

PENGEMBANGAN WEBSITE KATALOG SEBAGAI MEDIA PROMOSI SANGGAR LYN

Erlina Putri Mailani¹, Aniesa Puspa Arum², Dwi Atmanto³
Fakultas Teknik,
Program Studi Kosmetik dan Perawatan Kecantikan,
Universitas Negeri Jakarta, Jakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan menguji keefektifan *website* katalog sebagai media promosi untuk Sanggar Lyn. Penelitian dilakukan di Jalan R.A Kartini Gang Ranun 2 No 47, Kecamatan Bekasi Timur, Kelurahan Margahayu, pada semester genap tahun ajaran 2024/2025. Metode yang digunakan adalah Penelitian dan Pengembangan (R&D) dengan model *Waterfall* sebagai metode pengembangan perangkat lunak, yang meliputi tahapan analisis kebutuhan, perancangan, implementasi, verifikasi, dan pemeliharaan. Analisis kebutuhan dilakukan untuk memudahkan Sanggar Lyn dalam menyusun katalog produk berbasis *website*, menggantikan penggunaan buku katalog dan Instagram. Instrumen penelitian divalidasi melalui wawancara dan kuesioner yang disebarakan kepada 7 pelanggan yang pernah menggunakan jasa sanggar Lyn. Ahli media memberikan skor 95%, yang menandakan bahwa secara teknis dan visual, *website* sudah sesuai dengan standar kelayakan. Ahli materi memberikan skor 81,1%, menunjukkan bahwa konten informasi yang disampaikan sangat baik. Dari sisi pengguna mahasiswa memberikan skor 91%, yang mencerminkan bahwa *website* mampu memenuhi kebutuhan mereka dengan baik. Kesimpulannya, *website* katalog ini sudah memenuhi syarat sebagai media promosi untuk Sanggar Lyn, sesuai dengan evaluasi dari berbagai pihak yang menunjukkan tingkat kelayakan yang tinggi.

Kata kunci: Pengembangan website, katalog, media promosi, sanggar LYN

Abstract

This study aims to develop and test the effectiveness of a catalog website as a promotional medium for Sanggar Lyn. The research was conducted on Jalan R.A Kartini Gang Ranun 2 No 47, East Bekasi District, Margahayu Village, in the even semester of the 2024/2025 academic year. The method used is Research and Development (R&D) with the Waterfall model as a software development method, which includes the stages of needs analysis, design, implementation, verification, and maintenance. The needs analysis was carried out to make it easier for Sanggar Lyn to compile a website-based product catalog, replacing the use of catalog books and Instagram. The research instrument was validated through interviews and questionnaires distributed to 7 customers who have used the services of Sanggar Lyn. The media expert gave a score of 95%, indicating that technically and visually, the website is in accordance with the eligibility standards. The material expert gave a score of 81.1%, indicating that the information content presented was very good. From the user side, students gave a score of 91%, which reflects that the website is able to meet their needs well. In conclusion, this catalog website has met the requirements as a promotional media for Sanggar Lyn, according to the evaluations from various parties which show a high level of

Keywords: Website development, catalogue, promotional media, LYN studio

Pendahuluan

Industri sanggar di Indonesia terus berkembang seiring dengan kemudahan akses informasi dan eksposur terhadap berbagai budaya, baik asing maupun lokal. Hal ini memungkinkan munculnya beragam jenis sanggar yang menyesuaikan dengan minat pelanggan. Namun, banyak sanggar yang belum terekspos secara optimal akibat kurangnya upaya pemasaran dan kreativitas dalam mempromosikan layanan mereka. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2008: 1261), sanggar adalah tempat untuk kegiatan seni. Jenis sanggar budaya sendiri dapat dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu sanggar seni budaya, sanggar kerja, dan sanggar anak (Tarbiyah & Keguruan, 2023: 45). Selain itu, terdapat pula jenis sanggar pengantin yang menyediakan berbagai layanan untuk pernikahan, termasuk penyewaan pakaian adat, rias pengantin, dekorasi pelaminan, hingga perlengkapan upacara adat.

Salah satu contoh sanggar pengantin adalah Sanggar Lyn yang didirikan oleh Ibu Lomih pada tahun 2000 dan dilanjutkan oleh anaknya, Ibu Tunih dan Ibu Anisa, sejak tahun 2018. Terletak di Jl. RA Kartini, Gang Ranun II, Kota Bekasi, Jawa Barat, sanggar ini berfokus pada tata rias dan penyewaan busana pengantin. Sanggar Lyn memiliki tujuan untuk berkembang dan menyesuaikan diri dengan perubahan zaman, terutama dalam hal teknologi informasi

yang semakin pesat. Teknologi informasi, dengan beragam terminologi dan penerapannya, telah menjadi bagian integral dalam mempromosikan layanan pendidikan maupun bisnis (Setiyawan, 2018: 63).

Website, sebagai salah satu produk teknologi informasi, adalah kumpulan halaman yang menyajikan informasi dalam bentuk teks, gambar, animasi, dan suara yang saling terkait (Manullang et al., 2021: 45). Untuk menarik pasar dan melestarikan budaya lokal, penting untuk memadukan elemen budaya dengan teknologi sebagai media promosi yang efektif (Puspitorini et al., 2022: 50). Promosi merupakan upaya untuk menyebarkan informasi, memengaruhi, dan menarik minat target pasar agar produk atau layanan dikenal lebih luas dan diterima dengan baik. Kegiatan promosi yang tepat dapat membantu sanggar mendapatkan lebih banyak pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk atau layanan yang ditawarkan (Rustriani et al., 2021).

Sanggar Lyn menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya, salah satunya adalah penurunan jumlah pelanggan dari tahun 2018 hingga 2024. Perkembangan zaman dan munculnya banyak pesaing yang menggunakan teknologi dan informasi digital membuat Sanggar Lyn tertinggal. Keterbatasan koleksi baju dan aksesoris adat juga menjadi faktor yang mengurangi pilihan pelanggan. Promosi yang telah dilakukan melalui media digital dan cetak, termasuk Instagram, belum mampu menarik minat pelanggan secara signifikan.

