

Rancang Bangun Website Sea Laundry Solo Sebagai Media Promosi Dan Informasi Layanan Berbasis Web

Faustina Aldina Maharani¹, Nikmah Nurhajizah², Devanno Andhika Putra³, Muhammad Nurfauzi Sahono, M.Kom⁴

^{1,2,3}Politeknik Indonusa Surakarta

^{1,2,3}Jl. K.H Samanhudi No.31, Bumi, Laweyan, Kota Surakarta

¹24.faustina.aldinamaharani@poltekindonusa.ac.id, ²24.nikmah.nurhajizah@poltekindonusa.ac.id,

³24.devanno.andhikaputra@poltekindonusa.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi mendorong pelaku usaha jasa untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan penyampaian informasi layanan secara efektif. SEA Laundry Solo merupakan usaha jasa laundry yang telah berupaya melakukan pemasaran digital melalui media sosial dan Linktree, namun penyajian informasinya masih memiliki keterbatasan dalam hal struktur dan kemudahan akses profil usaha yang komprehensif. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun website SEA Laundry Solo sebagai media promosi dan informasi layanan berbasis web yang lebih terpusat dan profesional guna meningkatkan jangkauan pasar digital.

Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah metode Waterfall yang meliputi tahapan analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Website dikembangkan menggunakan teknologi murni (vanilla) meliputi HTML5 untuk struktur dokumen, CSS3 untuk gaya visual dan tata letak, serta JavaScript untuk fungsionalitas interaktif. Fitur utama yang dibangun mencakup informasi profil usaha, daftar harga transparan, serta integrasi langsung ke API WhatsApp untuk memfasilitasi komunikasi dan pemesanan secara real-time tanpa memerlukan pengelolaan basis data internal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa website yang dibangun mampu meningkatkan efektivitas promosi dan mempermudah pelanggan dalam memperoleh informasi layanan secara sistematis. Berdasarkan pengujian black box, seluruh elemen navigasi dan tautan berfungsi dengan baik serta responsif saat diakses melalui berbagai perangkat. Implementasi website ini memberikan dampak positif terhadap citra profesional SEA Laundry Solo serta menjadi solusi media promosi yang efektif, ringan, dan rendah biaya pemeliharaan bagi usaha jasa laundry skala kecil dan menengah.

Kata kunci: Website, Promosi, Laundry, Sistem Informasi, Waterfall

Abstract

The development of information technology encourages service business owners to utilize digital media as an effective tool for promotion and service information delivery. SEA Laundry Solo is a laundry service business that has initiated digital marketing through social media and Linktree, yet its information presentation remains limited in terms of structure and ease of comprehensive business profile access. This study aims to design and develop a website for SEA Laundry Solo as a more centralized and professional web-based promotional and service information media to expand digital market reach.

The system development method used is the Waterfall method, which consists of requirement analysis, system design, implementation, testing, and maintenance stages. The website was developed using pure technologies (vanilla) including HTML5 for document structure, CSS3 for visual style and layout, and JavaScript for interactive functionality. The main features built include business profile information, transparent price lists, and direct integration with the WhatsApp API to facilitate real-time communication and ordering without requiring internal database management.

The results indicate that the developed website improves promotional effectiveness and facilitates customers in obtaining service information systematically. Based on black box testing, all navigation elements and links function correctly and remain responsive when accessed through

various devices. The implementation of this website provides a positive impact on the professional image of SEA Laundry Solo and serves as an effective, lightweight, and low-maintenance promotional media solution for small and medium-scale laundry service businesses.

Keywords: Website, Promotion, Laundry, Information System, Waterfall

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan internet yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai bidang, termasuk sektor jasa. Pemanfaatan website sebagai media promosi dan informasi menjadi kebutuhan penting bagi pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing dan menjangkau pelanggan secara lebih luas. Website tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi dan penyampaian informasi layanan secara cepat, akurat, dan efisien. (Laudon & Laudon, 2020).

