

Strategi Pemasaran Digital Umkm Melalui Pengembangan Website E-Commerce Berbasis Cms

Studi Kasus: Bakso Pak Darno Gumpang

Febry Mustika Wati*¹, Sri Widiyanti*²

^{1,2,3} Program Studi Informatika, STMIK AMIKOM SURAKARTA

e-mail: *febry.10260@mhs.amikomsolo.ac.id, atri@dosen.amikomsolo.ac.id

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi penerapan strategi pemasaran digital melalui penggunaan website e-commerce pada usaha kuliner bakso pak darno didesa gumpang, kartasura, seiring dengan perkembangan teknologi informasi, pelaku usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) dituntut untuk beradaptasi dengan digitalisasi guna meningkatkan daya saing. Salah satu efektif adalah memanfaatkan Content Management System (CMS) sebagai platfrom untuk mengelola website bisnis secara praktis dan efisien. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Proses pengembangan website bakso pak darno melibatkan perancangan tampilan antarmuka yang menarik, fitur katalog produk, keranjang belanja, system keanggotaan, dan buku tamu untuk mendukung interaksi antara konsumen dan pengelola. Hasil penelitian menunjukan bahwa integrasi desain visual yang user-friendly dengan strategi promosi digital mampu meningkatkan minat beli konsumen dan memperluas jangkauan pemasaran secara daring. Pemanfaatan CMS terbukti memberikan kemudahan dalam pengelolaan konten, meskipun masih terdapat tantangan dalam hal kecepatan akses dan keamanan sistem. Secara keseluruhan, penerapan website e-commerce berbasis CMS menjadi alternatif strategis bagi pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital bagi UMKM agar pemanfaatan teknologi dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

Kata kunci: CMS, Kualitatif, Bakso Pak Darno, Studi Kasus, Penjualan Online.

Abstract - This study aims to evaluate the implementation of digital marketing strategies through the use of e-commerce websites in the Bakso Pak Darno culinary business in Gumpang Village, Kartasura, along with the development of information technology, micro, small and medium enterprises (MSMEs) are required to adapt to digitalization in order to increase competitiveness. One effective solution is to utilize a Content Management System (CMS) as a platform to manage a business website practically and efficiently. This study uses a qualitative descriptive approach with a case study method. The process of developing the Bakso Pak Darno website involves designing an attractive interface, product catalog features, shopping carts, membership systems, and guest books to support interactions between consumers and managers. The results of the study show that the integration of user-friendly visual design with digital promotion strategies can increase consumer interest and expand online marketing reach. The use of CMS has been proven to provide convenience in managing content, although there are still challenges in terms of access speed and system security. Overall, the implementation of a CMS-based e-commerce website is a strategic alternative for UMKM in facing business competition in the digital era for UMKM so that the use of technology can run more effectively and sustainably.

Keywords: CMS, Qualitative, Bakso Pak Darno, Study Case, Marketing Online.