Oleh karena itu, pengembangan katalog berbasis *website* menjadi solusi yang tepat bagi Sanggar Lyn untuk meningkatkan daya tarik serta citra profesional. Dengan menggunakan website sebagai media promosi, pelanggan dapat dengan mudah mengakses katalog sanggar melalui perangkat seperti telepon genggam atau komputer/laptop. Diharapkan, perancangan website ini dapat menjadi sarana promosi yang informatif dan menarik, sehingga Sanggar Lyn dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat.

Penelitian ini penting karena perkembangan teknologi yang pesat memperketat persaingan antar sanggar pengantin. Jika Sanggar Lyn tidak mampu beradaptasi, ada risiko bisnis ini akan terancam. Oleh karena itu, pengembangan katalog digital ini diharapkan dapat meningkatkan eksposur, mempermudah jangkauan ke pelanggan yang lebih luas, serta menyampaikan informasi secara lebih efisien dan profesional. Katalog digital juga memungkinkan sanggar Lyn untuk memperbarui konten secara langsung, menampilkan portofolio layanan secara menarik, dan memperkuat interaksi dengan calon pelanggan.

Melalui pengembangan ini, diharapkan sanggar Lyn dapat meningkatkan daya saing dan memperkokoh citranya di tengah persaingan yang semakin intens.

Landasan Teori

Pengembangan *Website* Katalog Sebagai Media Promosi Sanggar Lyn

Pengembangan *Website* Katalog

Pengembangan produk merupakan aktivitas penting dalam rangka mengantisipasi perubahan dan meningkatkan kualitas serta kepuasan pengguna (Saribu & Maranatha, 2020). Penelitian dan pengembangan dilakukan untuk menyempurnakan produk yang sudah ada agar dapat dipertanggungjawabkan hasilnya (Syaodih & Sukmadinata, 2012). Model *Waterfall*, dikenal sebagai *Linear Sequential Model* atau *Classic Life Cycle*, merupakan metode sistematis dan berurutan yang sering digunakan dalam pengembangan perangkat lunak, meskipun dianggap klasik (Pressman, 2015).

Terdapat dua tipe dalam pengembangan ini. Tipe pertama berfokus pada perancangan dan evaluasi program atau produk untuk memahami proses pengembangan dan kondisi yang mendukung implementasi. Tipe kedua berfokus pada analisis program yang telah dikembangkan sebelumnya untuk memahami prosedur desain dan evaluasi yang efektif (Okpatrioka, 2023).

Tahapan pengembangan produk meliputi delapan tahap, yaitu: (1) pencarian gagasan, (2) penyaringan gagasan, (3) pengembangan konsep, (4) pengembangan strategi pemasaran, (5) analisis bisnis, (6) pengembangan produk, (7) pengujian pasar, dan (8) komersialisasi (Philip, 2002).

Website

Website merupakan sarana yang digunakan untuk menampilkan informasi dalam berbagai bentuk seperti teks, gambar, suara, dan video secara interaktif dan dapat diakses melalui browser (Romadhon et al., 2021). *Website* memiliki fungsi sebagai media promosi, pemasaran, informasi, dan pendidikan (Hadi et al., 2021). Berdasarkan sifatnya, *website* dapat dibagi menjadi *website* dinamis dan statis. *Website* dinamis memiliki program yang bekerja di sisi *server* untuk memanager konten yang berubah, sementara *website* statis menampilkan informasi yang tidak berubah, mirip seperti brosur (Prijuwuntato et al., 2021). Selain itu, *website* dikategorikan berdasarkan fungsinya, yaitu sebagai alat komunikasi, informasi,

transaksi, dan hiburan. *Website* sebagai alat komunikasi memungkinkan interaksi melalui *hypertext* dan multimedia. *Website* sebagai alat informasi berfokus pada kualitas konten yang akurat dan aktual, seperti *website* berita atau perusahaan. *Website* sebagai alat transaksi memfasilitasi berbagai aktivitas keuangan, sedangkan *website* sebagai alat hiburan menyediakan tampilan gambar, video, dan animasi (Sidik, 2017).

Perangkat Lunak yang Digunakan dalam Pembuatan *Website* Katalog

Beberapa perangkat lunak yang digunakan dalam pengembangan *website* katalog antara lain:

1. Web Browser: Aplikasi untuk berinteraksi dengan World Wide Web (Fauziah, 2020).
2. Text Editor: Program untuk mengedit teks dan kode, seperti Visual Studio Code, Atom, dan Sublime Text (Matondang et al., 2016).
3. Mockup Tools: Aplikasi untuk membuat desain mockup, seperti Adobe XD, Proto, dan Figma, yang digunakan untuk menyusun desain visual (Iskandar et al., 2023).
4. XAMPP: Aplikasi yang menjadikan komputer sebagai server lokal untuk pengembangan *website* secara offline (Josi, 2017).
5. HTML (*Hyper Text Markup Language*): Bahasa markup untuk menentukan struktur dan layout *website* (Josi, 2017).
6. CSS (*Cascading Style Sheets*): Bahasa pemrograman untuk mengatur komponen visual pada *website* (Pasaribu, 2017).
7. JavaScript: Bahasa pemrograman untuk membuat *website* lebih dinamis dan interaktif (Mariko, 2019).
8. Framework: Software framework menyediakan kode dasar yang membantu dalam pengembangan perangkat lunak (Pasaribu).

Katalog

Katalog merupakan daftar yang disusun secara teratur dan alfabetis untuk memuat informasi tentang benda atau objek tertentu (KBBI, 1998). Dalam konteks perpustakaan, katalog adalah daftar koleksi bahan pustaka yang dimiliki oleh perpustakaan yang disusun menurut sistem tertentu. Koleksi ini mencakup buku, terbitan berkala, slide, CD-ROM, dan berbagai media lainnya (Satrio, 2019). Katalog memudahkan pengguna dalam menemukan dan mengakses informasi dengan lebih efisien. Selain itu, katalog juga dapat ditemukan dalam

berbagai bentuk, seperti katalog pameran, katalog perdagangan, dan katalog perpustakaan (Novita & Zahri, 2018).

