

ABSTRAK

Laporan akhir ini membahas perancangan *website* pada Nyemil Keripik menggunakan Wix sebagai media promosi dan informasi yang memudahkan konsumen memperoleh informasi produk. Metode yang digunakan adalah *Research and Development* (R&D) dengan model ADDIE. Jenis data yang digunakan yaitu data eksplorasi, data perancangan, data uji coba dan evaluasi serta sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang didapat melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan penulis dengan pemilik usaha Nyemil Keripik. Sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber seperti jurnal, buku dan sumber referensi. Permasalahan yang dihadapi Nyemil Keripik adalah promosi melalui Instagram yang belum optimal karena belum tersedianya informasi lengkap mengenai deskripsi produk, harga, dan varian keripik. Selain itu, konten promosi yang digunakan cenderung berulang sehingga kurang menarik perhatian konsumen. Hal ini terlihat dari rendahnya jangkauan promosi dengan 21 interaksi dan 59 aktivitas profil dari 2.298 pengikut, serta volume penjualan yang mengalami pasang surut dalam tiga tahun terakhir. Sebagai solusi, dirancang *website* yang memuat profil usaha, katalog produk, deskripsi, harga, varian keripik, dan kontak pemesanan. Setelah *website* digunakan, interaksi Instagram meningkat menjadi 122 akun, aktivitas profil menjadi 320, dan kunjungan *website* mencapai 76 pengunjung. Volume penjualan juga meningkat dari rata-rata 10 kg keripik per minggu menjadi 18 kg per minggu. Oleh karena itu, *website* perlu dikelola secara rutin melalui pembaruan konten dan pemanfaatan Instagram untuk membagikan tautan *website* kepada calon konsumen.

Kunci: Perancangan, Website, Aplikasi Wix, Promosi,

ABSTRACT

This final report discusses the design of a website for Nyemil Keripik using Wix as a promotional and informational medium that makes it easier for consumers to obtain product information. The method used is Research and Development (R&D) with the ADDIE model. The types of data used are exploration data, design data, trial and evaluation data, and the data sources used are primary and secondary data. Primary data was obtained through observations, interviews, and documentation conducted by the author with the Nyemil Keripik business owner. While secondary data was obtained from sources such as journals, books, and reference sources. The problem faced by Nyemil Keripik is that promotion via Instagram is not optimal due to the lack of complete information regarding product descriptions, prices, and chip variants. In addition, the promotional content used tends to be repetitive, making it less attractive to consumers. This is evident from the low promotional reach with 21 interactions and 59 profile activities from 2,298 followers, as well as sales volume that has fluctuated over the past three years. As a solution, a website was designed that includes a business profile, product catalog, descriptions, prices, chip variants, and ordering contacts. After the website was launched, Instagram interactions increased to 122 accounts, profile activity to 320, and website visits reached 76. Sales volume also increased from an average of 10 kg of chips per week to 18 kg per week. Therefore, the website requires regular management through content updates and utilizing Instagram to share the website link with potential customers.

Keywords: Design, Website, Wix Application, Promotion