

## **Pembuatan Website Profil Scala Basic Berbasis WordPress sebagai Media Informasi**

Erica Trisnawati & Sonja Andarini

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

21042010139@student.upnjatim.ac.id

### **ABSTRAK**

Scala Basic saat ini belum memiliki sistem informasi berbasis website, sehingga penyajian informasi mengenai produk masih terbatas di sekitar toko fisik. Penelitian ini bertujuan untuk membangun profil Scala Basic yang Komprehensif berbasis website untuk meningkatkan brand awareness dan meningkatkan visibilitas pelanggan dalam memperoleh informasi produk terbaru tanpa harus datang ke toko. WordPress dipilih sebagai platform utama dalam pengembangan website karena kemudahan penggunaannya dan fleksibilitasnya dalam kustomisasi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa sistem yang dibangun berhasil meningkatkan visibilitas Scala Basic secara signifikan. Meskipun demikian, masih diperlukan pengembangan lebih lanjut untuk meningkatkan kenyamanan pengguna dan menambahkan fitur yang lebih mendalam agar website dapat bersaing dengan platform e-commerce lainnya.

Kata Kunci: Sistem Informasi, Digital Marketing, Website

### **ABSTRACT**

Scala Basic currently does not have a website-based information system, so the presentation of information about products is still limited to physical stores. This research aims to build a website-based Comprehensive Scala Basic profile to increase brand awareness and increase customer visibility in obtaining the latest product information without having to come to the store. WordPress was chosen as the main platform in website development because of its ease of use and flexibility in customization. The test results show that the built system has significantly improved the visibility of Scala Basic. However, further development is still needed to improve user convenience and add more in-depth features so that the website can compete with other e-commerce platforms.

Keywords: Information Systems, Digital Marketing, Website.



## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi, khususnya internet, telah mengubah paradigma masyarakat dalam mencari dan mengakses informasi. Internet menyediakan kemudahan dan kecepatan dalam memperoleh data yang dibutuhkan secara instan. Hal ini berpengaruh besar pada perubahan perilaku konsumen, terutama dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Martin (Karim dkk, 2022) mengatakan bahwa teknologi informasi tidak hanya ada pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang akan digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi. Melainkan mencakup teknologi komunikasi untuk mengirim atau menyebarkan informasi.

Konsumen modern cenderung lebih kritis dan cermat dalam memilih produk. Sebelum melakukan pembelian, mereka umumnya akan mencari informasi melalui berbagai kanal digital, seperti website perusahaan, *marketplace*, serta ulasan di media sosial. Kehadiran platform digital seperti website kini menjadi sangat penting bagi bisnis untuk bersaing dalam era digital ini. Dandang (2022) mengatakan bahwa website memberikan keuntungan seperti pertama, menjadi media promosi yang mudah untuk diakses setiap saat, sehingga dapat merespon permintaan kepada pencari selama 24 jam. Kedua, menyediakan informasi yang valid kepada pelanggan yang ingin mengetahui tentang produk atau jasa. Ketiga, efisiensi karena mampu menghemat biaya dan waktu pemasaran.

Bagi konsumen, adanya website yang user-friendly dengan informasi yang lengkap mengenai produk atau layanan, termasuk ulasan dari pengguna lain, dapat memberikan keyakinan lebih saat membuat keputusan pembelian. Menurut Erwin, dkk (2016),

pelanggan akan lebih cenderung memilih produk yang mudah diakses melalui website dan mendapatkan testimoni atau rekomendasi positif dari pengguna lain. Oleh karena itu, perusahaan yang tidak memiliki kehadiran digital, terutama website akan mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Scala Basic, sebuah bisnis fashion hijab yang baru berdiri, menyadari pentingnya keberadaan platform digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan lebih cepat. Namun, hingga saat ini, Scala Basic belum memiliki sistem informasi berbasis website yang memadai untuk mempromosikan produknya secara digital. Seiring dengan berkembangnya kebutuhan pasar dan tuntutan konsumen yang semakin kritis, keberadaan website bukan hanya sekadar platform informasi, tetapi juga menjadi alat untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun sistem informasi berbasis website bagi Scala Basic guna meningkatkan profesionalitas bisnis. Website ini diharapkan dapat membantu Scala Basic meningkatkan brand awareness, visibilitas merek, memperluas jangkauan pasar, serta mendukung peningkatan penjualan melalui platform digital yang efektif dan efisien. Selain itu, program ini diharapkan dapat menjadi model yang bisa diterapkan bisnis lokal lainnya. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk menyusun implementasi digital marketing yang dirancang dalam jurnal dengan judul “Pembuatan Website Profil Scala Basic Berbasis Wordpress sebagai Media Informasi”.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dalam hal ini Bisnis Scala Basic dilakukan dengan observasi dan praktek langsung, yang tahapan pelaksanaan dapat dideskripsikan dalam tabel 1.

