



Implementasi Website Profil Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Di Toko Kue Macaron Tuffero

¹Ahmadi Yuli Ananta, ²Rudy Ariyanto, ³Rakhmat Arianto, ⁴Imam Fahrur Rozi, ⁵Erfan Rohadi, ⁶Farida Ulfa

¹²³⁴⁵⁶Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Malang, Kota Malang, Indonesia

ahmadi@polinema.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 13 th November 2025 Revised: 12 th January 2026 Published: 4 th February 2026	<i>This community service activity was carried out with the aim of enhancing the competitiveness and brand image of Macaron Tuffero through the development of a Profile Website as an effective and sustainable digital promotion medium. The partner of this program is the Macaron Tuffero SME, which operates in the production of cakes and desserts, located in Dau District, Malang Regency. The activity involved the business owner and staff as primary participants who collaborated actively with the community service team from Politeknik Negeri Malang. The main problem faced by the partner was the limited use of digital promotion media and the absence of an official platform to professionally present the business profile. To address this issue, the activity was implemented through five main stages: needs analysis, website design and architecture planning, system development and implementation, testing, and website usage training. The website was developed using the WordPress platform with the WooCommerce plugin to facilitate product catalogs and online ordering features. The results show that the developed website functions properly, consistently presents the business's visual identity, and integrates with various social media and marketplace platforms. The website also provides convenience for the business owner to independently update content. Overall, this community service program successfully delivered a practical digital solution that contributes to marketing capacity enhancement and supports digital transformation among SMEs in the technology-based economy era.</i>
Keywords: community service; SMEs; Macaron Tuffero; profile website; digital promotion; digital transformation;	

Informasi Artikel	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 13 November 2025 Direvisi: 12 Januari 2026 Dipublikasi: 4 Februari 2026	Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing dan citra usaha Macaron Tuffero melalui pengembangan Website Profil sebagai sarana promosi digital yang efektif dan berkelanjutan. Mitra kegiatan adalah UMKM Macaron Tuffero yang bergerak di bidang produksi kue dan dessert, berlokasi di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Kegiatan ini melibatkan pemilik dan staf usaha sebagai peserta utama yang berkolaborasi aktif dengan tim pengabdian dari Politeknik Negeri Malang. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah keterbatasan media promosi digital dan belum adanya platform resmi yang menampilkan profil usaha secara profesional. Untuk mengatasi hal tersebut, kegiatan dilaksanakan melalui lima tahapan utama, yaitu analisis kebutuhan, perancangan desain dan arsitektur website, pengembangan dan implementasi sistem, pengujian, serta pelatihan penggunaan website. Website dikembangkan menggunakan platform WordPress dengan dukungan plugin WooCommerce untuk memfasilitasi katalog produk dan fitur pemesanan daring. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa website yang dihasilkan berfungsi dengan baik, menampilkan identitas visual usaha secara
Kata kunci pengabdian kepada masyarakat; UMKM; Macaron Tuffero; website profil; promosi digital; transformasi digital;	

konsisten, serta terintegrasi dengan berbagai kanal media sosial dan marketplace. Website ini juga memberikan kemudahan bagi pemilik usaha dalam memperbarui konten secara mandiri. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil memberikan solusi digital yang aplikatif dan berkontribusi pada peningkatan kapasitas pemasaran serta transformasi digital UMKM di era ekonomi berbasis teknologi..

PENDAHULUAN

Toko Kue Macaron Tuffero merupakan usaha kuliner yang berfokus pada produksi kue kering dan kue basah, dengan lokasi di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Usaha ini mengusung slogan “Produsen Kue Berkualitas di Malang” yang menekankan penggunaan bahan baku premium untuk menjaga kualitas rasa. Strategi pemasaran yang dijalankan hingga saat ini mengandalkan media sosial, sementara pemesanan produk difasilitasi melalui WhatsApp, Tokopedia, Instagram, TikTok dan Shopee. Namun demikian, meskipun telah memanfaatkan platform digital, Tuffero masih menghadapi keterbatasan jangkauan pasar serta kesulitan bersaing di tengah persaingan industri kuliner yang semakin kompetitif.

