

Digitalization of Marketing for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Amplang Arsyla Using WordPress

Afit Nur Rahman¹⁾, Salmon²⁾, dan Amelia Yusnita³⁾

1,3Teknik Informatika, STMIK Widya Cipta Dharma

3Sistem Informasi, STMIK Widya Cipta Dharma

1,2,3Jl. M. Yamin No 25, Samarinda, 75123

E-mail: 2043026@wicida.ac.id¹⁾, salmon@wicida.ac.id²⁾, amelia@wicida.ac.id³⁾

ABSTRACT

This research aims to design and develop a Website-based digital marketing system to assist the MSME Amplang Arsyla in increasing product visibility and sales. Located in Penyinggahan District, West Kutai Regency, East Kalimantan, Amplang Arsyla is a local cracker business that has yet to optimize digital platforms for marketing. The research utilizes WordPress as the primary development platform due to its user-friendliness, flexibility, and rich plugin ecosystem suitable for MSMEs. The development method used is the Waterfall model, comprising five stages: requirement analysis, system design, implementation, testing, and maintenance. Data were collected through interviews, direct observations, and literature review. The resulting website features product catalogs, company profiles, contact information, and an order form connected to WhatsApp to enhance customer interaction and ordering efficiency. Beta testing conducted with 10 respondents showed high satisfaction levels with the website's design, navigation, and clarity of information. The findings indicate that WordPress provides an effective and accessible solution for MSMEs aiming to enter the digital market. This study concludes that digital marketing via WordPress enhances competitiveness and provides a scalable tool for promoting local products.

Keywords: Digital Marketing, WordPress, MSMEs, Amplang, Website

Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM Kerupuk Amplang Arsyla Menggunakan WordPress

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan sistem pemasaran digital berbasis Website guna membantu UMKM Kerupuk Amplang Arsyla dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan produk secara daring. UMKM ini berlokasi di Kecamatan Penyinggahan, Kabupaten Kutai Barat, Kalimantan Timur. Platform WordPress dipilih karena memiliki antarmuka yang ramah pengguna, fleksibel, serta dilengkapi dengan berbagai plugin yang mendukung kebutuhan pemasaran UMKM. Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah model Waterfall, yang terdiri dari lima tahapan: analisis kebutuhan, desain sistem, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi langsung, dan studi literatur. Website yang dikembangkan memuat katalog produk, profil usaha, kontak, serta formulir pemesanan yang terhubung ke WhatsApp untuk mempermudah komunikasi dan transaksi. Hasil uji coba beta kepada 10 responden menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap desain, kemudahan navigasi, dan penyampaian informasi pada website. Penelitian ini menyimpulkan bahwa WordPress merupakan solusi digitalisasi pemasaran yang efektif, efisien, dan mudah diimplementasikan oleh pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas di era digital.

Kata Kunci: Digitalisasi Pemasaran, WordPress, UMKM, Amplang, Website

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja. Namun, meskipun kontribusinya besar, UMKM menghadapi

berbagai tantangan, khususnya dalam hal pemasaran produk.

Banyak UMKM masih mengandalkan metode konvensional seperti penjualan langsung, promosi dari mulut ke mulut, atau pemasaran di pasar tradisional. Metode ini memiliki keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas, terlebih di era digital saat ini yang menuntut efisiensi dan kecepatan informasi. Salah satu contohnya adalah UMKM

Kerupuk Amplang Arsyla di Kecamatan Penyinggahan, Kabupaten Kutai Barat, Kalimantan Timur, yang hingga kini belum memaksimalkan digitalisasi dalam proses pemasaran produknya.

