

Implementasi Website Pemasaran Digital Berbasis CMS untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Kuliner “Janenake”

Implementation of a CMS-Based Marketing Website to Enhance “Janenake” Culinary MSME Visibility

Berlian Juliarta Martin Putra¹, Anwar Fu’adi², Agus Prianggono³, Bagus Hikmahwan⁴

^{1,2,3} Akademi Komunitas Negeri Pacitan

Email : ¹ berlian@aknpacitan.ac.id, ² anwar@aknpacitan.ac.id, ³ agus@aknpacitan.ac.id, ⁴ bagus@aknpacitan.ac.id

ABSTRACT

This activity aims to enhance the digital marketing capacity of Janenake, a culinary business managed by PT Impresso Creative Pacitan, through the development of a website as a promotional medium. The main problem faced by the partner was limited marketing reach and underutilization of digital technology. The program was conducted through needs analysis, website design and development using the WordPress platform with the Software Development Life Cycle (SDLC) Waterfall approach, and training on website management for the business owner. The results indicate that the Janenake website was successfully developed and functions as an informative, responsive, and user-friendly digital marketing tool. The training activities improved the partner’s ability to manage website content independently. The presence of the website has provided an initial positive impact by increasing business visibility and strengthening the partner’s readiness to implement sustainable digital marketing strategies. This program is expected to serve as a model for website-based digital empowerment of micro and small enterprises.

Keywords : digital marketing, website, MSMEs, WordPress

ABSTRAK

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pemasaran digital usaha kuliner Janenake yang dikelola oleh PT Impresso Creative Pacitan melalui pengembangan website sebagai media promosi. Permasalahan utama mitra adalah keterbatasan jangkauan pemasaran dan belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi analisis kebutuhan mitra, perancangan dan pengembangan website menggunakan platform WordPress dengan pendekatan *Software Development Life Cycle (SDLC) Waterfall*, serta pelatihan pengelolaan website bagi pemilik usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa website Janenake berhasil dikembangkan dan dapat digunakan sebagai sarana promosi digital yang informatif, responsif, dan mudah dikelola. Pelatihan yang diberikan mampu meningkatkan keterampilan mitra dalam mengelola konten website secara mandiri. Keberadaan website memberikan dampak awal berupa peningkatan visibilitas usaha dan kesiapan mitra dalam menerapkan strategi pemasaran digital secara berkelanjutan. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pendampingan digitalisasi UMKM berbasis website.

Kata kunci: pemasaran digital, website, UMKM, WordPress

I. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, khususnya dalam penciptaan lapangan kerja dan penguatan ekonomi lokal. Pada sektor kuliner, persaingan usaha semakin meningkat seiring dengan perubahan perilaku konsumen yang mulai mengandalkan media digital dalam mencari informasi produk dan layanan. Namun demikian, masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal sebagai sarana pemasaran.

PT Impresso Creative Pacitan melalui usaha kuliner Janenake merupakan salah satu UMKM yang memiliki potensi produk lokal, tetapi menghadapi keterbatasan dalam jangkauan promosi dan pemanfaatan media digital. Pemasaran yang masih bersifat konvensional menyebabkan informasi produk belum tersebar secara luas dan berkelanjutan. Kondisi tersebut berdampak pada terbatasnya visibilitas usaha di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Salah satu solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah penerapan strategi pemasaran digital berbasis website. Website

dapat berfungsi sebagai pusat informasi usaha, media promosi, serta sarana untuk meningkatkan kredibilitas dan daya saing UMKM. Melalui website yang dikelola dengan baik, pelaku usaha dapat menyampaikan informasi produk secara lebih terstruktur dan mudah diakses oleh masyarakat.

Penelitian terdahulu yang pernah kami lakukan berkaitan dengan pengembangan web yaitu pengelolaan magang[1], inventori toko[2], sistem informasi pariwisata[3], katalog umkm[4] dan pengelolaan pembelian dan produksi Aren[5].

Berdasarkan permasalahan dan latar belakang tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan website Janenake sebagai media pemasaran digital serta meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola website secara mandiri. Diharapkan kegiatan ini dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas usaha dan menjadi langkah awal dalam mendukung transformasi digital UMKM secara berkelanjutan.

II. LANDASAN TEORI

A. Pemasaran Digital untuk UMKM

Pemasaran digital merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital dan internet untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif[6]. Dalam konteks UMKM, pemasaran digital berperan penting dalam meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pasar, serta membangun hubungan dengan pelanggan. Pemanfaatan media digital memungkinkan pelaku usaha untuk menyampaikan informasi produk secara cepat, interaktif, dan berkelanjutan.

