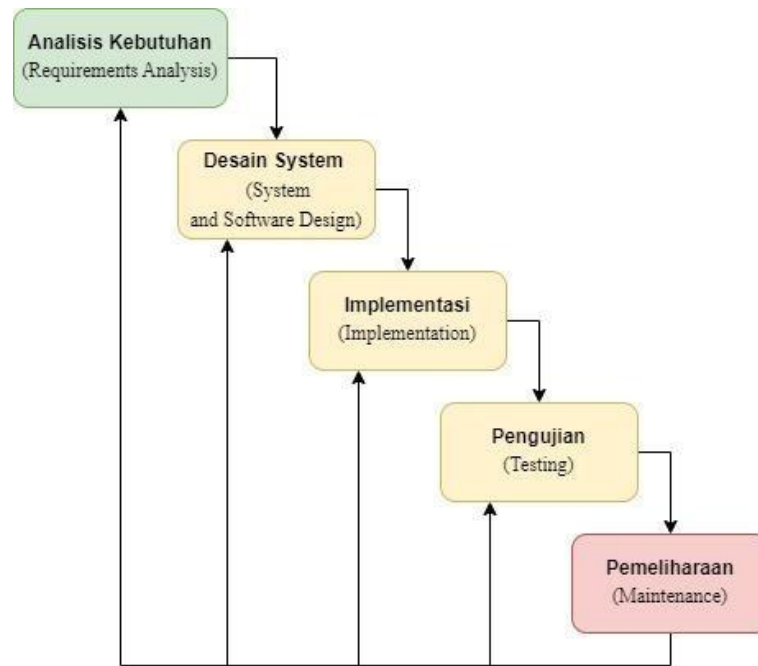
Selama proses pengujian, tidak ditemukan kesalahan fatal pada fitur-fitur penting seperti login admin, manajemen layanan, unggah gambar galeri, hingga navigasi antar halaman publik. Selain itu, tampilan website juga terbukti responsif saat diakses melalui berbagai perangkat, baik desktop maupun perangkat mobile.

Dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa sistem telah memenuhi fungsi utamanya dan siap digunakan, baik oleh pihak admin dalam mengelola konten, maupun oleh pengunjung untuk mengakses informasi yang tersedia di website Optik Djati.

B. Pembahasan

Proyek pengembangan website company profile untuk Toko Kacamata Djati Optik menggunakan metode pengembangan perangkat lunak *Waterfall*. Model ini merupakan pendekatan yang bersifat sistematis dan berurutan, di mana setiap tahap pengembangan dilakukan secara runtut dan tidak dapat dilewati begitu saja.

Alasan pemilihan metode *Waterfall* adalah karena kebutuhan sistem telah didefinisikan dengan jelas sejak awal dan diperkirakan tidak akan mengalami banyak perubahan selama proses pengembangan berlangsung. Oleh karena itu, pendekatan ini dianggap tepat untuk proyek yang bersifat statis seperti pembuatan website profil perusahaan.



Gambar 1. Metode *Waterfall*

Adapun tahapan dalam metode *Waterfall* yang digunakan dalam proyek ini meliputi:

1. Analisis Kebutuhan (Requirements Analysis)
Pada tahap ini, kebutuhan sistem diidentifikasi dan didefinisikan secara rinci melalui konsultasi dengan pengguna dan pemangku kepentingan. Hasilnya berupa spesifikasi kebutuhan sistem yang jelas dan terstruktur (Mulyanto & Aulia Fathi Salam, 2021)
2. Desain Sistem (System and Software Design)
Tahap ini bertujuan untuk merancang arsitektur sistem, struktur data, antarmuka pengguna, serta detail teknis lainnya berdasarkan kebutuhan yang telah didefinisikan (Anis et al., 2023).
3. Implementasi (Implementation)
Pengembang melakukan penulisan kode program sesuai desain yang telah dibuat, sehingga sistem mulai diwujudkan dalam bentuk perangkat lunak (Anis et al., 2023).
4. Pengujian (Testing)
Setelah sistem diimplementasikan, dilakukan pengujian untuk memastikan bahwa sistem berjalan sesuai spesifikasi dan bebas dari error (Mulyanto & Aulia Fathi Salam, 2021).
5. Pemeliharaan (Maintenance)
Tahap terakhir adalah pemeliharaan sistem, meliputi perbaikan bug, penyesuaian fitur, dan peningkatan sistem sesuai kebutuhan pengguna (Mulyanto & Aulia Fathi Salam, 2021).

3.1 Perancangan Sistem

Dalam perancangan sistem untuk website Kacamata Djati Optik, digunakan beberapa jenis diagram berikut:

1. Use Case Diagram

Diagram ini menggambarkan interaksi antara aktor (pengguna) dan sistem, serta fitur-fitur utama yang tersedia dalam sistem. *Use Case* membantu mendefinisikan layanan apa saja yang dapat diakses oleh pengguna, seperti pelanggan dan administrator.

2. Activity Diagram

Diagram ini digunakan untuk menunjukkan urutan aktivitas yang terjadi dalam sistem. Dengan visualisasi ini, proses bisnis dalam sistem dapat dipahami secara rinci.

