

**Pembuatan Website Company Profile dan Pelatihan di Bengkel RPM Motor
Desa Ngijo Kabupaten Malang Sebagai Media Publikasi**

Nurlaily Vendyansyah¹, Deddy Rudhistiar², Peniel Immanuel Gultom³

^{1,2,3} Institut Teknologi Nasional Malang

e-mail : nurlaily.vendyansyah@lecturer.itn.ac.id

Abstrak – Pandemi Covid-19 mengubah kebiasaan hidup masyarakat dalam upaya pemenuhan kebutuhan hidup. Dalam praktiknya, upaya pemerintah Indonesia untuk membatasi ruang gerak masyarakat tidaklah mudah. Masyarakat dituntut untuk memahami teknologi. Sehingga pemanfaatan teknologi pemenuhan kebutuhan hidup meningkat. Hampir semua orang menggunakan layanan yang disediakan di internet untuk memenuhi kebutuhannya. Tentu hal ini tidak hanya berlaku untuk kebutuhan primer saja. Misalnya, kebutuhan sekunder akan layanan kendaraan tidak dapat diabaikan. Pemeliharaan dianggap perlu untuk meminimalkan kemungkinan kerusakan mesin secara minor maupun mayor. Pelanggan tentu berhati-hati dalam memilih penyedia layanan. Informasi tentang jasa bengkel di internet yang dilengkapi dengan testimoni bermanfaat bagi calon pelanggan. Informasi ini dapat disampaikan secara terstruktur melalui website company profile. Dalam program ini kami menyediakan website company profile yang dapat diakses melalui internet dan dilengkapi dengan pelatihan pengoperasian website untuk content management. Kegiatan ini terbagi menjadi dua kegiatan utama, pengembangan website dan pelatihan. Untuk mendapatkan data yang sesuai, kami melakukan wawancara dengan pemilik dan dianalisis. Selanjutnya website dirancang, coding dan menerapkan Codeigniter 3.0 dan kemudian hosting. Sebelum diluncurkan, dilakukan pengujian blackbox untuk mengetahui performa website. Selanjutnya dilakukan kegiatan pelatihan bagi perusahaan agar dapat mengelola konten website sesuai kebutuhan. Untuk mengukur keberhasilan program ini dilakukan evaluasi dengan memberikan kuesioner kepada pemilik. Hasilnya, transaksi meningkat 40%.

Kata Kunci: Codeigniter, Pandemi Covid-19, Pelatihan, Profil Perusahaan, Website

Abstract – *The Covid-19 pandemic has changed people's living habits in an effort to fulfill life necessities. In practice, the Indonesian government's efforts to limit the people's movement are not easy. People are required to understand technology. The use of technology to fulfill the needs was increased. Almost everyone uses the services provided on the internet to fulfill their needs. Not only for primary needs. For example, the secondary need for vehicle service engine cannot be ignored. Maintenance is considered necessary to minimize the possibility of minor or major. Customers are certainly careful in choosing a service provider. Information about workshop services on the internet with testimonials is usefull for potential customers. This information can be conveyed in a structured manner through the company profile website. In this program, we provide a company profile website that can be accessed via the internet and training for content management website. This activity is divided into two main activities, website development and training. In order to obtain the appropriate data, we conducted interviews with the owners and analyzed them. Next the website was designed, coding and implementing Codeigniter 3.0 and the last hosting. Before launching, blackbox testing was carried out to determine website performance. Furthermore, training activities are carried out for companies to be able to manage website content as needed. To measure the success of this program, an evaluation was*

conducted by giving a questionnaire to the owner. As a result, transactions increased by 40%.