I. PENDAHULUAN

E-Commerce adalah Elektronik Commerce merupakan istilah umum untuk proses pembelian dan penjualan yang didukung oleh cara-cara yang elektronik [1]. Pada era digital saat ini kita memudahkan dalam melakukan bisnis yang tidak perlu mengeluarkan banyak modal untuk menyewa toko atau memakai jasa banyak karyawan karena sudah banyak media online yang menyediakan wadah untuk berjalan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama yang menopang perekonomian Indonesia [2]. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Sebagai pelaksana di bidang ekonomi, UMKM menjadi motor penggerak yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Selain itu, UMKM turut memberi warna dalam dinamika perekonomian Indonesia, karena mencerminkan keragaman budaya, kreativitas, dan inovasi masyarakat lokal. Dalam konteks ini, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penopang ekonomi, tetapi juga sebagai wadah pemberdayaan ekonomi masyarakat yang mampu meningkatkan kesejahteraan dan mengurangi kemiskinan di berbagai lapisan masyarakat [3]. Strategi yang bisa dilakukan UMKM supaya dapat lebih maju dan berkembang adalah melalui strategi pemasaran yang menggunakan metode pemasaran digital. Di era teknologi saat ini, model bisnis baru bermunculan seiring pergeseran inovasi dari pemasaran tradisional dengan penggunaan media digital saat ini. Proses tradisional pertemuan pembeli-penjual tatap muka sekarang dapat dimediasi melalui media digital dan pada akhirnya memunculkan tren pemasaran baru. Munculnya model e-commerce seperti toko fisik online, grup transaksi online, dan platform e-commerce membuktikan bahwa orang saat ini menginginkan akses mudah ke apa yang mereka inginkan [4]. Usaha Bakso Pak Darno berdiri sejak tahun 1992 dimulai dari berjualan dengan sepeda ontel hingga akhirnya berganti menggunakan gerobak bakso sampe sekarang, dengan kualitas rasa yang tidak pernah berubah menjadi kegemaran pelanggan dan banyak diminati dari banyak kalangan mulai anak-anak sampe lansia pun menyukainya. Untuk kendala saat ini belum ada, kala dulu pada tahun 2020 sempat terhenti karna adanya Covid19 dan sementara tidak berjualan dahulu untuk menghindarkan Virus Covid19 ini. Solusi dari permasalahan ini maka dibuatlah dalam bentuk penjualan online atau website yaitu CMS (*Content Management System*) dengan adanya website tersebut akan mempermudah pelanggan jika ingin memesan melalui online dengan satu kali klik langsung bisa menikmati bakso yang

enak dan bergizi [5]. Tujuan dari penelitian ini ialah Mengidentifikasi dan mengevaluasi fitur-fitur website yang digunakan dalam mendukung proses promosi dan transaksi penjualan. Menilai peran desain antarmuka (*User Interface*) dalam menarik minat beli konsumen. Mengetahui kelebihan dan keterbatasan penggunaan Content Management System (CMS) dalam pengelolaan konten website untuk pelaku UMKM [6].

II. TINJAUAN TEORI

Ukm merupakan pilar utama ekonomi Indonesia dengan jumlah yang sangat besar dan peran penting dalam menciptakan lapangan kerja serta pertumbuhan ekonomi. Walaupun menghadapi banyak tantangan, potensi UMKM untuk berkembang sangat besar, terutama dengan dukungan dari teknologi dan kebijakan pemerintah yang mendukung pemberdayaan UMKM [7]. Studi ini meneliti penerapan e-commerce berbasis CMS OpenCart terbukti efektif meningkatkan jangkauan pemasaran, mempermudah pengelolaan produk, dan mendukung transaksi online yang luas, sehingga menjadi solusi praktis bagi toko kecil untuk bersaing di era digital [8]. Penelitian ini menghasilkan website e-commerce berbasis CMS untuk toko alat olahraga UMKM. website mempermudah pengelolaan data, transaksi, dan meningkatkan omset penjualan. Pengembangan sistem menggunakan pendekatan business model canvas(BMC) dan terbukti sssuian kebutuhan pelaku UMKM [9].

III. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan pendekatan deskriptif, yaitu kualitatif untuk memahami dan mendeskripsikan implikasi kaidah-kaidah analisis yang terkandung dalam strategi digital marketing UMKM. Peneliti menggunakan metodologi ini untuk menyoroti hal-hal terpenting dalam suatu peristiwa atau fenomena dari yang sedang diteliti [10]. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, yaitu suatu inkuri empiris yang menyelidiki fenomena didalam konteks tidak tampak tegas, dan multi sumber bukti [4]. Pada pengumpulan data yang berisikan masalah, tindakan, tujuan, hasil yang digunakan dan pendekatan kepada pemilik UMKM Bakso Pak Darno. Hal ini dapat bersangkutan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, pada sumbernya, dan alat yang dipergunakan.