3. Sequence Diagram

Digunakan untuk menggambarkan bagaimana objek berinteraksi satu sama lain dalam suatu urutan waktu tertentu. Diagram ini menunjukkan urutan pesan yang dikirim antar objek untuk menjalankan sebuah proses atau fungsi dalam sistem.

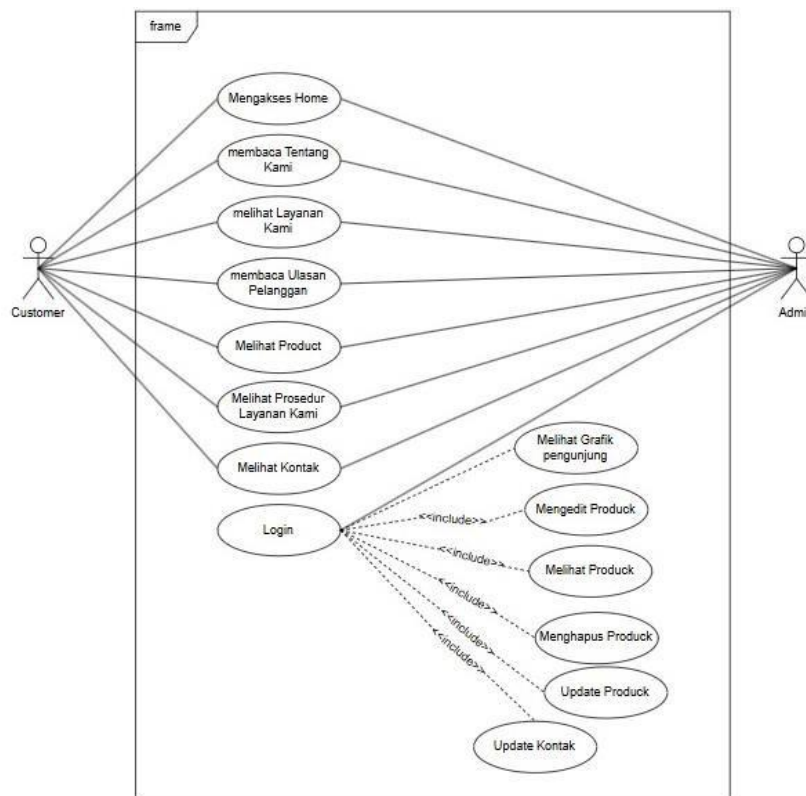
4. Entity Relationship Diagram (ERD)

ERD digunakan untuk merancang struktur basis data sistem. Diagram ini menampilkan entitas (seperti tabel), atribut-atributnya, dan hubungan antar entitas. Melalui ERD, pengelolaan dan keterkaitan data dalam sistem dapat dipahami secara jelas.

Dengan pendekatan perancangan yang sistematis melalui UML dan perancangan antarmuka berbasis prototipe, proses pengembangan website diharapkan dapat berjalan lebih efisien, terstruktur, dan mudah dipahami oleh seluruh pihak yang terlibat.

1. Use Case Diagram

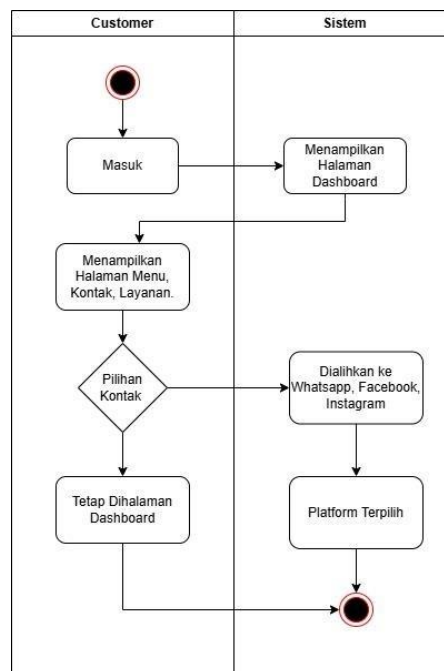
Dibawah ini merupakan gambar dari *Use Case diagram* profile dari Optik Djati, dan diagram ini berfungsi untuk memahami setiap proses atau fungsi yang harus dimiliki oleh sistem berdasarkan kebutuhan pengguna.