Website menjadi salah satu elemen utama dalam pemasaran digital karena berfungsi sebagai pusat informasi usaha. Website yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan kredibilitas UMKM serta memudahkan konsumen dalam memperoleh informasi terkait produk, layanan, dan identitas usaha[7]. Selain itu, website memungkinkan integrasi dengan berbagai platform digital lain, seperti media sosial, sehingga mendukung strategi pemasaran yang lebih terpadu.

B. Website sebagai Media Promosi Usaha

Website sebagai media promosi berperan dalam menampilkan profil usaha, katalog produk, serta keunggulan yang dimiliki oleh suatu UMKM[8]. Desain website yang responsif dan mudah digunakan

menjadi faktor penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna. Informasi yang disajikan secara jelas dan menarik dapat meningkatkan minat konsumen serta memperkuat citra profesional usaha[9].

Bagi UMKM kuliner, website tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi antara pelaku usaha dan pelanggan. Keberadaan website memungkinkan usaha untuk memperluas jangkauan promosi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu, sehingga mendukung peningkatan daya saing di era digital[10].

C. Pengembangan Website dengan WordPress

WordPress merupakan sistem manajemen konten (Content Management System) yang banyak digunakan dalam pengembangan website karena kemudahan penggunaan dan fleksibilitasnya[11]. Platform ini memungkinkan pengguna non-teknis untuk mengelola konten website secara mandiri tanpa memerlukan kemampuan pemrograman yang kompleks. Selain itu, WordPress mendukung berbagai tema dan plugin yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pemasaran digital UMKM.

Penggunaan WordPress dalam kegiatan ini mendukung tujuan pemberdayaan mitra, karena memungkinkan keberlanjutan pengelolaan website setelah kegiatan pendampingan selesai. Dengan pemanfaatan WordPress, UMKM dapat melakukan pembaruan konten secara mandiri dan berkelanjutan sesuai dengan perkembangan usaha.

D. Metode SDLC Waterfall dalam Pengembangan Sistem

Software Development Life Cycle (SDLC) merupakan kerangka kerja yang digunakan dalam pengembangan sistem informasi secara terstruktur.[12] Metode Waterfall adalah salah satu model SDLC yang dilakukan secara berurutan, mulai dari analisis kebutuhan, perancangan, implementasi, hingga pengujian sistem. Pendekatan ini sesuai untuk pengembangan sistem dengan kebutuhan yang relatif jelas dan terdefinisi sejak awal[13].

Dalam kegiatan ini, metode SDLC Waterfall digunakan untuk memastikan proses pengembangan website berjalan secara sistematis dan terencana. Penerapan metode ini membantu menghasilkan website yang sesuai dengan kebutuhan mitra serta mudah digunakan sebagai media pemasaran digital.

III. METODE PENELITIAN

Kegiatan ini dilaksanakan dengan pendekatan deskriptif-aplikatif, yang berfokus pada pemecahan permasalahan mitra melalui penerapan teknologi informasi. Metode yang digunakan mencakup beberapa tahapan kegiatan yang disusun secara sistematis untuk menghasilkan luaran yang sesuai dengan kebutuhan mitra.

Tahap pertama adalah analisis kebutuhan, yang dilakukan melalui observasi dan diskusi langsung dengan mitra untuk mengidentifikasi permasalahan pemasaran serta kebutuhan fungsional website. Pada tahap ini dikumpulkan informasi terkait profil usaha, jenis produk, dan media pemasaran yang telah digunakan sebelumnya.



Gambar 1 Metode Pelaksanaan

Tahap kedua adalah perancangan dan pengembangan website, yang dilakukan menggunakan platform WordPress dengan menerapkan pendekatan *Software Development Life Cycle (SDLC) Waterfall*. Proses ini meliputi perancangan struktur menu dan tampilan website, implementasi sistem, serta penyesuaian konten agar sesuai dengan karakteristik usaha kuliner Janenake.

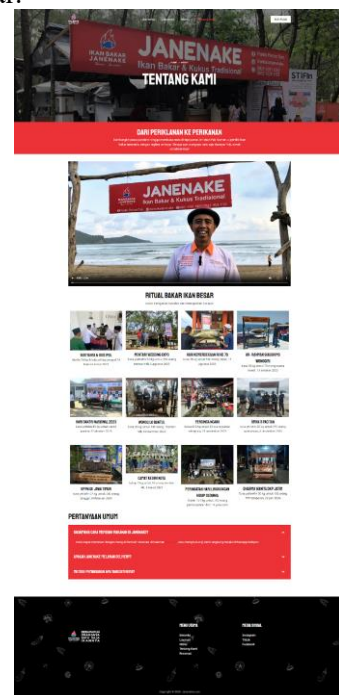
Tahap ketiga adalah pengujian dan evaluasi, yang bertujuan untuk memastikan website berfungsi dengan baik dan mudah digunakan. Pengujian dilakukan secara langsung oleh tim pelaksana dan mitra dengan menilai fungsionalitas, tampilan, serta kemudahan navigasi website.

