



IMPLEMENTASI CMS PADA *WEBSITE* PEMASARAN LAYANAN PENGASPALAN JALAN DENGAN METODE *WATERFALL*

Salsa Mutia Putri Fadhila¹, Shelly Pramudiawardani², Misna Asqia³

^{1, 2, 3} Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri
Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia 12640
sals21033si@student.nurulfikri.ac.id, shelly@nurulfikri.ac.id, misna@nurulfikri.ac.id

Abstract

The development of information technology encourages business actors, including the construction service sector, to adopt digital media as a more effective marketing tool. CV Satria Abadi, a road paving service company, faces challenges reaching customers because it still relies on conventional marketing strategies, such as direct communication via messages and phone calls. This research aims to develop a marketing website based on the WordPress CMS to improve information accessibility and service professionalism. The system development was carried out using the Waterfall method. This system is expected to help address existing issues by enhancing access to service information and the company's professionalism. The research results show that the developed website successfully meets user needs and enhances the effectiveness of digital promotion for CV Satria Abadi. Further feature development and regular content updates are planned.

Keywords: Digital Marketing, Road Pavi, Waterfall, Website, Wordpress

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi mendorong pelaku usaha, termasuk sektor jasa konstruksi untuk mengadopsi media digital sebagai sarana pemasaran yang lebih efektif. CV Satria Abadi, sebagai perusahaan jasa pengaspalan jalan menghadapi kendala dalam menjangkau pelanggan karena masih menggunakan strategi pemasaran konvensional melalui komunikasi langsung seperti pesan dan telepon. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan *website* pemasaran berbasis CMS WordPress untuk meningkatkan aksesibilitas informasi dan profesionalitas layanan. Pengembangan sistem dilakukan menggunakan metode *Waterfall*. Sistem ini dirancang sebagai solusi digital yang mampu memperluas jangkauan pemasaran dan mendukung citra profesional perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *website* yang dikembangkan berhasil memenuhi kebutuhan pengguna dan meningkatkan efektivitas promosi digital CV Satria Abadi. Pengembangan fitur lanjutan serta pembaruan konten secara berkala disarankan agar *website* tetap relevan dan mampu menjangkau lebih banyak pelanggan di masa mendatang.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Pengaspalan Jalan, *Waterfall*, *Website*, Wordpress

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk cara pelaku usaha menjalankan strategi pemasaran. Teknologi digital, khususnya media berbasis web, memberikan peluang besar bagi pelaku usaha skala kecil hingga menengah untuk menjangkau konsumen lebih luas secara efisien dan efektif. Salah satu pemanfaatan teknologi tersebut adalah pengembangan *website* sebagai media promosi digital. UMKM menjadi salah satu sektor yang didorong untuk melakukan digitalisasi. Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika, sekitar 26% dari 64 juta UMKM di Indonesia telah beralih ke platform digital [1]. Hal ini menunjukkan potensi besar teknologi

digital dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing UMKM.

Pemanfaatan teknologi digital seperti *website* sangat relevan bagi perusahaan jasa, termasuk CV Satria Abadi, yang bergerak di bidang pengaspalan jalan. Saat ini, CV Satria Abadi masih mengandalkan strategi pemasaran konvensional melalui komunikasi langsung, seperti pesan dan telepon. Pendekatan ini memiliki keterbatasan dari sisi jangkauan pasar, kecepatan penyampaian informasi, serta tidak tersedianya dokumentasi layanan secara terbuka yang dapat diakses oleh calon pelanggan. Kondisi ini menghambat perkembangan bisnis di tengah tren digitalisasi yang terus berkembang.

Di sisi lain, calon pelanggan semakin membutuhkan akses cepat dan transparan terhadap informasi layanan, harga, serta portofolio proyek untuk menentukan keputusan pemesanan. Kehadiran *website* dapat menjadi solusi strategis bagi CV Satria Abadi dalam menyampaikan informasi secara lengkap dan profesional, serta membangun kepercayaan calon pelanggan. *Website* tidak hanya menjadi representasi digital perusahaan, tetapi juga sarana komunikasi interaktif yang mendukung proses pemasaran secara menyeluruh.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka didapatkan rumusan masalah dalam penelitian adalah bagaimana implementasi CMS WordPress dengan metode *waterfall* dalam pengembangan *website* pemasaran jasa pengaspalan jalan pada CV Satria Abadi. Untuk menjawab tantangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sistem informasi berbasis web menggunakan CMS WordPress, yang dikenal karena fleksibilitas dan kemudahan pengelolaan kontennya. Dalam proses pengembangan, metode yang digunakan adalah pendekatan *Waterfall*. Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan solusi digital yang terstruktur dan mudah diakses bagi perusahaan jasa konstruksi, serta menjadi acuan dalam pengembangan media promosi digital berbasis *website* yang sederhana namun efektif bagi UMKM. Batasan dari penelitian ini meliputi: (1) Pengembangan difokuskan pada fitur informasi layanan, portofolio proyek, serta fitur kontak tanpa mencakup sistem pemesanan *online* atau pelacakan proyek secara *real-time*, (2) Metode *Waterfall*, (3) Subjek penelitian terdiri dari pemilik, admin, dan pelanggan, (4) Tahapan dalam pengembangan hanya sampai pengujian tanpa pemeliharaan lebih lanjut.

Metode *Waterfall* adalah pendekatan pengembangan perangkat lunak yang bersifat linear dan berurutan, di mana setiap fase harus diselesaikan terlebih dahulu sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya. Metode ini dipilih karena memiliki alur kerja sistematis dan bertahap, yang mencakup lima tahap utama, yaitu analisis kebutuhan, perancangan, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Setiap tahapan dilakukan secara berurutan agar hasil akhir sistem sesuai dengan kebutuhan pengguna dan dapat berjalan optimal.

Penelitian ini didukung oleh studi sebelumnya yang menunjukkan keberhasilan pengembangan *website* sebagai sarana promosi dan informasi digital. Pada PT Geoterra, sistem informasi *company profile* dan pemesanan layanan berbasis web dikembangkan untuk memperluas jangkauan layanan dan memudahkan akses informasi [2]. CV Krisna Dwi Karya mengembangkan *website* pemasaran jasa konstruksi dengan pendekatan *Goal-Directed Design* untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan efektivitas informasi layanan [3]. PT Kurnia Putra Maduma mengimplementasikan *website* menggunakan CMS WordPress yang berhasil meningkatkan visibilitas perusahaan dan efisiensi komunikasi [4]. UMKM IWAPI Kota Depok menggunakan *website* sebagai media promosi

produk, yang dikelola secara mandiri oleh admin setelah pelatihan [5]. Sementara itu, IT Training Centre Jrcodestudio memanfaatkan pengembangan *website* berbasis SDLC untuk mendukung pemasaran digital dan memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik [6].

Website

Website adalah platform digital berisi konten seperti teks, gambar, dan video yang dapat diakses secara global [7]. Berdasarkan teknologinya, *website* terbagi menjadi dua yaitu statis dan dinamis.