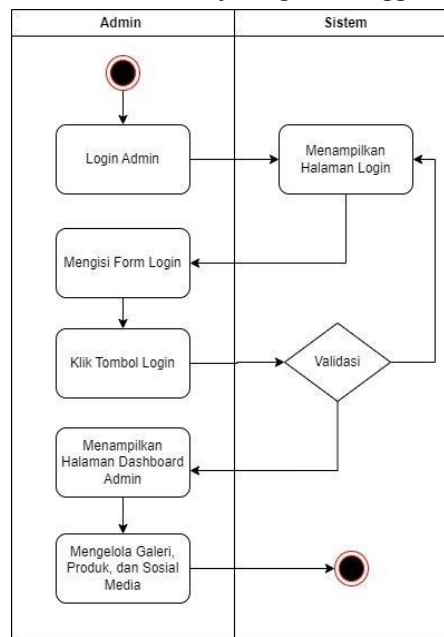
Gambar 2. Use Case Diagram

2. Activity Diagram

Activity Diagram merupakan salah satu jenis diagram dalam *Unified Modeling Language (UML)* yang digunakan untuk memvisualisasikan alur aktivitas atau proses yang terjadi di dalam suatu sistem. Diagram ini menggambarkan urutan langkah- langkah atau tindakan yang dilakukan oleh pengguna maupun sistem, termasuk pengambilan keputusan, proses yang berjalan paralel, serta alur logika lainnya. Diagram ini sangat berguna dalam mendeskripsikan proses bisnis atau alur kerja secara lebih rinci dan sistematis. Dalam konteks pengembangan perangkat lunak, *Activity Diagram* membantu pengembang dan pemangku kepentingan dalam memahami bagaimana suatu proses berjalan dari awal hingga akhir.



Gambar 3. Activity Diagram Pengguna



Gambar 4. Activity Diagram Admin

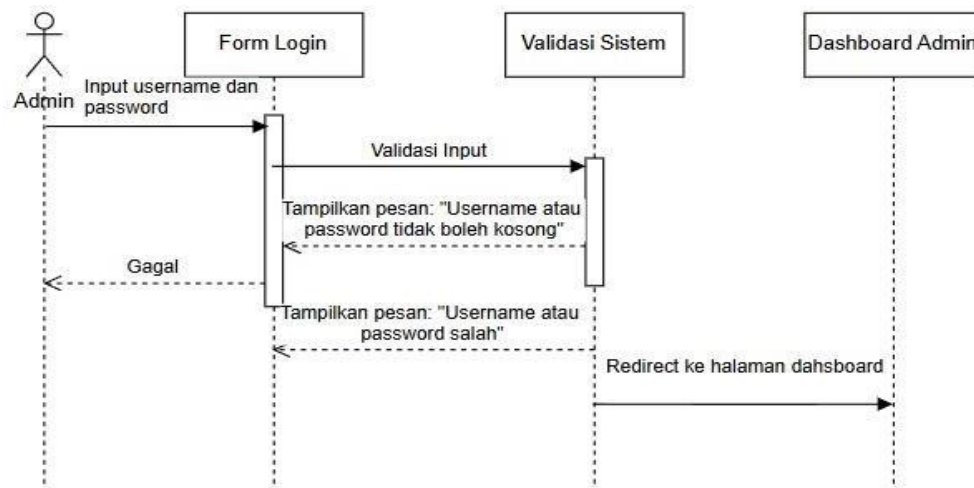
3. Sequence Diagram

Sequence Diagram adalah salah satu jenis pemodelan dalam *Unified Modeling Language (UML)* yang digunakan untuk menggambarkan pola interaksi antara aktor dan objek dalam sistem berdasarkan alur waktu. Diagram ini memperlihatkan proses pengiriman pesan secara berurutan antar objek yang terlibat dalam menjalankan sebuah aktivitas atau skenario tertentu.

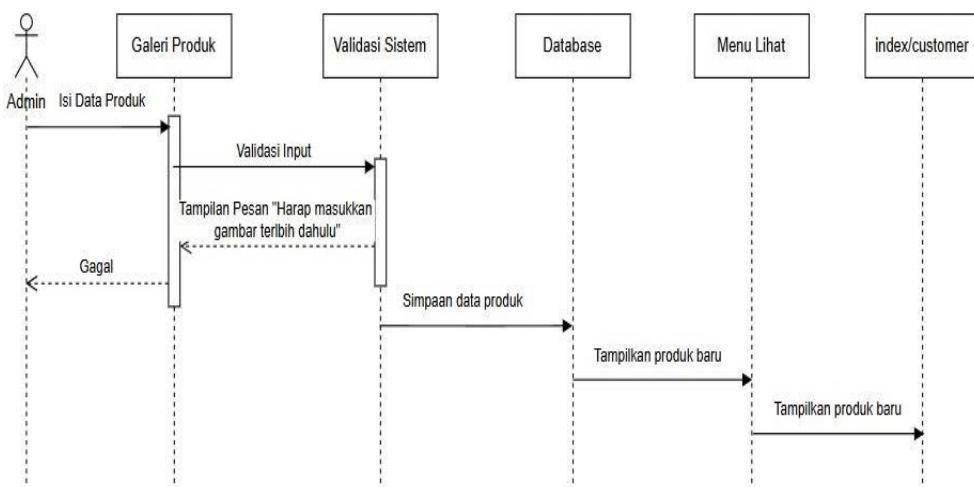
Setiap objek atau aktor digambarkan menggunakan *lifeline*, yaitu garis vertikal yang menunjukkan durasi keberadaan objek selama proses berlangsung. Interaksi antar objek digambarkan melalui panah pesan, yang menunjukkan arah komunikasi dan jenis aksi yang dilakukan.

