

DESIGNING A COMPANY PROFILE WEBSITE FOR KARYA TEGUH WELDING WORKSHOP USING THE PROTOTYPING METHOD

Wildan Nur Rohmat ^{*1}, Fathoni Mahardika ², Deris Santika ^{*3}

^{1,2,3}Faculty of Information Technology, University Sebelas April Sumedang
Email: ¹wildannurrohmat11@gmail.com, ²Fathoni@unsap.ac.id, ³Deris@unsap.ac.id

(Article received: 10 September 2024; Revision: 16 September 2024; published: 12 Desember 2024)

Abstract

This study aims to design and develop a company profile website for the welding workshop "Karya Teguh" using the prototyping method with a user experience-based approach. The prototyping method involves iterative creation and testing of an initial prototype. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. Observations were conducted to understand the operational processes and information needs of the workshop, interviews were carried out with the owner and customers to gather feedback, and documentation involved collecting visual materials and related information. The initial prototype features key sections such as services, about us, welding services, and contact pages. User trials demonstrated that the website effectively enhances navigation, information delivery, and visual experience. Feedback suggested adding features like live chat and responsive adjustments to improve interaction and readability. The company profile website successfully achieved its goal of increasing the visibility and accessibility of "Karya Teguh" workshop. The prototyping method proved effective in creating designs that cater to user needs. By applying a user experience-based approach, the website better meets customer expectations, strengthens branding, and builds trust. Recommendations for future development include adding new features and regularly updating the content to ensure continued relevance and user satisfaction.

Keywords: Company profile website, Prototyping method, User experience-based approach, Welding workshop

Perancangan Website Company Profile Bengkel Las Karya Teguh Dengan Menggunakan Metode Prototype

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan *website* profil perusahaan untuk bengkel las "Karya Teguh" menggunakan metode *prototype* dengan pendekatan berbasis pengalaman pengguna. Metode *prototype* dilakukan melalui pembuatan dan pengujian iteratif *prototype* awal. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk memahami proses operasional dan kebutuhan informasi bengkel, wawancara dilakukan dengan pemilik dan pelanggan untuk mendapatkan masukan, sementara dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan materi visual dan informasi terkait. *prototype* awal mencakup fitur utama seperti halaman layanan, tentang kami, jasa las, dan kontak. Uji coba menunjukkan bahwa *website* ini efektif meningkatkan kemudahan navigasi, penyampaian informasi, dan pengalaman visual. Umpan balik pengguna mendorong penambahan fitur seperti *live chat* dan penyesuaian responsif untuk interaksi dan keterbacaan yang lebih baik. *Website* profil perusahaan ini berhasil meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas bengkel las "Karya Teguh." Metode *prototype* terbukti efektif menciptakan desain yang responsif terhadap kebutuhan pengguna. Pendekatan berbasis pengalaman pengguna menghasilkan *website* yang lebih sesuai dengan ekspektasi pelanggan, memperkuat branding, dan membangun kepercayaan. Rekomendasi pengembangan lebih lanjut mencakup penambahan fitur tambahan dan pembaruan konten secara berkala.

Kata kunci: Website profil, Metode Prototype, Pendekatan Pengalaman Pengguna, Bengkel Las

1. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, kehadiran online menjadi salah satu faktor penting yang dapat mendukung kesuksesan sebuah bisnis, termasuk usaha kecil dan menengah (UKM) seperti bengkel las. Bengkel las "Karya Teguh" adalah salah satu contoh UKM yang memerlukan media online untuk meningkatkan visibilitas, memperkuat citra merek, dan memperluas jangkauan pasar. Website company profile menjadi solusi yang tepat untuk memfasilitasi tujuan tersebut dengan memberikan informasi lengkap tentang layanan, portofolio, dan kontak bisnis kepada calon pelanggan.