Tabel 1. Tahapan pelaksanaan pengabdian pembuatan website profil Scala Basic

No	Tahapan	Kegiatan
1.	Tahap awal	Survei Lapangan a. Identifikasi permasalahan b. Pendataan kebutuhan profil bisnis Scala Basic
2.	Tahap Persiapan	a. Penyusunan konsep website b. Pendataan kebutuhan pembuatan website
3.	Implementasi Kegiatan	Pembuatan website profil bisnis Scala Basic
4.	Evaluasi	Evaluasi kinerja website profil Scala Basic
5.	Laporan	Penyusunan laporan

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bersama owner Scala Basic, beberapa informasi penting terungkap mengenai kebutuhan dan harapan bisnis terkait pengembangan platform digital. Scala Basic, sebagai usaha fashion hijab yang baru berdiri, belum memiliki sistem informasi digital yang memadai untuk memperkenalkan produk dan layanan mereka kepada masyarakat luas. Saat ini, promosi Scala Basic masih terbatas pada

toko fisik dan media sosial, yang membuat jangkauan pasar menjadi kurang optimal.

Salah satu kendala utama yang dihadapi oleh Scala Basic adalah kurangnya platform terpadu yang dapat menampilkan profil bisnis secara komprehensif. Owner Scala Basic menyadari bahwa perkembangan teknologi dan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada internet, khususnya pencarian produk secara online, menuntut bisnis untuk memiliki kehadiran digital yang kuat. Oleh karena itu, pembuatan website berbasis WordPress dipandang sebagai solusi yang dapat memenuhi kebutuhan bisnis ini, sekaligus meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas bagi konsumen potensial.

WordPress dipilih karena kemudahannya dalam pengelolaan konten, fleksibilitas dalam desain, serta biaya pengembangan yang relatif terjangkau bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Selain itu, WordPress juga menyediakan berbagai fitur dan plugin yang dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan tampilan dan fungsi website Scala Basic, mulai dari galeri produk, integrasi media sosial, hingga fitur SEO untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari.

Dalam implementasi pembuatan website ini, langkah awal yang dilakukan adalah mengidentifikasi kebutuhan bisnis yang meliputi tampilan visual yang menarik, fitur navigasi yang mudah digunakan, serta kemampuan website untuk menyajikan informasi terbaru mengenai produk dan promosi. Hasil dari wawancara juga menunjukkan bahwa owner Scala Basic berharap website ini dapat menjadi media komunikasi utama yang memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi produk, harga, serta ulasan pengguna.

Melalui pengembangan website berbasis WordPress ini, diharapkan Scala Basic dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan brand awareness, serta memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Proyek ini juga bertujuan untuk mendukung tim Scala Basic dalam pengelolaan website secara berkala, sehingga website tetap relevan dan *up-to-date* sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang.

## **Implementasi Pembuatan Website Profil Scala Basic**

### **1. Pembuatan Basis Data**

Langkah pertama dalam membangun sistem informasi profil bisnis UMKM pada Scala Basic berbasis website adalah melakukan instalasi wordpress menggunakan cpanel dari server gratis InfinityFree. Tahapan instalasi WordPress pada InfinityFree dimulai dengan login ke akun pengguna di control panel InfinityFree



Gambar 1. Login akun pengguna di control panel infinityfree

Setelah masuk, pengguna akan menemukan opsi "Softaculous Apps Installer" atau "WordPress Installer" yang menyediakan cara mudah untuk menginstal WordPress. Kemudian, pengguna memilih opsi WordPress dan memasukkan detail situs web, seperti judul situs, alamat email admin, dan nama pengguna admin.