Keywords : Codeigniter, Pandemic Covid-19, Training, Company Profile, Website

PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia pertama kali mengumumkan bahwa terdapat dua pasien kasus positif Covid-19 pada 2 Maret 2020. Semenjak saat itu kasus Covid-19 semakin bertambah. Hal ini didukung dengan minimnya pengetahuan masyarakat Indonesia mengenai bahaya, penyebab serta akibat Covid-19. Namun, masyarakat masih saja meremehkan Covid-19. Sehingga hal itu membuat kasus Covid-19 semakin hari semakin meningkat di Indonesia. Dampak Covid-19 di Indonesia berada di segala bidang, baik dalam bidang pendidikan, sosial ekonomi, politik, pariwisata serta budaya. Dalam bidang kebudayaan misalnya, dampak pandemi Covid-19 ternyata dapat mengubah habit atau kebiasaan hidup masyarakat Indonesia. Bagaimana tidak, masyarakat Indonesia dipaksa untuk mengubah habit dalam keterbatasan yang ditentukan oleh pemerintah Indonesia. Salah satunya adalah untuk taat dalam melindungi diri dengan meminimalkan tingkat tatap muka atau interaksi dengan orang lain. Kebiasaan seperti ini telah dianjurkan oleh pemerintah Indonesia kepada seluruh masyarakat semenjak dikeluarkannya pernyataan bahwa Indonesia telah mengalami pandemi Covid-19 hingga saat artikel ini ditulis kurang lebih sudah 21 bulan lamanya. Kondisi seperti ini tentunya berdampak terhadap keterbatasan mobilitas masyarakat. Di lain sisi muncullah permasalahan baru, bahwa masyarakat tetap membutuhkan kebebasan gerak untuk memenuhi segala kebutuhan hidup sehari-hari. Untuk dapat memenuhinya, maka masyarakat dituntut untuk paham teknologi. Perkembangan teknologi industri 4.0 pada dasarnya telah memberikan solusi terhadap permasalahan tersebut. Dalam rangka pemenuhan kebutuhan tersebut, masyarakat yang paham akan teknologi menyelesaikan dengan memanfaatkan berbagai layanan yang ada di *internet*. Sebut saja layanan yang disediakan oleh *marketplace* baik dari dalam negeri maupun luar negeri. *Marketplace e-commerce* yang populer di Indonesia antara lain adalah *Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Blibi, Bhineka, Orami, Ralali, JD.ID, Zalora* dan masih banyak lagi. Dampak pandemi Covid-19 ini oleh masyarakat dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hidup dengan memaksimalkan penggunaan *marketplace e-commerce*. Hampir segala keperluan dilakukan secara *online* baik untuk pemenuhan kebutuhan wanita maupun pria. Lalu bagaimana dengan pemenuhan kebutuhan kendaraan bermotor, seperti *service* berkala, perbaikan kerusakan untuk kendaraan bermotor yang dimiliki masyarakat ? Tentu hal ini telah dipertimbangkan oleh pemilik penyedia layanan (bengkel kendaraan bermotor). Seperti Bengkel RPM Motor yang berlokasi di Bumi Perkasa Regency Blok. I No.14, Desa Ngenep, Karangploso, Kab.Malang. Bengkel RPM Motor merupakan bengkel kendaraan bermotor roda empat dengan spesialisasi bengkel dengan vendor *Chevrolet*. Dengan pengalamannya yang matang selama lebih dari 10 tahun mengabdikan kepada salah satu bengkel resmi *Chevrolet* yang berada di kota Malang, akhirnya pada tahun 2017 Bapak Roviq Nur Wanto memberanikan diri dengan mendirikan bengkel milik usaha perseorangan dengan spesialisasi vendor *Chevrolet*. Layanan yang diberikan adalah *service* berkala, kerusakan, penggantian *sparepart, service* panggilan, layanan antar jemput mobil *service* dan masih banyak lagi. Pandemi Covid-19 ternyata juga berdampak pada perusahaan ini. Promosi yang masih konvensional yaitu saling *share* berdasarkan pengalaman pribadi tentunya dirasa kurang. Oleh karena itu pemilik perusahaan