Usaha jasa laundry merupakan salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatnya aktivitas masyarakat perkotaan yang menuntut layanan praktis dan efisien (Rahmat & Diyani, 2024). Persaingan antar usaha laundry juga semakin ketat, sehingga diperlukan strategi promosi yang tepat untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Namun, masih banyak usaha laundry skala kecil dan menengah yang belum memanfaatkan teknologi informasi secara optimal dan masih mengandalkan promosi sederhana. (Kotler & Keller, 2018).

SEA Laundry Solo merupakan usaha jasa laundry yang melayani pencucian pakaian kiloan dan satuan di wilayah Kota Surakarta. Berdasarkan observasi, SEA Laundry Solo telah berupaya melakukan pemasaran digital melalui platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Facebook, serta menggunakan Linktree sebagai gerbang informasi utama. Namun, penggunaan media sosial dan Linktree memiliki keterbatasan dalam menyajikan informasi yang terstruktur, seperti daftar harga yang detail dan navigasi profil usaha yang komprehensif. Hal ini menyebabkan potensi informasi mengenai detail layanan tidak dapat diakses secara sistematis oleh calon pelanggan, sehingga jangkauan pasar digital belum tergarap secara maksimal. (Oca Rosalia & Siahaan, 2022).

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan media promosi berbasis website yang mampu menyajikan informasi layanan secara lengkap dan terpusat untuk

meningkatkan profesionalisme usaha (Azzis et al., 2023). Website diharapkan mampu memberikan informasi yang lebih detail dibandingkan media sosial, meningkatkan kepercayaan pelanggan, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui fitur yang lebih interaktif. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada perancangan dan pembangunan website SEA Laundry Solo sebagai media promosi dan informasi layanan berbasis web menggunakan teknologi HTML, CSS, dan JavaScript.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Sistem Informasi

Sistem informasi adalah suatu sistem terintegrasi yang terdiri dari perangkat keras, perangkat lunak, manusia, prosedur, dan basis data yang saling berinteraksi untuk mengumpulkan, mengolah, menyimpan, dan mendistribusikan informasi guna mendukung pengambilan keputusan dan pengendalian dalam organisasi. (Wahyuni & Pratiwi, 2022). Dalam konteks bisnis, sistem informasi sangat membantu dalam pengelolaan data transaksi, laporan keuangan, dan aktivitas operasional lainnya secara lebih efisien dan akurat (Informa & Indonusa, 2024).

Website

Website adalah platform berbasis internet yang memungkinkan aplikasi dapat diakses secara online melalui browser tanpa perlu instalasi khusus pada perangkat pengguna. Sistem informasi berbasis website memberikan kemudahan akses, fleksibilitas, dan dapat digunakan di berbagai lokasi selama terhubung dengan jaringan internet. (Azzis et al., 2023)

Promosi Digital

Pemanfaatan website sebagai media promosi dan informasi menjadi kebutuhan penting bagi pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing dan menjangkau pelanggan secara lebih luas (Istikharoh et al., 2025). Strategi promosi digital yang tepat berperan penting dalam menarik minat pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Website sebagai media komunikasi mampu menyampaikan informasi layanan secara

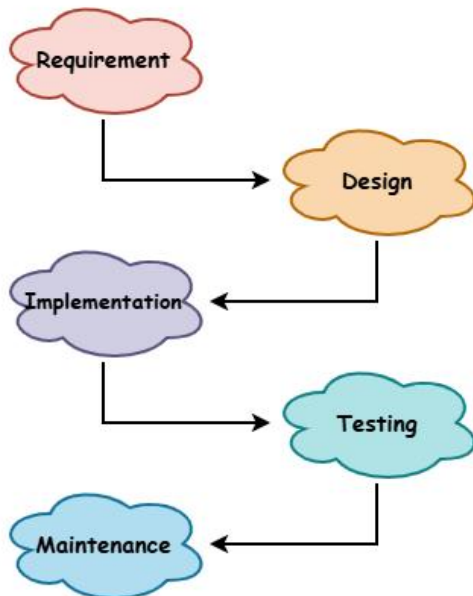
cepat, akurat, dan efisien dibandingkan metode konvensional (Rahmawati et al., 2025). Integrasi tautan komunikasi langsung seperti pesan instan dapat meningkatkan interaksi antara pelanggan dan pihak pengelola usaha.