Persaingan yang ketat menuntut setiap pelaku usaha untuk membangun kredibilitas dan memperkuat citra merek di mata konsumen (Mas`udia et al., 2023). Bagi Tuffero, ketiadaan representasi digital yang profesional berpotensi menimbulkan keraguan pelanggan terhadap kualitas produk, menyulitkan akses informasi, dan mengurangi peluang bersaing dengan kompetitor yang lebih mudah ditemukan secara daring. Kondisi ini menunjukkan bahwa kehadiran website profil sebagai media representasi resmi perusahaan menjadi kebutuhan yang mendesak.

Peluang besar bagi Tuffero sesungguhnya terbuka luas seiring meningkatnya penetrasi internet di Indonesia. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2025) menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet telah mencapai 229.428.417 juta jiwa dengan tingkat penetrasi sebesar 80.66%. Tren belanja online yang terus meningkat memperlihatkan potensi pasar yang dapat dioptimalkan oleh pelaku usaha kuliner (Naufal et al., 2025). Namun, peluang ini juga diiringi dengan tantangan serius. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Malang tahun 2024, jumlah UMKM kuliner di wilayah tersebut mencapai 16.417 unit, yang menandakan tingkat persaingan yang sangat tinggi (Badan Pusat Statistik Kota Malang, 2024). Untuk mampu bertahan dan bersaing, inovasi dalam strategi pemasaran menjadi tuntutan yang tidak dapat diabaikan.

Website profil dapat menjadi solusi strategis bagi Tuffero untuk memperluas jangkauan pemasaran sekaligus memperkuat citra merek (Manera & Muizu, 2025). Melalui website yang dioptimalkan dengan mesin pencari (SEO), integrasi dengan media sosial, serta tampilan profesional yang konsisten dengan identitas merek, Tuffero berpotensi meningkatkan visibilitas usaha, memperluas basis pelanggan, serta membangun kepercayaan konsumen. Keberadaan website juga memungkinkan komunikasi yang lebih efektif dengan pelanggan, baik melalui penyediaan informasi produk dan harga, maupun melalui fitur interaktif seperti formulir kontak atau chatbot.

Urgensi digitalisasi UMKM telah ditegaskan oleh sejumlah penelitian. (Mas`udia et al., 2023) menyatakan bahwa website profil yang didukung strategi SEO mampu meningkatkan visibilitas usaha secara signifikan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi melalui website, marketplace, dan media sosial dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi penjualan. Selanjutnya, penelitian (Wijayanti et al., 2023) menegaskan bahwa kehadiran company profile digital mampu meningkatkan kredibilitas konsumen, sementara studi (Rosiani et al., 2024) membuktikan bahwa digital marketing melalui website tidak hanya berfungsi sebagai sarana penjualan, tetapi juga sebagai alat *branding* yang efektif dalam memperkuat daya tarik produk serta meningkatkan omzet.

Berdasarkan uraian tersebut, situasi Tuffero saat ini memperlihatkan bahwa penguatan kehadiran digital merupakan kebutuhan strategis. Website profil yang dirancang secara profesional dapat berfungsi sebagai sarana utama untuk meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat citra merek di tengah kompetisi industri kuliner yang semakin intensif.

Toko Kue Macaron Tuffero merupakan salah satu pelaku usaha kuliner yang berfokus pada produksi macaron premium dengan menekankan penggunaan bahan baku berkualitas tinggi serta proses produksi yang higienis. Upaya pemasaran telah dilakukan melalui media sosial, WhatsApp, Tokopedia, dan Shopee, namun usaha ini masih menghadapi sejumlah hambatan yang membatasi potensi pertumbuhan. Tantangan utama berkaitan dengan keterbatasan jangkauan pasar, rendahnya kredibilitas digital, serta tingkat persaingan yang semakin intensif pada industri kuliner.

Keterbatasan jangkauan pasar menjadi masalah mendasar bagi Tuffero. Pemanfaatan platform digital saat ini lebih banyak menjangkau konsumen yang telah mengenal merek melalui media sosial, sehingga audiens potensial di luar lingkaran tersebut belum terjangkau secara optimal. Banyaknya pesaing yang memanfaatkan media digital memperburuk kondisi tersebut, karena calon konsumen lebih mudah menemukan kompetitor dengan visibilitas yang lebih baik. Pengembangan strategi pemasaran berbasis optimasi mesin pencari (SEO) dapat menjadi solusi untuk meningkatkan keterjangkauan produk Tuffero oleh konsumen baru.

