

PERANCANGAN *WEBSITE* PADA CV. RIZKI BANGUN UNTUK MENINGKATKAN JANGKAUAN PEMASARAN PRODUK SANDBLASTING

WEBSITE DESIGN FOR CV. RIZKI BANGUN TO EXPAND THE MARKETING REACH OF SANDBLASTING PRODUCTS

Yusril Ahmad Sofyan¹, Mohamad Tohir², Diena Yudiarti³

¹²³ *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*
sofyanusrilahmad@student.telkomuniversity.ac.id¹, mohamadtohir@telkomuniversity.ac.id²,
dienayud@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak: Digitalisasi telah menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing bisnis, terutama dalam industri Business-to-Business (B2B). CV. Rizki Bangun, sebuah perusahaan penyedia alat dan bahan sandblasting, menghadapi tantangan dalam memperluas jangkauan pasarnya akibat keterbatasan kehadiran digital. Saat ini, pemasaran perusahaan masih bersifat konvensional, seperti melalui pertemuan langsung dan distribusi brosur cetak, yang membatasi akses informasi bagi calon pelanggan di luar wilayah Kalimantan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi digitalisasi melalui pengembangan website sebagai media utama untuk meningkatkan visibilitas perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan website dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dengan menyediakan informasi yang dimiliki oleh CV. Rizki Bangun, serta mempermudah proses komunikasi. Selain itu, integrasi website

dengan media sosial juga menjadi strategi penting untuk menggaet audiens yang lebih luas dan memperkuat branding perusahaan di pasar digital. Dengan adanya digitalisasi melalui website, CV. Rizki Bangun diharapkan mampu meningkatkan daya saingnya dalam industri sandblasting.

Kata kunci: Digitalisasi, Sandblasting, Business-to-Business (B2B), Website, Pemasaran Digital

Abstract: Digitalization has become a key factor in enhancing business competitiveness, particularly in the Business-to-Business (B2B) industry. CV. Rizki Bangun, a company specializing in providing sandblasting equipment and materials, faces challenges in expanding its market reach due to limited digital presence. Currently, the company's marketing strategy remains conventional, relying on direct meetings and printed brochures, which restrict access to information for potential customers

outside the Kalimantan region. Therefore, this study aims to design a digitalization strategy through the development of a website as the primary medium to enhance the company's visibility. The findings indicate that website development can improve marketing effectiveness by providing comprehensive information about CV. Rizki Bangun and facilitating communication processes. Additionally, integrating the website with social media serves as a crucial strategy to attract a broader audience and strengthen the company's branding in the digital market. Through digitalization via a website, CV. Rizki Bangun is expected to enhance its competitiveness in the sandblasting industry.

Keywords: Digitalization, Sandblasting, Business-to-Business (B2B), Website, Digital Marketing.

PENDAHULUAN

Sandblasting adalah teknik pembersihan atau pengikisan permukaan yang memanfaatkan partikel abrasif yang disemprotkan dengan tekanan udara tinggi. Proses ini umum digunakan dalam industri konstruksi, otomotif, perkapalan, dan manufaktur untuk membersihkan karat, cat lama, atau kontaminan pada permukaan logam, beton, dan kayu. Menurut C.E. Peñuela-Cruz (2022), *sandblasting* juga sangat penting dalam mempersiapkan permukaan sebelum proses pengecatan atau pelapisan ulang, yang secara langsung berdampak pada ketahanan dan kualitas material. Metode ini sangat dibutuhkan dalam proses perawatan dan persiapan material, sehingga produksi di sektor-sektor seperti otomotif, perkapalan, Industri manufaktur

dan konstruksi membuat *sandblasting* menjadi langkah penting dalam mencapai hasil akhir, baik dari segi tampilan maupun ketahanan

Salah satu Perusahaan yang menyediakan alat sandblasting adalah CV. Rizki Bangun. CV. Rizki Bangun adalah perusahaan penyedia alat dan bahan sandblasting yang berdiri sejak 15 Agustus 1997 dan dipimpin oleh Bapak Susanto sebagai direktur saat ini. Perusahaan ini berlokasi di Jln. MT. Haryono Dalam, Kecamatan Balikpapan Selatan, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur. CV. Rizki Bangun berfokus pada penyedia produk sandblasting tanpa layanan jasa, serta kebutuhan industri konstruksi, manufaktur, dan perkapalan di wilayah Kalimantan hingga luar kalimantan .