Media Promosi Sanggar Lyn Media

Media adalah alat atau sarana yang berfungsi sebagai perantara dalam menyampaikan informasi dari sumber kepada penerima (Depdiknas, 2003). Media dapat berupa koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk (KBBI, 2016). Media pembelajaran, misalnya, adalah segala sesuatu yang digunakan untuk menyampaikan informasi dalam konteks pendidikan (Adam, 2015). Media dikategorikan berdasarkan ciri fisiknya menjadi beberapa tipe, seperti objek nyata, media cetak, gambar diam, dan media audio visual (Silahuddin et al., 2022).

Promosi

Promosi adalah aktivitas komunikasi yang bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada masyarakat luas, mempengaruhi konsumen agar tertarik membeli, dan mengingatkan kembali keberadaan produk tersebut (Tjiptono, 2015; Syahputra, 2019). Promosi berperan penting dalam meningkatkan volume penjualan dan menciptakan kesadaran merek di kalangan konsumen (Rangkuti, 2009).

Metode Penelitian ini dilaksanakan di Jalan R.A Kartini Gang Ranun 2 No 47, Kecamatan Bekasi Timur, Kelurahan Margahayu, pada semester genap tahun ajaran 2024/2025. Metode yang digunakan adalah Penelitian dan Pengembangan (R&D) untuk menghasilkan dan menguji keefektifan website katalog sebagai media promosi Sanggar Lyn. Model Waterfall dipilih sebagai metode pengembangan perangkat lunak, meliputi tahapan analisis kebutuhan, perancangan, implementasi, verifikasi, dan pemeliharaan. Proses ini mencakup komunikasi dengan pengguna untuk memahami kebutuhan, merancang sistem, menguji fungsionalitas, serta memastikan pemeliharaan perangkat lunak secara berkelanjutan.

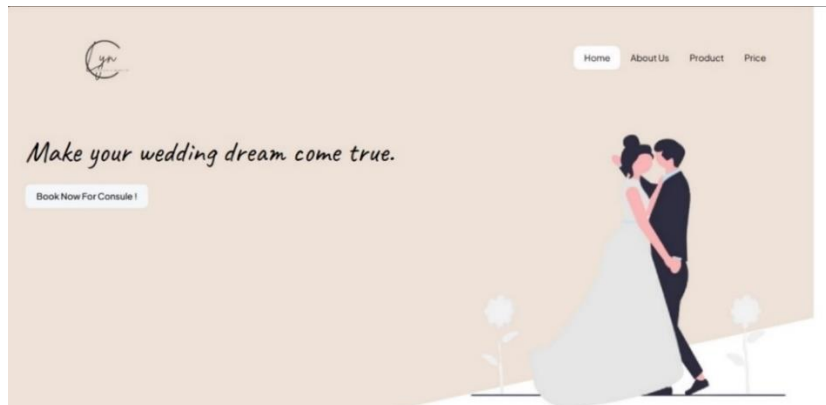
Analisis kebutuhan dilakukan untuk mempermudah Sanggar Lyn dalam menyusun katalog produk berbasis website, menggantikan penggunaan buku katalog dan Instagram yang saat ini digunakan. Sasaran sistem ini adalah untuk meningkatkan pemasaran melalui website, memudahkan pelanggan mendapatkan informasi produk, serta menggantikan metode promosi tradisional yang sebelumnya dilakukan secara langsung.

Instrumen penelitian divalidasi melalui wawancara dan kuesioner yang dibagikan kepada 7 pelanggan yang sudah memakai jasa sanggar Lyn. Teknik pengumpulan data melibatkan

wawancara tidak terstruktur untuk mendapatkan informasi mendalam serta kuesioner berbasis skala Likert (1-5) untuk menilai kelayakan *website*. Data kemudian dianalisis secara kuantitatif menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi responden dan diolah secara sistematis untuk menyusun pola serta kesimpulan yang mudah dipahami.

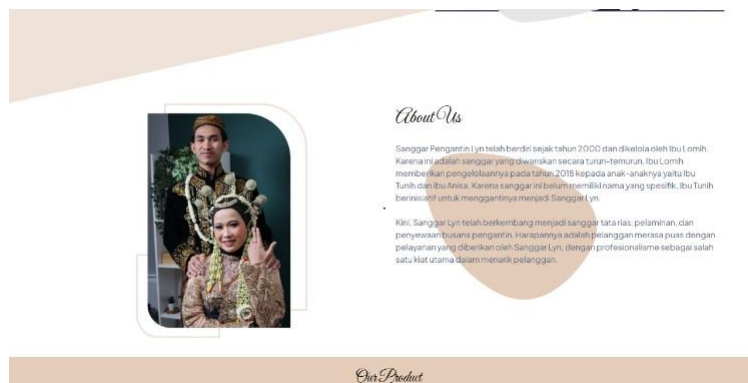
Hasil dan Pembahasan

Berikut merupakan implementasi dari sistem yang dibangun dalam bentuk web



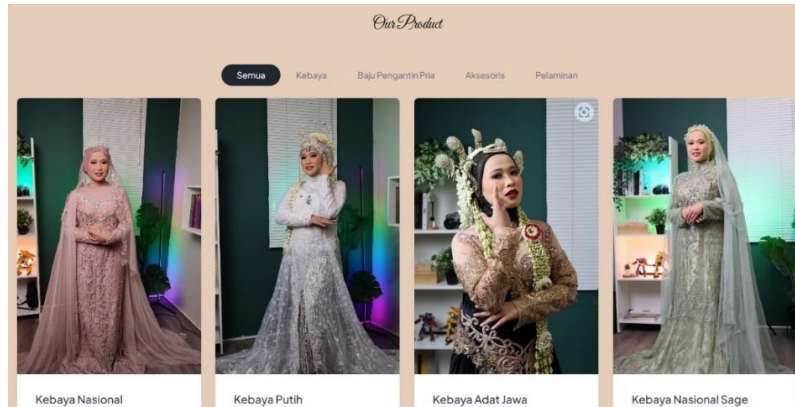
Gambar 4.1 Halaman tampilan awal user/pengguna

Dalam gambar diatas adalah halaman tampilan ketika user/pelanggan membuka website katalog sanggar Lyn halaman ini dirancang dengan antarmuka yang menarik dan mudah dinavigasi, sehingga pengguna dapat dengan cepat menemukan informasi yang mereka butuhkan.