merasa perlu untuk melakukan publikasi digital, dengan harapan jasa atau layanan yang ditawarkan dapat diketahui oleh masyarakat secara lebih meluas. Tim Pengabdian dari Teknik Informatika ITN Malang bekerjasama dengan perusahaan Bapak Roviq Nur Wanto yang selanjutnya disebut sebagai mitra, melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat berupa penyuluhan dan pemberian program berupa *website company profile* yang sekaligus dapat dimanfaatkan sebagai media publikasi digital. *Website company profile* kemudian di *hosting* pada laman url <http://rpm-motor.web.id/> sehingga dapat diakses melalui *internet* yang aktif selama satu tahun hingga Juni 2022. Materi yang disampaikan pada *website company profile* merupakan hasil wawancara tim pengabdian dalam melakukan pendalaman kebutuhan perusahaan, seperti layanan apa saja yang disediakan oleh perusahaan. Data hasil wawancara kemudian dikumpulkan kemudian diterjemahkan dan disesuaikan dengan gaya pemasaran digital. Sehubungan dengan mitra adalah merupakan perusahaan konvensional, sehingga dirasa perlu dilakukan pembuatan logo perusahaan untuk meningkatkan nilai jual perusahaan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama 6 bulan, yaitu April s.d Oktober 2021 di Bengkel RPM Motor yang beralamat di Perumahan Bumi Perkasa Regency Blok. I No.14, Desa Ngenep, Karangploso, Kab.Malang. Kegiatan dibagi menjadi dua kegiatan utama yaitu kegiatan pembuatan *website company profil* dan kegiatan pelatihan. Pelaksanaan kegiatan pembuatan *website* dilakukan dalam lima tahap yaitu tahap wawancara, analisis, perancangan, pembuatan *website*, implementasi, pengujian *website*. Kemudian dilanjutkan dengan kegiatan memberikan pelatihan kepada pemilik perusahaan tentang cara mengoperasikan *website company profile*. Pada tahap akhir tim pengabdian melakukan evaluasi hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan setelah tiga bulan *website* dilakukan *hosting*, yaitu dengan memberikan kuisioner untuk mengetahui respon mitra terhadap peningkatan penggunaan jasa perusahaan.

HASIL KARYA UTAMA DAN PEMBAHASAN

Pada kegiatan ini mitra perusahaan pengabdian kepada masyarakat adalah perusahaan milik sendiri yang menyediakan layanan jasa servis kendaraan bermotor roda empat yang khusus melayani kendaraan dengan vendor *chevrolet*. Kondisi bengkel dapat ditunjukkan pada Gambar 1.



Tahap Wawancara

Tim pengabdian melakukan wawancara kepada narasumber utama, dalam hal ini adalah pemilik perusahaan bengkel RPM Motor, yaitu Bapak Roviq Nur Wanto. Data yang ingin didapatkan dituangkan dalam pertanyaan kemudian digunakan sebagai bahan

untuk melakukan wawancara. Beberapa pertanyaan yang disusun adalah sebagai berikut:

a) Dasar informasi sejarah berdirinya perusahaan

Untuk mendapatkan informasi perusahaan, maka disusunlah pertanyaan sebagai berikut :

1. Ceritakan alasan berdirinya perusahaan ?
2. Kapan waktu berdirinya perusahaan ?
3. Bagaimanakah tahapan proses mendirikan perusahaan ?
4. Apasajakah hambatan mendirikan perusahaan ?
5. Bagaimana dengan legalitas perusahaan ?
6. Apakah perusahaan memiliki logo atau *icon* perusahaan ?
7. Tempat yang digunakan usaha apakah masih tetap dengan awal berdirinya usaha ?
8. Alamat perusahaan ?
9. Apakah alamat perusahaan sudah terdaftar pada *Google Map* ?
10. Apakah perusahaan memiliki cabang perusahaan ?
11. Apakah perusahaan memiliki *partner* usaha ?

b) Logo Perusahaan

Untuk mendapatkan informasi mengenai logo atau *icon* perusahaan, maka disusunlah pertanyaan sebagai berikut :

1. Apa gambar atau *icon* logo perusahaan ?
2. Apa makna dari logo atau *icon* perusahaan ?

c) Pemasaran

Untuk mendapatkan informasi teknik atau metode pemasaran baik yang sudah dilakukan oleh perusahaan maupun yang akan dilakukan perusahaan, maka disusunlah pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana teknik atau model pemasaran yang digunakan saat ini ?
2. Bagaimana teknik atau model pemasaran yang diinginkan oleh perusahaan ?

d) *Customer*

Untuk mendapatkan informasi *customer* perusahaan, maka disusunlah pertanyaan sebagai berikut :