Untuk sumber data dikumpulkan dan digunakan pada penelitian, berupa [11]:

a. Wawancara

Bertujuan untuk mempelajari dan menganalisa pada sistem yang sudah berjalan serta

menerima data informasi langsung dari bapak sudarno sebagai narasumber, dengan cara tanya jawab tentang alur aktifitas usahanya dan meminta dokumen yang dimiliki. Wawancara dilaksanakan dengan memberi pertanyaan yang sebelumnya sudah disediakan untuk pemilik usaha agar dapat memberikan informasi yang sangat penting.

b. Observasi

Observasi pada metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan kepada objek penelitian secara langsung dan dapat menarik kesimpulan untuk semua kegiatan oleh objek tersebut. Observasi ini dilaksanakan untuk Bakso Pak Darno yang beralamat di Ngentak Rt08 Rw03, Gumpang, Kartasura, Jawa Tengah.

c. Studi Literatur

Studi literatur ini diterapkan agar mendapatkan referensi dari penelitian sebelumnya menyangkut pembahasan yang sama dengan pembahasan yang akan ditulis pada UMKM Bakso Pak Darno, dengan menggunakan cara membaca juga memahami pada literatur dari beberapa referensi jurnal, buku, artikel ataupun bahan perpustakaan yang berkaitan pada masalah yang sedang diteliti.

d. Implementasi

Untuk mendesain website pada bakso pak darn, seperti memilih tema, memasukan plugin yang diperlukan, memposting produk dan dibuat semenarik mungkin agar customer mengunjungi website dan berminat membeli produk dari bakso pak darno.

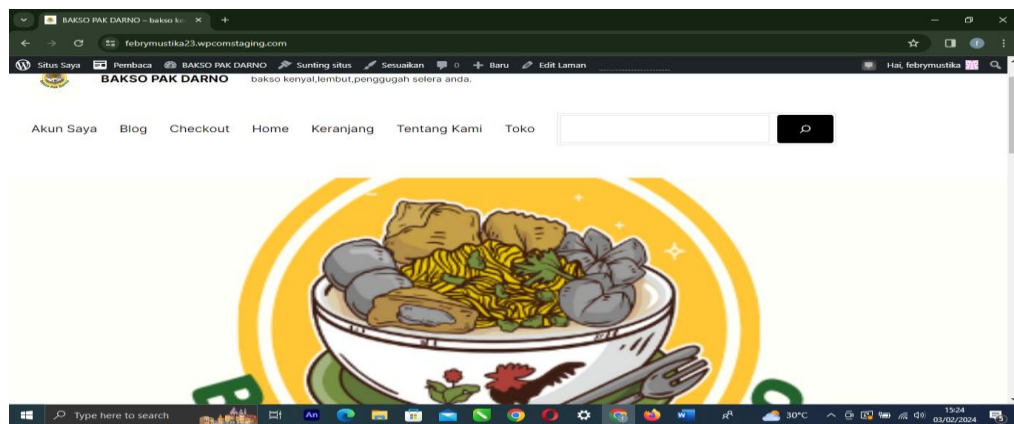
Penelitian ini berupaya untuk mencari informasi mengenai strategi digital marketing untuk pengembangan usaha mikro kecil dan menengah sehingga peneliti memilih untuk menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif [12].