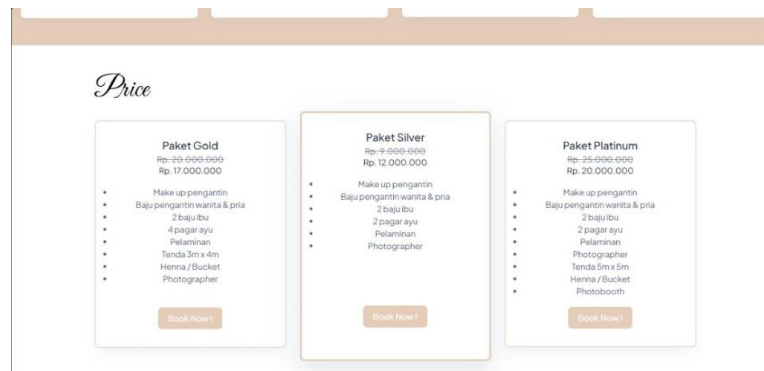
Gambar 4.2 halaman sejarah singkat mengenai sanggar Lyn (User)

Pada halaman mengenai sejarah singkat sanggar Lyn pengunjung dapat menemukan informasi yang menceritakan perjalanan dan perkembangan sanggar sejak didirikan.



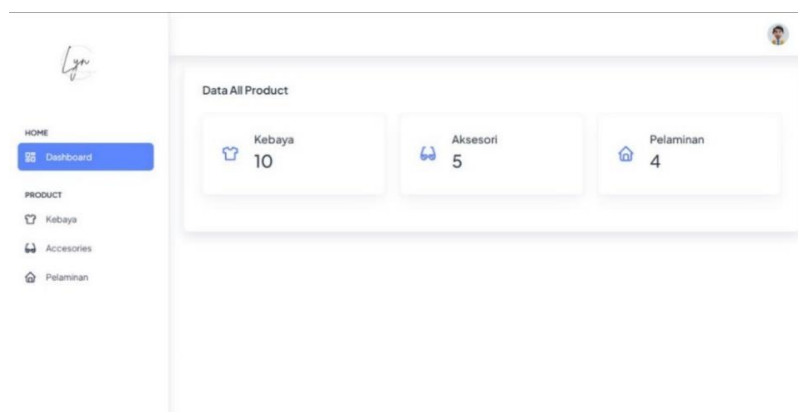
Gambar 4.3 fasilitas yang tersedia di Sanggar Lyn(User)

Pada gambar diatas adalah layanan yang tersedia di sanggar Lyn contohnya seperti penyewaan baju pengantin, aksesoris, pelaminan dan masi banyak hal lainnya



Gambar 4.4 Halaman package(user)

Dalam gambar diatas terdapat halaman package dimana halaman tersebut berisi mengenai paket-paket yang tersedia dalam sanggar Lyn dan harga yang ada di dalam sanggar Lyn



Gambar 4.5 Halaman Dashboard Admin

Pada halaman dashboard admin terdapat data-data sanggar Lyn seperti Halaman dashboard admin terdapat data-data Sanggar Lyn seperti baju pengantin, di mana admin dapat melihat, mengelola, dan menganalisis semua informasi terkait produk yang ditawarkan. Dashboard ini dilengkapi dengan tabel yang berisi rincian produk, termasuk nama, deskripsi, harga, dan jumlah stok yang tersedia.

4. 2 Kelayakan Produk Pada penelitian kelayakan produk ini terdapat berbagai kelayakan yaitu: a. Desain: Untuk membuat website katalog ini menarik, diperlukan desain serta kombinasi warna yang memikat agar dapat menarik minat pelanggan. Selain itu, tampilan desain yang atraktif juga mencerminkan kualitas dan memperkuat citra branding Sanggar Lyn. b. Informasi: Dari segi informasi, katalog berbasis website ini dapat memudahkan pelanggan dalam membuat keputusan. Pelanggan bisa dengan mudah melihat dan memilih baju, melihat rincian harga, serta mengetahui promo yang tersedia di Sanggar Lyn. Selain itu, website ini juga membantu pelanggan dalam memperkirakan biaya yang dibutuhkan secara lebih efisien. c. Biaya: Katalog berbasis website ini tidak hanya memudahkan pelanggan dan pemilik Sanggar Lyn, tetapi juga mengurangi biaya yang dikeluarkan untuk mencetak brosur dan membuat katalog fisik. Di era digital ini, pemilik Sanggar Lyn memanfaatkan teknologi dengan membuat katalog dalam bentuk website. d. pengujian: Tahap pengujian dilakukan untuk mengevaluasi dan memastikan bahwa website katalog bekerja sesuai dengan spesifikasi dan tujuan yang telah ditentukan. Pengujian ini bertujuan untuk mendeteksi serta memperbaiki kesalahan atau cacat (bug). Pada tahap pengujian ini menggunakan metode blackbox testing yaitu untuk mengetahui apakah masih ada masalah dalam website tersebut atau tidak.