CMS WordPress

Content Manajement System adalah sebuah platform yang memudahkan pengguna dalam membuat dan mengelola konten *website* tanpa kemampuan *coding* [8]. WordPress memiliki antarmuka yang intuitif dan mendukung berbagai *plugin* seperti *Yoast SEO*, *Fluent Forms*, dan *Click to Chat*.

Digital Marketing

Digital Marketing merupakan strategi pemasaran yang menggunakan platform digital seperti *website*, media sosial, dan aplikasi untuk berinteraksi dengan konsumen [9]. Keunggulan dari penerapan pemasaran secara digital ini meliputi biaya promosi yang lebih murah, jangkauan pasar luas, dan fleksibilitas kapan saja dan di mana saja selama terhubung internet [10].

Prosedur Pengaspalan Jalan

Proses pengaspalan jalan adalah tahapan penting dalam konstruksi atau pemeliharaan infrastruktur transportasi yang melibatkan peletakan lapisan aspal [11]. Prosedurnya meliputi persiapan awal, pembuatan lapisan dasar, penghamparan dan pemadatan aspal panas, serta tahap akhir berupa pembersihan dan pengujian kualitas hasil pekerjaan [12].

Metode *Waterfall*

Metode *waterfall* adalah pendekatan SDLC yang bersifat bertahap dan sistematis, di mana setiap fase diselesaikan secara berurutan [13]. Tahapan dalam metode ini meliputi analisis kebutuhan, perancangan antarmuka, implementasi dengan *WordPress*, pengujian fungsionalitas, serta operasional dan pemeliharaan sistem.

Alpha Beta Testing

Alpha Beta Testing adalah metode pengujian perangkat lunak yang terdiri dari *alpha testing* oleh tim internal dan *beta testing* oleh pengguna akhir, untuk memastikan sistem berfungsi sesuai kebutuhan, bebas *bug*, dan siap digunakan. Pengujian ini menggunakan pendekatan *black box* yang berfokus pada *input* dan *output* tanpa melihat struktur internal.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, dan Metode Pengujian

Pada bagian ini berisi penjelasan tentang metode penelitian yang digunakan seperti metode pengumpulan data, instrumen penelitian, metode pengujian, dan tahapan penelitian.

2.1.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu observasi lapangan dan wawancara. Observasi dilakukan secara langsung di CV Satria Abadi untuk memahami proses operasional dan pemasaran yang sedang berjalan, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi perusahaan dalam menyampaikan informasi layanan kepada pelanggan. Selanjutnya, wawancara dilakukan kepada tiga kategori narasumber, yaitu pemilik, admin, dan pelanggan, dengan tujuan menggali kebutuhan sistem, persepsi terhadap layanan yang ada, serta harapan mereka terhadap keberadaan *website* perusahaan.

2.1.2 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini disusun untuk mendukung pengumpulan data kualitatif dan evaluasi sistem. Instrumen tersebut terdiri dari transkrip pertanyaan wawancara, yaitu daftar pertanyaan terbuka yang disusun secara fleksibel guna mendapatkan informasi dari responden, baik dari sisi internal perusahaan (pemilik dan admin) maupun pelanggan. Selain itu, digunakan juga pengujian fungsionalitas (*black box*) yang berfungsi untuk menguji apakah setiap fitur dalam *website* berjalan sesuai dengan fungsi yang diharapkan, tanpa melihat struktur internal atau kode program dari sistem tersebut.

2.1.3 Metode Pengujian Sistem

Metode pengujian sistem dalam penelitian ini menggunakan *Alpha Beta Testing* untuk memastikan bahwa fungsionalitas sistem berjalan sesuai harapan. *Alpha testing* dilakukan oleh tim internal menggunakan metode *black box*, yang berfokus pada pengujian tampilan dan fungsi-fungsi utama seperti halaman layanan, navigasi menu, tombol WhatsApp, dan formulir kontak, tanpa melihat struktur internal kode. Sementara itu, *beta testing* dilakukan oleh pengguna akhir, yaitu pemilik dan calon pelanggan potensial CV Satria Abadi melalui pengujian *black box* dan wawancara, dengan tujuan mengevaluasi kemudahan penggunaan, kelengkapan informasi, serta tampilan antarmuka *website* secara keseluruhan. Berikut ini Tabel 1 merupakan subjek penelitian yang terlibat dalam proses pengujian *beta testing*.

Tabel 1. Profil Narasumber

Kode	Narasumber	Jenis Kelamin	Jabatan
DRT	RA	Laki-laki	Direktur
CP1	GND	Laki-laki	Karyawan Swasta

Kode	Narasumber	Jenis Kelamin	Jabatan
CP2	WHY	Laki-laki	Karyawan Swasta
CP3	IDZ	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
CP4	MEI	Perempuan	Pemilik Rumah Makan
CP5	TRI	Laki-laki	Pengurus RT

2.2 Tahapan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *waterfall* yang terdiri dari lima tahapan utama dalam pengembangan sistem, yang terdapat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Pengembangan Sistem *Website* CV Satria Abadi

2.2.1 Analisis Kebutuhan

Peneliti melakukan observasi dan wawancara dengan pemilik dan admin CV Satria Abadi untuk mengidentifikasi kebutuhan sistem, masalah dalam pemasaran, serta harapan terhadap fitur *website*.

2.2.2 Perancangan Sistem

Pada tahap ini dilakukan perancangan struktur halaman, navigasi, dan antarmuka pengguna menggunakan *tools* desain Figma. Peneliti juga mengidentifikasi *plugin* dan fitur yang akan digunakan.

2.2.3 Implementasi Sistem

Tahapan ini dilakukan dengan membangun *website* menggunakan CMS WordPress berdasarkan desain yang telah disusun, serta memasang dan mengonfigurasi *plugin* seperti Elementor, Yoast SEO, Click to Chat, dan Fluent Forms.

2.2.4 Pengujian

Pengujian dilakukan dalam dua tahap, yaitu *alpha testing* oleh tim internal untuk menguji fungsionalitas dasar sistem, dan *beta testing* oleh pengguna akhir untuk mengevaluasi kemudahan akses, tampilan, serta efektivitas komunikasi.

2.2.5 Pemeliharaan dan Evaluasi

Setelah pengujian selesai, dilakukan evaluasi dan perbaikan terhadap *bug* atau masukan dari pengguna, untuk memastikan sistem berjalan dengan baik sebelum digunakan secara aktif, dalam penelitian ini tahapan hanya sampai pada proses evaluasi tanpa pemeliharaan lebih lanjut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai analisis dan proses perancangan *website* pemasaran layanan pengaspalan jalan

pada CV Satria Abadi dengan menggunakan CMS Wordpress.