1. Siapasajakah *customer* perusahaan saat ini ?
2. Apakah ada dokumentasi atau pembukuan tentang identitas *customer* ?
3. Berasal dari daerah atau kota mana sajakah *customer* perusahaan ?
4. Apasajakah pekerjaan *customer* perusahaan ?
5. Siapa sajakah *customer* yang ingin dijangkau oleh perusahaan ?
6. Apakah ada perlakuan khusus untuk *customer* yang sudah melakukan lebih dari dua kali transaksi ?
7. Apakah ada strategi agar *customer* datang kembali ?

e) *Partner* Usaha

Untuk mendapatkan informasi *partner* usaha, maka disusunlah pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah perusahaan memiliki *partner* usaha ?
2. Sebutkan *partner* usaha itu ?
3. Siapakah *partner* usaha itu, deskripsikan masing-masing ?
4. Apakah *partner* usaha itu mendukung layanan yang disediakan atau ditawarkan oleh perusahaan ?
5. Adakah kontribusi yang diberikan oleh *partner* usaha kepada perusahaan ?

6. Bagaimanakah biaya atau harga layanan yang diberikan oleh *partner* usaha ?

f) Layanan

Untuk mendapatkan informasi layanan atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, maka disusunlah pertanyaan sebagai berikut :

1. Apasajakah layanan yang disediakan oleh perusahaan ?
2. Deskripsikan masing-masing layanan dengan detail !
3. Berapa harga jasa atau layanan yang disediakan oleh perusahaan ?
4. Apakah ada *special* harga yang ditawarkan ?
5. Jika ada *special* harga, bagaimana syarat dan kondisinya ?

Tahap Analisis

Tahap analisis data dilakukan berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan kepada perusahaan. Pada tahapan ini tim pengabdian mempelajari sistem yang sudah berjalan, yang digunakan sebagai dasar perancangan pembuatan *website company profile* (Fatimah, 2020). Hasil analisis sistem adalah sebagai berikut :

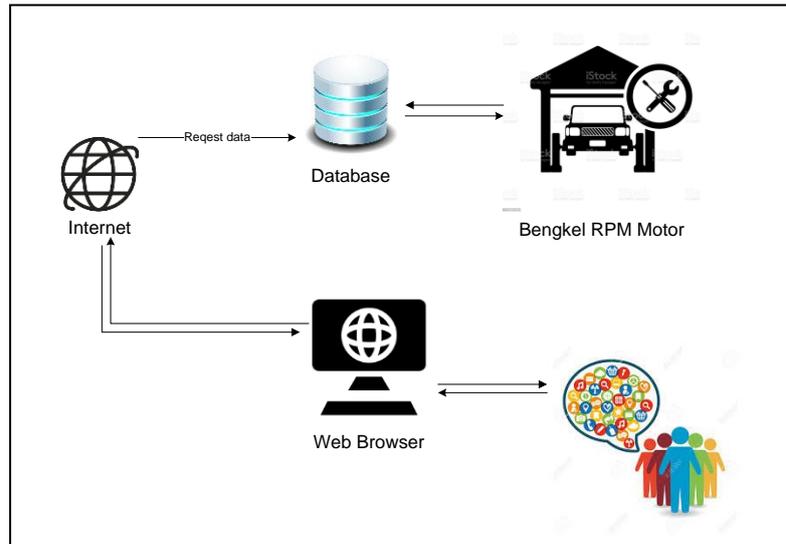
1. *Website company profile* di *hosting* dengan nama *domain* sesuai yang dapat diakses pada laman <http://rpm-motor.web.id/>
2. *Website* memiliki dua level akses *user* yaitu *guest* dan *admin* dengan sistem login.
3. *Website* harus dapat memberikan informasi gambaran umum tentang perusahaan, seperti detail layanan atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
4. *Website* harus dapat memberikan informasi identitas perusahaan, seperti alamat, nomor telepon atau *whatsapp* yang dapat dihubungi.
5. *Website* harus dapat memberikan informasi sertifikasi atau penghargaan perusahaan.
6. *Website* dapat memberikan informasi testimonial *customer*.
7. *Website* harus dapat memberikan informasi diskon atau keuntungan lainnya yang ditawarkan kepada *customer* yang pernah bertransaksi pada perusahaan.
8. *Website* dapat memberikan informasi berupa artikel sebagai pengetahuan sederhana tentang kendaraan bermotor, seperti pentingnya merawat kendaraan, jenis ECU mobil, dsb.
9. Semua informasi yang ditampilkan pada *website* secara menarik dalam bentuk video, gambar, audio dan teks.
10. *Website* dibangun menggunakan *template*, sehingga dapat menghasilkan tampilan yang menarik.
11. Perusahaan harus memiliki logo perusahaan.
12. Alamat perusahaan RPM Motor harus disimpan dalam *Google Map*.