4.2.1 Pengujian Ahli media Uji validasi oleh ahli media adalah proses penilaian yang dilakukan oleh seorang pakar media untuk mengevaluasi kualitas dan efektivitas website dan untuk mengetahui kelayakan dari website tersebut. Setiap fungsi diisi oleh 1 orang ahli media jika fungsi tersebut berfungsi dengan baik maka penguji akan memberikan centang pada kolom 1 (tidak baik), 2 (Kurang Baik), 3 (Baik), 4 (Cukup Baik), 5 (Sangat Baik) pada instrument yang diberikan. Berikut adalah rangkuman hasil penilaian oleh para ahli.

Table 4.1 Lembar Pengujian *Black Box* Untuk Ahli Media

No	Pengujian	Hasil yang diharapkan	Tingkat Penilaian
1	Membuka <i>website</i> (User)	Sistem dapat dijalankan pada device laptop dan smartphone	5
2	Menekan menu-menu yang ada di header (<i>home, about, product, pricing</i>) (User)	Sistem dapat menampilkan isi dari menu-menu yang ada di header.	5
3	Dapat menekan tombol “ <i>Book Now</i> ” untuk mengetahui informasi lebih lanjut mengenai Sanggar Lyn (User)	Sistem dapat menghubungkan langsung ke Whatsapp.	5
4	Login (Admin) Melakukan input pada kolom username dan password	Saat proses login gagal maka sistem akan tetap berada pada halaman login	4
5	Menambahkan Data Kebaya (Admin) Klik menu kebaya, klik tombol “Tambah Kebaya”, lalu meng <i>input</i> kolom yang ada, lalu klik “ <i>save change</i> ”	Berhasil menambahkan data kebaya	5
6	Mengubah Data Kebaya (Admin)	Berhasil mengubah data kebaya	5

	Klik menu kebaya, klik tombol “Ubah”, lalu mengubah kolom yang ada, lalu klik “ <i>save change</i> ”		
7	Menghapus Data Kebaya (Admin) Klik menu kebaya, klik tombol “Hapus”	Berhasil menghapus data kebaya	5
8	<i>Log out</i> (Admin) Klik menu profile di bagian atas lalu klik tombol “ <i>logout</i> ”,Berhasil logout dan kembali ke halaman Login,	Berhasil logout dan kembali kehalaman <i>login</i>	4
Total			38

Sumber: (Suyanto, A.H, 2009)

Setelah responden mengisi instrument pengujian ahli media penulis menghitung hasil dari angket tersebut. Berikut adalah rumus perhitungan nilai kelayakan

$p = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh}}{\text{Jumlah skor ideal}}$

$p = \frac{38}{5 \times 8} \times 100\%$

$p = 95\%$

$p = 95\%$

Table 4. 2Kriteria kelayakan media

No	Kategori Kualitas Web	Presentasi
1	< 21 %	Tidak Baik
2	21 – 40 %	Kurang Baik
3	41 – 60 %	Baik
4	61 – 80 %	Cukup Baik
5	81 –100 %	Sangat Baik

Sumber: (Arikunto, 2009: 35)

Skor yang didapatkan pada perhitungan tersebut adalah 95% yang menunjukkan bahwa website ini sangat baik. Berdasarkan hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa website katalog Sanggar Lyn ini sudah memenuhi standar kelayakan baik dari segi fungsionalitas maupun desain.

4.2.2 Pengujian Ahli Materi Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa materi yang disajikan sesuai dengan standar keilmuan, memiliki kedalaman, dan mudah dipahami oleh pengguna sasaran. Ahli materi memberikan masukan yang penting terkait kelebihan dan kekurangan konten, serta memberikan saran perbaikan sebelum produk tersebut dirilis untuk penggunaan yang lebih luas. Setiap fungsi diisi oleh 1 orang ahli materi jika fungsi tersebut berfungsi dengan baik maka penguji akan memberikan centang pada kolom 1 (tidak baik), 2 (Kurang Baik), 3 (Baik), 4 (Cukup Baik), 5 (Sangat Baik) pada instrument yang diberikan. Berikut adalah rangkuman hasil penilaian oleh para ahli materi.

Table 4.1 Kisi-kisi instrument untuk ahli materi

No	Pengujian	Tingkat Penilaian Ahli materi 1	Tingkat Penilaian Ahli materi 2
1	Apakah Bahasa yang digunakan sudah sesuai	3	3
2	Apakah dari segi informasi mudah dimengerti	4	4
3	Apakah tampilan/ desain dari Website Sanggar Lyn menarik	4	4
4	Apakah pada saat mengakses tidak terjadi eror	4	5
5	Apa tombol yang ada dapat diakses dengan baik	5	4
6	Apakah kontak yang tertera sesuai dengan kontak yang ada di sanggar Lyn	4	4
7	Apakah pada bagian reservasi kedatangan mempermudah pihak sanggar Lyn untuk mengetahui pelanggan yang akan datang	3	4
8	Pihak dari sanggar Lyn dapat membuka Web Admin.	5	5

9	Pihak dari Sanggar Lyn dapat menambahkan barang di Web admin	5	3
Total		37	36

Sumber: (Nielsen, 2012)

$p = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh}}{\text{Jumlah skor ideal}}$

$$p = \frac{73}{90} \times 100\%$$

$$p = 81,1\%$$

Table 4. 2 Kriteria kelayakan media (Arikunto, 2009: 35)

No	Kategori Kualitas Web	Presentasi
1	< 21 %	Tidak Baik
2	21 – 40 %	Kurang Baik
3	41 – 60 %	Baik
4	61 – 80 %	Cukup Baik
5	81 –100 %	Sangat Baik

Dari hasil skor yang didapatkan pada perhitungan tersebut adalah 81,1% berdasarkan hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa *website* sanggar Lyn sangat baik, dapat disimpulkan *website* katalog Sanggar Lyn ini sudah memenuhi standar kelayakan dari segi materi dan bahasa.