Kredibilitas dan kepercayaan konsumen merupakan aspek penting yang juga menjadi tantangan bagi Tuffero. Sebagai produsen macaron premium, keberadaan representasi digital yang profesional sangat menentukan citra produk. Minimnya platform resmi yang menampilkan profil usaha, portofolio produk, serta testimoni pelanggan dapat memunculkan keraguan calon konsumen terhadap kualitas yang ditawarkan. Pada era digital, konsumen cenderung mencari informasi mendalam sebelum melakukan pembelian (Mulyono et al., 2024). Tanpa dukungan informasi yang transparan dan mudah diakses, usaha ini berisiko kehilangan peluang karena konsumen beralih pada kompetitor yang tampak lebih kredibel.

Tingkat persaingan yang tinggi di sektor kuliner juga memperburuk posisi Tuffero. Data Badan Pusat Statistik Kota Malang pada tahun 2024 mencatat 16.417 pelaku usaha kuliner pada tahun 2023 (Badan Pusat Statistik Kota Malang, 2024). Kondisi tersebut mencerminkan ketatnya kompetisi, khususnya bagi usaha berskala kecil dan menengah. Meskipun memiliki produk dengan kualitas unggul, Tuffero perlu menonjolkan keunggulannya melalui strategi komunikasi digital yang lebih efektif. Penyampaian informasi mengenai kualitas dan keunikan produk serta upaya membangun hubungan yang lebih personal dengan konsumen merupakan langkah strategis yang perlu ditempuh agar mampu meningkatkan kesadaran merek sekaligus memperluas pangsa pasar.

Aspek lain yang menjadi kendala ialah keterbatasan sarana komunikasi. Interaksi melalui WhatsApp atau Shopee memang memungkinkan, tetapi tidak sepenuhnya efisien untuk mendukung pengalaman pelanggan yang optimal. Konsumen sering kali membutuhkan informasi yang lebih rinci maupun respon cepat atas pertanyaan dan pemesanan. Ketidadaan fitur interaktif seperti formulir pemesanan daring dapat menurunkan kepuasan pelanggan. Website profil yang dilengkapi fasilitas komunikasi dan transaksi terintegrasi berpotensi menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan ini.

Dari sisi strategi pemasaran, Tuffero perlu mengadopsi pendekatan yang lebih terstruktur dan berbasis data. Pemanfaatan media sosial belum optimal sehingga peluang *digital marketing* masih terbuka lebar. Strategi seperti SEO, pemasaran berbasis konten, dan integrasi dengan platform *e-commerce* skala luas dapat meningkatkan posisi Tuffero pada hasil pencarian mesin pencari, sehingga mempermudah konsumen dalam menemukan produk. Kampanye digital yang terarah, misalnya melalui iklan berbayar atau kolaborasi dengan *influencer* kuliner, juga berpotensi memperluas jangkauan pasar.

Tantangan yang dihadapi Tuffero menegaskan perlunya langkah strategis untuk memperkuat kehadiran digital, meningkatkan kredibilitas, serta memperluas pasar. Website profil yang dikelola secara profesional dengan dukungan strategi pemasaran digital terarah dapat menjadi instrumen penting untuk memperkuat daya saing sekaligus membuka peluang pertumbuhan usaha di tengah pesatnya perkembangan industri kuliner.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disusun secara sistematis dan terstruktur untuk mengembangkan serta mengimplementasikan website profil Macaron Tuffero sebagai sarana promosi digital dan peningkatan citra usaha. Setiap tahapan dirancang agar saling berkesinambungan dalam mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan visibilitas dan daya saing Tuffero melalui pemanfaatan teknologi informasi.



Gambar 1 Metode Pelaksanaan

Gambar 1 menampilkan alur tahapan metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang terdiri dari lima tahap utama. Setiap tahap digambarkan dengan warna berbeda untuk menunjukkan urutan proses secara sistematis. Tahapan dimulai dari analisis kebutuhan, dilanjutkan dengan perancangan desain dan arsitektur website, pengembangan dan implementasi sistem, pengujian oleh tim dan pengguna, serta diakhiri dengan penyerahan dan pelatihan penggunaan website (Ardan, 2024). Diagram ini menggambarkan hubungan berurutan antar tahap pelaksanaan program.