Gambar 2. Pemasangan aplikasi softaculous

Selanjutnya, pengguna perlu menentukan direktori instalasi WordPress pada server. Jika ingin menginstal WordPress pada halaman utama situs, maka biarkan kolom direktori kosong. Setelah semua detail diisi, pengguna cukup mengklik tombol "Install" untuk memulai proses instalasi. Softaculous akan secara otomatis mengunduh WordPress pada server InfinityFree. Setelah selesai, pengguna akan diberikan tautan untuk mengakses dashboard WordPress, dan dari sinilah kita dapat mulai menyesuaikan dan mengelola situs web menggunakan platform CMS ini.



Gambar 3. Instalasi wordpress

### **2. Tampilan Antarmuka pada Admin**

#### **a. Tampilan Halaman Login**

Halaman login adalah tampilan halaman pertama. Sebelum masuk ke halaman administrator, admin harus memasukan username dan password untuk bisa mengakses ke halaman berikutnya.



Gambar 4. Halaman login wordpress

b. Tampilan Halaman Administrator  
Halaman administrator hanya bisa diakses oleh admin. Di halaman ini admin dapat mengelola informasi, baik itu menginput informasi, meng-update informasi, maupun menghapus informasi. Setelah admin melakukan atau mengelola informasi, maka sistem akan menyimpan data tersebut kedalam database, untuk kemudian dapat diakses oleh user/pengguna website.



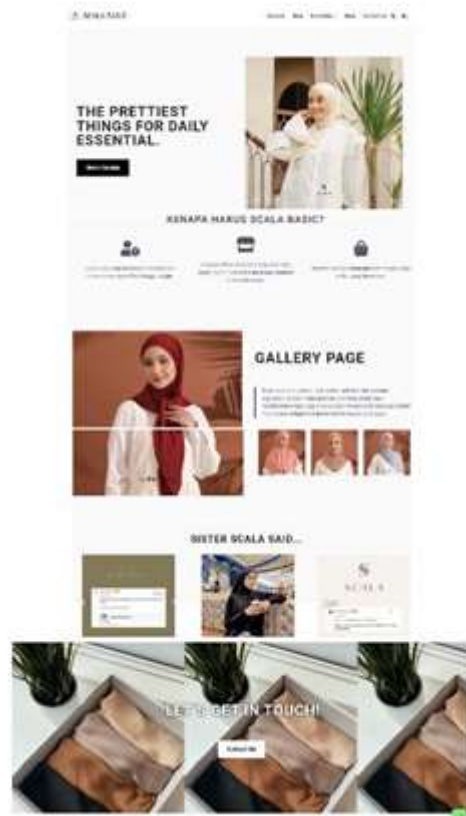
Gambar 5. Halaman administrator scala basic

### 3. Tampilan Menu Website

#### a. Halaman Beranda

Halaman beranda merupakan tampilan awal dari website profil Scala Basic, yang memberikan gambaran umum tentang berbagai fitur dan layanan yang ditawarkan. Pada halaman ini, pengguna dapat dengan mudah mengakses informasi seperti katalog produk Scala Basic, keunggulan berbelanja di Scala Basic, galeri produk, serta testimoni dari pelanggan yang telah menggunakan produk tersebut. Dengan tampilan yang inovatif dan

informatif, halaman beranda dirancang untuk memudahkan navigasi dan memberikan pengalaman yang nyaman bagi pengguna.