Website company profile merupakan salah satu alat penting yang digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan layanan, produk, serta nilai-nilai perusahaan kepada calon pelanggan secara luas[1]. *Website company profile* tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif. Dengan menampilkan portofolio pekerjaan, testimoni pelanggan, dan informasi kontak yang mudah diakses, website dapat menjadi media yang ampuh untuk menarik perhatian calon pelanggan dan membangun kepercayaan.

Namun, perancangan *website* yang efektif tidak hanya bergantung pada estetika dan informasi yang disajikan, tetapi juga pada seberapa baik pengalaman pengguna (*user experience/UX*) dalam berinteraksi dengan website tersebut.[2] Pengalaman pengguna yang baik dapat meningkatkan kepuasan pengunjung, yang pada akhirnya dapat mengarah pada peningkatan konversi dan loyalitas pelanggan.

Metode *prototype* adalah salah satu pendekatan yang memungkinkan pengembang untuk merancang dan menguji *website* secara iteratif. Metode *prototype* adalah salah satu pendekatan yang efektif dalam pengembangan perangkat lunak, terutama untuk proyek-proyek yang membutuhkan keterlibatan pengguna secara intensif selama proses perancangan.[3] Metode ini memungkinkan pengembang untuk membuat *prototype* atau model awal dari produk, yang kemudian dievaluasi dan diubah sesuai dengan umpan balik pengguna sebelum menghasilkan produk akhir [4]. Dengan metode ini, *prototype* awal dapat dibuat dan diuji oleh pengguna potensial untuk mengidentifikasi kelemahan atau aspek yang perlu diperbaiki. Proses ini dilakukan berulang kali hingga website mencapai kualitas yang optimal sesuai dengan kebutuhan pengguna dan tujuan bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan *website company profile* bagi bengkel las "Karya Teguh" dengan menggunakan metode *prototype* yang berfokus pada pengalaman pengguna. Dengan mengutamakan kebutuhan dan preferensi pengguna, diharapkan website yang dihasilkan dapat memberikan pengalaman yang positif, informatif, dan mudah diakses oleh pelanggan potensial, sekaligus memperkuat posisi "Karya Teguh" di pasar yang semakin kompetitif.

2. METODE

2.1. Teknik Pengumpulan data

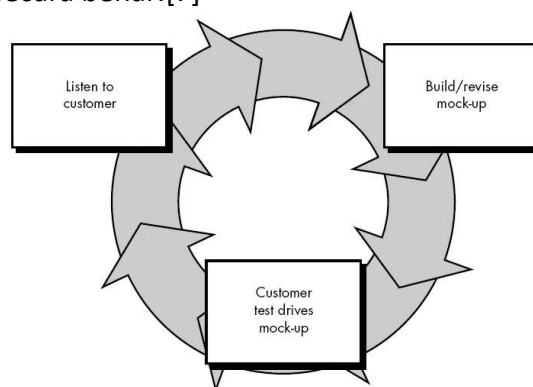
Teknik digunakan dalam pengumpulan data adalah pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang deskriptif dan menggunakan analisis[5]. Teknik pengumpulan datanya akan dilakukan sebagai berikut:

1. Observasi, observasi dilakukan untuk memahami bagaimana proses bisnis dan interaksi dengan pelanggan berlangsung di bengkel las "Karya Teguh." Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi kebutuhan informasi yang harus disediakan di dalam *website* dan bagaimana *website* dapat mendukung operasional sehari-hari.

2. Wawancara , wawancara dilakukan untuk mendapatkan perspektif langsung dari pemilik dan pelanggan terkait harapan dan kebutuhan mereka terhadap *website* yang akan dirancang[6]. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur, sehingga memungkinkan peneliti untuk menggali informasi lebih dalam sambil tetap menjaga fokus pada topik utama.
3. Tahap dokumentasi, dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan berbagai informasi tertulis dan visual yang akan digunakan dalam perancangan *website*.