Sehingga untuk mengatasi tantangan ini, dan adanya permintaan mitra untuk pengembangan strategi pemasaran dalam hal digitalisasi maka perlu adanya langkah-langkah untuk melakukan digitalisasi yaitu melalui perancangan website. Menurut Deloitte Insights (2023), digitalisasi adalah faktor kunci bagi perusahaan untuk tetap relevan dan kompetitif di era modern. Dengan mengadopsi teknologi digital, perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih cepat, serta memperkuat loyalitas pelanggan. Website memungkinkan Perusahaan dapat memperkenalkan profil secara luas, meningkatkan visibilitas, dan memperluas jangkauan pasar. Website bagi CV. Rizki Bangun tidak hanya untuk menyelesaikan permasalahan pemasaran, tetapi juga menjadi langkah untuk menghadapi persaingan di pasar yang semakin kompetitif. Dengan memanfaatkan

teknologi digital, perusahaan dapat memperluas pemasaran, meningkatkan efisiensi operasional, dan dengan adanya memanfaatkan media pendukung berupa media sosial sebagai media informasi untuk memperluas informasi akan adanya website ini, dikarenakan media sosial telah menjadi alat pemasaran yang efisien dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

Metode Penelitian

Pengumpulan data menggunakan metode wawancara dikarenakan Menurut Sugiyono (2017), wawancara adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan percakapan langsung antara orang yang dianggap memiliki pengetahuan atau informasi penting tentang subjek penelitian. Wawancara dilakukan dengan pihak CV. Rizki Bangun, serta kepada ahli website. Dilanjutkan dengan Observasi, observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian. Dalam observasi terciptanya proses penelitian langsung ke lapangan untuk melihat bagaimana kondisi objek yang akan diteliti secara kasat mata (Widoyoko, 2014). Observasi dilakukan untuk mengamati perusahaan CV, Rizki Bangun dan Website yang serupa dengan perusahaan ini. Dan Studi pustaka merupakan tahapan penting dalam penelitian yang digunakan untuk memperoleh informasi dan referensi dari berbagai sumber relevan. Hal ini mencakup buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, dan publikasi lain yang mendukung teori atau konsep terkait objek penelitian (Sugiyono, 2019). Studi pustaka untuk memahami dasar teori yang

relevan dan mengidentifikasi penelitian serupa sebagai acuan dalam menyusun penelitian.

Dan adapun untuk Analisis Data menggunakan Metode Analisis SWOT merupakan analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal suatu objek guna menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki, sehingga dapat memberikan gambaran strategis yang komprehensif (Sharath Kumar & Praveena, 2023). Analisis SWOT ini akan digunakan untuk mengevaluasi perusahaan sehingga dapat dijadikan dasar dalam perumusan strategi. Lalu Analisis matriks perbandingan akan digunakan untuk membandingkan berbagai situs web sehingga dapat dijadikan standar perancangan website yang baik. Metode ini digunakan untuk membandingkan objek guna dinilai dalam satu tolak ukur agar terlihat perbedaannya, dengan hasil akhir yang akan membentuk gradasi (Soewardikoen, 2019). Analisis matriks perbandingan ini akan digunakan untuk membandingkan beberapa website sehingga dapat dijadikan standar perancangan website yang baik. Lalu Metode analisis visual digunakan untuk mengevaluasi aspek visual dalam rancangan desain, seperti tata letak, warna, tipografi, dan elemen-elemen desain yang terdapat pada prototipe website. Menurut Lidwell, Holden, dan Butler (2010) dalam *Universal Principles of Design*, analisis visual bertujuan untuk memastikan desain mampu berkomunikasi secara efektif, menarik secara estetis, dan sesuai dengan tujuan penggunaannya.