Tahap pertama adalah Analisis Kebutuhan Website Profil Tuffero. Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan diskusi bersama pemilik usaha dan tim pengabdian guna mengidentifikasi kebutuhan fungsional website, menentukan tujuan strategis pengembangan, serta memetakan permasalahan utama yang dihadapi dalam pemasaran digital. Diskusi berfungsi sebagai forum eksplorasi informasi terkait karakteristik usaha, target audiens, dan strategi komunikasi yang sesuai dengan citra merek Macaron Tuffero. Selain itu, dilakukan pula penyusunan struktur konten yang akan diintegrasikan ke dalam website, meliputi profil usaha, katalog produk, testimoni pelanggan, dan informasi kontak. Hasil analisis kebutuhan menjadi dasar bagi tahap perancangan berikutnya.

Tahap kedua adalah Perancangan Desain dan Arsitektur Website Profil Macaron Tuffero. Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, dilakukan perancangan sistem yang mencakup desain antarmuka pengguna (*User Interface/UI*) dan pengalaman pengguna (*User Experience/UX*), struktur navigasi, serta pemilihan teknologi yang akan digunakan (Hardiansyah, 2023). Website dirancang menggunakan platform *WordPress* dengan dukungan *plugin*

WooCommerce untuk memfasilitasi katalog produk dan fitur pemesanan daring (Suryadana et al., 2025). Desain visual disusun secara responsif agar dapat diakses dengan baik melalui berbagai perangkat, serta menyesuaikan dengan identitas visual dan karakteristik brand Macaron Tuffero. Tahapan ini menekankan prinsip kemudahan penggunaan, estetika, dan konsistensi dalam penyajian informasi.

Tahap berikutnya adalah Pengembangan dan Implementasi Website Profil Tuffero. Proses ini mencakup pembangunan website berdasarkan rancangan yang telah disetujui pada tahap sebelumnya (Susilo & Cahyono, 2025). Pengembangan menggunakan *page builder Elementor* untuk memberikan fleksibilitas bagi pemilik usaha dalam melakukan pembaruan konten secara mandiri. Website diintegrasikan dengan berbagai media sosial seperti Instagram, TikTok, Tokopedia, dan Shopee guna memperluas jangkauan promosi (Andarwati et al., 2025).

Tahap keempat adalah Pengujian Website oleh tim pengabdian dan Pengguna. Setelah pengembangan selesai, website diuji oleh tim pengabdian untuk memastikan fungsionalitas, keamanan, serta performa akses. Pengujian dilakukan menggunakan metode *Blackbox Testing* untuk menilai fungsi sistem dari sudut pandang pengguna, serta *User Acceptance Testing* (UAT) yang melibatkan pemilik Macaron Tuffero sebagai pengguna utama. Umpan balik dari proses ini digunakan untuk memperbaiki tampilan, meningkatkan kecepatan, dan menyempurnakan fitur agar sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Tahap kelima merupakan Penyerahan dan Pelatihan Penggunaan Website Profil Tuffero. Setelah website selesai diuji dan dinyatakan layak operasional, tim pelaksana melakukan proses serah terima sistem kepada pihak Macaron Tuffero. Kegiatan ini dilanjutkan dengan sesi pelatihan yang berfokus pada pengelolaan konten, penambahan produk baru, pengaturan foto dan deskripsi, serta manajemen pesanan pelanggan melalui *dashboard* website. Tujuan utama dari tahap ini adalah memastikan pemilik usaha memiliki kemampuan untuk mengelola, memperbarui, dan memelihara website secara mandiri. Selain itu, pelatihan ini juga dimaksudkan untuk menumbuhkan kemandirian digital serta meningkatkan literasi teknologi pelaku UMKM dalam menunjang keberlanjutan bisnis berbasis online agar Tuffero mampu beradaptasi terhadap perubahan tren pemasaran digital secara berkelanjutan, meningkatkan efisiensi operasional usaha, serta memperluas jangkauan pasar melalui optimalisasi strategi promosi berbasis teknologi informasi (Ambarwati, 2025).