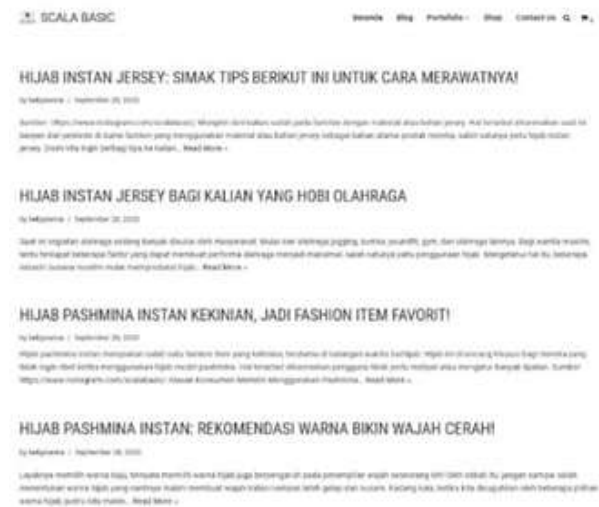


Gambar 6. Halaman beranda website scala basic

#### b. Halaman Blog

Halaman blog berisi berbagai artikel yang dipublikasikan secara berkala oleh admin, dengan fokus utama pada topik hijab instan dan tips berbusana yang sesuai dengan tren fashion terkini. Artikel-artikel ini dirancang untuk memberikan informasi yang bermanfaat dan relevan bagi pengunjung, mulai dari panduan memilih hijab instan yang tepat berdasarkan jenis bahan dan warna, hingga tips *mix and match* busana muslim yang stylish namun tetap nyaman digunakan. Selain itu, blog ini juga mencakup ulasan produk, tren fashion muslimah terbaru, serta tips perawatan hijab, sehingga diharapkan

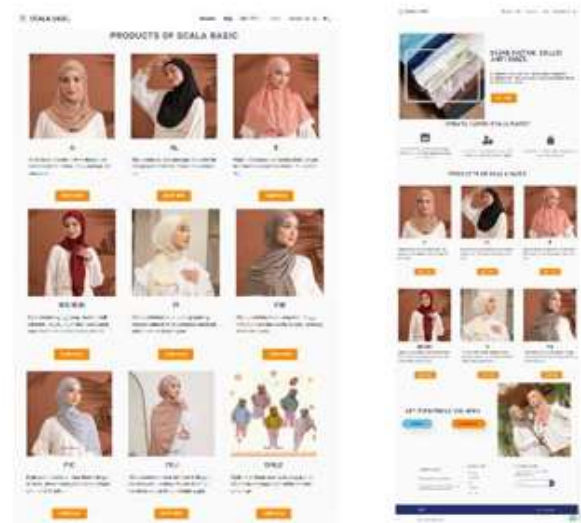
dapat memperkaya wawasan dan membantu pengunjung dalam membuat keputusan yang lebih baik saat berbelanja atau mengenakan hijab.



Gambar 7. Halaman blog website scala basic

c. Halaman Portofolio

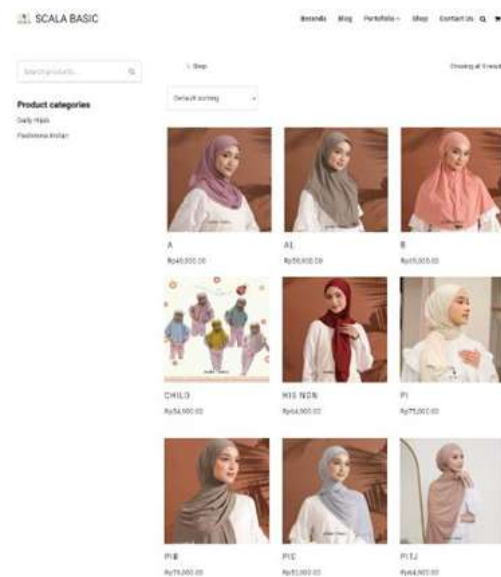
Pada halaman portofolio, pengguna memiliki kesempatan untuk menjelajahi dua sub menu, yaitu produk dan landing page. Di bagian produk, pengguna dapat melihat berbagai koleksi yang telah dikembangkan oleh Scala Basic. Menu ini memberikan gambaran yang jelas tentang kualitas dan variasi produk yang ditawarkan. Sementara itu, pada bagian landing page merupakan halaman web khusus yang dirancang untuk mempromosikan produk dari scala basic. Halaman ini merupakan titik masuk pertama bagi pengunjung dari iklan online, media sosial, atau email marketing, yang dibuat untuk menarik perhatian dan mendorong tindakan spesifik, seperti salah satunya yaitu pembelian produk.



Gambar 8. Sub menu portofolio dan landing page scala basic

#### d. Halaman Shop

Halaman ini berfungsi sebagai akses ke toko online Scala Basic, dimana pengguna dapat melakukan pemesanan dan pembelian produk secara langsung melalui website. Proses pembelian yang ditawarkan sangat mudah, memungkinkan pengguna untuk memilih produk hijab sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka, menjadikan pengalaman berbelanja lebih efisien dan menyenangkan.