Sequence diagram menyajikan visualisasi yang jelas dan runtut mengenai urutan logika dalam suatu proses, serta memperlihatkan kontribusi tiap objek dalam menjalankan fungsinya. Diagram ini sangat berguna dalam proses desain sistem karena mempermudah pemahaman pengembang terhadap cara kerja fitur tertentu melalui pertukaran pesan antar komponen sistem.

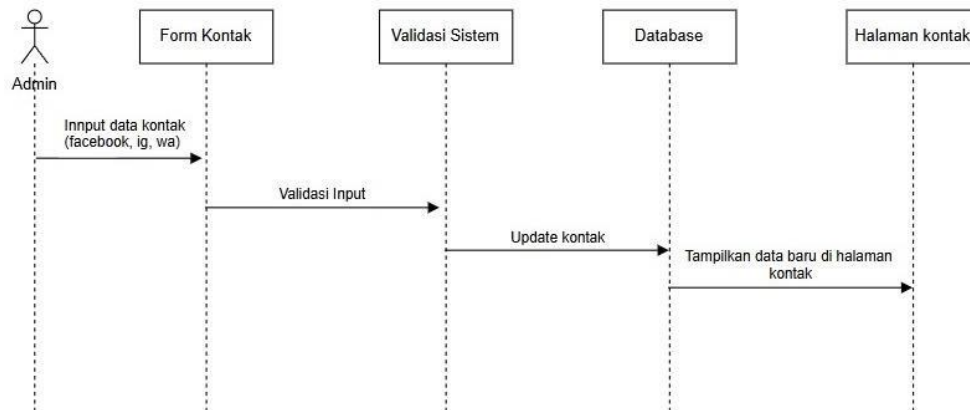
Lebih jauh lagi, sementara *Sequence Diagram* dapat membantu mengidentifikasi kemungkinan kekeliruan dalam alur komunikasi sejak awal proses perancangan. Dengan begitu, pengembangan sistem dapat diarahkan secara lebih efisien dan akurat sebelum tahap implementasi dilakukan.



Gambar 5. Sequence Diagram Login Admin



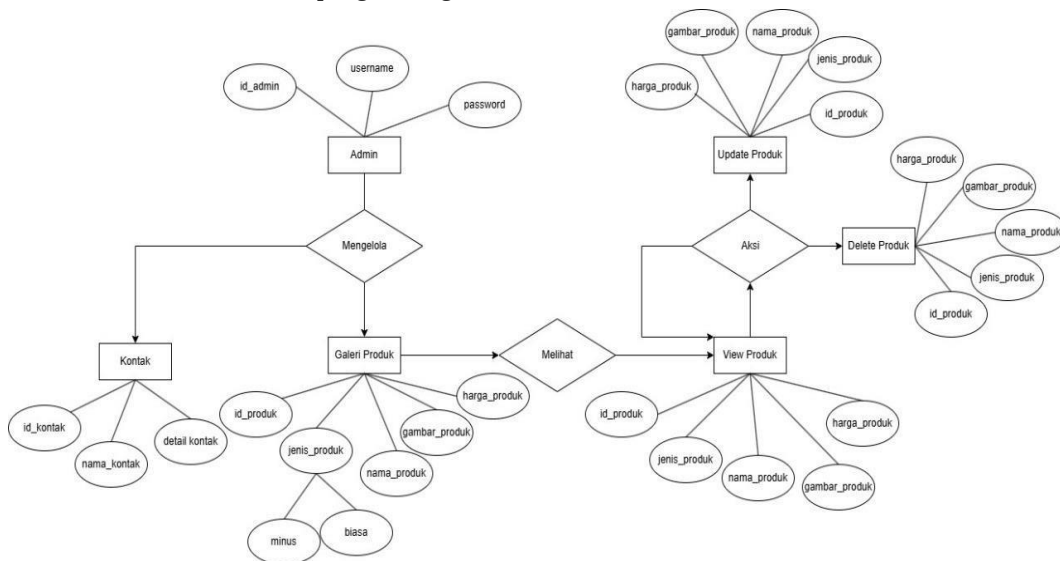
Gambar 6. Sequence Diagram CRUD Galeri Produk