Waterfall

Waterfall adalah metode pengembangan perangkat lunak yang menggunakan pendekatan berurutan, di mana setiap tahapan harus diselesaikan sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya, mulai dari analisis kebutuhan, desain, implementasi, pengujian, hingga pemeliharaan. Metode ini cocok digunakan pada proyek dengan kebutuhan yang sudah jelas sejak awal. (Pargaonkar, 2023)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pengembangan sistem Waterfall karena kebutuhan sistem telah didefinisikan secara jelas sejak awal dan ruang lingkup pengembangan website relatif stabil (Pressman, 2019). Metode Waterfall dipilih untuk memastikan setiap tahapan pengembangan dilakukan secara terstruktur dan terdokumentasi dengan baik, sehingga meminimalkan kesalahan pada tahap implementasi.



Sumber: Penulis
Gambar 1. Diagram Waterfall

3.1. Analisis Kebutuhan

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data melalui observasi daring terhadap aset digital

milik SEA Laundry Solo, meliputi platform TikTok, Instagram, Facebook, dan Linktree. Analisis dilakukan untuk memperoleh gambaran proses bisnis, kebutuhan promosi, serta informasi layanan yang ingin ditampilkan pada website (Oca Rosalia & Siahaan, 2022). Hasil analisis menunjukkan bahwa sistem perlu menyediakan informasi profil usaha, jenis layanan laundry, harga, lokasi, serta sarana komunikasi dengan pelanggan.

3.2. Perancangan Sistem

Perancangan meliputi desain antarmuka pengguna (user interface), perancangan struktur navigasi halaman website, serta alur interaksi pengguna. Desain antarmuka dibuat sederhana dan responsif agar mudah digunakan oleh pengguna dari berbagai kalangan dan dapat diakses melalui perangkat desktop maupun mobile (Pamungkas & Lutfiyani, 2024).



Sumber: Penulis
Gambar 2. Flowchart Alur Pengguna

3.3. Implementasi Sistem

Pada tahap ini, hasil perancangan diterjemahkan ke dalam kode program menggunakan teknologi murni (vanilla) meliputi HTML5 untuk struktur dokumen, CSS3 untuk gaya visual dan tata letak, serta JavaScript untuk fungsionalitas interaktif. Sehingga tampilan website menjadi lebih interaktif dan informatif. Fitur pemesanan diimplementasikan dengan mengintegrasikan tautan langsung ke API WhatsApp, sehingga memudahkan interaksi dua arah tanpa memerlukan pengelolaan basis data internal. Implementasi dilakukan secara bertahap sesuai dengan modul yang telah dirancang (Azzis et al., 2023).

3.4. Pengujian Sistem

Pengujian dilakukan menggunakan metode black box testing untuk memastikan setiap fungsi website berjalan sesuai dengan kebutuhan yang telah ditetapkan. Pengujian mencakup pengujian tampilan halaman, fungsi navigasi menu, keakuratan tautan API WhatsApp, serta kompatibilitas website pada beberapa browser dan perangkat. Hasil pengujian memastikan bahwa seluruh elemen visual dan fitur navigasi berfungsi dengan baik dan sesuai dengan tujuan pengembangan sebagai media promosi.

3.5. Pemeliharaan

Tahap ini dilakukan untuk memastikan website tetap berjalan optimal setelah diimplementasikan, termasuk pembaruan konten informasi secara berkala, seperti penyesuaian harga layanan atau informasi promo terbaru dari pihak SEA Laundry Solo, dan juga perbaikan kesalahan kecil, guna memastikan data yang diterima pelanggan selalu aktual dan relevan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Implementasi Antarmuka Website

Website SEA Laundry Solo yang telah dikembangkan berfungsi sebagai media promosi dan informasi layanan berbasis web. Tampilan dan fitur-fitur website dapat diakses secara publik pada tautan <https://sea-laundry-solo.vercel.app/>. Antarmuka dirancang menggunakan HTML5, CSS3, dan Javascript untuk menghasilkan tampilan yang bersih, profesional, dan responsif. Setiap halaman yang ada di website ini dirancang untuk menyampaikan informasi secara jelas, ringkas, dan menarik bagi pengunjung website (Pamungkas & Lutfiyani, 2024). Berikut

adalah detail implementasi dari setiap bagian utama:

1. Halaman Beranda menampilkan gambaran umum dan identitas visual SEA Laundry Solo, keunggulan layanan dengan konsep "1 Mesin 1 Pelanggan", serta navigasi utama untuk memudahkan pengunjung menjelajahi informasi. Halaman Beranda memuat informasi cara pemesanan, daftar layanan secara singkat, serta komitmen layanan kepada pelanggan. Informasi ini bertujuan untuk membangun kepercayaan dan citra profesional usaha di mata pelanggan (Kotler & Keller, 2018).



- #### Laundry Lebih Mudah & Praktis
- Dapatkan kenyamanan mencuci tanpa ribet. Kami jemput, kami cuci, kami antar kembali dalam kondisi rapi dan wangi.
- Jadwalkan Penjemputan
- 1. Jadwalkan Pengambilan**
Hubungi admin kami via WhatsApp untuk atur jadwal penjemputan pakaian-sotor-Anda.
 - 2. Proses Cuci Premium**
Pakaian dicuci dengan mesin sendiri (1 mesin 1 pelanggan) menggunakan air filter PDAM.
 - 3. Siap Diantar**
Setelah bersih & rapi, kami akan mengantarkan pakaian kembali ke depan pintu Anda.

Layanan Kami

Solusi mencuci sesuai kebutuhan Anda

Drop Off (Kiloan) Terima bareng Cuci, kering, setrika, & packing rapi. Tersedia layanan Reguler (2 hari), Express (1 hari), dan Kilat (4 jam).	Self Service Cuci lebih hemat dan privat. Kapasitas mesin max 7kg. Pilihan: Cuci saja, Kering saja, atau Komplit (Cuci+Kering).
Satuan & Perawatan Pencucian khusus untuk Bedcover, Boneka, Tas, Sepatu, Karpet, dan Pakaian Pesta (Jasi/Gaun).	

Mengapa Pilih Sea Laundry?

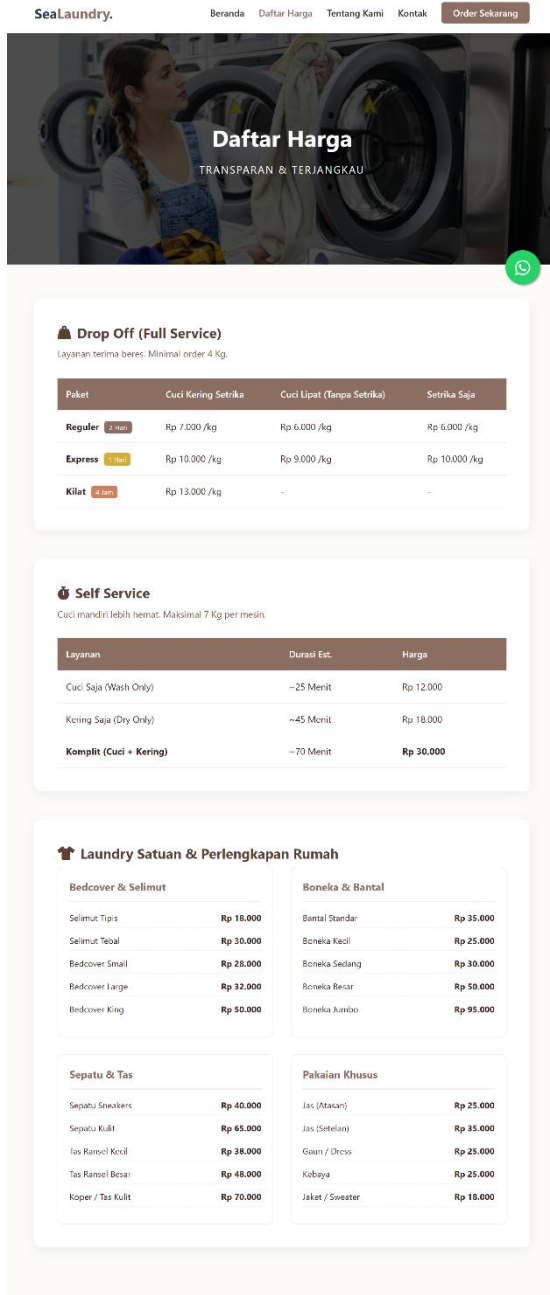
Jaminan Higienis, Kecepatan, dan Harga Terbaik