LANDASAN TEORI

A. Multimedia

Menurut Prihantini & Nugroho (2013), istilah "multimedia" berasal dari kata "multi", yang berarti "banyak", dan "media", yang berarti sebuah alat untuk menyampaikan, mendistribusikan, dan merepresentasikan informasi. Kombinasi ini melibatkan dua atau lebih cara untuk berkomunikasi untuk menyampaikan atau membuat sesuatu, yang dibuat secara digital dan dapat dikontrol secara interaktif untuk menghasilkan hasil yang menarik.

B. Bisnis B2B

Bisnis B2B merupakan interaksi perdagangan dengan menggunakan jaringan internet antar pelaku bisnis, yaitu pembeli dari produk yang dijual untuk sesama penjual dan bukan konsumen akhir, namun usaha per orang akan membeli produk lalu diproses lagi lalu dijual langsung ke konsumen akhir. (Zulfikar and Mh 2010)

Saat ini pembeli bisnis ke bisnis (B2B) lebih terlibat dalam proses penjualan, mereka sendiri yang mengambil tindakan ini melalui penelitian dan evaluasi berbagai pilihan, dan mereka lebih suka melakukan banyak hal tanpa terganggu oleh calon vendor. Meningkatnya ketersediaan informasi telah mendorong calon pelanggan untuk terlibat dengan perusahaan saat mereka berada di tahap akhir proses pembelian.

C. Pemasaran Digital (Digital Marketing)

Menurut (Indrapura and Fadli n.d.), digital marketing adalah strategi pemasaran yang menggunakan media digital dan internet untuk mempromosikan barang, layanan, atau

DATA DAN ANALISIS DATA

merek kepada khalayak target. Tujuan utama *digital marketing* adalah untuk mencapai tujuan bisnis seperti meningkatkan kesadaran merek, menciptakan prospek, dan meningkatkan penjualan. Sehingga membuat penggunaan teknologi sangat penting untuk mencapai sasaran pemasaran yang lebih luas dan efektif.

D. Website

Website adalah sekumpulan halaman yang berisi informasi berbentuk digital. Informasi tersebut bisa berupa teks, gambar, audio, video, animasi atau gabungan dari semuanya. Website pada umumnya dapat diakses oleh banyak orang di seluruh dunia selama ia memiliki koneksi internet. Website dibentuk dari tiga komponen yang saling melengkapi. Ketiga komponen tersebut adalah words, pictures, dan code (Veen, 2001). Words merupakan kata-kata yang menyusun konten sebuah website sehingga dapat dipahami sebagai sebuah informasi. Pictures merupakan gambar ataupun informasi berbentuk gambar yang dipandu dengan kata-kata agar dapat lebih mudah dipahami dan dimengerti. Sedangkan code merupakan baris-baris perintah dalam bentuk kode-kode, seperti kode HTML (HyperText Markup Language), kode CSS (Cascading Style Sheet), dan kode-kode lainnya yang digunakan untuk mengatur bagaimana informasi yang berupa teks (*words*) dan gambar (*pictures*) dapat ditampilkan pada software penjelajah website (*browser*) baik itu pada komputer maupun smartphone. (Sidik 2019)