4.2.3 Pengujian Praktikalitas

Pengujian praktikalitas adalah proses evaluasi yang bertujuan untuk menilai sejauh mana sebuah produk, sistem, atau metode dapat diterapkan dengan mudah dan efektif dalam situasi nyata. Tujuan utamanya adalah memastikan bahwa produk tersebut tidak hanya berfungsi secara teknis, tetapi juga mudah dipahami, digunakan, dan dioperasikan oleh pengguna dalam konteks praktis sehari-hari. Pengujian ini bertujuan untuk menilai kelayakan *website* yang dirancang untuk para pelanggan sanggar Lyn, dan dilakukan dengan melibatkan 7 pelanggan yang pernah menggunakan jasa sanggar Lyn sebagai peserta uji coba.

Table 4. 3 Hasil Pengujian Praktikalitas Sumber: hasil olah data

No	Responden	Pertanyaan										Jumlah
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Hanna Wahyudi	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	43

2	Widya Nur	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	43
3	Nurul Aini	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
4	Yasinta Roro	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	45
5	Dadan	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	45
6	Tunih	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	45
7	Try Wahyuni	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Jumlah												319

$p = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh}}{\text{Jumlah skor ideal}}$

$p = \frac{229}{25} \times 100\%$

$p = 91\%$

$p = 91\%$

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengembangan Website Media Promosi

Pengembangan katalog website media promosi ini bertujuan untuk mempromosikan Sanggar Lyn serta membangun citra profesional di mata pelanggan. Selain berfungsi sebagai media promosi, website katalog ini juga memungkinkan pengguna untuk melihat detail harga, paket-paket pernikahan, busana, dan lain-lain. Website ini juga memberikan wawasan baru bagi Sanggar Lyn dan peneliti bahwa katalog tidak terbatas pada format buku saja. Website ini tidak hanya diakses oleh pengguna saja, tetapi juga dapat digunakan oleh admin. Admin memiliki tugas untuk menambahkan, mengedit, dan menghapus barang dalam katalog. Sementara itu, pengguna hanya dapat melihat foto-foto pakaian, aksesoris, serta daftar harga dari Sanggar Lyn. Selain itu, pengguna juga dapat membuat janji temu untuk datang ke Sanggar Lyn, sehingga dapat langsung terhubung dengan admin atau pemilik sanggardengan harapan dapat mempermudah pelanggan dan pemilik.

4.3.2 Kelayakan Website Katalog Sanggar Lyn Website ini menggunakan pengembangan metode Waterfall dimana Sistem Waterfall adalah metode pengembangan perangkat lunak yang mengikuti proses kerja yang linier dan berurutan, di mana setiap fase harus

diselesaikan sepenuhnya sebelum melanjutkan ke fase selanjutnya. Metode ini terdiri dari beberapa tahapan, seperti 1. Requirement Analysis yaitu menentukan persyaratan untuk membuat Website Katalog Sanggar Lyn mengidentifikasi dan mendokumentasikan persyaratan yang diperlukan agar website dapat memenuhi kebutuhan pengguna dan tujuan bisnis, 2. Design dalam menentukan design pentingnya bertanya kepada pemilik apakah desainnya sudah sesuai dengan yang diinginkan jika dalam tahap desain sudah sesuai dengan keinginan pemilik maka bisa lanjut ke tahap berikutnya, 3. Development pada tahap ini untuk merealisasikan sebuah Website Tahap ini adalah proses di mana rancangan dan persyaratan yang telah ditetapkan pada fase sebelumnya (Analisis Kebutuhan dan Desain) mulai diwujudkan dalam bentuk kode dan komponen yang fungsional. Pada fase ini, website katalog Sanggar Lyn akan dikembangkan secara teknis oleh tim pengembang sesuai dengan spesifikasi yang sudah didokumentasikan, 4. Testing melakukan pengujian pada website yang dilakukan oleh para ahli berfungsi untuk mengetahui apakah website Sanggar Lyn layak digunakan atau tidak, 5. Maintenance melakukan pemeliharaan pada website Sanggar Lyn Pada tahap ini, tim pengembang dan pengelola website memastikan bahwa website tetap berfungsi dengan baik, aman, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna

Jika terjadi kesalahan atau error, maka tindakan perbaikan harus segera dilakukan. Selain menggunakan *system* pengembangan *waterfall website* ini juga melakukan pengujian menggunakan *blackbox testing metode* pengujian perangkat lunak di mana penguji tidak mengetahui struktur internal atau kode sumber dari sistem yang diuji. Dalam pendekatan ini, penguji menitikberatkan pada fungsi dan fitur aplikasi sesuai dengan spesifikasi dan kebutuhan yang telah ditentukan selain itu tujuan dari *blackbox testing* ini juga untuk memastikan apakah website ini berfungsi dengan baik atau tidak, mengetahui ada dan tidak adanya bug/kesalah dalam menggunakan website ini, pada pengujian yang dilakukan oleh pihak ahli media, pihak ahli materi dan mahasiswa menunjukkan bahwa sanggar lyn sangat layak digunakan dan dijadikan bahan promosi untuk sanggar lyn Penilaian positif dari ahli media mengindikasikan bahwa website ini memenuhi standar teknis dan visual yang diperlukan untuk menarik perhatian pengguna. Skor yang tinggi dari ahli materi menunjukkan bahwa konten yang disajikan relevan, informatif, dan mampu menggambarkan nilai-nilai serta layanan yang ditawarkan oleh Sanggar Lyn dengan baik.