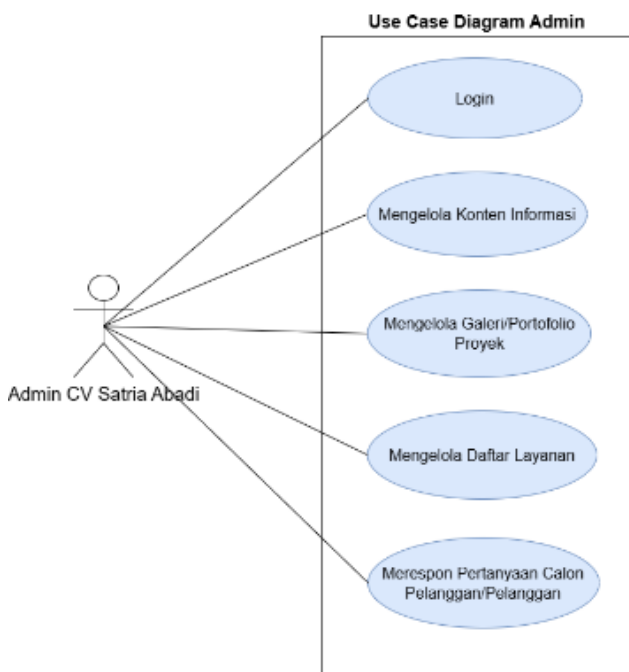
3.1 Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan merupakan tahap penting dalam proses pengembangan yang bertujuan untuk mengevaluasi sistem yang sedang berjalan guna mengidentifikasi kebutuhan sistem baru yang akan dibangun. Oleh karena itu, tahap ini menjadi dasar bagi peneliti dalam menyusun perancangan sistem. Pada tahap ini, dilakukan pembuatan diagram *use case*. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui siapa saja yang akan menggunakan aplikasi serta fitur-fitur apa saja yang diperlukan dalam *website* CV Satria Abadi.

3.1.1 Use Case

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai *use case diagram* pada *website* CV Satria Abadi yang menggambarkan interaksi antara aktor dengan sistem. *Use case diagram* ini berfungsi untuk mengidentifikasi siapa saja pengguna sistem (aktor) serta menjelaskan berbagai aktivitas atau fungsi yang dapat dilakukan oleh masing-masing aktor dalam sistem yang dikembangkan. Aktor dalam *website* ini terdiri dari admin dan pengunjung, berikut ini *use case* untuk admin dan pengunjung:

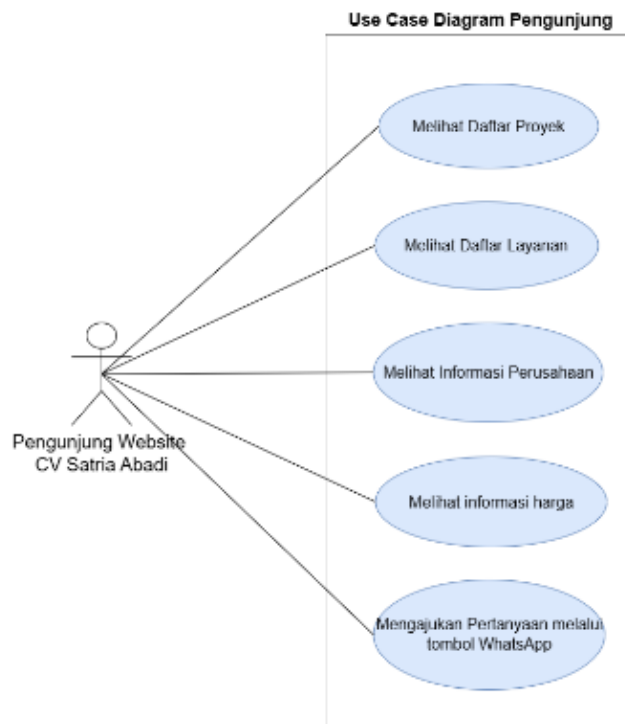
a. Use Case Admin



Gambar 2. Use Case Admin

Gambar 2 di atas menggambarkan *use case diagram* untuk *website* CV Satria Abadi yang menunjukkan hubungan antara Admin dan sistem dalam menjalankan fungsinya. Admin memiliki beberapa *use case* seperti *login*, mengelola konten informasi, mengelola galeri atau portofolio proyek, mengelola daftar layanan, dan merespon pertanyaan dari calon pelanggan.

b. Use Case Pengunjung



Gambar 3. Use Case Pengunjung

Gambar 3 di atas menggambarkan aktivitas yang dapat dilakukan oleh pengunjung di *website* CV Satria Abadi, yaitu melihat daftar proyek, layanan, informasi perusahaan, dan harga, serta menghubungi perusahaan melalui tombol WhatsApp. Fitur-fitur ini dirancang untuk memberikan informasi yang jelas dan memudahkan komunikasi antara pengunjung dan pihak perusahaan.

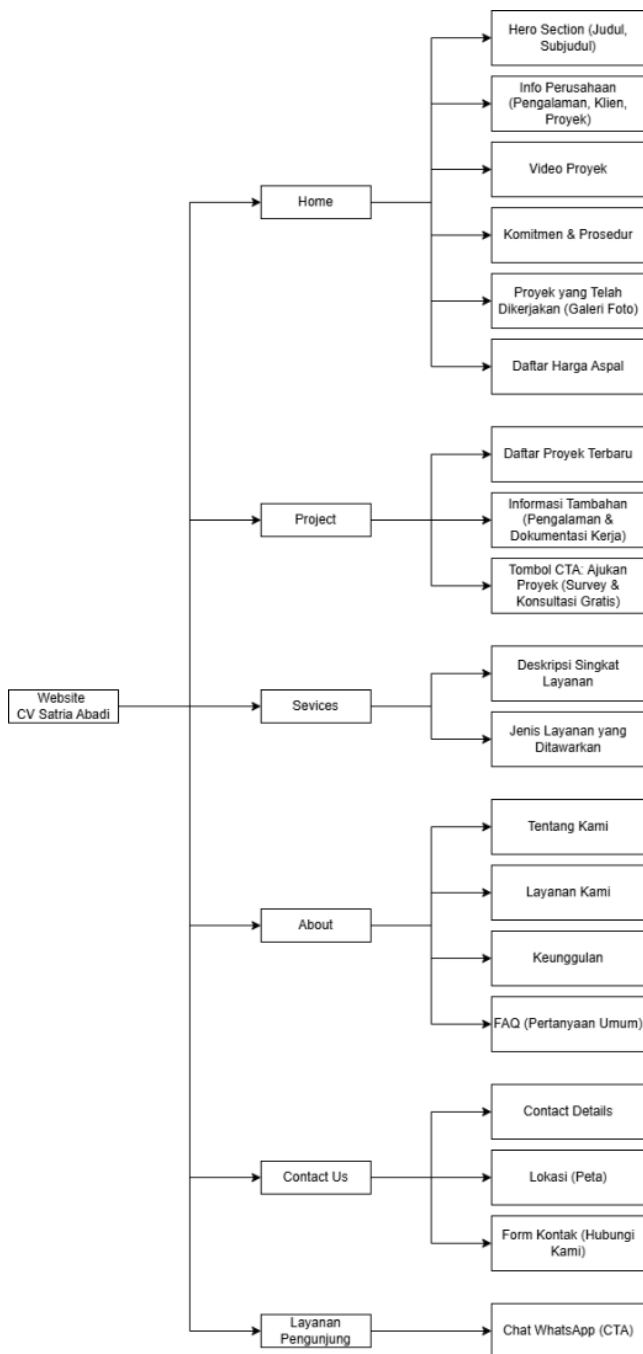
3.2 Perancangan Sistem

Perancangan sistem merupakan tahap penting dalam pengembangan *website* yang berfokus pada penyusunan desain struktur dan tampilan *website* agar sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pada tahap ini, disusun alur navigasi dan struktur informasi agar mudah diakses dan dipahami oleh pengunjung. Selain itu, dibuat juga *wireframe* sebagai rancangan awal antarmuka pengguna yang menampilkan tata letak elemen-elemen utama pada *website*.