Gambar 7. Sequence Diagram Layanan Kontak

4. ERD (Entity Relationship Diagram)

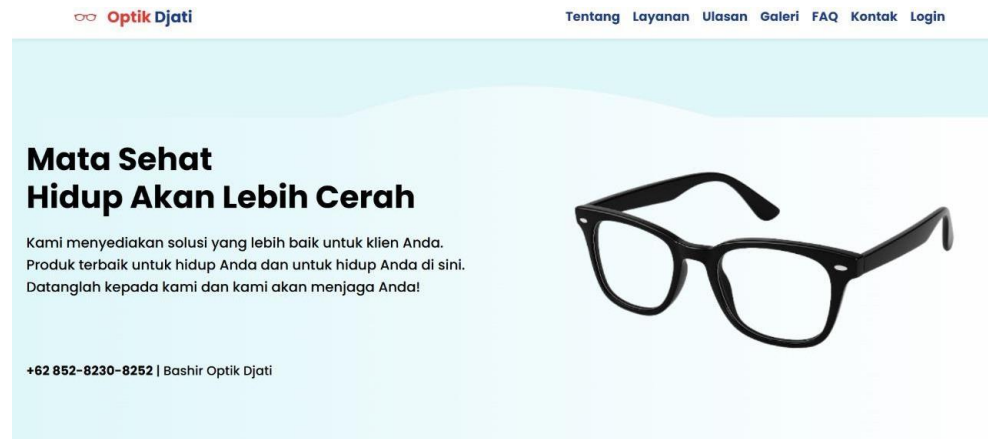
Entity Relationship Diagram (ERD) adalah sebuah diagram notasi grafis yang digunakan dalam proses perancangan basis data untuk menggambarkan hubungan antar data, entitas, dan atribut dalam suatu sistem (Sihotang et al., 2021). ERD membantu menggambarkan struktur konseptual dari sebuah database dan diimplementasikan ke dalam skema fisik database (Palinggi et al., 2024). Dengan ERD, pengembang dapat memvisualisasikan bagaimana data saling berhubungan, sehingga memudahkan proses analisis, desain, dan komunikasi antar tim pengembang.



Gambar 8. ERD (Entity Relationship Diagram)

3.2 IMPLEMENTASI

3.2.1 Tampilan Layar



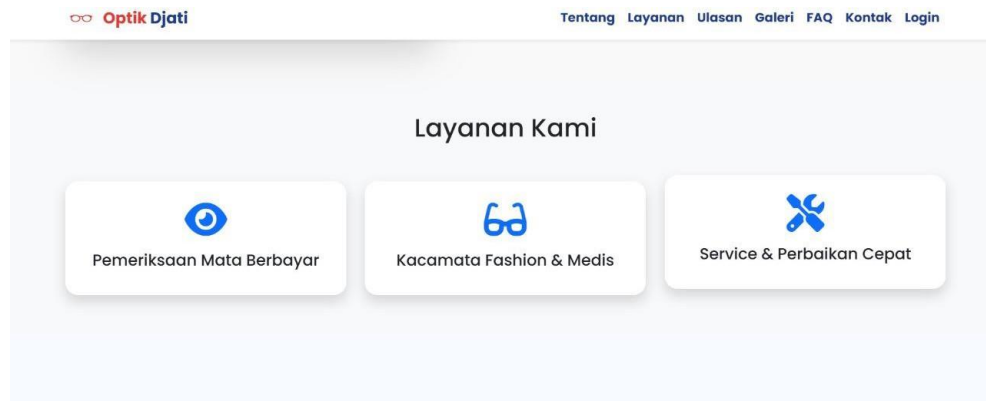
Gambar 9. Tampilan Halaman Dashboard

Pada Gambar 9 diatas menunjukan Halaman utama website "Optik Djati" menampilkan slogan "Mata Sehat, Hidup Akan Lebih Cerah" yang disertai penjelasan singkat mengenai layanan serta ajakan kepada pelanggan untuk datang langsung, lengkap dengan informasi kontak atas nama Bashir Optik Djati. Di bagian kanan terdapat ilustrasi kacamata sebagai pelengkap tampilan visual, sementara navigasi menu di bagian atas mencakup Tentang, Layanan, Ulasan, Galeri, FAQ, Kontak, dan Login. Perlu diketahui bahwa fitur login ini ditujukan khusus untuk admin guna keperluan pengelolaan data dan isi website, bukan untuk diakses oleh pengguna umum.



Gambar 10. Tampilan Halaman Tentang Kami

Pada Gambar 10 menunjukan bagian "Tentang Kami" pada situs Optik Djati menjelaskan bahwa usaha ini telah berjalan sejak tahun 2005 dengan tujuan utama memberikan pelayanan kesehatan mata yang berkualitas, baik di wilayah perkotaan maupun pedesaan. Awalnya merupakan bisnis keluarga kecil, namun kini telah tumbuh menjadi optik yang dikenal luas dan dipercaya oleh banyak pelanggan. Dengan produk unggulan serta pelayanan yang profesional, Optik Djati telah melayani ribuan orang. Tampilan ini juga menampilkan gambar proses pemeriksaan mata menggunakan alat modern, yang mencerminkan kualitas layanan yang mereka tawarkan.