Pelanggan sebagai pengguna potensial memberikan tanggapan yang positif terhadap kemudahan akses dan interaktivitas website. Hal ini menandakan bahwa website tidak hanya

fungsional, tetapi juga *user-friendly*, sehingga dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Proses pengembangan website sebagai media promosi untuk sanggar Lyn terdiri dari beberapa tahapan penting yang saling terhubung. Pertama, tahap *requirement analysis*, dimana kebutuhan fungsional dan non-fungsional diidentifikasi. Kemudian dilanjutkan dengan tahap *design*, yang mencakup pembuatan tata letak dan struktur sistem. Selanjutnya, pada tahap *development*, spesifikasi yang sudah ditetapkan diubah menjadi kode dan fitur fungsional, mencakup bagian *frontend* dan *backend*. Setelah pengembangan selesai, tahap *testing* dilakukan untuk memastikan semua fitur berfungsi dengan baik sebelum peluncuran website. Tahap *deployment* dilakukan untuk mengunggah website ke server dan menghubungkannya dengan domain agar dapat diakses oleh publik. Akhirnya, tahap *maintenance* berlangsung, dimana pemeliharaan berkala dilakukan untuk menjaga performa, keamanan, dan fungsionalitas website, serta memperbaiki error jika ditemukan. Dengan langkah-langkah ini, website katalog sanggar Lyn dapat berfungsi sebagai alat promosi yang efektif, memperluas jangkauan pelanggan, dan meningkatkan citra profesional sanggar di dunia digital

Kelayakan Website Promosi Sanggar Lyn

Pada pengujian yang dilakukan oleh ahli media mendapatkan skor 95% yang menunjukkan bahwa website ini sudah layak untuk dipakai, ahli materi mendapatkan skor 81,1% menunjukkan hasil yang diperoleh sangat baik oleh ahli materi dan pelanggan yang menggunakan jasa sanggar Lyn mendapatkan skor 91% dari hasil tersebut mengatakan bahwa website sangat layak untuk digunakan, Kesimpulannya, hasil evaluasi dari berbagai pihak menunjukkan bahwa website Sanggar Lyn sangat layak digunakan

Saran

Sanggar Lyn, website yang telah dikembangkan dapat dimanfaatkan secara maksimal sebagai media promosi yang efektif. Pemilik sanggar sebaiknya terus mengupdate konten website, seperti menambahkan informasi terbaru mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, galeri foto dan video, serta testimoni pelanggan, untuk menjaga relevansi dan menarik perhatian calon pelanggan.

Daftar Refrensi

- Abdul Wahid, A. (2020). Analisis Metode Waterfall Untuk Pengembangan Sistem Informasi. *Jurnal Ilmu-Ilmu Informatika Dan Manajemen STMIK*, November, 1–5.
- Andipradana, A., & Dwi Hartomo, K. (2021). Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Online Berbasis Web Menggunakan Metode Scrum. *Jurnal Algoritma*, 18(1), 161–172. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.18-1.869>
- Arifin, A., Dengen, N., Setyadi, H. J., Prafanto, A., & Putra, G. M. (2019). Analisis Penerapan Metode Search Engine Optimization (SEO) Untuk Meningkatkan Traffic Website Berbayar dan Tidak Berbayar. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, 4(2), 20–49.
- Arikunto, S. 2008. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Karya.
- Askari, Zakariah, afriani vivi. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, ACTION RESEARCH, RESEARCH AND DEVELOPMENT (R n D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.
- Asmara, J. (2019). Rancang Bangun Sistem Informasi Desa Berbasis Website (Studi Kasus Desa Netpala). *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, 2(1), 1–7.
- A. Rabbani, “Pengertian E-katalog, Perkembangan, Jenis, dan Manfaatnya,” 2021. <https://www.sosial79.com/2021/08/Pengertian-E-Katalog.html>
- Dwi, A. Q. A. (2017). Pembuatan Website Menggunakan Cms Wordpress. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3, 287–292. <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/92/pdfEkaPratama>, P. A. (2021). *Komputer Masyarakat*. Informatika Bandung.
- Fahrudin, A., & Purnama, B. E. (2011). Pembangunan Sistem Informasi Layanan Haji Berbasis Web Pada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji. *Journal Speed –Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 9330(1), 63–71.
- Fauziah. (2020). *Informatika*. Yudishtira.
- Firliana, R., Indriati, R., Nur Farida, I., & Kumalasari Niswatin, R. (2020). Aplikasi E-Katalog Yudisium Bukti Pengambilan Ijazah Dan Transkrip Nilai. *Jurnal Inkofar*, 1(2), 44–53. <https://doi.org/10.46846/jurnalinkofar.v1i2.126>
- Fujianto, R. Z., & Antoni, C. (2020). Produksi Dan Efektivitas Motion Graphic Sebagai Media Promosi Zetizen Batam Pos. *Journal of Digital Education, Communication, and Arts (Deca)*, 3(02), 104–123. <https://doi.org/10.30871/deca.v3i2.2202>
- Hadi, A. P., Zainudin, A., & Setiawan, N. D. (2021). Pemanfaatan Metode AIDA Dalam Desain Website Sebagai Media Promosi Produk Pada UMKM. *JUPITER (Jurnal Penelitian Ilmu Dan Teknik Komputer)*, 13(2), 01–06.
- Iskandar, J., Sari, Y. K., & Fathurrohman, A. (2023). Pelatihan Desain Mockup dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM di Desa Rejotangan Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(8), 1417–1424. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i8.373>
- Izzah, A., & Kusuma, S. F. (2016). Pembuatan Katalog Online Layanan Jasa Berbasis Web sebagai Media Periklanan Penyedia Layanan Jasa. *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 108–115. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v1i2.185>