3.2.1 Desain Struktur

Gambar 4 di bawah ini menunjukkan struktur desain *website* CV Satria Abadi, yang terdiri dari halaman *Home*, *Project*, *Services*, *About*, dan *Contact Us*. Halaman *Home* menyajikan informasi umum perusahaan, proyek, klien, video dokumentasi, dan daftar harga. Halaman *Project* menampilkan dokumentasi proyek terbaru dan tombol ajakan untuk konsultasi. Halaman *Services* berisi penjelasan dan daftar layanan, sedangkan halaman *About* menampilkan profil perusahaan, keunggulan, dan FAQ. Halaman *Contact Us* memuat informasi kontak, peta lokasi, serta formulir pesan. Selain itu, tersedia tombol *Chat* WhatsApp untuk komunikasi langsung dan cepat. Struktur ini dirancang agar

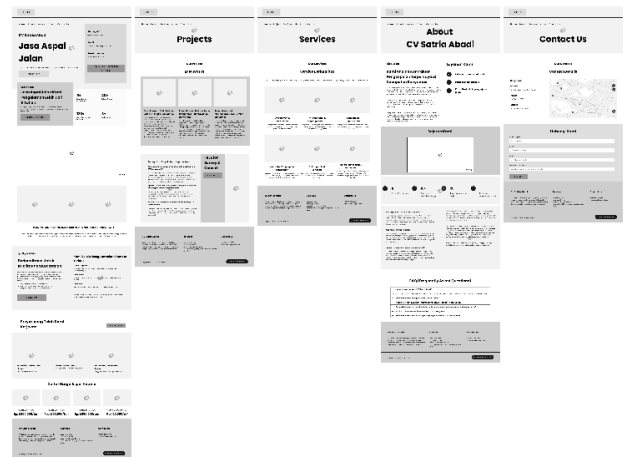
informatif, jelas, dan mudah diakses. Berikut gambar dari desain struktur untuk *website* CV Satria Abadi:



Gambar 4. Desain Struktur Website

3.2.2 Wireframe

Wireframe adalah sketsa awal dari tampilan antarmuka *website* yang digunakan untuk menunjukkan susunan elemen seperti teks, gambar, tombol, dan navigasi secara sederhana. Tujuannya adalah untuk memvisualisasikan struktur halaman sebelum masuk ke tahap desain visual dan pengembangan, sehingga memudahkan dalam merancang pengalaman pengguna yang efisien dan terstruktur. Berikut pada Gambar 5 di bawah ini tampilan *wireframe website* CV Satria Abadi.



Gambar 5. Wireframe Website CV Satria Abadi

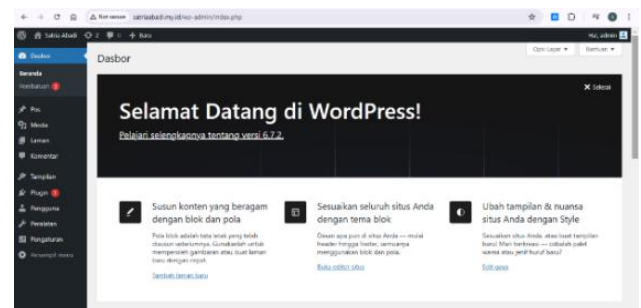
3.3 Implementasi Sistem

Bab ini menyajikan proses pengembangan *website* pemasaran digital untuk CV Satria Abadi. Pembahasan mencakup tahapan konfigurasi awal pengembangan. Seluruh proses bertujuan memastikan bahwa *website* yang dibangun dapat berfungsi secara optimal dan sesuai dengan tujuan utama, yaitu menyediakan informasi layanan pengaspalan secara transparan, responsif, dan mudah diakses oleh calon pelanggan.

Pada tahap awal ini dalam melakukan konfigurasi awal pengembangan *website*, dilakukan beberapa pengaturan dasar sebelum *website* dikembangkan secara lengkap. Pengaturan ini meliputi pemasangan tema dan instalasi *plugin* pada CMS *WordPress*. Tujuannya adalah untuk menyiapkan dasar teknis agar *website* dapat dibangun dengan baik di tahap berikutnya. Berikut adalah beberapa *plugin* dan fitur yang digunakan untuk mendukung pengembangan *website* pemasaran CV Satria Abadi:

a. Dashboard

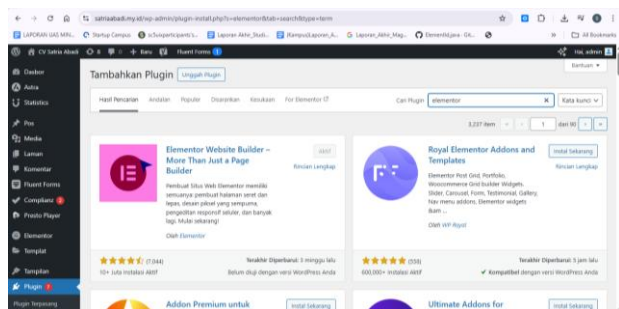
Perusahaan dapat mengelola *website* pada halaman *dashboard*. Halaman ini merupakan pusat kendali utama bagi admin dalam mengelola dan menyesuaikan situs, mulai dari membuat konten hingga mengatur tampilan dan pengaturan lainnya. Melalui menu *sidebar*, admin dapat mengakses berbagai fitur yang dibutuhkan untuk pengelolaan *website*. Berikut ini Gambar 6 merupakan tampilan halaman *dashboard*.



Gambar 6. Halaman Dashboard

b. Elementor

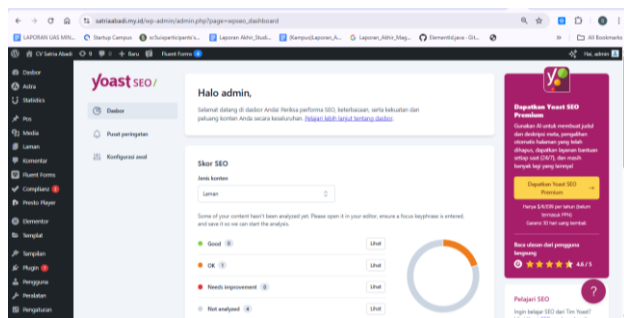
Penggunaan Elementor dalam pengembangan ini adalah sebagai *page builder* utama yang memudahkan proses desain tampilan halaman secara visual dengan metode *drag-and-drop* tanpa perlu penguasaan kode pemrograman. Selain itu, tema ini menyediakan berbagai pilihan *template* yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan, sehingga mendukung pembuatan *website* yang responsif, menarik, dan mudah digunakan oleh pengunjung. Berikut ini Gambar 7 merupakan tampilan halaman Elementor.