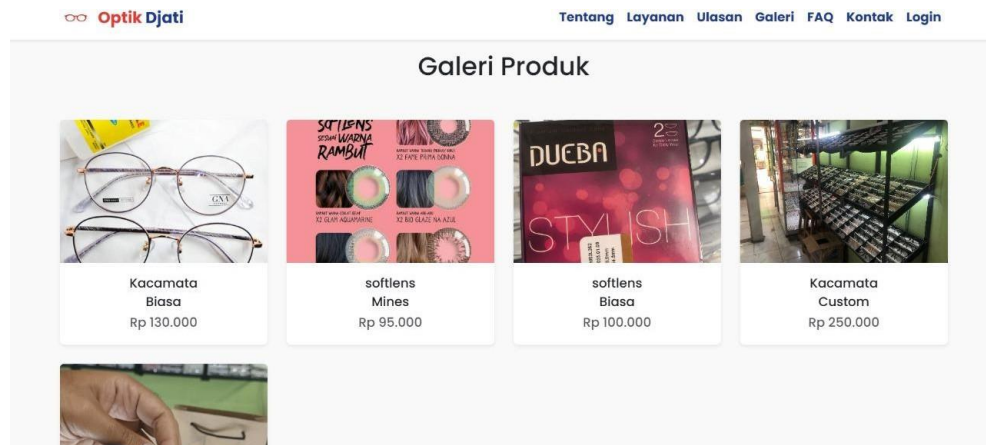
Gambar 11. Tampilan Halaman Layanan Kami

Pada Gambar 11 menunjukkan tampilan halaman layanan dari website Optik Djati yang menyajikan tiga jenis layanan utama, yaitu layanan Pemeriksaan Mata Berbayar, Kacamata Fashion & Medis, serta Service & Perbaikan Cepat. Pemeriksaan mata ini ditujukan untuk mengetahui kondisi penglihatan pelanggan dan dilakukan secara profesional dengan biaya tertentu. Layanan kacamata mencakup produk untuk keperluan gaya maupun kebutuhan medis seperti kacamata minus atau silinder. Sementara itu, layanan perbaikan memberikan solusi cepat bagi pelanggan yang mengalami kerusakan pada kacamata. Di bagian atas halaman juga tersedia menu navigasi seperti Tentang, Layanan, Ulasan, Galeri, FAQ, Kontak, dan Login, yang berfungsi memudahkan pengunjung mengakses informasi yang dibutuhkan.



Gambar 12. Tampilan Halaman Ulasan Pelanggan

Pada Gambar 12 menampilkan halaman Ulasan Pelanggan pada situs resmi Optik Djati, yang berisi sejumlah testimoni dari para pelanggan yang telah menggunakan jasa optik tersebut. Dalam tampilan tersebut, terdapat tiga ulasan utama dari pelanggan dengan penilaian bintang dan komentar positif. Evi Rahmat mengungkapkan rasa puasnya terhadap kualitas kacamata yang dikerjakan secara rapi, cepat, dengan harga terjangkau serta dilengkapi bonus. Irma Marlina menyoroti keramahan pemilik optik serta keberagaman koleksi kacamata yang mengikuti tren, dengan harga yang cocok bagi pekerja. Sementara itu, Rachel Priskilla Lasmaria menyatakan bahwa meskipun harga lensa di Optik Djati lebih murah dibandingkan dengan optik di pusat perbelanjaan, mutu produknya tetap bagus dan pilihan lensanya beragam serta modern. Halaman ulasan ini bertujuan memberikan gambaran langsung mengenai pengalaman pelanggan untuk membantu calon pelanggan menilai kualitas layanan yang ditawarkan. Selain itu, bagian atas halaman juga dilengkapi dengan menu navigasi seperti Tentang, Layanan, Ulasan, Galeri, FAQ, Kontak, dan Login guna memudahkan pengguna dalam menjelajahi informasi yang tersedia.



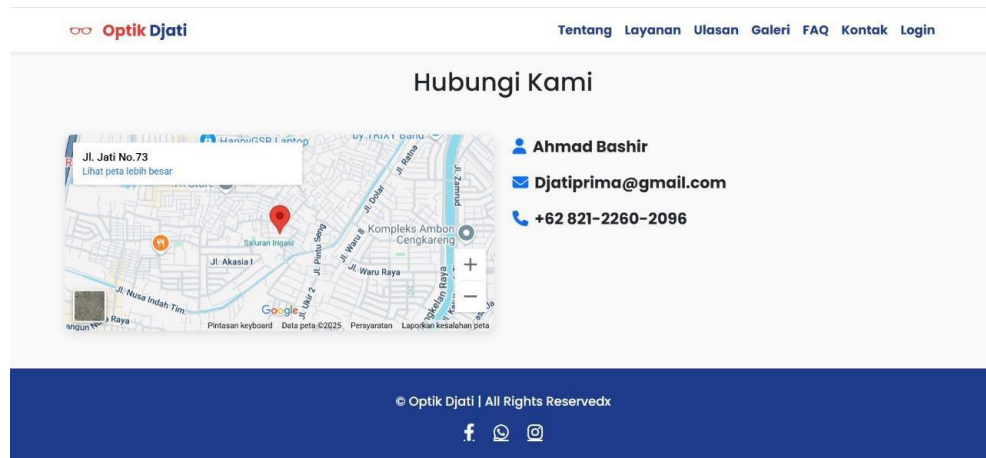
Gambar 13. Tampilan Halaman Galeri Produk

Pada Gambar 13 diatas ini merupakan bagian dari "Galeri Produk" di situs Optik Djati ditampilkan beragam produk optik disertai dengan gambar, nama produk, serta harga, sehingga memudahkan calon pembeli dalam memilih. Produk yang tersedia meliputi Kacamata Biasa seharga Rp130.000, Softlens Mines dengan berbagai pilihan warna seharga Rp95.000, Softlens Biasa seharga Rp100.000, dan Kacamata Custom yang dapat dipesan sesuai keinginan dengan harga Rp250.000. Tampilan ini memberikan informasi visual dan harga secara langsung agar pelanggan dapat menentukan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan budget mereka.