- Josi, A. (2017). Penerapan Metode Prototyping Dalam Membangun Website Desa (Studi Kasus Desa Sugihan Kecamatan Rambang). *Jti*, 9(1), 50–57.
- Manullang, A. H., Aritonang, M., & Purba, M. J. (2021). Sistem Informasi Bimbingan Belajar Number One Medan Berbasis Web. *TAMIKA: Jurnal Tugas Akhir Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi*, 1(1), 44–49. <https://doi.org/10.46880/tamika.vol1no1.pp44-49>
- Mariko, S. (2019). Aplikasi website berbasis HTML dan JavaScript untuk menyelesaikan fungsi integral pada mata kuliah kalkulus. *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan*, 6(1), 80–91. <https://doi.org/10.21831/jitp.v6i1.22280>
- Matondang, F., Astuti Hasibuan, N., Saputra, I., Teknik Informatika STMIK Budi Darma, M., Tetap STMIK Budi Darma, D., Sisingamangaraja No, J., & Limun Medan, S. (2016). Perancangan Aplikasi Text Editor Dengan Menerapkan Algoritma Knuth-Morris-Pratt. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 3(4), 16–21. <https://ejurnal.stmik-budidarma.ac.id/index.php/jurikom/article/view/332>
- Mufti Kurniawan, A., & Setiyawati, N. (2018). Perancangan Sistem Informasi Lomba Menembak Metal Silhouette Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter (Studi Kasus : Salatiga Hunting Community). 1–26.
- Nielsen, J. (2012). Usability 101: Introduction to Usability. Nielsen NormanGroup. Retrieved 12 August 2020, from <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>.
- Norma, A. (2013). Promosi Dalam Penjualan. September.
- Novita, R., & Zahri, H. (2018). Rancang Bangun Aplikasi Katalog Kerja Praktek Dan Tugas Akhir Berbasis Android. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 4(2), 209. <https://doi.org/10.24014/rmsi.v4i2.6615>
- Nurman Hidayat, & Kusuma Hati. (2021). Penerapan Metode Rapid Application Development (RAD) dalam Rancang Bangun Sistem Informasi Rapor Online (SIRALINE). *Jurnal Sistem Informasi*, 10(1), 8–17. <https://doi.org/10.51998/jsi.v10i1.352>
- Okpatrioka. (2023). Research And Development (R & D) Penelitian yang Inovatif dalam Pendidikan. *Jurnal Pendidikan, Bahasa Dan Budaya*, 1(1), 86–100.
- Pasaribu, J. S. (2017). Penerapan Framework Yii Pada Pembangunan Sistem Ppdb Smp Bppi Baleendah Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 3(2), 154–163. <https://doi.org/10.33197/jitter.vol3.iss2.2017.132>
- Philip, K. (2002). Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2. PT Prenhallindo.
- Pramitasari, B., & Nurgiyatna, N. (2019). Sistem Informasi Unit Kegiatan Mahasiswa Marching Band Universitas Muhammadiyah Surakarta berbasis Web. *Emitor: Jurnal Teknik Elektro*, 19(2), 59–65. <https://doi.org/10.23917/emitor.v19i2.7998>
- Prasanti, D. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 13–21. <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i1.645>
- Pressman, S, R. (2015). Rekayasa Persngkat Lunak Pendekatan Praktisi Buku I. Andi.Prof.
- Dr.Sugiyono. (2014). MEMAHAMI PENELITIAN KUALITATIF. ALFABETA, cv.

- Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Gramedia Pustaka Utama
- Retnowati, A., & Diah. (2023). Pemanfaatan opac sebagai sarana temu kembali informasi di perpustakaan ceria sma negeri 01 rejang lebong.
- Riyadi, S. (2023). Adopsi Metode DevOps Sebagai Acuan Pengembangan Aplikasi Bantuan Hukum. *Generation Journal*, 7(1), 23–30. <https://doi.org/10.29407/gj.v7i1.19629>
- Romadhon, M. H., Yudhistira, Y., & Mukrodin, M. (2021). Sistem Informasi Rental Mobil Berbasis Android Dan Website Menggunakan Framework Codeigniter 3 Studi Kasus : CV Kopja Mandiri. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Peradaban (JSITP)*, 2(1), 30–36.
- Rustriani, N. W., Anggraini, N. P. N., & Satwam, I. K. S. B. (2021). Perancangan Katalog Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm. *Jurnal Masyarakat Mandiri (JMM)*, 5(5), 2615–2624. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm>
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–6.
- Satrio, P. U. D. (2019). Perancangan Katalog Wisata Kota Surabaya Sebagai Media Informasi Massa. *Gestalt*, 1(1), 95–102. <https://doi.org/10.33005/gestalt.v1i1.23>
- Setiyawan, D. (2018). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya Impact of Information Technology Development and Communication on Culture Daryanto Setiawan. *SIMBOLIKA*, 4(1). <http://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika>
- Setyawan, R. A., & Atapukan, W. F. (2018). Pengukuran Usability Website E-Commerce Sambal Nyoss Menggunakan Metode Skala Likert. *Compiler*, 7(1), 54–61. <https://doi.org/10.28989/compiler.v7i1.254>
- Sidik, A. (2017). Teori, Strategi, dan Evaluasi Merancang Website dalam Perspektif Desain. In *Вестник Росздравнадзора (Vol. 4, Issue 1)*.
- Silahuddin, A., Misbahul, S., Gumawang, U., Desa, B. J. I., Merah, T., Belitang, K., Raya, M., Oku, K., & Sumatera-Selatan, T. P. (2022). Pengenalan Klasifikasi, Karakteristik, Dan Fungsi Media Pembelajaran MA Al- Huda Karang Melati. *Idaarotul Ulum (Jurnal Prodi MPI)*, 4(02 Desember), 162–175. <https://jurnal.insanprimamu.ac.id/index.php/idaarotul/article/view/244>
- Suyanto, A. H. (2009). *Step by Step web design: Theory and Practices*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Syahputra, D. R., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal (MAKREJU)*, 1(3), 51–56.
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>
- Wibawa, Basuki; Mahdiyah; Afgani, J. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan*. 1, 594.
- Wijaya, Y. D., & Astuti, M. W. (2019). Sistem Informasi Penjualan Tiket Wisata Berbasis Web Menggunakan Metode Waterfall. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 274.

- Zahir, A. (2019). Pengembangan Media Pembelajaran Live Streaming Pengetahuan Komputer Berbasis Website. *D'ComPutarE: Jurnal Ilmiah Information Technology*, 9(2), 1–7.
- Zen, L. E., & Iswavigra, D. U. (2023). Critical Review: Analogi RAD, OOP dan EUD Method dalam Proses Development Sistem Informasi. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 5(1), 184–190. <https://doi.org/10.37034/jidt.v5i1.286>