Peluang digitalisasi melalui pengembangan Website menjadi salah satu solusi potensial. Website memungkinkan pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk, menyajikan informasi usaha secara profesional, dan menjangkau konsumen lebih luas secara daring. WordPress menjadi pilihan platform yang ideal karena kemudahan penggunaannya, fleksibilitas tinggi, serta didukung berbagai plugin seperti katalog produk, integrasi media sosial, dan optimasi SEO. Beberapa studi sebelumnya seperti oleh Aisyah & Rachmadi (2022) serta Yuniarti et al. (2022) telah menunjukkan bahwa digitalisasi pemasaran mampu meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM. Namun, implementasi ini masih terhambat oleh keterbatasan pemahaman teknis pelaku UMKM terhadap platform digital.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan untuk merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital berbasis Website menggunakan WordPress pada UMKM Amplang Arsyla. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi solusi sekaligus panduan praktis bagi pelaku UMKM lain yang ingin mengembangkan strategi pemasaran digital secara mandiri.

2. RUANG LINGKUP

2.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

Bagaimana cara mengembangkan strategi pemasaran digital untuk produk kerupuk Amplang Arsyla melalui platform WordPress?

2.2 Batasa Masalah

Dalam penelitian ini, batasan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Fokus pada Pemasaran Digital: Penelitian ini hanya membahas strategi pemasaran secara digital untuk produk kerupuk Amplang Arsyla.

2. Penggunaan WordPress sebagai Platform: Penelitian ini hanya menggunakan WordPress sebagai media utama untuk membuat Website pemasaran produk

2.3 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara pemasaran produk kerupuk Amplang Arsyla sebelum menggunakan media digital. Penelitian ini juga bertujuan untuk membuat dan menggunakan Website dengan platform WordPress sebagai media pemasaran produk. Selain itu, melihat seberapa besar pengaruh WordPress dalam membantu memperkenalkan produk Amplang Arsyla ke lebih banyak orang.

2.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat baik secara praktis maupun akademis, sebagai berikut:

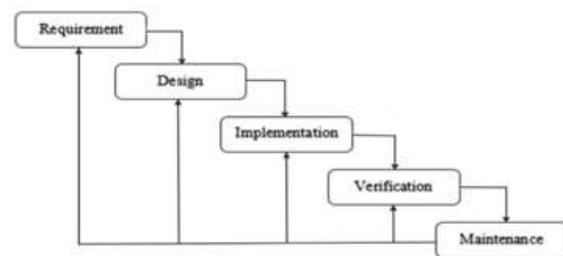
1. Bagi UMKM Amplang Arsyla: Memberikan solusi dalam meningkatkan strategi pemasaran melalui media digital, khususnya dengan penggunaan Website berbasis WordPress, agar produk lebih dikenal dan menjangkau pasar yang lebih luas.

2. Bagi Pelaku UMKM Lainnya: Menjadi referensi atau contoh dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk, terutama bagi UMKM yang belum memiliki Website sendiri.

3. Bagi Peneliti: Sebagai pengalaman dan pembelajaran dalam mengembangkan strategi pemasaran digital dan membuat situs web menggunakan platform WordPress secara langsung.

4. Bagi Dunia Pendidik Memberikan sumbangan pengetahuan dalam bidang pengetahuan dalam bidang teknologi informasi yang berkaitan dengan digitalisasi UMKM, serta menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

3. METODE PENGUJIAN



Gambar 1. Metode waterfall

Sumber: Wahid (2020), Analisis Metode Waterfall Pengembangan Sistem Informasi

3.1 Pengujian Beta

Menurut (Sasmita Susanto dkk., 2022) Beta test merupakan salah satu metode pengujian yang dilakukan untuk mengesahkan suatu perangkat lunak. Dalam metode ini biasa pengujian yang dilakukan yaitu dengan cara menyebarkan perangkat lunak kepada sekelompok orang yang mengerti dan paham akan media pembelajaran digital, Setelah itu, sekelompok orang tersebut akan diberikan kuesioner berisi pernyataan untuk menilai kepuasan, kemudahan, dan efektivitas sistem. Hasilnya dianalisis untuk mengevaluasi kualitas sistem.

Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = P/Q * 100\%$$

Yang mana Y = Nilai Persentase, P = Banyak Jawaban Responden, dan Q= Jumlah Responden.