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

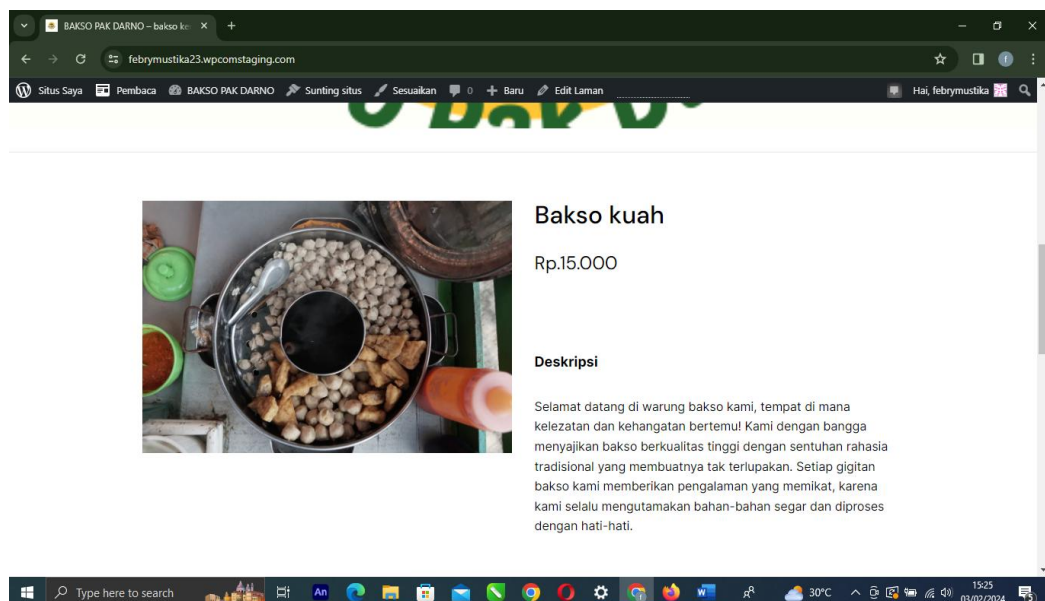
Platform WordPress digunakan sebagai fondasi dalam pembuatan website bakso pak darno karena kemudahannya dalam pengelolaan tampilan dan konten. Berkat ketersediaan berbagai tema dan plugin yang mudah akses, pengelola dapat menyajikan informasi produk, sistem pemesanan, serta fitur interaktif seperti formulir kontak. Desain yang simple namun tetap menarik mampu menciptakan kenyamanan bagi pengunjung situs, sehingga berdampak positif terhadap ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian [13]. Namun demikian, aspek keamanan dan kecepatan website tetap perlu ditingkatkan agar kinerja platform sebagai

alat pemasaran digital lebih optimal. Untuk pelaku UMKM seperti bakso pak darno, WordPress menjadi pilihan tepat karena dapat membangun website professional tanpa memerlukan kemampuan coding yang kompleks. Selain itu, wordpress menyediakan banyak tema & fitur yang memudahkan pengelolaan produk dan layanan secara mandiri. Website dikembangkan mencakup berbagai fitur utama, seperti daftar produk (katalog), keranjang belanja, halaman pendaftaran anggota, buku tamu, serta informasi mengenai cara berbelanja. Fitur tersebut sangat membantu proses interaksi antara pelanggan dan pemilik usaha, sekaligus memperlancar proses transaksi secara online.

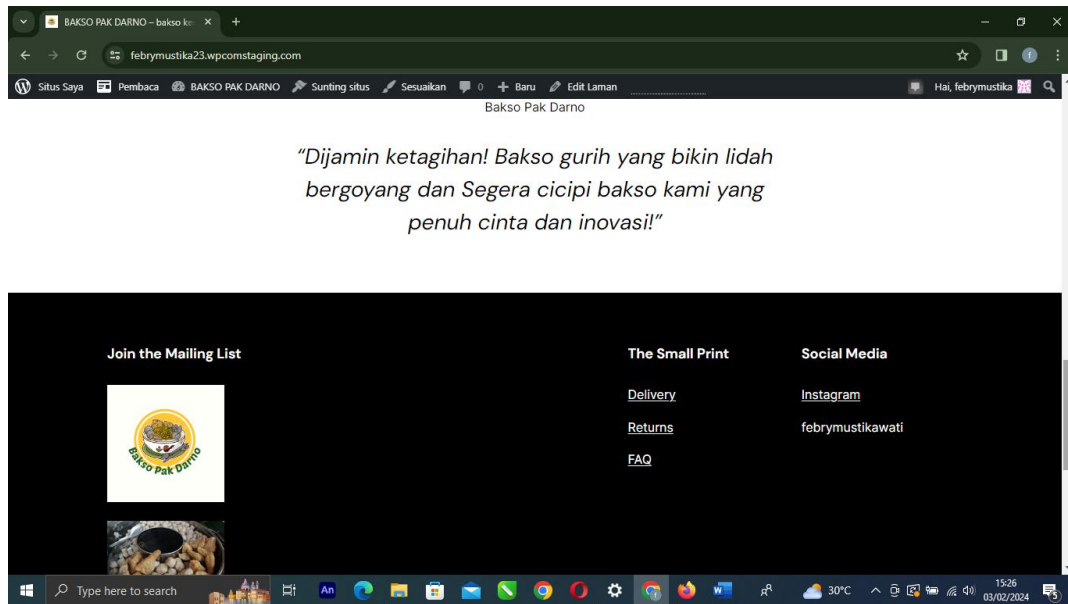
Berikut Gambar Desain CMS Pada Penjualan Online Bakso Pak Darno:



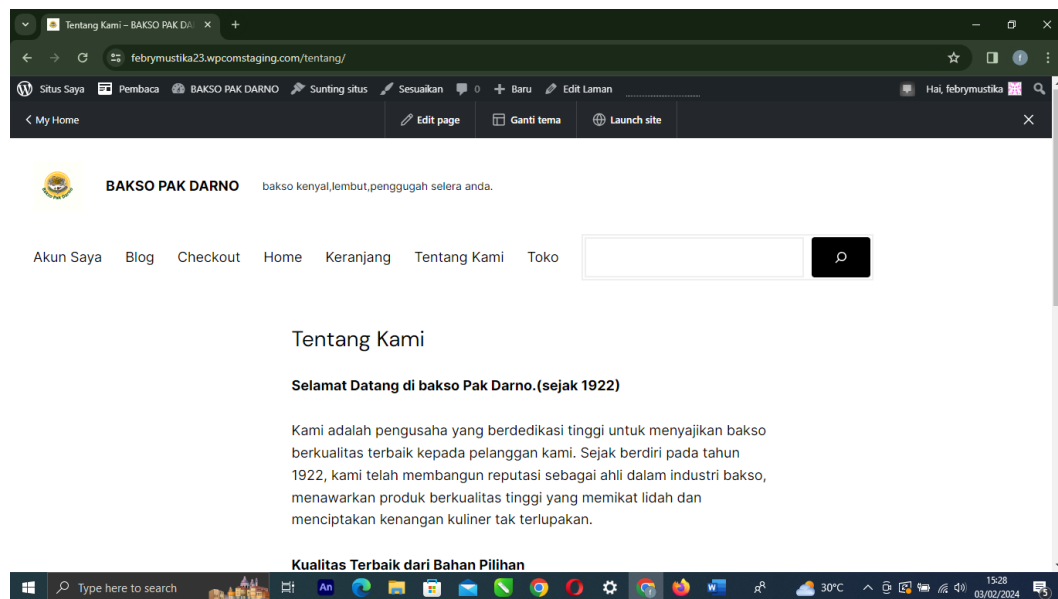
Gambar 1. Tampilan Halaman Home



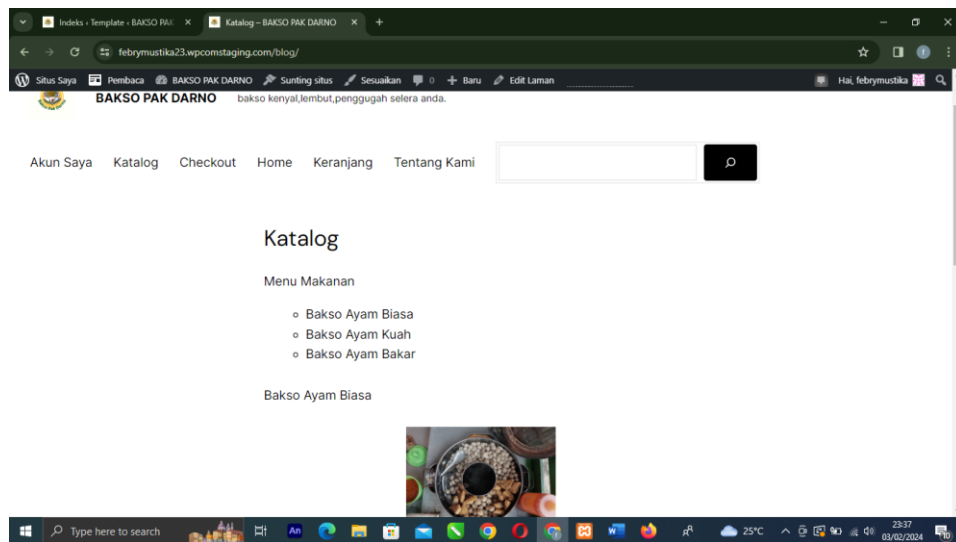