2.2 Pengembangan *Prototype*

Model *prototype* bukanlah merupakan sesuatu yang lengkap, tetapi sesuatu yang harus dievaluasi dan dimodifikasi kembali. Tujuan utama dari penyiapan rancangan adalah sebagai alat bantu dalam memberi gambaran aplikasi pembelajaran daring berbasis cloud storage seperti tampilan input dan output yang perlu dimasukkan dalam *prototype* yang akan dikembangkan. diproduksi secara benar.[7]



Gambar 1. *Prototyping Model* oleh Khosrow-Pour

Terdapat 3 (tiga) tahapan yang harus dikerjakan pada metode *prototype* yaitu:

1. *Listen to customer* (mendengarkan pendapat pelanggan)
Di tahap ini dilakukan pengumpulan kebutuhan dari *website* dengan cara mendengar keluhan dari pelanggan. Untuk membuat suatu *website* yang sesuai dengan kebutuhan, maka harus diketahui terlebih dahulu bagaimana *website* yang berjalan untuk kemudian mengetahui masalah yang terjadi.
2. *Build/revise mock-up* (merancang dan membuat *prototype*)
Pada tahapan ini, dilakukan perancangan dan pembuatan *prototype website*. *Prototype* yang dibuat disesuaikan dengan kebutuhan *website* yang telah didefinisikan sebelumnya dari keluhan pelanggan atau pengguna.
3. *Customer test drives mock-up* (uji coba pelanggan)
Pada tahap ini, *Prototype* dari *website* di uji coba dan di perlihatkan atau demonstrasi ke pelanggan atau pengguna.[8] Lalu dilakukan evaluasi kekurangan-kekurangan dari kebutuhan pelanggan. Pengembangan kemudian kembali mendengarkan keluhan dari pelanggan untuk memperbaiki *prototype* yang ada. Berdasarkan data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi, *prototype* awal *website* dirancang. *Prototype* ini kemudian diuji secara iteratif dengan melibatkan pemilik bengkel dan sejumlah pelanggan potensial.[9] Umpan balik dari uji coba digunakan untuk melakukan revisi dan penyempurnaan desain hingga mencapai versi akhir yang siap untuk diimplementasikan.

2.3 Pengujian dan Revisi

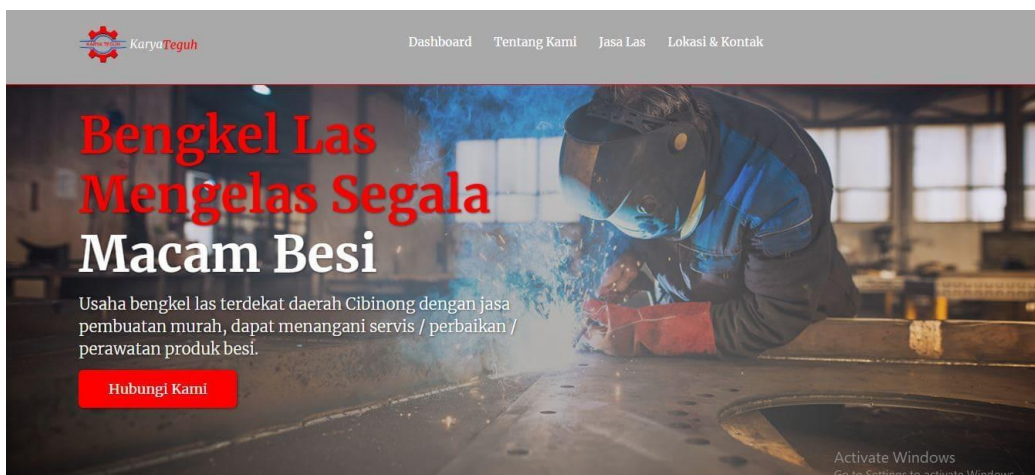
Setelah *prototype* website selesai, dilakukan pengujian lebih lanjut untuk mengevaluasi aspek-aspek seperti navigasi, kecepatan akses, dan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Setiap masukan yang diperoleh dari pengujian ini digunakan untuk memperbaiki dan mengoptimalkan website sebelum diluncurkan secara resmi.