4. METODE PENGUMPULAN DATA

Untuk menjelaskan dan memudahkan dalam rangkaian penelitian menghindari terjadinya kesalahan, maka metode penelitian yang diterapkan peneliti didasarkan pada metode-metode penelitian yang sudah umum, yaitu:

4.1 Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

4.2 Studi Pustaka

Saran untuk penelitian dengan judul atau topik yang mengacu kepada penelitian ini kedepannya dapat lebih baik lagi.

4.3 Pengamatan Langsung (Observasi)

Observasi merupakan kegiatan pengumpulan data dimana penelitian mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian. Dimaksudkan suatu cara pengambilan data melalui pengamatan langsung terhadap situasi atau peristiwa yang ada di lapangan.

4.4 Metode Pengembangan Sistem Waterfall

Penelitian ini menggunakan metode pengembangan sistem Waterfall, yang merupakan metode pengembangan perangkat lunak secara berurutan, di mana setiap tahap harus diselesaikan sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya. Metode ini dipilih karena memberikan struktur yang sistematis dan cocok untuk pengembangan Website statis seperti WordPress yang tidak memerlukan pemrograman kompleks. Adapun tahapan metode Waterfall yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

4.1 Requirement Analysis (Analisis Kebutuhan)

Tahap ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi dan kebutuhan sistem dari UMKM Amplang Arsyla, termasuk bagaimana proses pemasaran berjalan sebelum digitalisasi.

4.2 Desain Sistem (System Design)

Pada tahap ini dilakukan perancangan tampilan Website, struktur halaman, navigasi, serta fitur-fitur yang akan digunakan di dalam Website WordPress.

4.3 Implementasi (Implementation)

Tahap ini merupakan proses membangun Website menggunakan platform WordPress berdasarkan desain yang telah dirancang sebelumnya.

4.4 Pengujian (Testing)

Setelah Website selesai dibuat, dilakukan pengujian untuk memastikan semua fitur berjalan dengan baik, seperti tampilan halaman, form kontak, kecepatan akses, dan fungsionalitas menu.

4.5 Pemeliharaan (Maintenance)

Tahap ini dilakukan setelah Website digunakan oleh UMKM, dengan melakukan perbaikan atau pembaruan jika ditemukan kesalahan (bug) atau ada kebutuhan penambahan konten di masa mendatang.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini menghasilkan sebuah media pemasaran digital berupa situs web berbasis WordPress yang dirancang untuk mendukung aktivitas promosi dan penjualan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kerupuk Amplang Arsyla. Sebelum dilakukan digitalisasi, strategi pemasaran yang digunakan oleh pelaku usaha masih bersifat konvensional, seperti penjualan langsung di lokasi produksi, promosi dari mulut ke mulut, serta partisipasi dalam kegiatan bazar lokal. Metode tersebut dinilai kurang optimal karena memiliki jangkauan pasar yang terbatas dan tidak mampu menjangkau konsumen secara luas, terutama di era digital saat ini.

Pengembangan sistem pemasaran digital dilakukan melalui pendekatan metode waterfall, yang terdiri dari lima tahapan, yaitu: analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Pada tahap implementasi, peneliti merancang dan membangun sebuah situs web dengan alamat <https://amplangarsyla.com>. Situs web tersebut memuat berbagai fitur utama, antara lain halaman beranda, katalog produk, informasi kontak, dan formulir pemesanan yang terintegrasi langsung dengan aplikasi WhatsApp. Desain antarmuka pengguna dibuat responsif agar dapat diakses melalui berbagai perangkat, serta memberikan kemudahan dalam pengelolaan dan penggunaan baik oleh pemilik UMKM maupun konsumen.

Pengujian sistem dilakukan melalui dua metode, yaitu pengujian black box dan pengujian beta. Pengujian black box bertujuan untuk mengamati fungsionalitas sistem secara menyeluruh tanpa melihat struktur internal program. Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa seluruh fitur pada situs web, termasuk navigasi menu, tampilan katalog produk, formulir pemesanan, serta proses checkout, berfungsi dengan baik sesuai perancangan awal dan tidak ditemukan kesalahan fungsional (error).