A. Perusahaan

CV. Rizki Bangun adalah salah satu perusahaan yang menyediakan alat dan bahan sandblasting tanpa layanan jasa untuk berbagai kebutuhan industri. Perusahaan ini didirikan oleh Bapak Nanang Pada 15 Agustus 1997 berlokasi di Jln. MT. Haryono Dalam III, Kecamatan Balikpapan Selatan, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur, yang saat ini dipimpin oleh Bapak Susanto. CV. Rizki Bangun bergerak dalam bisnis B2B, melayani kebutuhan perusahaan-perusahaan di wilayah Kalimantan. Metode untuk saat ini masih menggunakan metode konvensional seperti pertemuan langsung antar perusahaan dan distribusi brosur cetak. Sehingga, mitra menghadapi tantangan dalam memperluas jangkauan pasar di luar Kalimantan, terutama karena keterbatasan akses informasi produk secara digital. Dan narasumber menjelaskan telah banyak kompetitor CV. Rizki Bangun yang telah memanfaatkan platform digital. Sehingga kurang kehadiran-nya Perusahaan secara online sehingga faktor ini yang menyebabkan kesulitan dalam menjangkau pelanggan dari luar Kalimantan dan berpaku pada satu wilayah.

B. Produk

Produk yang ditawarkan meliputi berbagai jenis alat sandblasting dan bahan abrasif, yang dirancang untuk membantu industri membersihkan dan mempersiapkan material sebelum proses pengecatan atau pelapisan ulang. CV. Rizki Bangun menawarkan produk dalam beberapa kategori utama yaitu Mesin Sandblasting, Mesin yang digunakan dalam proses pembersihan atau penghalusan permukaan. Komponen

Pendukung, Aksesoris yang mendukung dalam proses sandblasting. Abrasive Material, Material yang digunakan dalam proses sandblasting. Peralatan Keselamatan, Peralatan pelindung untuk menjaga keamanan pekerja

C. Observasi

CV. Rizki Bangun memiliki identitas visual yang sudah sedikit berkembang jika dibandingkan dengan visual terdahulu akan tetapi media sosial yang tidak terorganisir menciptakan hambatan dalam menarik audiens baru. Dan dalam media cetak CV. Rizki Bangun telah memiliki elemen visual dasar seperti logo, tipografi nama perusahaan, dan penggunaan warna hijau sebagai identitas. Namun secara keseluruhan, tampilan visual dari media cetak yang digunakan kurang konsisten.

KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

A. Konsep Big Idea

Website ini akan dirancang untuk menyajikan informasi secara terstruktur, menyediakan katalog yang mudah diakses, serta dilengkapi dengan fitur kontak langsung melalui WhatsApp dan e-mail. Selain itu, akan terdapat halaman khusus yang menjelaskan profil perusahaan, keunggulan kompetitif, untuk membangun kepercayaan calon konsumen. Seluruh perancangan difokuskan pada efektivitas penyampaian informasi dan kemudahan navigasi, sehingga pengguna merasa proses pencarian produk dan komunikasi dengan perusahaan menjadi lebih efisien.

B. Konsep Kreatif

Terdapat tiga kata kunci utama yang menjadi landasan visual yaitu: minimalis,

efisien, dan informatif. Oleh karena itu, konsep kreatif pada website ini akan menggunakan visual yang bersih dan modern. Tema desain yang diangkat adalah "industrial modern minimalism", yang bertujuan untuk menciptakan kesan yang teknis namun tetap nyaman dan mudah digunakan. Dan mengambil aset visual dari daerah asal perusahaan yaitu kalimantan sehingga tetap selaras dengan visi DKV Telkom University yaitu menjadi prodi berbasis *creativepreneur* yang mendukung pengembangan inovasi dan kreativitas yang berakar pada budaya nusantara akan tetapi tidak meninggalkan kesan minimalisnya.

C. Media Utama

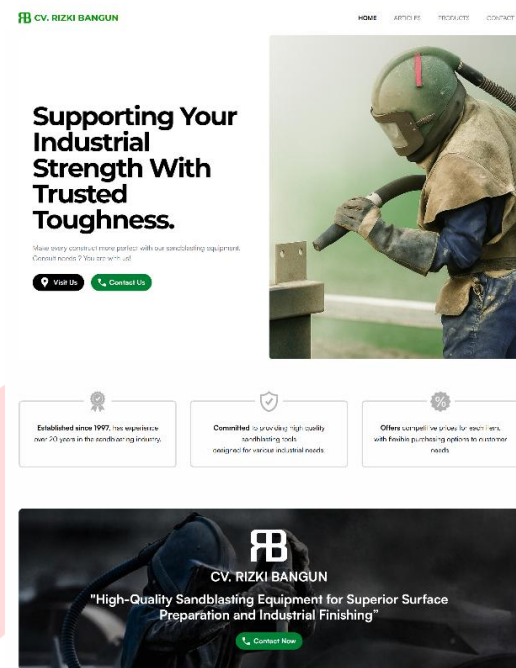
Media utama yang digunakan didalam perancangan ini adalah *website*, *Website* ini akan disesuaikan dengan kebutuhan pengguna,. Perancangan *website* ini akan menggunakan software Figma dan *dideploy* menggunakan hosting dan domain dari vercell.