Gambar 7. Halaman Elementor

c. Yoast SEO

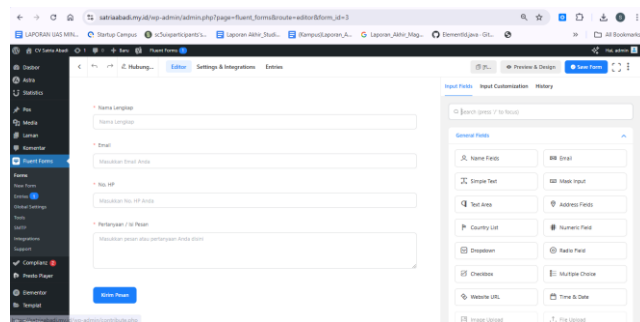
Penggunaan Yoast SEO dalam pengembangan *website* ini adalah sebagai alat bantu untuk mengoptimalkan performa *website*. Tujuannya adalah agar *website* dapat muncul di posisi yang lebih tinggi dalam hasil pencarian Google, menarik lebih banyak pengunjung, serta meningkatkan visibilitas informasi layanan CV Satria Abadi di internet. *Plugin* ini juga membantu memeriksa kelengkapan elemen SEO seperti judul halaman, deskripsi meta, penggunaan kata kunci, dan struktur konten yang ramah mesin pencari. Berikut ini Gambar 8 merupakan tampilan *plugin* Yoast SEO.



Gambar 8. Halaman *Plugin* Yoast SEO

d. Fluent Forms

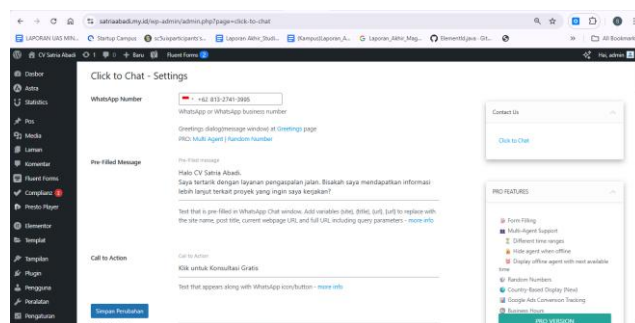
Fluent Forms diimplementasikan sebagai formulir “Hubungi Kami” pada *website* CV Satria Abadi. *Plugin* ini dapat digunakan sebagai alat formulir interaktif yang membantu dalam pengumpulan data dari pengunjung *website* CV Satria Abadi dengan cara yang mudah dan responsif. Berikut ini Gambar 9 merupakan tampilan *plugin* *Fluent Forms*.



Gambar 9. Halaman *Plugin* *Fluent Forms*

e. Click to Chat

Click to Chat diimplementasikan sebagai fitur untuk memudahkan pengunjung *website* dalam menghubungi CV Satria Abadi secara langsung melalui tombol *WhatsApp* yang ada dalam *website*. Dengan meng-klik tombol tersebut, calon pelanggan akan diarahkan ke aplikasi *WhatsApp* dan dapat langsung mengirim pesan otomatis, “Saya tertarik dengan layanan pengaspalan jalan. Bisakah saya mendapatkan informasi lebih lanjut terkait proyek yang ingin saya kerjakan?”. Fitur ini dirancang untuk mempercepat proses komunikasi tanpa harus mengetik ulang pesan atau menyimpan nomor terlebih dahulu. Berikut ini Gambar 10 merupakan tampilan *plugin* *Click to Chat*.



Gambar 10. Halaman *Plugin* *Click to Chat*

3.4 Hasil Implementasi Sistem

Pengembangan *website* pemasaran jasa pengaspalan jalan pada CV Satria Abadi dilakukan dengan menggunakan CMS WordPress, dengan memanfaatkan metode *Waterfall*. Proses implementasi dilakukan secara bertahap, dimulai dari analisis kebutuhan, perancangan antarmuka, pembangunan sistem menggunakan *Elementor*, pemanfaatan *plugin*, hingga pengujian akhir. Dalam pengembangannya, digunakan berbagai *plugin* pendukung seperti *Elementor* untuk mempermudah desain halaman, *Yoast SEO* untuk optimasi mesin pencari, *Fluent Forms* untuk formulir kontak, dan *Click to Chat* untuk integrasi komunikasi WhatsApp. *Website* yang dihasilkan menampilkan informasi layanan, daftar harga, portofolio proyek, kontak perusahaan, serta tombol interaktif untuk konsultasi langsung, sehingga dapat meningkatkan profesionalitas dan kemudahan akses bagi calon pelanggan.

3.4.1 Halaman Beranda *Website*

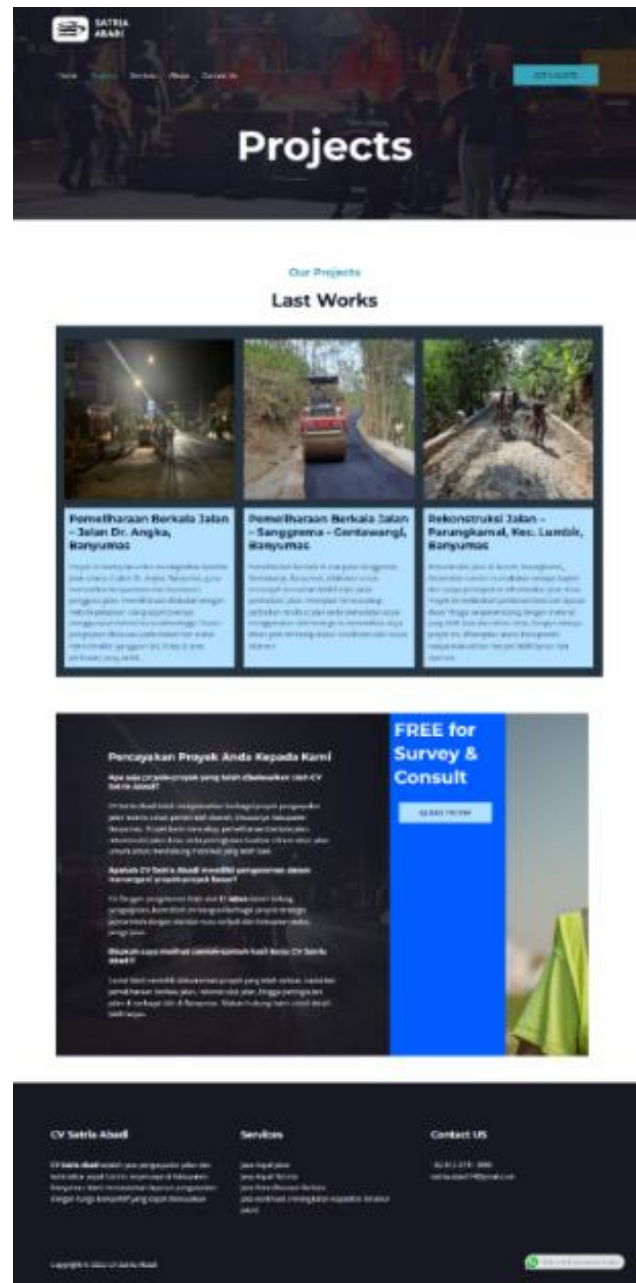
Pada Gambar 11 di bawah ini menyajikan halaman utama dari *website* CV Satria Abadi saat pertama kali dilihat oleh pengunjung. Halaman ini menampilkan informasi umum tentang layanan jasa pengaspalan jalan yang ditawarkan, lengkap dengan ajakan untuk menghubungi dan meminta penawaran. Terdapat juga video dokumentasi proyek yang sedang berlangsung serta berbagai bagian yang menonjolkan keunggulan dan pengalaman perusahaan, seperti jumlah proyek yang telah diselesaikan dan lama pengerjaan kerja. Selain itu, terdapat juga bagian daftar proyek yang telah dikerjakan, serta rincian daftar harga aspal *hotmix*. Halaman ini dirancang agar pengunjung bisa lebih yakin dan mudah memahami layanan yang tersedia.