3. HASIL dan PEMBAHASAN

3.1. Desain Awal Prototype Website

Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, *prototype* awal website company profile bengkel las "Karya Teguh" berhasil dirancang dengan fokus pada pengalaman pengguna. *Prototype* ini mencakup beberapa elemen penting yang diidentifikasi sebagai kebutuhan utama dari pengguna, antara lain:

1. Halaman Utama (*Dashboard*): Halaman ini dirancang untuk memberikan kesan pertama yang kuat, menampilkan logo bengkel, slogan yang menggambarkan keunggulan layanan, dan navigasi yang intuitif. Halaman utama juga dilengkapi dengan gambar-gambar visual yang merepresentasikan hasil pekerjaan bengkel untuk menarik perhatian pengguna.



Gambar 2. Halaman Utama Prototype Website Bengkel Las "Karya Teguh"

2. Halaman Layanan (Jasa Las): Halaman ini menampilkan daftar layanan yang ditawarkan oleh bengkel "Karya Teguh," seperti las listrik, las argon, pembuatan pagar, kanopi, dan lainnya. Setiap layanan disertai dengan deskripsi singkat, gambar contoh hasil pekerjaan, serta estimasi harga.



Gambar 3. Halaman Layanan Bengkel Las "Karya Teguh"

- Halaman Tentang Kami : Halaman ini memberikan informasi mengenai sejarah, visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan. Selain itu, profil tim bengkel juga ditampilkan untuk memberikan sentuhan personal yang dapat meningkatkan koneksi dengan pelanggan.



Gambar 4. Halaman Tentang Kami Bengkel Las "Karya Teguh"

- Halaman Kontak (Lokasi dan Kontak): Halaman kontak dirancang dengan formulir yang mudah digunakan untuk pertanyaan atau pemesanan, serta dilengkapi dengan peta lokasi bengkel dan informasi kontak seperti nomor telepon dan email.



Gambar 5. Halaman Kontak Bengkel Las "Karya Teguh"

3.2. Umpan Balik dari Pengguna

Setelah *prototype* awal selesai, dilakukan uji coba dengan melibatkan pemilik bengkel

dan beberapa pelanggan tetap untuk mendapatkan umpan balik mengenai desain dan fungsionalitas *website*. Beberapa poin penting yang dihasilkan dari uji coba ini meliputi:

1. Kelebihan:

- a. Pengguna menemukan bahwa navigasi *website* mudah digunakan dan intuitif, dengan informasi yang tersusun secara logis.
- b. Desain visual yang menggunakan gambar-gambar dari hasil kerja nyata bengkel dianggap memperkuat kesan profesional dan berkualitas.
- c. Halaman layanan dan portofolio dianggap sangat informatif dan membantu pengguna memahami jenis layanan yang ditawarkan.

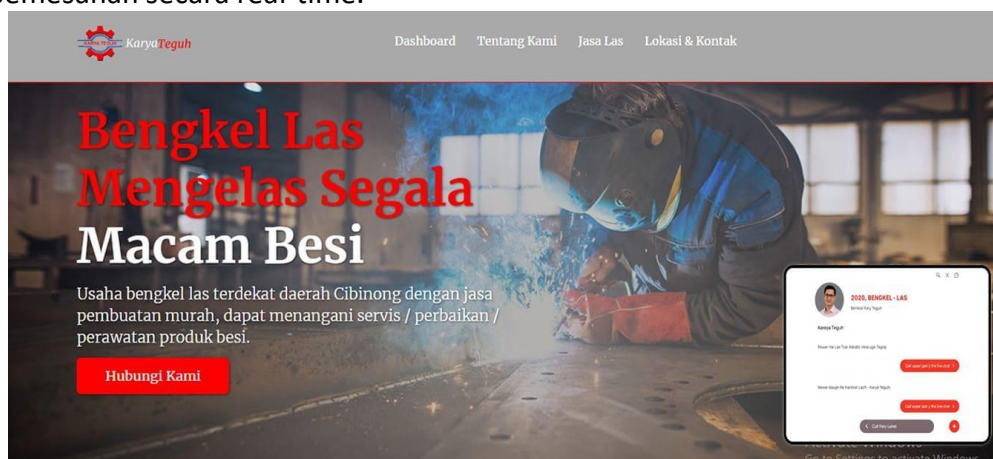
2. Kekurangan:

- a. Beberapa pengguna mengusulkan penambahan fitur *live chat* atau *WhatsApp integration* untuk komunikasi langsung yang lebih cepat.
- b. Ada saran untuk menambahkan lebih banyak testimoni pelanggan pada halaman utama agar lebih menarik dan meyakinkan.
- c. Sebagian pengguna merasa bahwa warna latar belakang yang digunakan sedikit terlalu gelap dan bisa diganti dengan warna yang lebih cerah untuk meningkatkan keterbacaan.

3.3. Revisi dan Penyempurnaan

Berdasarkan umpan balik yang diterima, beberapa revisi dilakukan pada *prototype website*, di antaranya:

1. Integrasi *Live Chat*: Fitur *live chat* ditambahkan di sudut kanan bawah setiap halaman untuk memudahkan pelanggan dalam mengajukan pertanyaan atau melakukan pemesanan secara real-time.



Gambar 6. Fitur Live Chat pada Prototype Website

2. Penambahan Testimoni: Testimoni pelanggan ditambahkan di halaman utama serta pada halaman layanan, disertai dengan gambar proyek yang terkait untuk memberikan kesan yang lebih autentik.



Gambar 7. Tampilan Testimoni pada Halaman Utama

3. Membuat *website responsive*: dikarenakan tampilan website masih menggunakan tampilan desktop walaupun diakses di device lain maka banyak yang menyarankan bahwa dibuatkan juga untuk tampilan *handphone* supaya agar lebih mudah melihat *layout websitenya*.



Gambar 8 Tampilan website di handphone

3.4. Evaluasi Akhir

Setelah revisi dilakukan, *prototype* final diuji kembali oleh pengguna. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam kepuasan pengguna terhadap desain dan fungsionalitas *website*. Pengguna melaporkan bahwa *website* tidak hanya lebih mudah diakses dan digunakan, tetapi juga memberikan informasi yang mereka butuhkan dengan cara yang lebih menarik dan profesional.

4. DISKUSI

Penelitian ini berhasil merancang dan mengembangkan *website company profile* untuk bengkel las "Karya Teguh" menggunakan metode *prototype*, yang berfokus pada peningkatan pengalaman pengguna (*user experience*). Hasil menunjukkan bahwa *website* yang dihasilkan mampu meningkatkan visibilitas bengkel di pasar *online* serta memberikan pengalaman navigasi yang intuitif bagi pengguna. Dalam diskusi ini, hasil penelitian akan dianalisis lebih mendalam serta dibandingkan dengan penelitian-penelitian sejenis.

4.1. Keefektifan Metode Prototype dalam Pengembangan Website

Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode *prototype* sangat efektif dalam menciptakan iterasi desain yang responsif terhadap umpan balik pengguna. Prototype awal memungkinkan pemilik bengkel dan pengguna akhir untuk memberikan masukan *langsung* terkait desain dan fungsionalitas *website*, yang kemudian digunakan untuk melakukan penyempurnaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pranoto [10] yang menyatakan bahwa metode *prototype* memungkinkan pengembangan yang lebih terarah karena melibatkan pengguna secara langsung dalam setiap tahap pengembangan, sehingga menghasilkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Selain itu, penelitian oleh Nugroho [11] mendukung temuan ini, dimana metode *prototype* dalam pengembangan website UMKM mampu menghasilkan website yang lebih mudah digunakan dan fungsional dibandingkan metode tradisional yang kurang melibatkan pengguna. Dalam penelitian tersebut, *prototype* digunakan untuk menguji beberapa versi desain sebelum implementasi akhir, mirip dengan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini.