Tahap Perancangan Website

Pada tahap ini tim pengabdian melakukan perancangan berupa rancangan sistem serta struktur menu.

a) Rancangan sistem

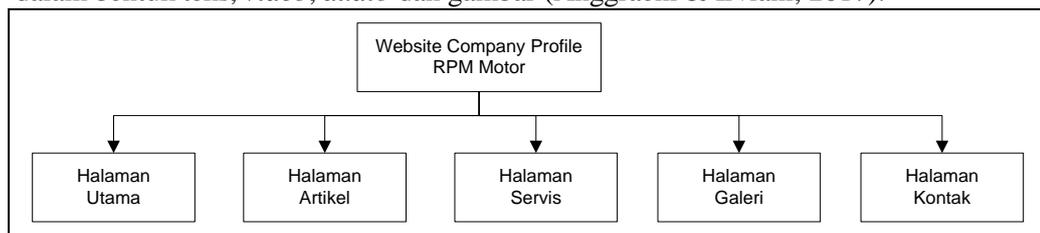
Rancangan sistem memberikan gambaran secara umum bagaimana cara sistem dapat diakses oleh pengguna (Nugroho, 2010), seperti ditunjukkan pada Gambar 2.



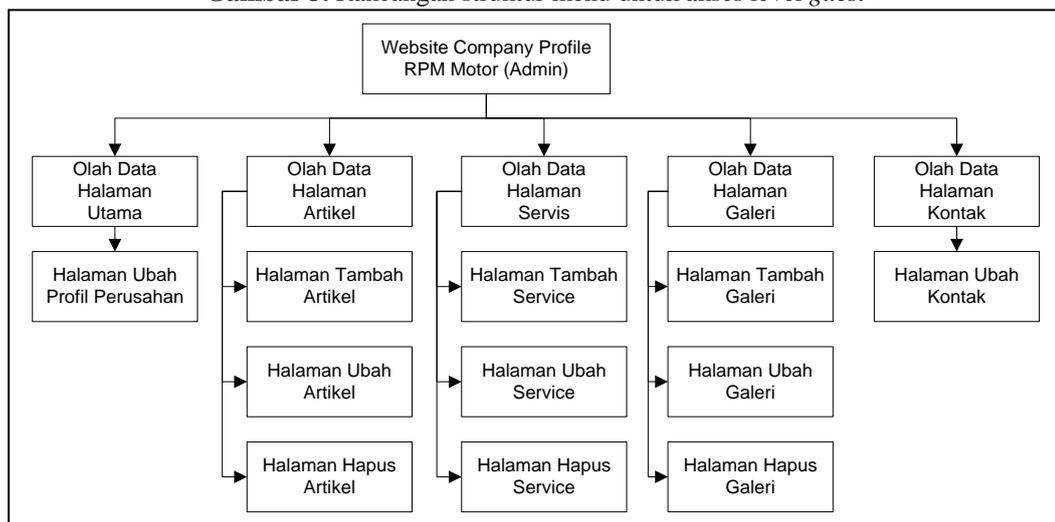
Gambar 2. Rancangan sistem Customer

b) Struktur Menu

Rancangan struktur menu *website company profile* untuk akses level *guest* yang akan dibangun ditunjukkan pada Gambar 3. *Website* memiliki lima menu utama, yaitu halaman utama, halaman artikel, halaman servis serta halaman galeri. Semua informasi ditampilkan dalam bentuk teks, *video*, *audio* dan gambar (Anggraeni & Irviani, 2017).