1 Mesin 1 Pelanggan 1 Mesin terjamin. Pakaian Anda tidak dicampur dengan pelanggan lain.	Layanan Kilat 4 Jam Butuh pakaian cepat? Kami siap menyelesaikannya dalam hitungan jam.
Harga Terjangkau Layanan berkualitas mulai dari Rp 7.000/kg (Cuci+Setrika).	

Sumber: Penulis

Gambar 3. Tampilan Halaman Beranda

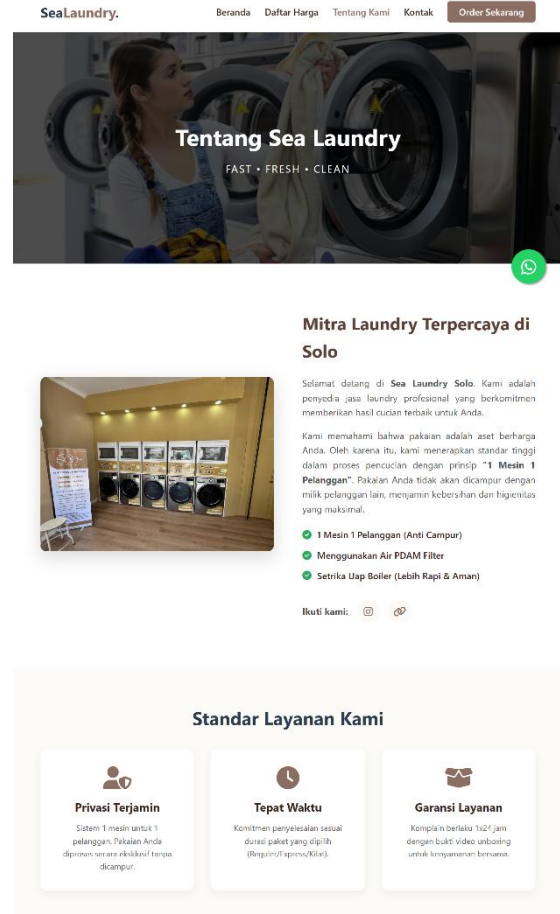
2. Halaman Daftar Harga menyajikan daftar jenis layanan laundry yang tersedia, seperti laundry kiloan, satuan, hingga layanan self-service, beserta informasi harga yang transparan. Keberadaan halaman ini memudahkan pelanggan dalam memperoleh informasi tanpa harus datang langsung ke lokasi usaha, sehingga meningkatkan efisiensi pelayanan (Rahmat & Diyani, 2024).



Sumber: Penulis

Gambar 4. Tampilan Daftar Harga

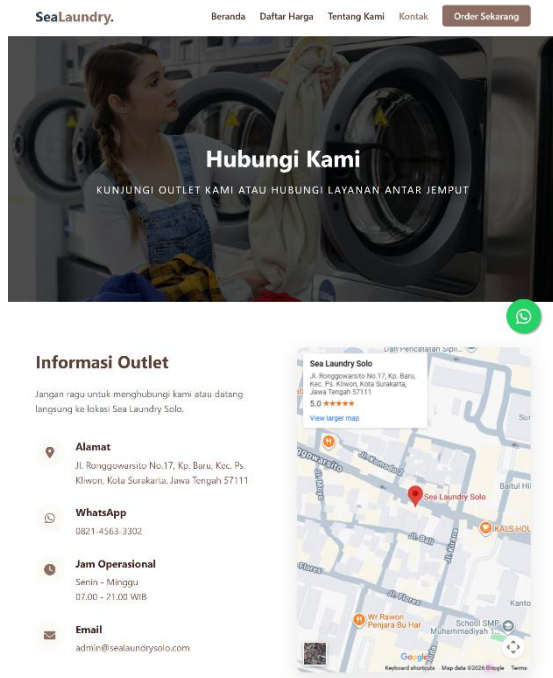
3. Halaman Tentang Kami memuat informasi mengenai sejarah singkat, visi, misi, dan komitmen layanan mitra. Informasi ini bertujuan untuk membangun kepercayaan dan citra profesional usaha di mata pelanggan.