Gambar 2. Tampilan Home Deskripsi



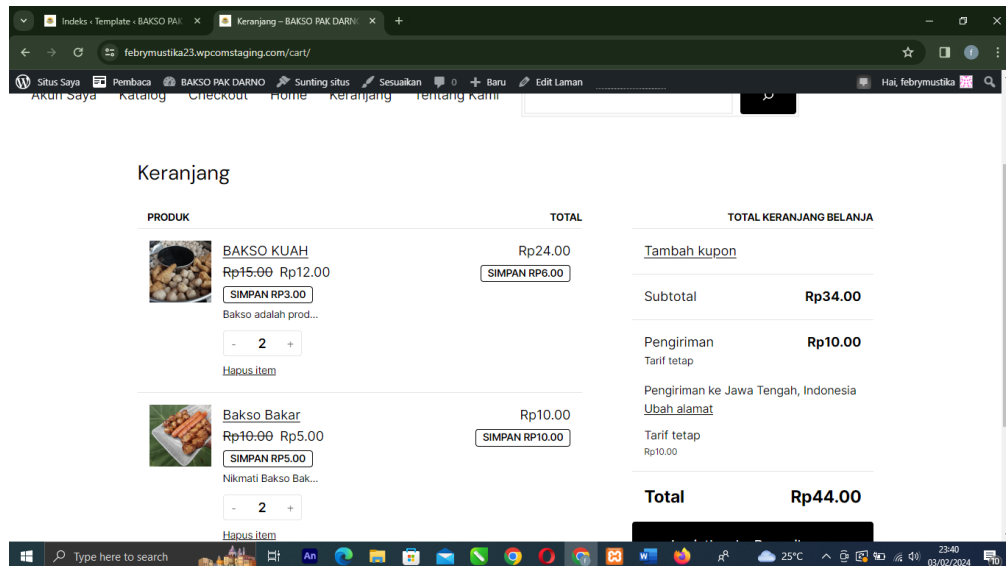
Gambar 3. Tampilan Home Informasi Penjualan