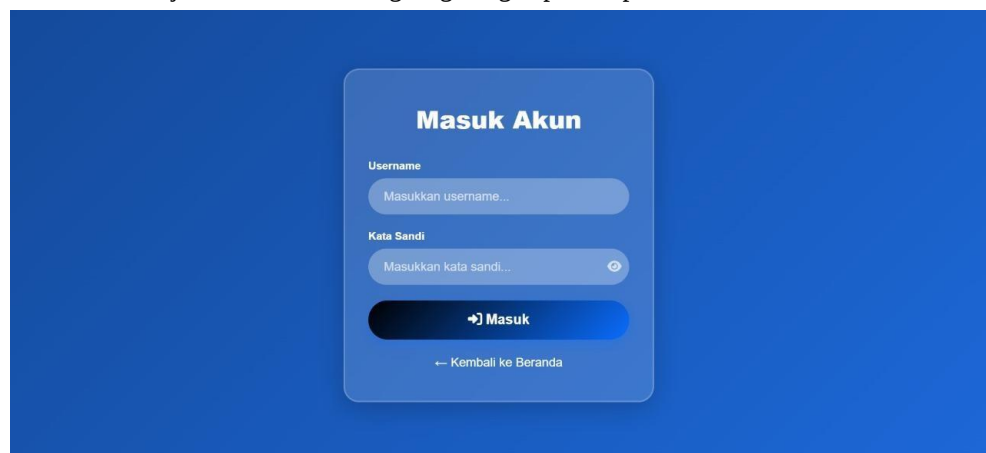
Gambar 14. Tampilan Halaman FAQ

Gambar 14 memperlihatkan tampilan halaman *FAQ (Frequently Asked Questions)* di website Optik Djati yang dirancang untuk memudahkan pengunjung dalam mendapatkan informasi umum, khususnya mengenai pemesanan kacamata secara online. Desain halaman ini menggunakan sistem accordion interaktif yang memungkinkan pengguna membuka dan menutup jawaban sesuai kebutuhan. Salah satu pertanyaan yang muncul adalah “Apakah bisa pesan kacamata online?”, yang dijelaskan bahwa pemesanan dapat dilakukan melalui WhatsApp atau Instagram, menandakan bahwa Optik Djati telah mengadopsi layanan berbasis digital. Selain itu, pertanyaan “Berapa lama proses pembuatan kacamata?” ditampilkan dalam kondisi tersembunyi, namun tetap memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mengakses informasi secara praktis dan terstruktur.



Gambar 15. Tampilan Halaman Hubungi Kami

Pada Gambar 15 diatas merupakan bagian dari halaman web "Hubungi Kami" pada website Optik Djati menampilkan informasi lengkap untuk mempermudah pelanggan dalam menghubungi pihak optik. Di sebelah kiri, terdapat tampilan peta Google Maps yang menunjukkan lokasi Optik Djati di Jl. Jati No.73. Sementara di sebelah kanan, disajikan data kontak seperti nama Ahmad Bashir, email djatiprima@gmail.com, dan nomor telepon +62 821-2260-2096. Selain itu, ikon media sosial seperti Facebook dan Instagram juga ditampilkan di bagian bawah halaman, menandakan bahwa Optik Djati hadir di berbagai platform digital. Tampilan ini dirancang agar pelanggan dapat dengan cepat mengetahui lokasi dan menjalin komunikasi langsung dengan pihak optik.

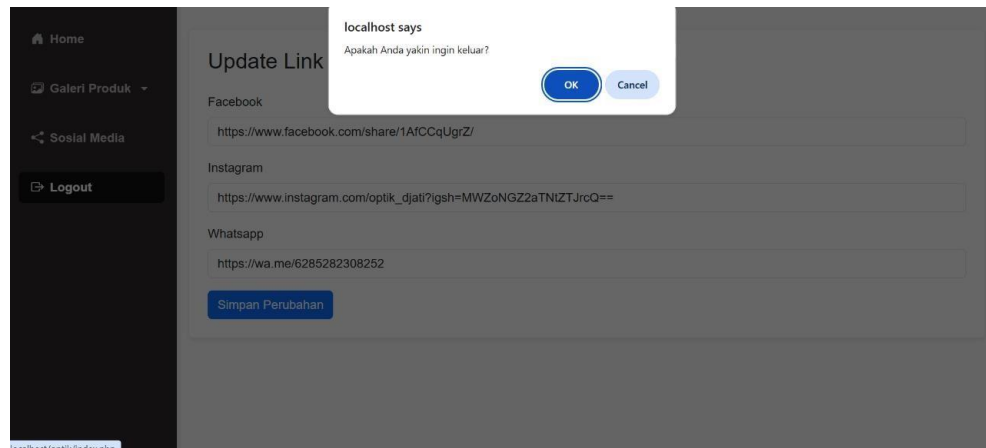


Gambar 16. Halaman Admin Login

Pada Gambar 16 diatas ini menunjukan bagian dari Halaman Admin yang merupakan tampilan login yang diperuntukkan khusus bagi admin untuk masuk ke dalam sistem manajemen situs Optik Djati. Melalui halaman ini, admin dapat memasukkan username dan kata sandi untuk mengakses fitur pengelolaan data seperti produk, layanan, atau konten lainnya di dalam website. Fitur ini tidak ditujukan untuk pelanggan umum, melainkan hanya bagi pihak internal yang memiliki otorisasi.