Gambar 11. Halaman *Home Website* CV Satria Abadi

3.4.2 Halaman *Projects*

Pada Gambar 12 di bawah ini menyajikan halaman *Projects* yang menampilkan daftar proyek yang telah dikerjakan oleh CV Satria Abadi. Halaman ini memuat dokumentasi berupa gambar dan deskripsi pekerjaan sebagai bukti hasil kerja perusahaan. Di bagian bawah halaman, terdapat ajakan untuk konsultasi gratis dan survei lokasi, yang memudahkan pengunjung menghubungi tim CV Satria Abadi. Tampilan ini dirancang untuk meningkatkan kepercayaan dan mempermudah calon pelanggan dalam mengambil keputusan.

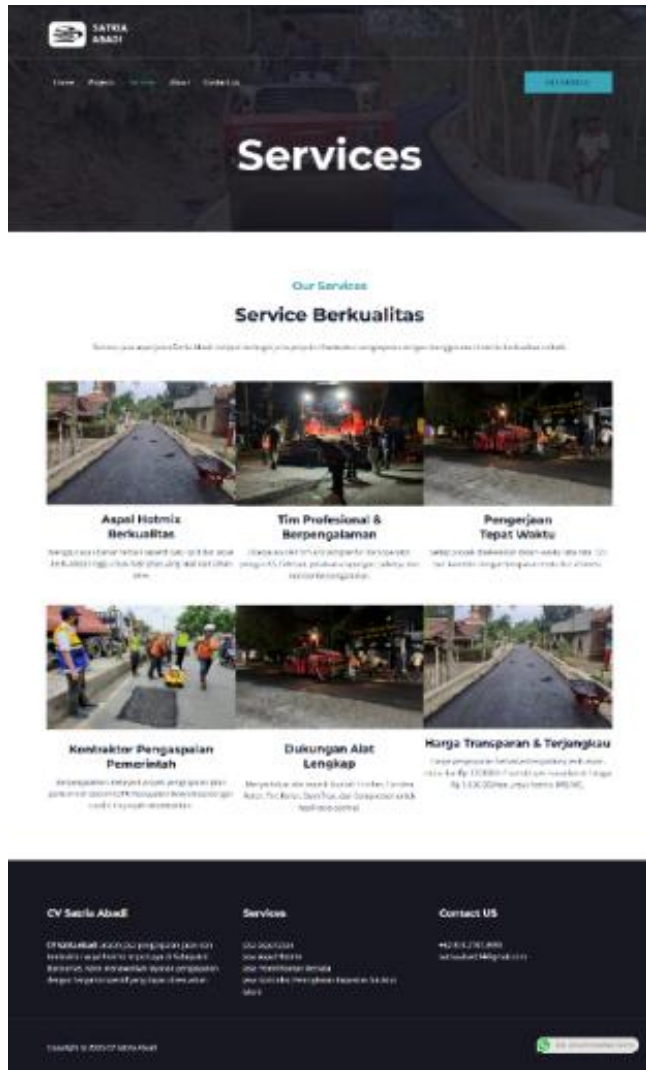


Gambar 12. Halaman *Projects Website* CV Satria Abadi

3.4.3 Halaman *Services*

Pada Gambar 13 di bawah ini ditampilkan halaman *Services* yang menyajikan berbagai jenis layanan pengaspalan jalan

yang ditawarkan oleh CV Satria Abadi. Setiap layanan dijelaskan secara ringkas dan didukung oleh gambar pendukung untuk memudahkan pemahaman pengunjung. Halaman ini dirancang untuk menonjolkan keunggulan perusahaan dalam kualitas material, ketepatan waktu pengerjaan, serta dukungan peralatan yang lengkap, sehingga dapat meyakinkan calon pelanggan terhadap profesionalitas dan transparansi layanan yang diberikan.

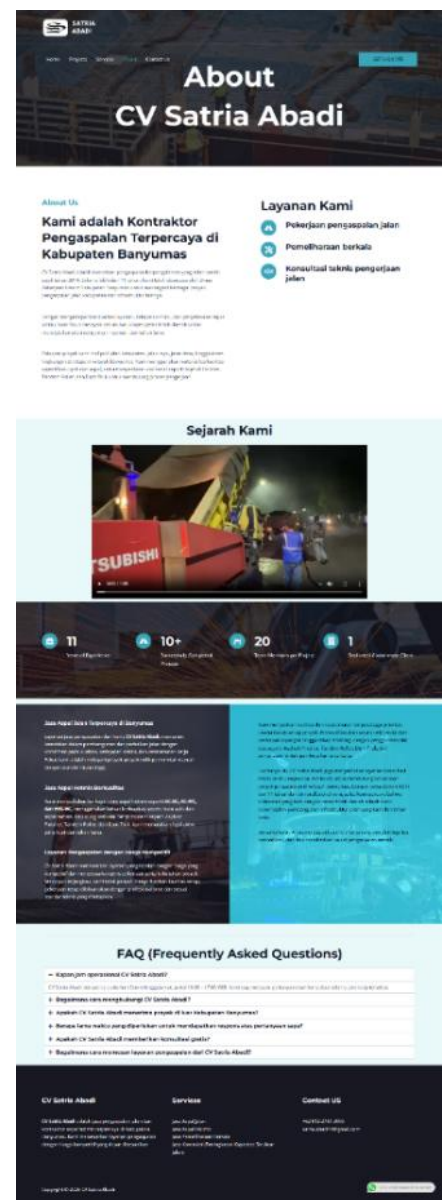


Gambar 13. Halaman *Services Website* CV Satria Abadi

3.4.4 Halaman *About*

Pada Gambar 14 di bawah ini menyajikan informasi yang berisi profil dan informasi umum tentang CV Satria Abadi. Pada halaman ini pengunjung dapat mengetahui latar belakang perusahaan, layanan utama yang ditawarkan, serta pengalaman dan keunggulan yang dimiliki oleh CV Satria Abadi sebagai kontraktor pengaspalan jalan terpercaya di Kabupaten Banyumas. Selain itu, pengunjung juga dapat melihat video dokumentasi pekerjaan, informasi statistik seperti jumlah proyek yang telah diselesaikan, dan membaca ringkasan sejarah serta kualitas layanan yang ditawarkan. Tersedia juga bagian FAQ (*Frequently Asked*