Tahap terakhir adalah pelatihan dan pendampingan, yang difokuskan pada peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola website secara mandiri. Pelatihan mencakup pengelolaan konten, pembaruan informasi, dan pemanfaatan website sebagai media pemasaran digital. Melalui tahapan ini, diharapkan website dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh mitra setelah kegiatan selesai [14].

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pengembangan Website

Hasil utama dari kegiatan ini adalah terwujudnya sebuah website pemasaran digital untuk usaha kuliner Janenake yang dikelola oleh PT Impresso Creative Pacitan. Website dikembangkan menggunakan platform WordPress dan dirancang untuk menampilkan informasi usaha serta katalog produk secara terstruktur dan mudah diakses. Tampilan website bersifat responsif sehingga dapat digunakan melalui berbagai perangkat, baik komputer maupun ponsel pintar.



Gambar 2 Web Janenake

Website yang dihasilkan memuat beberapa fitur utama, antara lain halaman profil usaha, katalog produk kuliner, galeri visual, serta informasi kontak yang terintegrasi dengan media sosial. Keberadaan website ini memberikan identitas digital resmi bagi Janenake dan menjadi sarana promosi yang lebih profesional dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional yang sebelumnya digunakan.

B. Skenario Testing

Pengujian sistem dilakukan menggunakan skenario testing untuk memastikan bahwa setiap fitur pada website pemasaran digital berbasis CMS dapat berjalan sesuai dengan fungsi yang diharapkan. Berikut beberapa skenario pengujian yang digunakan dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1 Skenario Testing

No	Skenario Pengujian	Langkah Pengujian	Hasil yang diharapkan	Status
1	Akses halaman utama website	Pengguna membuka alamat website Janenake melalui browser	Halaman utama tampil dengan baik tanpa error	berhasil
2	Navigasi menu website	Klik menu Beranda, Produk, Tentang Kami, Kontak	Halaman yang dipilih tampil sesuai menu	berhasil
3	Fitur kontak/ WhatsApp	Pengguna menekan tombol	Pengguna diarahkan ke WhatsApp	berhasil
4	Kecepatan akses website	Mengakses halaman website	Halaman website dapat dimuat dengan cepat	berhasil
5	Update konten melalui CMS	Admin login ke CMS dan menambah produk baru	Produk baru berhasil ditambahkan dan tampil di website	berhasil

6	Edit konten produk	Admin mengubah informasi produk	Perubahan tersimpan dan tampil di halaman produk	berhasil
---	--------------------	---------------------------------	--	----------

C. Pembahasan Implementasi Metode dan Pelatihan

Penerapan metode SDLC Waterfall dalam pengembangan website memberikan alur kerja yang terstruktur dan sistematis. Setiap tahapan, mulai dari analisis kebutuhan hingga pengujian sistem, dapat dilaksanakan sesuai dengan rencana sehingga website yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan mitra. Metode ini terbukti efektif untuk kegiatan yang memiliki ruang lingkup pengembangan sistem yang jelas dan terbatas.

Selain pengembangan website, pelatihan pengelolaan website menjadi bagian penting dalam kegiatan ini. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa mitra mampu memahami penggunaan dashboard WordPress dan melakukan pembaruan konten secara mandiri. Hal ini menandakan adanya peningkatan kapasitas mitra dalam memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana pemasaran digital.

D. Dampak Awal terhadap Mitra

Keberadaan website memberikan dampak awal yang positif bagi mitra, terutama dalam meningkatkan visibilitas usaha dan kesiapan dalam menerapkan pemasaran digital. Website memungkinkan informasi produk Janenake diakses oleh calon pelanggan tanpa batasan ruang dan waktu, sehingga membuka peluang perluasan jangkauan pasar.

Mitra juga menunjukkan peningkatan kesadaran akan pentingnya strategi pemasaran digital yang terencana dan berkelanjutan. Dengan kemampuan mengelola website secara mandiri, mitra memiliki peluang untuk terus mengembangkan konten dan memanfaatkan website sebagai media promosi jangka panjang. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya menghasilkan produk berupa website, tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan mitra UMKM.