Gambar 9. Halaman shop website scala basic



e. Halaman Contact Us

Halaman contact us pada website Scala Basic dirancang untuk memfasilitasi komunikasi langsung antara pelanggan, calon pembeli, maupun pihak lain yang ingin menjalin kerjasama dengan Scala Basic. Pada halaman ini, pengunjung dapat dengan mudah menemukan informasi kontak resmi, yakni nomor whatsapp dan instagram milik Scala Basic. Jika pengguna memiliki pertanyaan, saran, atau masukan terkait produk hijab instan jersey, jangan ragu untuk menghubungi admin Scala Basic melalui kontak yang tersedia. Tim dari Scala Basic akan dengan senang hati merespon setiap pesan dengan cepat dan memastikan semua kebutuhan serta masukan demi memberikan pelayanan yang lebih baik.



Gambar 10. Halaman contact us website scala basic

Pada tahap evaluasi, dilakukan pengecekan manual untuk memastikan bahwa website Scala Basic berbasis WordPress berfungsi dengan baik tanpa adanya gangguan atau kesalahan teknis. Salah satu aspek yang diuji adalah kinerja website, terutama terkait kecepatan loading halaman. Hal ini sangat penting untuk menjaga pengalaman pengguna, terutama bagi pelanggan yang mengakses melalui perangkat mobile atau dengan koneksi internet lambat. Evaluasi ini dilakukan dengan menguji performa di berbagai perangkat dan browser untuk memastikan konsistensi dan

kompatibilitas.

Selain itu, navigasi dan antarmuka pengguna juga menjadi fokus evaluasi. Setiap link di website diperiksa untuk memastikan tidak ada broken links yang mengarah ke halaman yang tidak ditemukan (404 error). Tata letak dan navigasi dievaluasi untuk memastikan pengguna dapat menemukan informasi dengan mudah dan intuitif, termasuk halaman produk, galeri, kontak, dan tentang kami. Tampilan responsif di berbagai perangkat juga menjadi fokus evaluasi, terutama pada tampilan di tablet dan smartphone. Karena banyak pengunjung yang menggunakan perangkat mobile, website harus responsif dan user-friendly di berbagai ukuran layar. Terakhir, uji fungsionalitas dilakukan untuk memastikan fitur seperti pencarian produk, form kontak, dan galeri gambar berfungsi dengan baik, tanpa adanya kendala teknis.

Hasil dari tahap evaluasi ini akan digunakan untuk memperbaiki kesalahan atau kekurangan yang ditemukan, sehingga website Scala Basic dapat memberikan pengalaman yang profesional dan memuaskan bagi pengunjung, serta mendukung strategi digital untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing bisnis.

Tabel 2. Perubahan yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian

Kondisi Awal	Intervensi	Kondisi Perubahan
Konsumen kesulitan menemukan informasi lengkap tentang Toko Scala Basic	Pembuatan website menggunakan platform Wordpress	Website profil bisnis Scala Basic tersedia dengan informasi yang lebih lengkap dan mudah diakses
Promosi bisnis Scala Basis masih dilakukan secara manual dan terbatas	Optimalisasi konten dan SEO di website	Meningkatkan visibilitas Scala Basic di mesin pencari dan memperluas jangkauan pasar secara digital

## KESIMPULAN

Penelitian ini mencakup beberapa langkah penting dalam pengumpulan data untuk membuat website seperti observasi langsung, wawancara dengan pemilik bisnis, analisis pasar, dan survei pelanggan. Data yang dikumpulkan kemudian diimplementasikan ke dalam sistem berbasis platform Wordpress yang dirancang untuk menyusun profil bisnis hijab “Scala Basic”. Kontribusi utama dari penelitian ini adalah pembuatan sistem profil bisnis yang lebih terstruktur dan dapat diakses oleh masyarakat luas, yang berdampak positif terhadap peningkatan visibilitas merek, keterlibatan pelanggan dan potensi pasar yang lebih luas. Namun, terdapat beberapa keterbatasan dalam hasil penelitian ini, terutama terkait kurangnya fitur otomatisasi dan integrasi dengan platform penjualan daring,