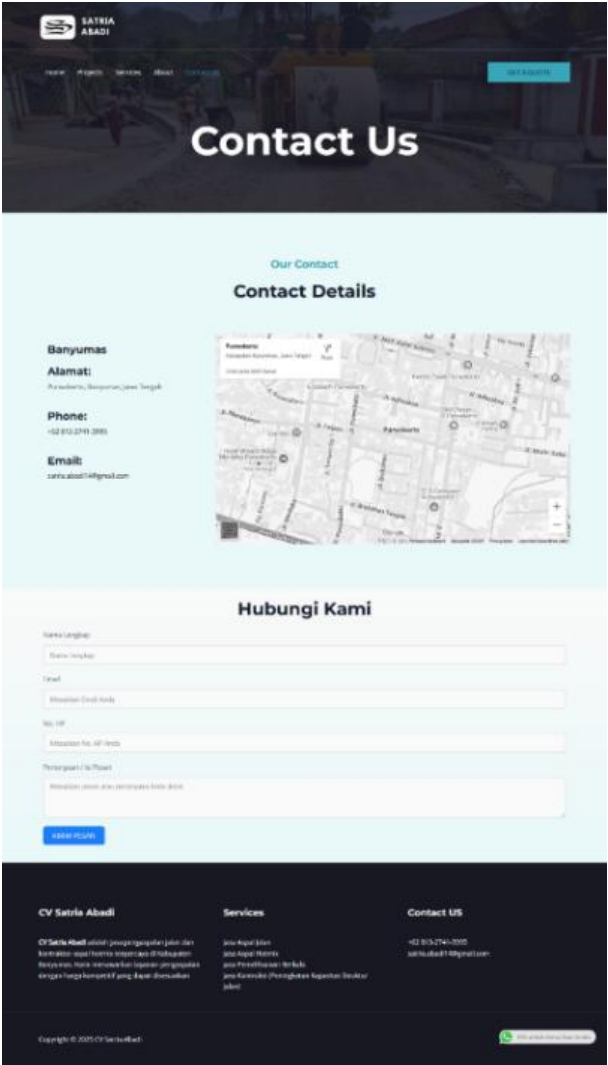
Questions) untuk membantu menjawab pertanyaan umum secara praktis.



Gambar 14. Halaman *About Website* CV Satria Abadi

3.4.5 Halaman *Contact Us*

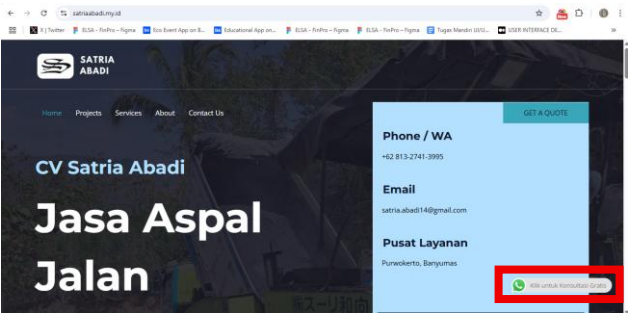
Gambar 15 di bawah ini menyajikan informasi tentang kontak perusahaan. Halaman ini berfungsi sebagai sarana bagi pengunjung yang ingin menghubungi pihak perusahaan. Di dalamnya terdapat informasi kontak lengkap seperti alamat kantor, nomor telepon yang bisa dihubungi, serta alamat email. Selain itu, tersedia juga peta lokasi yang memudahkan pengunjung menemukan kantor. Pengguna juga dapat langsung mengisi formulir kontak yang tersedia dengan data diri, email, nomor telepon, dan pesan yang ingin disampaikan, lalu mengirimkannya melalui tombol "Kirim Pesan" untuk keperluan konsultasi atau permintaan informasi lebih lanjut.



Gambar 15. Halaman *Contact Us* Website CV Satria Abadi

3.4.6 Halaman Layanan Pelanggan

Pada Gambar 16 di bawah ini menyajikan tombol CTA *WhatsApp* yang telah terpasang pada setiap halaman *website* CV Satria Abadi. Tombol ini berfungsi sebagai penghubung langsung antara pengunjung *website* dengan admin melalui aplikasi *WhatsApp*. Tombol ini terletak di pojok kanan bawah halaman secara konsisten agar mudah diakses oleh pengunjung. Ketika tombol diklik, pengguna akan diarahkan ke jendela pesan *WhatsApp* dengan pesan otomatis.



Gambar 16. Tombol CTA *WhatsApp*

Pada Gambar 17 di bawah ini menyajikan halaman *chat WhatsApp* setelah pengunjung menekan tombol CTA seperti pada Gambar 16 di atas.



Gambar 17. Tampilan Pesan Otomatis *WhatsApp*

3.5 Pengujian Sistem

Pengujian sistem ini memiliki tujuan untuk memastikan bahwa *website* layanan pengaspalan jalan CV Satria Abadi berfungsi sesuai dengan kebutuhan pengguna dan spesifikasi yang telah dirancang. Berikut ini beberapa tahapan dalam proses pengujian sistem.

a. Alpha Testing

Pada *alpha testing* dilakukan secara internal oleh peneliti dan admin untuk menemukan dan memperbaiki kesalahan atau *bug* sebelum sistem diuji oleh pengguna eksternal. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua fitur utama, seperti halaman layanan, tampilan harga, formulir kontak, dan tombol interaktif, berfungsi dengan baik. Detail hasil pengujian disajikan pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Pengujian *Alpha* dengan *Black Box Testing*

Fitur yang Diuji	Status
Halaman Layanan	Berfungsi
Tampilan Harga	Berfungsi
Formulir Kontak	Berfungsi
CTA <i>WhatsApp</i>	Berfungsi
Navigasi Umum	Berfungsi

b. Beta Testing

Pada tahap *Beta Testing*, di mana *website* diuji langsung oleh pengguna eksternal (seperti pemilik usaha dan pelanggan potensial). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh fitur beroperasi sesuai harapan, dengan umpan balik positif mengenai kenyamanan, kejelasan informasi, dan kemudahan akses layanan. Hasil pengujian secara lengkap ditampilkan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Pengujian *Beta* dengan *Black Box Testing*

Fitur yang Diuji	Status
Halaman <i>Home</i>	Berfungsi
Halaman <i>Projects</i>	Berfungsi
Halaman <i>Services</i>	Berfungsi
Halaman <i>About</i>	Berfungsi
Formulir Kontak	Berfungsi

3.6 Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui wawancara dengan pemilik CV Satria Abadi dan beberapa calon pelanggan potensial. Hasil wawancara menunjukkan bahwa tampilan *website* dinilai menarik dan profesional, dengan navigasi yang jelas dan mudah digunakan. Pengguna merasa nyaman saat menjelajahi *website* dan dapat dengan mudah menemukan informasi yang dibutuhkan. Beberapa saran yang diberikan termasuk penambahan testimoni pelanggan dan galeri proyek untuk meningkatkan kepercayaan pengunjung. Hasil evaluasi dapat dilihat pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Evaluasi Sistem

Aspek yang Dinilai	Feedback
Tampilan <i>Website</i>	Menarik dan profesional
Kemudahan Navigasi	Jelas dan mudah digunakan
Kejelasan Informasi	Informasi mudah ditemukan dan dipahami
Keamanan	Pengguna merasa aman saat memasukkan data pribadi
Saran dan Masukan	Penambahan testimoni pelanggan dan galeri proyek

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan *website* layanan pengaspalan jalan CV Satria Abadi menggunakan CMS WordPress dapat dilakukan dengan cepat, fleksibel, dan efisien. Melalui pemanfaatan *plugin* seperti *Elementor*, *Yoast SEO*, *Fluent Forms*, dan *Click to Chat*, *website* berhasil meningkatkan tampilan visual dan optimasi konten untuk mesin pencari. Proses pengembangan yang terstruktur, dengan penerapan metode *Waterfall*, memungkinkan penyesuaian fitur berdasarkan kebutuhan pengguna, sehingga setiap elemen *website* dapat berfungsi sesuai harapan.