D. Media Pendukung

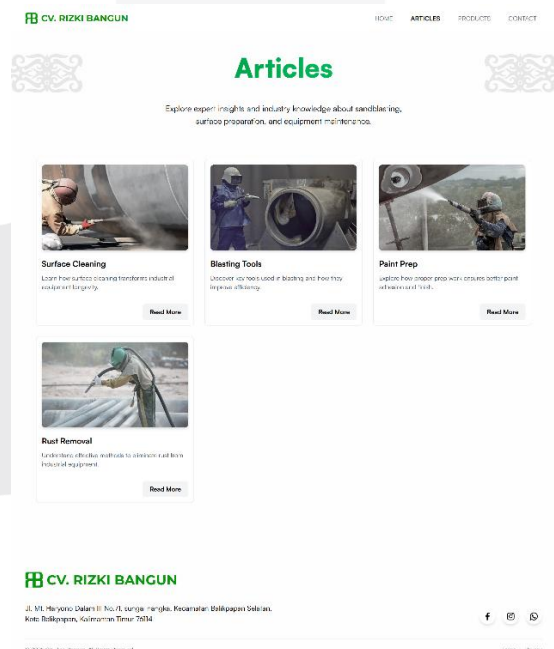
Media pendukung yang akan digunakan pada perancangan ini untuk meningkatkan kehadiran akan adanya website ini dengan memanfaatkan media pendukung. Hal ini berfungsi untuk menjangkau audiens dan bisa digunakan sebagai media promosi.

E. Hasil Perancangan

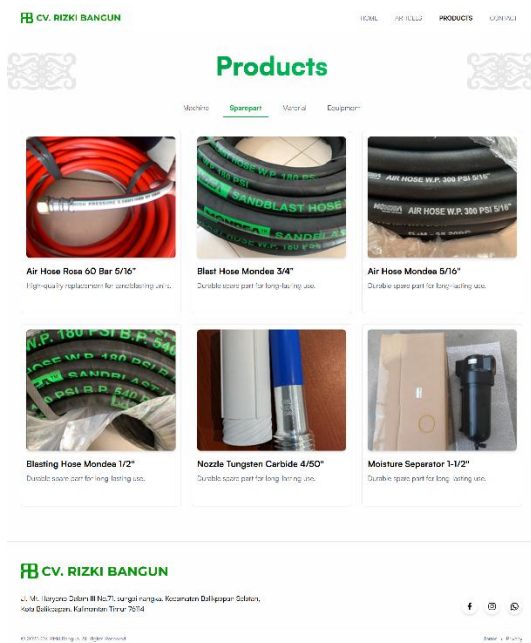
Hasil Untuk bagian "Home"