Sumber: Penulis

Gambar 5. Tampilan Halaman Profil dan Standar Layanan

4. Halaman Kontak dilengkapi dengan informasi alamat, peta lokasi (Google Maps), nomor telepon, jam operasional, email, serta tombol integrasi ke API WhatsApp. Fitur ini meningkatkan interaksi langsung antara pelanggan dan pihak admin SEA Laundry Solo untuk keperluan pemesanan atau konsultasi layanan serta mempermudah komunikasi dua arah (Azzis et al., 2023).



Sumber: Penulis

Gambar 6. Tampilan Informasi Kontak dan Peta Lokasi

4.2. Pengujian dan Analisis Efektivitas

Pengujian dilakukan menggunakan metode Black Box Testing untuk memastikan seluruh elemen navigasi dan tautan berfungsi sesuai rencana pengembangan.

Langkah	Skenario Pengujian	Hasil yang Diharapkan	Status
Akses URL	Membuka alamat website di browser.	Halaman termuat dengan cepat dan rapi.	Berhasil
Navigasi Menu	Mengklik menu navigasi di header.	Halaman berpindah ke bagian yang dituju.	Berhasil
Tombol WhatsApp	Mengklik tombol "Order Sekarang".	Diarahkan ke aplikasi/web WhatsApp admin.	Berhasil
Responsivitas	Membuka website melalui smartphone.	Tata letak menyesuaikan ukuran layar.	Berhasil

Tabel 1. Hasil Pengujian Black Box

Berdasarkan hasil evaluasi, pemanfaatan website statis sebagai media promosi dinilai sangat efektif bagi UMKM seperti Sea Laundry Solo. Dengan teknologi HTML, CSS, dan JavaScript murni, website memiliki performa kecepatan muat yang tinggi dan

biaya pemeliharaan yang rendah karena tidak memerlukan pengelolaan database internal. Strategi mengarahkan pelanggan langsung ke WhatsApp juga dinilai lebih tepat sasaran untuk skala bisnis jasa laundry, karena memungkinkan respon yang lebih cepat dan personal. Pemanfaatan website sebagai media promosi dinilai lebih efektif dibandingkan metode konvensional karena informasi dapat diakses kapan saja dan di mana saja oleh calon pelanggan (Laudon & Laudon, 2020).

Website SEA Laundry Solo yang dibangun terdiri dari halaman beranda, daftar harga, tentang kami, serta kontak. Website dirancang responsif agar dapat diakses melalui perangkat desktop maupun mobile (Pamungkas & Lutfiyani, 2024).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa website mampu meningkatkan kemudahan akses informasi layanan serta berfungsi sebagai media promosi yang efektif bagi SEA Laundry Solo (Azzis et al., 2023).

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan, implementasi, dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa rancang bangun website SEA Laundry Solo sebagai media promosi dan informasi layanan berbasis web telah berhasil diwujudkan sesuai dengan kebutuhan usaha. Kesimpulan terperinci dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Website yang dikembangkan menggunakan teknologi HTML5, CSS3, dan JavaScript murni mampu menyajikan informasi usaha, jenis layanan, daftar harga, serta kontak secara jelas dan terstruktur.
2. Penggunaan tautan langsung ke API WhatsApp memudahkan pelanggan dalam melakukan komunikasi dan inisiasi pemesanan tanpa harus datang langsung ke lokasi laundry.
3. Penerapan metode pengembangan sistem Waterfall memberikan alur kerja yang sistematis dan terarah mulai dari tahap analisis kebutuhan hingga pemeliharaan sistem. Setiap tahapan dapat dilaksanakan dengan baik sehingga menghasilkan website yang fungsional, mudah digunakan, dan sesuai dengan kebutuhan pemilik usaha (Pressman, 2019).