Metode *Waterfall* yang diterapkan dalam penelitian ini terbukti efektif dalam mengelola setiap tahapan pengembangan sistem secara berurutan, mulai dari analisis kebutuhan, perancangan, implementasi, pengujian, hingga evaluasi. Setiap fase diselesaikan dengan baik sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya, memastikan bahwa hasil akhir sistem sesuai dengan kebutuhan pengguna dan dapat berjalan optimal.

Hasil pengujian fungsional dan evaluasi melalui wawancara dengan pemilik dan calon pelanggan menunjukkan bahwa sistem berfungsi optimal dan memenuhi ekspektasi. Umpan balik positif dari pengguna mengenai tampilan, navigasi, dan kejelasan informasi menegaskan bahwa *website* yang dikembangkan memberikan pengalaman pengguna yang memuaskan dan mendukung kebutuhan informasi perusahaan secara efektif. Selain itu, evaluasi juga mengungkapkan beberapa saran untuk perbaikan, seperti penambahan testimoni pelanggan dan galeri proyek, yang dapat meningkatkan kepercayaan pengunjung. Keberhasilan proyek ini menunjukkan bahwa solusi berbasis CMS, didukung oleh pendekatan pengembangan

yang sistematis melalui metode *Waterfall*, merupakan pilihan ideal dalam meningkatkan kehadiran digital.

Untuk penelitian selanjutnya, beberapa hal dapat dilakukan untuk meningkatkan dan memastikan keberlanjutan sistem yang telah dikembangkan:

- Pembaruan melakukan perbaikan konten dan informasi, seperti penggunaan bahasa Indonesia secara konsisten, penambahan informasi tanggal proyek pada portofolio, serta fitur *rating* atau bintang penilaian untuk meningkatkan kepercayaan calon pelanggan.
- Menambahkan fitur *chatbot* otomatis untuk membantu calon pelanggan memperoleh informasi dengan cepat dan meningkatkan interaksi.
- Memanfaatkan media sosial sebagai saluran promosi tambahan melalui konten proyek, edukasi layanan, testimoni pelanggan, dan *update* kegiatan perusahaan, guna memperluas jangkauan pemasaran digital.

Ucapan Terima Kasih

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya dalam penyusunan jurnal ini sebagai bagian dari syarat kelulusan pada Program Studi Sistem Informasi STT Terpadu Nurul Fikri. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada kedua orang tua dan keluarga atas dukungan moral dan material, kepada Ketua STT Terpadu Nurul Fikri, dosen pembimbing, dosen penguji, serta seluruh dosen yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama masa studi. Penulis juga berterima kasih kepada pihak CV Satria Abadi atas kerja sama dan bantuan dalam penyediaan data yang dibutuhkan. Penulis menyadari bahwa jurnal ini masih memiliki kekurangan dan terbuka terhadap kritik serta saran yang membangun. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu di bidang Sistem Informasi dan menjadi inspirasi untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Komdigi, "Satu Dekade, Transformasi Digital UMKM Dorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional," *Komdigi*, 2024. [Online]. Available: <https://www.komdigi.go.id/berita/siaran-pers/detail/satu-dekade-transformasi-digital-umkm-dorong-pertumbuhan-ekonomi-nasional>
- [2] M. Z. Damara and E. Arribe, "Perancangan Sistem Informasi *Company Profile* dan Pemesanan Layanan Jasa Berbasis Web PT Geoterra," *Jurnal Ilmiah Informatika*, vol. 11, No. 2, 183–188. <https://doi.org/10.33884/jif.v11i02.8028>.
- [3] A. P. Rachmi, H. M. Az-Zahra, and B. S. Prakoso, "Pengembangan *Website* Pemasaran Jasa Konstruksi menggunakan Pendekatan *Goal-Directed Design* (GDD). Studi Kasus: CV. Krisna

- Dwi Karya,” *J-PTIHK*, vol. 7, no. 2, hlm. 1012–1021, 2023.
- [4] Y. A. Pratama, A. Maulana, A. Manurung, and N. Napitupulu, “Implementasi *Website* sebagai Sarana Pemasaran dan Informasi pada PT. Kurnia Putra Maduma,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains dan Teknologi*, vol. 3, no. 2, pp. 134–141, May 2024, doi: 10.55123/abdikan.v3i2.4005.
- [5] D. Darna, D. Y. Liliana, F. Fatimah, I. Ermis, and E. Y. Metekohy, “Pengembangan Website untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM,” *Bhakti Persada*, vol. 8, no. 2, pp. 100–107, Nov. 2022, doi: 10.31940/bp.v8i2.100-107.
- [6] M. N. Syarif, D. A. Ferdinata, A. N. Mahmudi, R. D. Risanty, A. Shabana, and Jumail, “*Digital Marketing* pada Pengalaman Desain Web untuk Meningkatkan Pengalaman Pengguna,” *Pros. Sem. Nas. Peng. Masyarakat LPPM UMJ*, 2023.
- [7] K. Nisa, “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web pada Rumah Makan Ilham Jambi Proposal Tugas Akhir,” Skripsi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dinamika Bangsa, Jambi, Indonesia, 2022.
- [8] S. Rahayu *et al.*, “Pengenalan Penggunaan CMS Wordpress Dasar Pembuatan dan Pengelolaan Situs Web untuk Siswa SMK Techno Media,” *Abdi Jurnal Publikasi*, vol. 2, No. 2, no. 2, pp. 57–60, 2023.
- [9] H. T. Saputra, F. M. Rif’ah, and B. Andrianto, “Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM,” *JEMBE*, vol. 1, no. 1, pp. 29–37, 2023.
- [10] A. P. Wati, J. A. Martha, and A. Indrawati, “*Digital Marketing*,” Malang: Edulitera PT. Literindo Berkah Karya, 2020.
- [11] A. P. S. Dewi, and T. Prasetyo, “Tinjauan Pelaksanaan Persevasi Jalan Kondisi Ruas Jalan di Kota Palembang Menggunakan Aspal CPHMA,” *Jurnal TEKNO*, vol. 21, no. 1, 2024.
- [12] E. Isnandar, “Metode Pelaksanaan Pengaspalan pada Proyek Pemeliharaan Jalan Talaga-Sangiang,” *stima*, vol. 6, pp. 6-21, Nov. 2022.
- [13] A. Z. Muchtar *et al.*, “Perancangan Web E-Commerce UMKM Restoran Bakso Arema Menggunakan Framework Laravel,” *Jurnal Teknologi Terpadu*, vol. 5, no. 1, 2019.