JRIIN : Jurnal Riset Informatika dan Inovasi
Volume 2, No. 12, Mei Tahun 2025
ISSN 3025-0919 (media online)
Hal 2168-2181



Gambar 17. Tampilan Halaman Admin

Pada Gambar 17 menampilkan salah satu bagian dari halaman admin pada website Optik Djati, yang berperan penting dalam pengelolaan berbagai informasi utama seperti tautan media sosial (Facebook, Instagram, dan WhatsApp) serta nomor kontak yang digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan. Pada panel navigasi di sebelah kiri, tersedia menu "Galeri Produk" yang memberikan akses kepada admin untuk menjalankan fungsi *CRUD* (*Create, Read, Update, Delete*), yaitu menambah, menampilkan, memperbarui, dan menghapus data produk. Saat admin mengklik tombol *Logout*, sistem akan menampilkan jendela konfirmasi dengan pertanyaan "Apakah Anda yakin ingin keluar?". Secara keseluruhan, tampilan ini dirancang untuk memudahkan admin dalam mengelola isi dan informasi pada situs Optik Djati secara praktis dan terstruktur.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan Kerja Praktek yang dilaksanakan di Optik Djati ini merupakan pengembangan website company profile dengan pendekatan *Waterfall* dapat menjadi solusi digital yang efektif bagi Toko Kacamata Optik Djati dalam meningkatkan promosi dan jangkauan pemasaran. Website yang dirancang bersifat *user-friendly*, responsif, dan menyajikan informasi penting seperti profil toko, layanan yang tersedia, daftar produk, testimoni pelanggan, serta kontak yang mudah diakses.

Melalui pengujian menggunakan metode *Black Box*, seluruh fitur sistem dinyatakan berfungsi dengan baik sesuai dengan spesifikasi yang telah dirancang. Pemilihan metode *Waterfall* juga terbukti tepat karena sesuai dengan karakteristik kebutuhan sistem yang stabil dan tidak berubah-ubah selama proses pengembangan.

Secara keseluruhan, website ini mendukung upaya digitalisasi layanan usaha dan dapat berperan sebagai media promosi yang meningkatkan kepercayaan pelanggan serta memperkuat citra profesional Toko Optik Djati di era transformasi digital.

REFERENCES

- Anis, Y., Mukti, A. B., & Rosyid, A. N. (2023). Penerapan Model Waterfall Dalam Pengembangan Sistem Informasi Aset Destinasi Wisata Berbasis Website. *Media Online*, 4(2), 1134–1142. <https://doi.org/10.30865/klik.v4i2.1287>
- Jurnal Adat. (2021). Rancangan Company Profile Berbasis Web sebagai Solusi Promosi UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Adat Indonesia*, 89-97.
- Mulyanto, A., & Aulia Fathi Salam, S. (2021). Penerapan Metode Waterfall Pada Aplikasi Toko Online Bima Kirana Cibitung. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 12(2), 34–41. <https://doi.org/10.51903/jtikp.v12i2.283>
- Palinggi, O., Maesaroh, S., Permana, M. B., Huda, D. F., Priyono, K. A., Science, C., Buana, U. M., & Engineering, I. (2024). *Collabits Journal*. 1(1), 1–4. <https://doi.org/10.22441/collabits.v1i2.27252>
- Politeknik Negeri Jember. (2021). BAB 1 Pendahuluan: Website Company Profile untuk UMKM.
- Pressman, R. S. (2015). *Software Engineering: A Practitioner's Approach* (7th ed.). McGraw- Hill.



JRIIN : Jurnal Riset Informatika dan Inovasi
Volume 2, No. 12, Mei Tahun 2025
ISSN 3025-0919 (media online)
Hal 2168-2181

- Sihotang, R., Saputro, H., & Novari, S. (2021). Sistem Informasi Penggajian LKP English Academy Menggunakan Embarcadero XE2 Berbasis Client Server. *JTIM: Jurnal Teknik Informatika Mahakarya*, 04(1), 28–36.
- UMKM Citra Langgeng Samarinda. (2022). Rancang Bangun Website Company Profile pada UMKM Citra Langgeng Samarinda. Universitas Dinamika.
- UMKM Ini Arafah. (2022). Rancang Bangun Aplikasi Website Company Profile pada UMKM Ini Arafah. Universitas Dinamika.