serta keterbatasan waktu dan sumber daya dalam pengujian sistem secara penuh. Oleh karena itu, rekomendasi untuk kegiatan pengabdian selanjutnya adalah pengembangan fitur yang lebih mendalam, seperti sistem manajemen inventaris otomatis, analisis perilaku konsumen berbasis data, dan integrasi penuh dengan platform e-commerce dan media sosial. Peningkatan keamanan data dan fitur analitik yang lebih kuat juga diperlukan. Di masa depan, cakupan pekerjaan bisa diperluas untuk mendukung otomatisasi bisnis yang lebih komprehensif, termasuk pengembangan aplikasi seluler dan pemanfaatan kecerdasan buatan untuk analisis data penjualan, yang dapat meningkatkan daya saing bisnis hijab di pasar global.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada *Owner* Hijab Scala Basic yang telah memberikan kepercayaan dan kesempatan untuk bekerja sama dalam pengembangan bisnis hijab ini, serta kepada seluruh tim yang terlibat dalam proses perencanaan dan implementasi program. Tidak lupa, penghargaan kami sampaikan kepada rekan-rekan di institusi, rekan dosen, mahasiswa, dan komunitas lokal yang dengan antusias memberikan kontribusi terhadap kelancaran program. Kami juga berterima kasih kepada pihak-pihak lain yang turut membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam mendukung kesuksesan program ini. Semoga hasil dari pengabdian ini dapat bermanfaat bagi perkembangan bisnis Scala Basic, dan menjadi inspirasi serta kontribusi positif bagi sektor usaha kreatif di bidang fashion muslimah.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Ariyani, A., & Fauzi, A. (2022). Pembuatan Media Promosi Berbasis Website Dengan Aplikasi Cms Wordpress Untuk Menarik Minat Beli. 2001, 127–132. <http://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/1228/936>
- Dadang Munandar, S. E. (2022) Digital Marketing. Cipta Media Nusantara. [https://books.google.co.id/books?id=99B0EAAAQBAJ&lr=&hl=id&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.co.id/books?id=99B0EAAAQBAJ&lr=&hl=id&source=gbs_navlinks_s)
- Dwi, A. Q. A. (2017). Pembuatan Website Menggunakan Cms Wordpress. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 287–292. <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/92/pdf>
- Erwin, E., Cindrakasih, R. R., Sari, A., Hita, H., Boari, Y., Judijanto, L., & Tadampali, A. C. T. (2024). Pemasaran Digital: Teori dan Implementasi. PT. Green Pustaka Indonesia. [https://books.google.co.id/books?id=8PHvEAAAQBAJ&dq=Erwin,+E.,+Cindrakasih,+R.+R.,+Sari,+A.,+Hita,+H.,+Boari,+Y.,+Judijanto,+L.,+%26+Tadampali,+A.+C.+T.+\(2024\).+Pemasaran+Digital:+Teori+dan+Implementasi.+PT.+Green+Pustaka+Indonesia&lr=&hl=id&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.co.id/books?id=8PHvEAAAQBAJ&dq=Erwin,+E.,+Cindrakasih,+R.+R.,+Sari,+A.,+Hita,+H.,+Boari,+Y.,+Judijanto,+L.,+%26+Tadampali,+A.+C.+T.+(2024).+Pemasaran+Digital:+Teori+dan+Implementasi.+PT.+Green+Pustaka+Indonesia&lr=&hl=id&source=gbs_navlinks_s)
- Fauziyyah, D. (2023). Pembuatan Website Company Profile pada Konoba Coffee Menggunakan CMS Wordpress. *Applied Business and Administration Journal*, 2(3), 80–98. <https://doi.org/10.62201/abaj.v2i3.67>
- Habiby, A. I., & Yamasari, Y. (2017). Sistem Informasi Sekolah Berbasis Web (Studi Kasus: TK Kusuma Putra Kota Mojokerto) Alyyuddin Iqbal Habiby Yuni Yamasari. *Sistem Informasi Sekolah Berbasis Web*, 7(2), 94–100. <https://www.academia.edu/download/82480438/19883.pdf>
- Hermawan, R., & Pribadi, J. D. (2021). Pembuatan Media Promosi Berupa Website Menggunakan Aplikasi Cms (Content Management System) Wordpress Untuk Menarik Minat Beli Pada Empatbelasscraft Blitar. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 5–8. <http://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/1877>
- Indah Tri Handayani, & Hafidzah, H. (2024). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pakaian Wegah Mangan Menggunakan Cms Wordpress Berbasis Web. *Jurnal Ilmiah Teknik*, 3(2), 112–116. <https://doi.org/10.56127/juit.v3i2.1554>
- Karim, A., Bangun, B., Purnama, I., Harahap, S. Z., Irmayani, D., Nasution, M., ... & Munthe, I. R. (2020). Pengantar teknologi informasi. Yayasan Labuhanbatu Berbagi Gemilang. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Z7YSEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=Karim,+A.,+Bangun,+B.,+Purnama,+I.,+Harahap,+S.+Z.,+Irmayani,+D.,+Nasution,+M.,+...+%26+Munthe,+I.+R.+\(2020\).+Pengantar+teknologi+informasi.+Yayasan+Labuhanbatu+Berbagi+Gemilang.&ots=k0xD1GWOoe&sig=ykRzrYnUVjGFKMsnetCg8KRf1D0&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Z7YSEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=Karim,+A.,+Bangun,+B.,+Purnama,+I.,+Harahap,+S.+Z.,+Irmayani,+D.,+Nasution,+M.,+...+%26+Munthe,+I.+R.+(2020).+Pengantar+teknologi+informasi.+Yayasan+Labuhanbatu+Berbagi+Gemilang.&ots=k0xD1GWOoe&sig=ykRzrYnUVjGFKMsnetCg8KRf1D0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Prasetyo, Y., & Andayaningtyas, N. (2022). Pengembangan E-Commerce Menggunakan Content Management System (CMS) Wordpress di Toko Diana Kecamatan Glenmore. *Jurnal Teknik Industri, Sistem Informasi Dan Teknik Informatika*, 1(1), 14–17. [https://ejournal.ubibanyuwangi.ac.id/index.php/jurnal\\_tinsika](https://ejournal.ubibanyuwangi.ac.id/index.php/jurnal_tinsika)