Gambar 3. Rancangan struktur menu untuk akses level *guest*



Gambar 4. Rancangan struktur menu untuk akses level *admin*

Rancangan struktur menu untuk akses level admin yang ditunjukkan pada Gambar 4 merupakan halaman olah data yang ditampilkan pada halaman *guest*. Halaman ini dapat mengolah data profil perusahaan dengan fungsi ubah data. Olah data halaman artikel yang memiliki fungsi tambah, ubah dan hapus data artikel. Olah data halaman servis yang memiliki

fungsi tambah, ubah dan hapus data servis. Olah data galeri yang memiliki fungsi untuk tambah, ubah serta hapus galeri. Olah data kontak yang memiliki fungsi ubah kontak.

Tahap Pembuatan Website

Pada tahap ini tim pengabdian membangun *website company profile* berdasarkan rancangan yang sudah dikerjakan pada tahap sebelumnya. Website dibangun dengan menggunakan *framework CodeIgniter 3.0* dengan *database MySQL*. Bahasa pemrograman yang digunakan dalam membangun website adalah *PHP, HTML, CSS, dan Javascript* (Saputra, 2020).

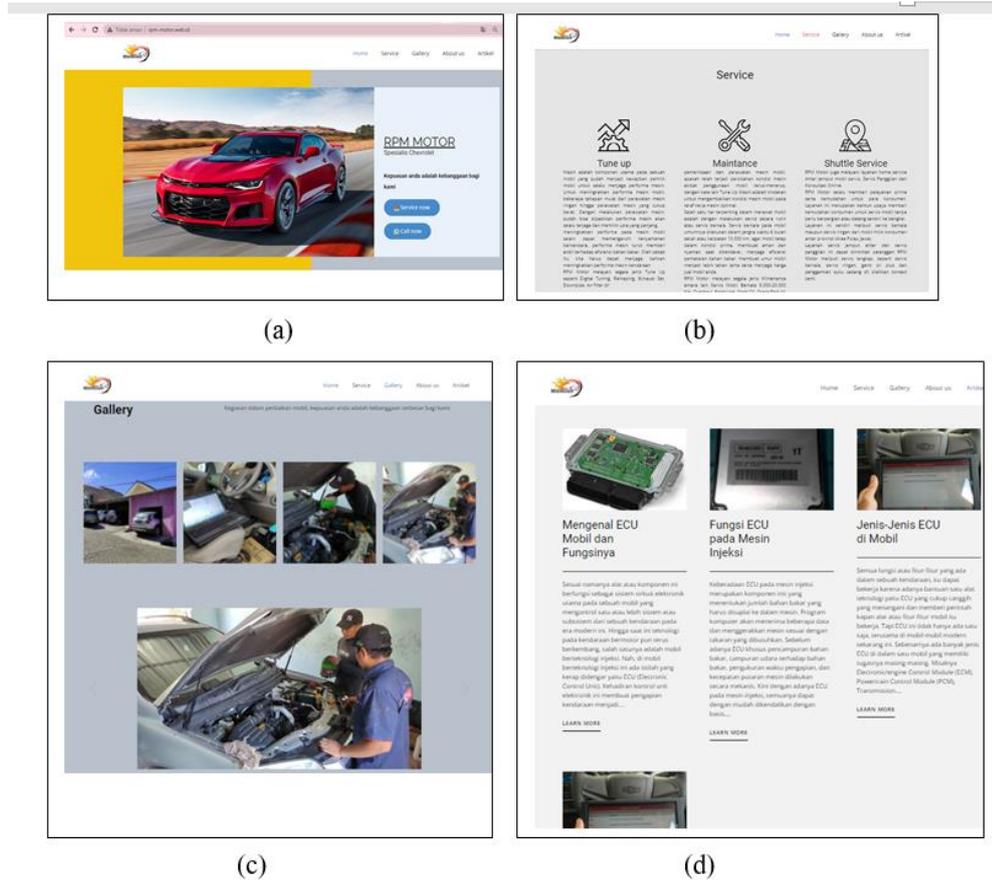
Tahap Implementasi

Pada tahapan implementasi sistem tim peneliti membagi menjadi dua kelompok tugas. Yang pertama adalah untuk pembuatan logo perusahaan, yang diketuai oleh Bapak Deddy Rudhistiar, S.Kom., M.Cs dengan dibantu oleh satu mahasiswa. Hasil logo perusahaan sesuai rancangan ditunjukkan pada Gambar 5. Pada dasarnya logo perusahaan bisa disebut sebagai identitas perusahaan, sehingga harus dapat mewakili karakter perusahaan sehingga dapat menunjukkan ciri khas perusahaan. Dalam hal ini identitas perusahaan mitra merupakan perusahaan jasa yaitu bengkel kendaraan bermotor roda empat dengan khusus melayani vendor *chevrolet* dengan mencantumkan logo perusahaan ternama yaitu logo *chevrolet*. Warna yang ada pada logo perusahaan memiliki warna kuning, merah, orange dan hitam. Warna kuning pada logo mewakili pemilik perusahaan yang bersifat muda, memiliki kreativitas tinggi dan bersemangat. Warna merah memberikan arti semangat dan enerjik. Warna *orange* mengartikan bahwa perusahaan memiliki semangat kerja yang tinggi dan selalu positif, yang diikuti oleh bentuk yang menyerupai api (Febri, 2020). Warna hitam mengartikan layanan yang diberikan oleh perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada *customer*.



Gambar 5. Logo perusahaan RPM Motor