4. Keberadaan website memberikan dampak positif terhadap citra profesional SEA Laundry Solo sebagai usaha jasa laundry yang adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi digital.

5.2. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, direkomendasikan beberapa langkah strategis bagi pengelola usaha:

1. Memanfaatkan website secara optimal sebagai sarana promosi utama dengan melakukan pembaruan konten secara berkala, terutama pada informasi harga dan layanan. Hal ini bertujuan agar informasi yang diterima pelanggan selalu aktual dan relevan dengan kondisi usaha.
2. Mengintegrasikan website dengan akun media sosial aktif milik unit usaha, seperti TikTok, Instagram, dan Facebook sebagai bagian dari strategi pemasaran digital terpadu. Integrasi ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas usaha serta menarik lebih banyak pelanggan baru melalui berbagai platform digital (Kotler & Keller, 2018).

5.3. Saran

Untuk pengembangan sistem selanjutnya di masa mendatang, disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. website SEA Laundry Solo dapat dilengkapi dengan fitur pemesanan laundry secara online sehingga pelanggan dapat melakukan pemesanan layanan dengan lebih praktis dan efisien.
2. Penambahan fitur notifikasi status laundry juga disarankan agar pelanggan dapat mengetahui progres pengerjaan laundry secara real-time, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan (Rahmat & Diyani, 2024).
3. Menerapkan sistem keamanan data yang lebih baik serta mekanisme pencadangan data (backup) secara berkala guna menghindari risiko kehilangan data.

6. REFERENSI

Azzis, N. F., & Anggoro, D. A. (2023). Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web pada UMKM. *Jurnal Sistem Informasi*, 9(2), 120–130.

Informa, J., & Indonusa, P. (2024). 1), 2), 3).

10.

- Irwan, A., Munandar, A., Ibrahim, A. M., Maulana, H., & Fahreza, R. A. (2023). Perancangan Aplikasi Kasir Toko Kelontong Berbasis Dekstop Menggunakan Metode Waterfall. 1(2), 374–382.
- Istikharoh, L., Pertiwi, Y. A. N., Rahmawati, M., Firdaus, D., Halawa, T. D., & Ramadhan, C. T. (2025). Peran digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner pada Yohana Kitchen Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 5(3), 1008–1018.
<https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i3.2618>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (16th ed.). Pearson Education.
- Oca Rosalia, B., & Siahaan, M. (2022). Perancangan dan Implementasi Sistem Informasi Kasir Digital pada UMKM. *Prosiding Nasional Sistem Informasi*, 4(1), 15–23.
- Pamungkas, C. A., & Lutfiyani, A. (2024). Sistem Informasi Berbasis Website Menggunakan Metode Waterfall. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(2), 297–314.
<https://doi.org/10.54082/jupin.314>.
- Pargaonkar, S. (2023). A Comprehensive Research Analysis of Software Development Life Cycle (SDLC) Agile & Waterfall Model Advantages, Disadvantages, and Application Suitability in Software Quality Engineering. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 13(8), 120–124.
<https://doi.org/10.29322/ijsrp.13.08.2023.p14015>
- Pressman, R. S. (2019). *Software Engineering: A Practitioner's Approach* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Rahmat, M., & Diyani, L. A. (2024). Aplikasi Kasir Pintar Berbasis Android Terhadap Laporan Penjualan Di Umkm NN Shop. 9(3), 277–286.

- Rahmawati, S., Aisyah, S., Andarwati, T., Ainniyah, U. N., Rachmatika, T. H., & Mahfudhotin. (2025). Penguatan daya saing UMKM melalui pemanfaatan website sebagai media promosi dan branding produk skincare. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 126–131.
- Wahyuni, I., & Pratiwi, E. T. (2022). Analisis Pengaruh Aspek Keperilakuan Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Pada Pt. Matahari Putra Prima Tbk. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi UMButon*, 4(1), 2747–2779. <https://jurnal-umbuton.ac.id/index.php/entries/article/view/2628/1402>