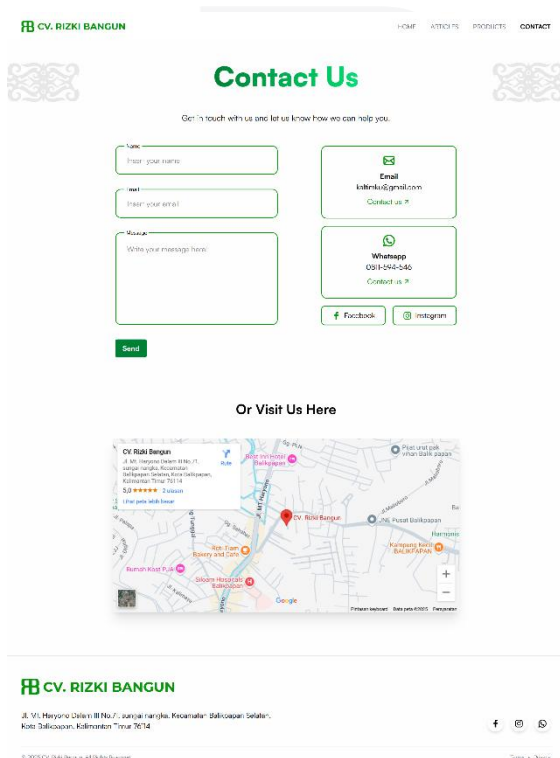
Hasil untuk bagian "Articles"



Hasil Untuk bagian "Product"



Hasil Untuk bagian “Contact”



Halo PT. _____
Anda mencari solusi terbaik untuk memaksimalkan hasil akhir pada permukaan proyek anda? CV. Rizki Bangun siap membantu dengan layanan sandblasting yang telah berpengalaman sejak 1997.



Sebagai spesialis dalam layanan sandblasting, kami memiliki pengalaman lebih dari 25 tahun dalam menghadirkan hasil yang optimal untuk berbagai kebutuhan project anda. Mulai dari memperbaiki permukaan logam hingga merawat peralatan berat, dan juga kami berkomitmen pada kualitas dan ketahanan dan juga harga yang mampu bersaing

Konsultasi kepada kami untuk kebutuhan project anda!

[CONTACT US](#)

**Visit Our Website
for More Information!**

www.cvrizkibangun.com

CV. RIZKI BANGUN

JLN. MT.HARYONO DALAM, KEC. BALIKPAPAN SELATAN, KOTA. BALIKPAPAN

(0542) 875-33 KALITIMUKU@gmail.com CV. Rizki Bangun

Hasil Untuk Media Pendukung

Kesimpulan

belum optimalnya penyajian informasi produk menjadi hambatan utama dalam pemasaran dan pelayanan kepada pelanggan. Oleh karena itu, dirancanglah sebuah website

yang berfungsi sebagai media digital untuk meningkatkan aksesibilitas informasi produk dan memperkuat identitas perusahaan secara profesional.

Dalam proses perancangan website ini, dilakukan beberapa langkah penting seperti observasi terhadap perusahaan sejenis untuk mendapatkan *insight*. Selanjutnya, website dikembangkan berdasarkan hasil analisis tersebut dengan prinsip-prinsip UI/UX. Dan konten dan gaya visual dari website menyesuaikan dari konsep bisnis B2B.

REFERENSI

- Dimas Realino, Valeria Eldyn Gula, and Sofiana Jelita. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen." *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset* 1(4): 68–81.
- Wibowo, Agus, M Kom, and M Si. 2023. *Digital B2B Digital B2B Digital B2B P Y YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK*.
- Soewardikoen, D. D. W. S. (2021). Metodologi penelitian desain komunikasi visual – edisi revisi. PT Kanisius.
- Nafi Analisis'ah, Imroatun. 2017. "SWOT Dan Strategi Keunggulan Bersaing Pada BMT Artha Buana Desa Cangu Kecamatan Badas Kabupaten Kediri." *Teknik Membedah Kasus Bisnis*: 01–90. <http://etheses.iainkediri.ac.id/40/>.
- Razi, Aria, Intan Mutiaz, and Pindi Setiawan. 2018. "Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan Ui/Ux Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan Dan Temuan Barang Tercecer." 03(02): 75–93.
- Sidik, Abdurrahman. 2019. 11 Analytical Biochemistry *Teori, Strategi, Dan Evaluasi Merancang Website Dalam Perspektif Desain*.
- Siregar, Akhmad Irwansyah. 2024. "Digital Marketing Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Era Digital : Kajian Konseptual." 24(3): 2921–30.