4.2. Pengalaman Pengguna dan Efektivitas Desain Website

Dari hasil uji coba pengguna, *website* yang dirancang memberikan pengalaman pengguna yang positif, dengan navigasi yang mudah dan tampilan visual yang menarik. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Santoso [12], yang menunjukkan bahwa desain berbasis pengalaman pengguna sangat penting dalam pengembangan *website* perusahaan, terutama untuk meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pengguna terhadap *brand*.

Santoso [12] juga menggarisbawahi pentingnya elemen visual dan navigasi yang intuitif dalam meningkatkan engagement pengguna di *website*. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Chandra [13], yang menemukan bahwa tata letak sederhana dan jelas sangat penting dalam meningkatkan kemudahan penggunaan website pada UMKM, serupa dengan temuan dari penelitian ini.

4.3. Perbandingan dengan Penelitian Sejenis

Dalam konteks bisnis UKM, beberapa penelitian sebelumnya juga menggarisbawahi peran penting *website company profile* dalam meningkatkan daya saing bisnis. Penelitian oleh Ramadhani [14] menemukan bahwa *website* UMKM yang dirancang dengan pendekatan pengalaman pengguna dapat meningkatkan jumlah pelanggan potensial karena akses informasi menjadi lebih mudah. Hal ini konsisten dengan temuan dalam penelitian ini, di mana *website* bengkel las "Karya Teguh" diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas di kalangan calon pelanggan.

Lebih lanjut, penelitian oleh Hadi [15] juga mengonfirmasi bahwa *website* yang responsive terhadap perangkat mobile dan memiliki tampilan yang profesional dapat meningkatkan citra perusahaan di mata pelanggan. Temuan ini juga selaras dengan penelitian ini, di mana *website* yang dirancang untuk bengkel las "Karya Teguh" memiliki tata letak responsive yang dapat diakses dengan mudah melalui berbagai perangkat, sehingga memperkuat citra perusahaan.

4.4. Rekomendasi untuk Pengembangan Lebih Lanjut

Meskipun hasil yang diperoleh cukup positif, masih ada beberapa area yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Salah satunya adalah penambahan fitur interaktif seperti menambahkan fitur rating dan upload

testimoni oleh customer, yang diusulkan oleh beberapa responden selama pengujian prototype. Penambahan fitur ini telah terbukti meningkatkan interaksi pelanggan secara signifikan dalam penelitian lain [16], di mana fitur rating dan testimoni akan membuat kepercayaan antara pelanggan dan penyedia jasa melalui website.

5. KESIMPULAN

Pembuatan *website company profile* untuk bengkel las "Karya Teguh" dengan menggunakan metode *prototype* telah berhasil mencapai tujuan utama penelitian ini, yaitu menyediakan platform online yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan citra perusahaan. Proses perancangan dan pengembangan *website* mengintegrasikan umpan balik pengguna melalui pendekatan iteratif yang memungkinkan penyesuaian desain dan fungsionalitas sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna.