Selanjutnya, pengujian beta dilakukan dengan melibatkan 10 responden yang mewakili pengguna awam. Para responden diberikan akses untuk menggunakan situs web, kemudian diminta memberikan penilaian terhadap beberapa aspek, yaitu desain tampilan, struktur navigasi, kecepatan akses, kejelasan informasi produk, serta kemudahan dalam melakukan pemesanan. Hasil kuesioner yang diperoleh dianalisis menggunakan rumus perhitungan persentase, dan menunjukkan bahwa rata-rata tingkat kepuasan pengguna mencapai 93,40%, yang termasuk dalam kategori sangat baik.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi pemasaran melalui pengembangan situs web berbasis WordPress mampu memberikan dampak positif terhadap UMKM Kerupuk Amplang Arsyla. Media digital ini secara signifikan meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pasar, memperkuat komunikasi dengan konsumen, serta memberikan kesan profesional dalam penyampaian informasi produk. Oleh karena itu, situs web yang telah dikembangkan dapat dijadikan sebagai alat bantu strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM, khususnya dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital saat ini.

5.2 Desain

Tahap desain sistem merupakan langkah lanjutan setelah analisis kebutuhan, yang bertujuan untuk merancang struktur dan antarmuka sistem agar sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pada tahap ini, perancangan dilakukan untuk memastikan bahwa sistem yang dikembangkan dapat berjalan secara optimal, memiliki alur navigasi yang jelas, serta mudah digunakan oleh pengguna akhir, baik pemilik usaha maupun konsumen.

Sistem yang dikembangkan dalam penelitian ini berupa situs web pemasaran digital yang dirancang khusus untuk UMKM Kerupuk Amplang Arsyla. Platform yang digunakan adalah WordPress, karena memiliki kemudahan dalam pengelolaan konten, dukungan fitur yang luas melalui plugin, serta kemampuannya untuk menghasilkan tampilan yang profesional tanpa memerlukan kemampuan pemrograman yang kompleks. Perancangan sistem mencakup beberapa aspek utama, yaitu:

Struktur Halaman Situs Web

Situs web dirancang dengan beberapa halaman utama yang saling terhubung.

Halaman-halaman tersebut meliputi:

Beranda (Home): Menyajikan informasi ringkas mengenai usaha Amplang Arsyla dan produk unggulan yang ditawarkan.

Tentang Kami:

Memberikan penjelasan singkat mengenai latar belakang usaha, visi dan misi, serta nilai-nilai usaha.

Katalog Produk:

Menampilkan daftar produk dalam bentuk galeri, lengkap dengan nama produk, deskripsi, ukuran, harga, dan foto.

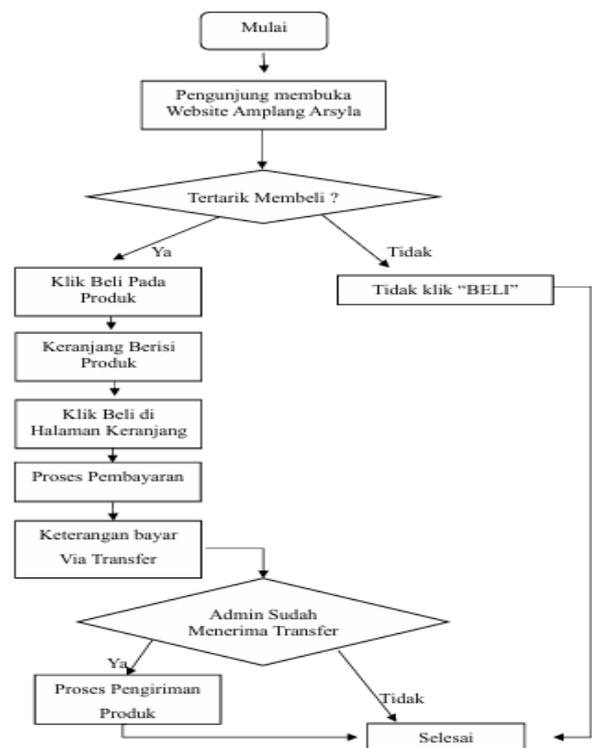
Kontak: Menyediakan informasi seperti alamat lengkap usaha, nomor telepon, email, serta tautan langsung ke WhatsApp.