Tahap kedua yaitu implementasi *website company profil*. Pada tahap ini dihandle oleh Ibu Nurlaily Vendyansyah, S.T., M.T. dengan dibantu oleh dua mahasiswa. Luaran dari tahap ini adalah berupa *website company profil* yang dapat diakses melalui internet pada laman [url http://rpm-motor.web.id/](http://rpm-motor.web.id/). Pada pekerjaan ini tim pengabdian banyak dibantu oleh Bapak Roviq Nur Wanto dalam mendapatkan data yang kemudian digunakan untuk mengisi konten *website*. Halaman utama *website company profil* RPM Motor ditunjukkan Gambar 6.



Gambar 6. Tampilan halaman *website company profile* RPM Motor

Tahap Pengujian Website

Tahap akhir dalam membangun *website company profile* ini adalah pengujian *website*. Pada tahap ini digunakan metode *blackbox*, yaitu menguji fungsi *website* apakah sudah sesuai dengan fungsi yang diharapkan dengan (Ningrum, Suherman, Aryanti, Prasetya, & Saifudin, 2019) menggunakan *web browser*. Pada tahap ini sebagai penanggung jawab adalah Ibu Nurlaily Vendyansyah,S.T.,M.T. bersama dengan tim mahasiswa. *Browser* yang digunakan dalam pengujian ini adalah *browser* yang banyak digunakan untuk membuka halaman *website* yaitu *Mozilla Firefox* dan *Google Chrome*. Hasil pengujian fungsi sistem untuk *guest* dapat ditunjukkan pada Tabel 1, sedangkan hasil pengujian fungsi sistem untuk *admin* ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 1. Hasil pengujian fungsi sistem untuk *guest*

No.	Fungsi	Web Browser	
		Mozilla Firefox	Google Chrome
1	Halaman halaman utama	√	√
2	Halaman sejarah perusahaan	√	√
3	Halaman informasi layanan jenis <i>service</i>	√	√
4	Halaman galeri	√	√
5	Halaman artikel	√	√
6	Halaman kontak perusahaan	√	√

Keterangan : √ = Berfungsi, x = Tidak berfungsi

Tabel 2. Hasil pengujian fungsi sistem untuk *admin*

No.	Fungsi	Web Browser	
		Mozilla Firefox	Google Chrome
1	Halaman <i>login</i>	√	√
2	Halaman halaman utama	√	√
3	Halaman ubah profil perusahaan	√	√
4	Halaman menambahkan artikel baru	√	√
5	Halaman ubah artikel	√	√
6	Halaman hapus artikel	√	√
7	Halaman menambahkan gambar galeri	√	√
8	Halaman ubah galeri	√	√
9	Halaman hapus galeri	√	√
10	Halaman menambah <i>service</i>	√	√
11	Halaman ubah <i>service</i>	√	√
12	Halaman hapus <i>service</i>	√	√
13	Halaman ubah informasi kontak perusahaan	√	√
14	Halaman <i>logout</i>	√	√