- Rafsyantjati, G. M., & Fauzi, A. (2022). Pengembangan Media Promosi Berbasis Website Dengan Aplikasi Cms Wordpress Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada Umkm Aneka Batik Pamekasan. *Pengembangan Media Promosi Berbasis Website Dengan Aplikasi Cms Wordpress Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada Umkm Aneka Batik Pamekasan*, 8(1), 1–6. <https://doi.org/10.33795/jab.v8i1.432>
- Risdiana, A. (2021). Analisis Strategi Digital Marketing Produk Industri Kreatif Di Kecamatan Rajapolah, Tasikmalaya. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 20(1), 9–19. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v20i1.2359>
- Risnaputra, I., & Triyono, G. (2020). Implementasi Cms Wordpress Pada E-Commerce Untuk Pelayanan Katering Cv. Alam Jaya. *IDEALIS: InDonEsiA Journal Information System*, 3(1), 481–485. <https://doi.org/10.36080/idealis.v3i1.2151>
- Rumondang, A., Kusuma, A. H. P., Sudirman, A., Sitorus, S., Simarmata, J., Manuhutu, M., ... & Arif, N. F. (2020). Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen. Yayasan Kita Menulis <https://kitamenulis.id/2020/09/01/pemasaran-digital-dan-perilaku-konsumen/>
- Santosa, S., & Ismaya, H. (2021). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Menggunakan Cms Wordpress Pada Toko Importir Laptop Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1), 1–8. <https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/promark/article/download/1320/786>
- Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., ... & Purbasari, R. (2023). *Digital Marketing: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=yBjEEAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. [https://digilib.unigres.ac.id/index.php?show\\_detail&id=43](https://digilib.unigres.ac.id/index.php?show_detail&id=43)
- Syarifudin, A. (2016). Implementasi E-Commerce Pada Toko Jam Dengan CMS (Contents Managemen System) Wordpress. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/47715>
- Titin Prima Ningsih. 2021. "Pembuatan Website Wordpress sebagai Media Penyebaran Informasi Eco Friendly Product Pada Mahasiswa IPK Universitas Negeri Padang". Makalah. Program Studi Informasi, Perpustakaan, dan Kearsipan, Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang. <http://repository.unp.ac.id/48403/>
- Totok, H., & Siti Nur, A. (2021). Pengantar Praktis Pemasaran Digital. <https://digitallibrary.ump.ac.id/id/eprint/1138>
- Wibowo, Tri, W. (2015). Analisis Dan Perancangan Company Profile Berbasis Web Sebagai Sarana Promosi Pada CV. Oak Merch Yogyakarta. 13(1), 3–8. <http://eprints.umpo.ac.id/2522/>