Formulir Pemesanan: Mengarahkan konsumen ke aplikasi WhatsApp untuk melakukan pemesanan secara langsung dan instan. Tampilan Antarmuka Pengguna (User Interface) Antarmuka situs web dirancang agar sederhana, informatif, dan responsif, sehingga dapat diakses dengan baik melalui perangkat desktop maupun perangkat seluler. Elemen desain seperti ikon navigasi, tombol aksi, warna latar belakang, serta ukuran teks, disesuaikan dengan prinsip kenyamanan visual dan

keterbacaan tinggi. Navigasi Situs Web Navigasi pada situs web dibuat intuitif dan mudah dipahami oleh pengguna. Menu navigasi utama diletakkan di bagian atas halaman (header) dan tersedia pada setiap halaman situs, sehingga memudahkan pengguna dalam berpindah dari satu halaman ke halaman lainnya tanpa mengalami kebingungan. Integrasi Komunikasi Situs web dilengkapi dengan tombol pemesanan yang langsung terhubung ke WhatsApp, sehingga mempermudah pelanggan untuk melakukan pembelian atau bertanya tentang produk. Selain itu, pengguna juga dapat mengakses informasi lokasi usaha melalui tautan Google Maps yang disematkan di halaman kontak. Kemudahan Pengelolaan Konten Dengan menggunakan WordPress, pemilik UMKM dapat mengelola situs secara mandiri. Hal ini mencakup kemampuan untuk menambahkan produk baru, memperbarui harga, mengunggah foto terbaru, hingga menulis informasi tambahan yang relevan tanpa memerlukan keahlian teknis.

Melalui tahapan desain ini, diharapkan situs web yang dikembangkan mampu memenuhi kebutuhan pemasaran digital UMKM Amplang Arsyla, serta memberikan pengalaman yang baik kepada pengguna dalam mengakses informasi dan melakukan transaksi secara daring.

Flowchart adalah bagan alur yang digunakan untuk menggambarkan urutan atau alur proses secara visual. Flowchart menunjukkan langkah-langkah dalam suatu sistem atau proses dengan menggunakan simbol-simbol standar.



Gambar 4.2 Flowchart alur navigasi Website

5.3 Pengujian

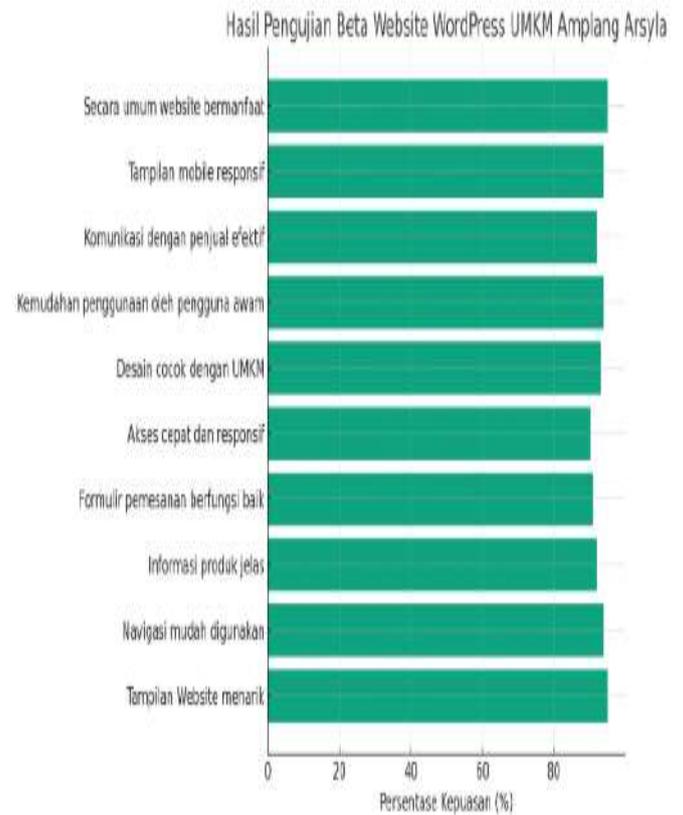
Pengujian beta dilakukan terhadap Website pemasaran berbasis WordPress yang dikembangkan untuk UMKM Kerupuk Amplang Arsyla. Pengujian ini melibatkan 10 responden yang diminta untuk menilai berbagai aspek penting dari Website melalui kuesioner yang disusun secara sistematis. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memperoleh umpan balik langsung dari pengguna mengenai kenyamanan, kejelasan informasi, efektivitas fungsi, serta kesesuaian desain dengan kebutuhan UMKM.