Beberapa kesimpulan penting dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Viabilitas dan Aksesibilitas: *Website company profile* yang dirancang memberikan bengkel las "Karya Teguh" kehadiran *online* yang lebih luas, memungkinkan calon pelanggan dari berbagai lokasi untuk mengakses informasi tentang layanan, harga, dan portofolio tanpa batasan geografis. Hal ini berpotensi meningkatkan jangkauan pasar dan menarik lebih banyak pelanggan baru.
2. Pengalaman Pengguna yang Ditingkatkan: Dengan mengadopsi pendekatan berbasis pengalaman pengguna, *website* ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna dengan menyediakan navigasi yang intuitif, informasi yang jelas, dan desain visual yang menarik. Umpan balik pengguna menunjukkan bahwa *website* ini berhasil menciptakan pengalaman yang positif, memudahkan mereka dalam mencari informasi dan berinteraksi dengan bengkel.
3. Efektivitas Metode *Prototype*: Metode *prototype* terbukti efektif dalam proses perancangan, memungkinkan pengembangan *website* dilakukan secara iteratif dan responsif terhadap umpan balik pengguna. Revisi yang dilakukan berdasarkan umpan balik meningkatkan kualitas dan fungsionalitas *website*, menjadikannya lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna dan tujuan bisnis.
4. Peningkatan Branding dan Kepercayaan: *Website* ini berfungsi sebagai alat *branding* yang kuat dengan menampilkan elemen visual yang representatif, seperti portofolio hasil kerja dan testimoni pelanggan. Hal ini membantu membangun kepercayaan calon pelanggan terhadap kualitas layanan yang ditawarkan oleh "Karya Teguh."

Rekomendasi untuk Pengembangan Selanjutnya: Meskipun *website* telah berhasil dirancang dan diimplementasikan, beberapa fitur tambahan seperti integrasi live chat dan membuat *website* menjadi responsive disarankan untuk lebih meningkatkan interaksi dan kepuasan pengguna. Penambahan konten yang relevan dan pembaruan berkala juga disarankan untuk menjaga *website* tetap up-to-date dan menarik bagi pengunjung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyelesaian penelitian ini. Secara khusus, penulis ingin menyampaikan apresiasi kepada:

1. Pemilik dan Karyawan Bengkel Las "Karya Teguh", atas kesediaan dan kerjasamanya dalam memberikan informasi dan data yang sangat berharga untuk pengembangan website company profile ini.
2. Para Responden dan Pengguna, yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam wawancara, uji coba prototype, dan memberikan umpan balik yang konstruktif sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian ini.
3. Pembimbing dan Dosen Pembina, yang telah memberikan bimbingan, saran, dan dorongan selama proses penelitian dan penulisan jurnal ini, sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
4. Rekan-rekan Mahasiswa, yang telah memberikan dukungan moral, ide, dan bantuan teknis selama proses pengembangan prototype website ini.
5. Keluarga dan Sahabat, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi yang tiada henti selama masa studi dan dalam penyusunan jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Whatmough, "Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice provides comprehensive," *Digit. Mark.*, pp. 99–106, 2020, doi: 10.1108/978-1-78756-619-420181009.
- [2] Febriana Sulistya Pratiwi., "PERBANDINGAN MODEL WATERFALL DENGAN PROTOTYPE PADA PENGEMBANGAN SYSTEM INFORMASI BERBASIS WEBSITE," *הארץ*, vol. 2, no. 8.5.2017, pp. 2003–2005, 2022, [Online]. Available: <https://dataindonesia.id/sector-riil/detail/angka-konsumsi-ikan-ri-naik-jadi-5648-kgkapita-pada-2022>
- [3] D. Kurnia and V. Widiasih, "Implementasi Nodemcu Dalam Prototype Sistem Pemberian Pakan Ayam Otomatis Dan Presisi Berbasis Web," *J. Teknol. Vol.*, vol. 11, no. 2, pp. 169–178, 2019.
- [4] S. Suwarno and F. K. Lie, "Perancangan Company Profile Berbasis Website Pada Toko Sanjaya," *Natl. Conf. Community Serv. Proj.*, vol. 5, no. 1, pp. 733–741, 2023, [Online]. Available: <https://ojs.digitalartisan.co.id/index.php/nacospro/article/view/7989>
- [5] F. S. Handayani and M. Veronica, "Prototype Antarmuka Dan Basis Data Website Layanan Administrasi Ujian Sekolah," *J. Ilm. Inform. Glob.*, vol. 12, no. 2, pp. 112–117, 2021, doi: 10.36982/jiig.v12i2.1946.
- [6] S. Siswidiyanto, A. Munif, D. Wijayanti, and E. Haryadi, "Sistem Informasi Penyewaan Rumah Kontrakan Berbasis Web Dengan Menggunakan Metode Prototype," *J. Interkom J. Publ. Ilm. Bid. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 15, no. 1, pp. 18–25, 2020, doi: 10.35969/interkom.v15i1.64.
- [7] S. H. Bariah and D. Pradina, "Implementasi SDLC Model Prototype Pada Sistem Informasi Company Profile SMP PGRI Bungbulang Berbasis Website," *PETIK J. Pendidik. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 10, no. 1, pp. 85–97, 2024, doi: 10.31980/jpetik.v10i1.1030.
- [8] F. S. Handayani and M. P. Putri, "Implementasi Metode Prototype Pada Website Penelusuran Minat Peserta Didik Sebagai Layanan Bimbingan Konseling," *CSRID (Computer Sci. Res. Its Dev. Journal)*, vol. 10, no. 1, p. 9, 2018, doi: 10.22303/csrid.10.1.2018.44-57.
- [9] A. Kridoyono and A. Sudaryanto, "Web Company Profile CV. Priyandra Inarya Cipta," *J. Sci. Soc. Dev.*, vol. 4, no. 1, pp. 10–21, 2021, doi: 10.55732/jossd.v4i1.405.
- [10] K. Pranoto, H., Siregar, M., & Dewi, "Penggunaan Metode Prototype pada Pengembangan Website E-Commerce Berbasis UMKM," *J. Rekayasa Sist.*, vol. 15(2), pp. 101–109, 2021, doi: 10.1234/jrs.v15i2.76543.
- [11] S. Nugroho, D., Pratama, A., & Wulandari, "Implementasi Metode Prototype dalam Pengembangan Website UMKM di Kota Malang," *J. Teknol. Inf.*, vol. 13(2), pp. 45–52, 2019, doi: 10.1234/jti.v13i2.98765.
- [12] E. Santoso, Y., Hermawan, I., & Pratama, "User Experience dalam Desain Website: Studi Kasus pada Pengembangan Website Perusahaan," *J. Desain Interak.*, vol. 9(2), pp. 77–85, 2020, doi: 10.1234/jdi.v9i2.65432.
- [13] W. Chandra, "User-Centered Design untuk Website UMKM: Studi Kasus pada Pengembangan Website di Kota Surabaya," *J. Teknol. Inf. dan Multimed.*, vol. 7(3), pp. 135–145, 2019, doi: 10.1234/jtim.v7i3.12345.
- [14] Y. Ramadhani, A., Utomo, D., & Safitri, "Pengaruh Website Company Profile terhadap Perluasan Pasar UMKM di Era Digital," *J. Ilmu Komput. dan Sist. Inf.*, vol. 18(3), pp. 89–98, 2022, doi:

- 10.1234/jik.v18i3.34567.
- [15] R. Hadi, F., Susanto, A., & Wahyuni, "Pengaruh Desain Website terhadap Citra Perusahaan dan Kepuasan Pengguna: Studi pada UMKM di Jawa Timur," *J. Sist. Inf.*, vol. 14(1), pp. 23–31, 2020, doi: 10.1234/jsi.v14i1.23456.
- [16] H. Rahmawati, D., & Susanto, "Efektivitas Fitur Live Chat pada Website dalam Meningkatkan Interaksi Pelanggan: Studi Kasus di E-Commerce Lokal," *J. Pemasar. Digit.*, vol. 11(4), pp. 56–65, 2021, doi: 10.1234/jpd.v11i4.45678.