V. KESIMPULAN

Kegiatan ini berhasil mengembangkan website pemasaran digital untuk usaha kuliner Janenake yang dikelola oleh PT Impresso Creative Pacitan. Website yang dihasilkan berfungsi sebagai media promosi yang informatif, mudah diakses, dan dapat dikelola secara mandiri oleh mitra. Pengembangan website menggunakan platform WordPress dengan pendekatan *Software Development Life Cycle* (SDLC) Waterfall terbukti efektif dalam menghasilkan sistem yang sesuai dengan kebutuhan usaha.

Selain menghasilkan luaran berupa website, kegiatan ini juga memberikan dampak positif dalam peningkatan kapasitas mitra melalui pelatihan pengelolaan website. Mitra menunjukkan kemampuan dalam memperbarui konten dan memanfaatkan website sebagai sarana pemasaran digital. Keberadaan website memberikan dampak awal berupa peningkatan visibilitas usaha dan kesiapan mitra dalam menerapkan strategi pemasaran digital secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa pendampingan digital berbasis website dapat menjadi solusi yang efektif dalam mendukung transformasi digital UMKM, khususnya pada sektor kuliner. Hasil kegiatan ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi program selanjutnya dalam upaya pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan teknologi informasi.

REFERENSI

- [1] B. Juliartha Martin Putra, A. Fu'adi, dan B. Hikmawan, "Pengembangan Aplikasi untuk Mengelola Data Kegiatan Magang di BAPPEDA LITBANG Kabupaten Pacitan," *Journal of Electrical, Electronic, Mechanical, Informatic and Social Applied Science*, vol. 3, no. 2, pp. 7–15, Dec. 2024.
- [2] Juliartha Martin Putra, A. Fu'adi, dan B. Hikmawan, "Analisa dan Rancangan Sistem Informasi Inventori Toko dengan UML dan EER," *Journal of Electrical, Electronic, Mechanical, Informatic and Social Applied Science*, vol. 3, no. 2, pp. 1–6, Dec. 2024.
- [3] B. Juliartha Martin Putra, A. Fu'adi, D. A. F. Yuniarti, dan B. Hikmawan, "Perancangan Sistem Rekomendasi Daftar Wisata Berbasis Algoritma Aturan Bagi Wisatawan Kabupaten Pacitan," *Techno.com*, vol. 24, no. 4, Nov. 2025.
- [4] A. Prianggono, A. Fu'adi, dan B. Juliartha Martin Putra, "Pengembangan Aplikasi Katalog Online Berbasis Web sebagai Tambahan Kanal Pemasaran bagi Usaha Mikro Tenant ESKAPE Kuliner PLUT Kabupaten Pacitan," *Information System for Educators and Professionals: Journal of Information System*, vol. 10, no. 1, pp. 35–48, Jun. 2025.
- [5] B. Juliartha Martin Putra, A. Fu'adi, dan D. A. F. Yuniarti, "Analisa dan Perancangan Aplikasi Pengelolaan Pembelian dan Produksi Aren pada CV Temon Agro Lestari menggunakan UML dan EER," *Information System for Educators and Professionals: Journal of Information System*, vol. 9, no. 2, pp. 141–150, Dec. 2024.
- [6] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Pearson Education, 2016.
- [7] D. Chaffey and F. Ellis-Chadwick, *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*, 7th ed. Pearson Education, 2019.
- [8] J. Pulizzi, *Epic Content Marketing*. New York, NY, USA: McGraw-Hill Education, 2014.
- [9] G. E. Belch and M. A. Belch, *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*, 11th ed. New York, NY, USA: McGraw-Hill Education, 2018.
- [10] S. Krug, *Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability*, 3rd ed. Berkeley, CA, USA: New Riders, 2014.
- [11] WordPress Foundation, "WordPress Documentation." 2024.
- [12] "Implementasi Software Development Life Cycle (SDLC) dalam Penerapan Pembangunan Aplikasi Perangkat Lunak," *Jurnal Teknologi Informasi*, vol. 7, no. 2, pp. 83–94, 2017.
- [13] R. S. Pressman and B. Maxim, *Software Engineering: A Practitioner's Approach*, 8th ed. New York, NY: McGraw-Hill, 2015.
- [14] A. Fu'adi, D. A. F. Yuniarti, A. P. Prianggono, and B. J. M. Putra, "Pembangunan Aplikasi Katalog Online Berbasis Mobile Sebagai Fasilitas Pemasaran Bagi Pembudidaya Ikan Hias," *Journal of Electrical, Electronic, Mechanical, Informatic and Social Applied Science*, vol. 1, no. 2, pp. 25–31, 2022.