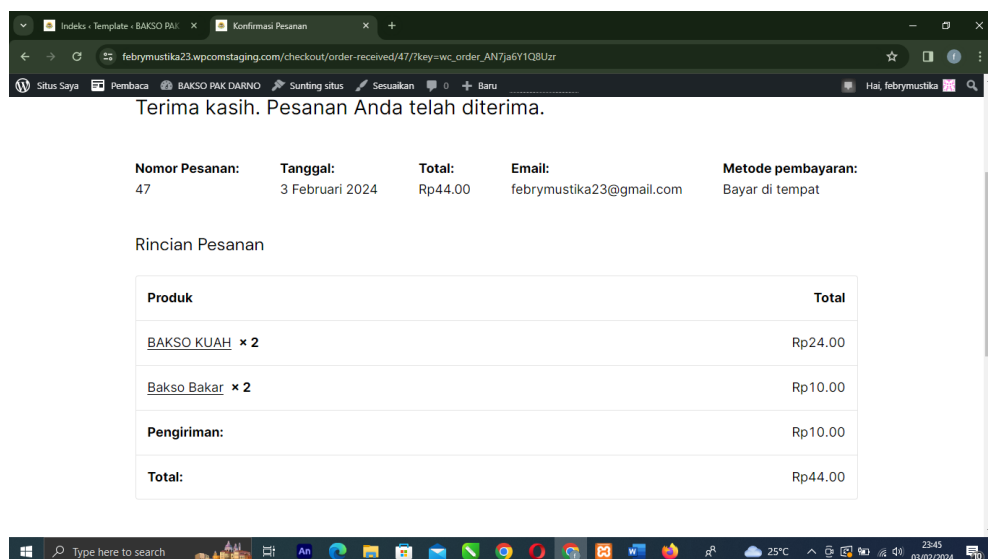
Gambar 4. Tampilan Deskripsi Tentang Kami



Gambar 5. Tampilan Deskripsi Katalog Produk



Gambar 6. Tampilan Halaman Keranjang



Gambar 7. Tampilan Pesanan Telah Diterima Dengan Penjual

Berikut penjelasan fungsi fitur dalam website bakso pak darno:

- Akun Saya: pada fitur ini tertera nama pengguna pada website ini bias pemilik website ataupun costumer.
- Blog: dalam website ini terdapat blog yang berisi konten gambar atau produk yang dijual untuk menarik minat pelanggan, dan membangun reputasi bisnis.
- Checkout: pada fitur ini terdapat halaman checkout berguna untuk memesan makanan untuk disampaikan ke pemilik toko.
- Keranjang: pada fitur ini menunjukkan costumer sudah memilih pesanan dan ditaruh di keranjang bila sudah akan diarahkan ke halaman checkout.
- Tentang Kami: fitur ini menunjukkan deskripsi tentang penjualan bakso pak darno yang menjelaskan tentang berdirinya toko dan bahan – bahan yang berkualitas.
- Katalog produk: ini sangat penting dalam website e-commerce karena Navigasi yang Mudah, informasi produk yang lengkap, promosi dan penawaran khusus, Kemudahan Penambahan dan Pembaruan Produk.
- Search produk: fitur search atau pencarian membuat para pengunjung leboh mudah menemukan produk yang mereka inginkan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa pemanfaatan website e-commerce sebagai media pemasaran digital pada usaha bakso pak darno mampu memberikan kontribusi positif

terhadap proses promosi dan interaksi pelanggan. Penggunaan platform wordpress sebagai system manajemen konten (cms) memberikan kemudahan dalam pengelolaan informasi produk, fitur, transaksi, serta komunikasi antara konsumen dan pengelola melalui berbagai menu interaktif yang tersedia.