Terdapat sepuluh aspek yang diuji, antara lain: tampilan antarmuka, navigasi, kejelasan informasi produk, kecepatan akses, kemudahan dalam mengisi formulir pemesanan, serta tampilan pada perangkat mobile. Selain itu, penilaian juga mencakup sejauh mana Website mempermudah komunikasi antara konsumen dan pelaku UMKM, serta apakah Website secara keseluruhan dianggap bermanfaat dalam mendukung kegiatan promosi dan pemasaran.

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh nilai persentase tingkat kepuasan pengguna dengan rentang antara **90% hingga 95%**. Nilai tertinggi dicapai pada aspek "Tampilan Website menarik" dan "Website secara umum bermanfaat", yang keduanya memperoleh tingkat kepuasan sebesar **95%**. Aspek lainnya seperti "Navigasi mudah digunakan" dan "Tampilan responsif pada perangkat mobile" juga mendapatkan skor yang sangat baik, yakni **94%**. Hasil ini menunjukkan bahwa Website telah memenuhi harapan pengguna dari segi visual, fungsi, dan kenyamanan penggunaan.

Dengan rata-rata nilai kepuasan sebesar **93,40%**, dapat disimpulkan bahwa Website yang dikembangkan secara umum dinilai sangat efektif, mudah digunakan, dan mampu memberikan pengalaman pengguna yang baik. Ini menjadi bukti bahwa digitalisasi pemasaran melalui platform WordPress merupakan pendekatan yang tepat dan relevan bagi UMKM seperti Amplang Arsyla dalam meningkatkan daya saing serta menjangkau konsumen secara lebih luas di era digital.

Diagram batang yang disajikan juga memperkuat visualisasi dari temuan ini, memperlihatkan bahwa seluruh aspek yang diuji menunjukkan hasil yang konsisten dan memuaskan. Dengan demikian, Website ini berpotensi besar untuk digunakan sebagai media promosi utama oleh UMKM Amplang Arsyla secara berkelanjutan.



6. PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai digitalisasi pemasaran produk UMKM Kerupuk Amplang Arsyla menggunakan platform WordPress, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Penerapan strategi pemasaran digital melalui pengembangan Website berbasis WordPress terbukti efektif dalam mendukung promosi dan distribusi informasi produk UMKM Kerupuk Amplang Arsyla. Website yang dikembangkan memuat informasi penting seperti profil usaha, katalog produk, harga, serta kontak pemesanan yang dapat diakses secara mudah oleh konsumen.
2. Proses digitalisasi pemasaran melalui Website mampu meningkatkan jangkauan pasar dan memberikan kemudahan komunikasi antara penjual dan pembeli, khususnya melalui integrasi dengan aplikasi WhatsApp. Hal ini memberikan nilai tambah dalam membangun hubungan langsung antara UMKM dan konsumen.
3. Metode pengembangan sistem yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Waterfall, yang terdiri dari beberapa tahapan terstruktur seperti analisis kebutuhan, desain sistem, implementasi, pengujian, hingga pemeliharaan. Metode ini terbukti sesuai dalam membangun Website sederhana yang memenuhi kebutuhan pelaku usaha.