Keterangan : √ = Berfungsi, x = Tidak berfungsi

Pelatihan

Pada tahap ini tim pengabdian memberikan kursus singkat kepada pemilik perusahaan mitra yaitu Bapak Roviq Nur Wanto agar dapat mengoperasikan konten *website company profil* yang akan menjadi miliknya (Kursus, 2020). Proses pembelajaran ini dihandle oleh Bapak Peniel Immanuel Gultom, S.T., M.T. yang dibantu dengan mahasiswa. Tim pengabdian memberikan informasi bahwa pemilik perusahaan adalah sebagai *admin website*, sehingga dapat mengelola konten *website* yang sesuai dengan keinginan dan *website* dapat diakses melalui *internet* pada laman url <http://rpm-motor.web.id/> dan akan aktif hingga Juni 2022. Proses pembelajaran menitik beratkan tentang bagaimana cara untuk (1) mengubah teks profil perusahaan, ubah gambar profil perusahaan, termasuk di dalamnya ubah informasi kontak perusahaan, (2) menambahkan, mengubah, menghapus artikel, (3) menambahkan, mengubah, menghapus galeri, serta (4) menambahkan, mengubah, menghapus jasa servis.



7. Pelatihan di mitra

Respon Mitra

Untuk mengetahui tingkat keberhasilan tim pengabdian dalam melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, maka dilakukan evaluasi. Evaluasi dilakukan dengan memberikan kuisisioner berupa pertanyaan kepada pemilik perusahaan yaitu Bapak Roviq Nur Wanto. Proses evaluasi dilakukan tiga bulan setelah *website dihosting*. Pertanyaan digunakan untuk mendapatkan informasi penggunaan jasa layanan dalam satu bulan terakhir. Detail kuisisioner ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah ada peningkatan jumlah transaksi layanan dibandingkan dengan sebelum memiliki <i>website</i> ? Jika ada berapa persentasenya ?	Ada, 40%
2	Apakah ada penambahan jumlah <i>customer</i> baru ?	Ada, 13%
3	Berkaitan dengan no.2, <i>customer</i> memperoleh info bengkel darimana ?	<i>Website, Google Map</i>
4	Berkaitan dengan no.2, berasal darimanakah wilayah domisili <i>customer</i> ?	Surabaya, Malang, Sidoarjo, Batu
5	Apakah ada penambahan jumlah pengguna layanan servis panggilan (<i>shuttle servis</i>) ? Jika ada berapa persentasenya ?	Ada, 34%
6	Apakah <i>customer</i> terbantu menemukan alamat perusahaan melalui <i>Google Map</i> ?	Ya

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi, maka didapatkan hasil bahwa kegiatan pengabdian masyarakat memberikan peningkatan jumlah transaksi layanan sebesar 40%. Dengan tersebarnya informasi testimoni *customer* terhadap layanan perusahaan mampu menambah kepercayaan kepada *customer* baru yang kemudian dapat digunakan sebagai alasan penentu dipilihnya RPM Motor sebagai penyedia layanan servis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terimakasih kepada (1) Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Institut Teknologi Nasional Malang yang telah memberikan dukungan atas terlaksananya kegiatan ini. (2) Kepada Bapak Roviq Nur Wanto pemilik bengkel RPM Motor yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan kerjasama.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, E. Y., & Irviani, R. (2017). *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Fatimah, K. (2020). PERANCANGAN COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI CV. BAROTEK. *Ikonik : Jurnal Seni dan Desain*, 13-20.
- Febri, R. (2020, Desember 23). *Arti Warna Pada Logo*. Retrieved from bpptik: <https://bpptik.kominfo.go.id/2020/12/23/8500/arti-warna-pada-logo/>
- Kursus*. (2020, June 5). Retrieved from *Kursus*: <https://id.wikipedia.org/wiki/Kursus>
- Ningrum, F. C., Suherman, D., Aryanti, S., Prasetya, H. A., & Saifudin, A. (2019). Pengujian Black Box pada Aplikasi Sistem Seleksi Sales Terbaik Menggunakan Teknik Equivalence Partitions. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang, Vol.4, No.4*, 125-130.
- Nugroho, A. (2010). *Rekayasa Perangkat Lunak Berorientasi Objek dengan Metode USDP (Unified Software Development Process)*. Yogyakarta: Andi.
- Saputra, A. (2020). *Buku Sakti HTML, CSS dan Javascript Pemrograman Web Itu Gampang*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.