Sarannya Menambahkan system pembayaran terintegrasi agar website dilengkapi dengan fitur pembayaran otomatis agar proses transaksi menjadi lebih efisien, cepat, dan nyaman bagi konsumen. Peningkatan aspek teknis website seperti kecepatan akses dan keamanan system perlu ditingkatkan agar pengguna mendapatkan pengalaman yang optimal serta menjaga website dari potensi serangan digital. Memberikan edukasi digital kepada pelaku usaha terkait pengelolaan konten website, strategi promosi digital, dan penggunaan data pengunjung sangat penting agar pemanfaatan website dapat berkelanjutan dan lebih efektif.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. R. Feta, N. Wiliani, and R. Hesnananda, "Penggunaan dan Pemanfaatan WordPress Dalam Upaya Meningkatkan Daya Jual Untuk Pelaku UMKM Karang Taruna Bojongkulur," *J. AbdiMas Nusa Mandiri J. Pengabd. Kpd. Masy. Univ. Nusa Mandiri*, vol. 3, no. 1, pp. 1–8, 2021, [Online]. Available: <https://jurnal.kharisma.ac.id/kharismatech/article/view/154/>
- [2] H. E. Atmaja and I. Novitaningtyas, "Analisis Aspek Pemasaran UMKM di Masa Resesi Global Dampak Dari Pandemi Covid-19," *J. Ilm. Poli Bisnis*, vol. 13, no. 1, pp. 1–11, 2021, doi: 10.30630/jipb.v13i1.402.
- [3] L. Desiana, "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Profitabilitas UMKM Bakso Tahu Ceker Mercon di Talang Betutu Palembang," vol. 1, no. 2, pp. 3–12, 2024.
- [4] N. Soetjipto, *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19*. 2020.
- [5] M. Ayam, M. Inung, S. Daud, C. Maxentia, and C. C. Paolo, "Strategi Pemasaran dalam Penerapan Digital Marketing pada Kewirausahaan UMKM Kuliner: Studi Kasus pada 'Bakso dan Mie Ayam Mami Inung' di Rajabasa, Bandar Lampung," vol. 9, no. 1, pp. 223–229, 2025.
- [6] D. T. Rachmadina, S. Saprida, and C. Satria, "Strategi Pengembangan Usaha Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Pendapatan Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Umkm Bakso Seitalo Di Kota Palembang)," *J. Ilm. Mhs. Ekon. Syariah*, vol. 2, no. 2, pp. 133–138, 2023, doi: 10.36908/jimesha.v2i2.142.
- [7] S. E. M. Ikaningtyas, M. AB, and ..., "Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Perekonomian Pada Sektor UMKM Kelurahan Blitar," *INCOME Indones. ...*, vol. 02, no. 01, pp. 19–28, 2023, [Online]. Available: <https://journals.eduped.org/index.php/income/article/download/118/215>
- [8] R. Alia *et al.*, "Pengembangan Sistem E-commerce untuk Promosi Digital pada Produk

- UMKM Menggunakan OpenCart di Kecamatan Panai Tengah,” vol. 02, no. 01, pp. 70–84, 2023.
- [9] C. Bernadeth, A. Pamukti, and G. Triyono, “Penerapan E-Commerce Berbasis Web Menggunakan CMS Untuk Meningkatkan Penjualan,” *J. Serasi*, vol. 19, no. 2, p. 128, 2021, doi: 10.36080/js.v19i2.1572.
- [10] C. Cheren and H. Haryanto, “Penerapan Strategi Digital Marketing pada UMKM KuroKoci Meow & Woof,” *J. Pengabdi. Kpd. ...*, pp. 485–497, 2022, [Online]. Available: <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/574%0Ahttp://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/574/431>
- [11] and R. S. Kusumawati, Tri Ika Jaya, Dinda Triana, “PKM pembuatan web E-Commerce dengan CMS wordpress untuk meningkatkan penjualan pada UMKM E-Nambah kota Tangerang,” *SELAPARANG J. Pengabdi. Masy. Berkemajuan*, vol. 8, no. 2, pp. 1812–1818, 2024, [Online]. Available: <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jpmb/article/view/24123>
- [12] I. Indriyani, I. P. B. Wiranata, and S. Hiu, “Strategi Peningkatan Efisiensi Operasional UMKM di Era Digital: Pendekatan Kualitatif dengan Business Intelligence dalam Implementasi E-Commerce,” *INFORMATICS Educ. Prof. J. Informatics*, vol. 9, no. 1, p. 23, 2024, doi: 10.51211/itbi.v9i1.2760.
- [13] A. Shop, A. J. Ritonga, Z. M. Nawawi, M. Febi, U. Departemen, and A. Syariah, “Economic Reviews Journal Implementasi E-Commerce sebagai Media Penjualan Online pada Toko,” vol. 1, pp. 130–146, 2022.