4. Website pemasaran yang telah dikembangkan dan diimplementasikan pada alamat <https://amplangarsyla.com> berhasil menampilkan produk secara informatif, profesional, dan menarik, sehingga diharapkan dapat membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing di era digital.

5. Telah dilakukan pengujian terhadap sistem menggunakan metode Blackbox Testing, yang menunjukkan bahwa seluruh fungsi pada Website dapat berjalan dengan baik sesuai dengan yang diharapkan. Selain itu, dilakukan pula pengujian beta terhadap 10 orang pengunjung sebagai responden untuk menilai tingkat kepuasan pengguna terhadap Website yang telah dikembangkan. Hasil dari pengujian beta tersebut menunjukkan tingkat kepuasan yang sangat tinggi, dengan nilai rata-rata sebesar 93,40%, yang mengindikasikan bahwa Website mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna dengan baik.

6.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pelaku UMKM, disarankan untuk terus mengelola dan memperbarui konten Website secara berkala, baik dari segi informasi produk, harga, maupun promosi, guna menjaga relevansi dan minat konsumen.

2. Pengembangan lebih lanjut dapat dilakukan dengan menambahkan fitur pembayaran otomatis, pelacakan pengiriman, dan testimoni pelanggan agar Website lebih interaktif dan mampu meningkatkan pengalaman pengguna.

3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan evaluasi jangka panjang terhadap pengaruh Website terhadap peningkatan penjualan serta kepuasan pelanggan, agar dapat diperoleh gambaran dampak nyata dari digitalisasi pemasaran ini.

4. Diperlukan pelatihan lanjutan bagi pelaku UMKM agar mampu mengelola Website secara mandiri, baik dalam hal teknis maupun strategi pemasaran digital, untuk mendukung keberlanjutan sistem yang telah dibangun.

7. DAFTAR PUSTAKA

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing (7th ed.)*. Pearson Education Limited.

Febiharsa, D., Sudana, I. M., & Hudallah, N. (2019). Uji fungsionalitas (Blackbox Testing) sistem informasi LSP Batik. *Joined Journal (Journal of Informatics Education)*. Hidayat, D. (2021).

Strategi pemasaran digital berbasis Website dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2).

Hidayat, R., Nugroho, D., & Lestari, M. (2020). Analisis penggunaan CMS WordPress dalam optimalisasi Website UMKM. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 8(1).

Iskandar, D. (2020). Pemanfaatan WordPress sebagai sarana pemasaran produk UMKM di era digital. *Jurnal Teknologi dan Informasi*, 8(1).

Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Laporan tahunan UMKM Indonesia*. Kemenkop UKM RI.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran (15th ed.)*. Erlangga.

Kurniawan, A. (2023). Penerapan media Digital Marketing menggunakan Website untuk meningkatkan penjualan UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 6(1).

Putri, A. R., & Wibowo, M. A. (2021). Peran Website dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada UMKM di era digital. *Jurnal Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi*, 6(2).

Putri, M. A., & Supriyanto, H. (2021). Analisis penerapan strategi Digital Marketing pada UMKM kuliner. *Jurnal Pengembangan UMKM Digital*, 4(3).

Rachmadi, K. R., & Aisyah, S. (2022). Digitalisasi pemasaran melalui katalog online dalam mendorong peningkatan minat beli konsumen UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 3(1).

Rahmawati, E. (2022). Pemberdayaan UMKM melalui Website berbasis WordPress. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Digitalisasi Bisnis*, 3(2).

Sasmita Susanto, S., et al. (2022). Pengujian beta dalam evaluasi media pembelajaran digital. *Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran Digital*, 8(2).

Sitorus, R. (2015). *Algoritma dan pemrograman*. Andi Offset. 56

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penelitian ini dapat di selesaikan dengan baik. Dan penulis berterima kasih atas bimbinganya kepada dosen pembimbing penulis, yaitu Salmon, S.Kom., M.Kom dan Ibu Amelia Yusnita, S.Kom., M.Kom. Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam karya tulis ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat membangun dan juga memohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan dalam penulisan ini. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat bagi pembaca.