Semua tahapan metode pelaksanaan dideskripsikan dalam jadwal pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang disusun untuk memberikan gambaran yang sistematis mengenai urutan dan waktu pelaksanaan setiap tahapan kegiatan selama periode tujuh bulan. Penyusunan jadwal ini bertujuan untuk memastikan seluruh aktivitas pengembangan website profil Macaron Tuffero berjalan secara terencana, efisien, dan selaras dengan tujuan program. Setiap tahap pelaksanaan memiliki uraian kegiatan yang menjadi dasar bagi tahap berikutnya, sehingga keterpaduan antar kegiatan dapat terjaga. Dengan adanya jadwal pelaksanaan ini, proses monitoring dan evaluasi kemajuan program dapat dilakukan secara lebih terukur, objektif, dan berkelanjutan untuk menjamin keberhasilan capaian program. Jadwal pelaksanaan kegiatan disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1 Jadwal Pelaksanaan

No	Tahapan	Uraian	Bulan ke -						
			1	2	3	4	5	6	7
1	Analisis Kebutuhan Website Profil Macaron Tuffero	Diskusi, identifikasi kebutuhan, dan pemetaan konten	✓	✓					

No	Tahapan	Uraian	Bulan ke -						
			1	2	3	4	5	6	7
2	Perancangan Desain dan Arsitektur Website	Desain UI/UX, struktur navigasi, pemilihan platform		✓	✓				
3	Pengembangan dan Implementasi Website	Pembangunan website menggunakan WordPress & WooCommerce			✓	✓			
4	Pengujian Website oleh Tim dan Pengguna	Blackbox Testing, User Acceptance Testing (UAT)				✓	✓		
5	Penyerahan dan Pelatihan Penggunaan Website	Pelatihan pengelolaan konten dan manajemen pesanan						✓	✓

Tabel 1 menggambarkan jadwal pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang memaparkan tahapan implementasi program pengembangan Website Profil Macaron Tuffero selama kurun waktu tujuh bulan. Setiap tahapan disusun secara sistematis dan berurutan untuk menjamin keterpaduan proses dari tahap analisis hingga pelatihan. Kegiatan pada bulan pertama dan kedua difokuskan pada analisis kebutuhan serta perancangan desain dan arsitektur website, mencakup identifikasi kebutuhan fungsional, pemetaan konten, serta rancangan antarmuka pengguna. Pada bulan ketiga dan keempat dilaksanakan tahap pengembangan dan implementasi website menggunakan platform *WordPress* dan *WooCommerce*. Selanjutnya, tahap pengujian sistem dilakukan pada bulan keempat hingga kelima melalui metode *Blackbox Testing* dan *User Acceptance Testing (UAT)* guna memastikan kualitas dan fungsionalitas website (Sumudra et al., 2025). Tahap akhir, yakni penyerahan serta pelatihan penggunaan website, berlangsung pada bulan keenam dan ketujuh untuk membekali pemilik usaha dalam pengelolaan konten serta pemeliharaan sistem secara mandiri. Secara keseluruhan, setiap tahapan memiliki keterkaitan yang saling mendukung dalam menghasilkan keluaran yang optimal. Implementasi jadwal ini juga memungkinkan proses evaluasi dan pengendalian kegiatan dilakukan secara lebih terarah. Dengan demikian, seluruh kegiatan dapat terlaksana sesuai rencana kerja yang telah ditetapkan. Rancangan jadwal pelaksanaan ini berfungsi sebagai panduan teknis dan sebagai instrumen pengawasan kemajuan program. Keberhasilan pelaksanaan setiap tahapan menjadi indikator efektivitas dan keberlanjutan program pengabdian masyarakat.

Evaluasi dampak implementasi website dilakukan melalui monitoring awal pasca-peluncuran menggunakan *Google Analytics* sebagai alat analisis trafik dan perilaku pengguna. Indikator yang diamati meliputi jumlah pengunjung (*users*), jumlah sesi kunjungan (*sessions*), durasi rata-rata kunjungan (*average session duration*), serta rasio pentalan (*bounce rate*) untuk menilai tingkat keterlibatan pengguna. Hasil pemantauan awal menunjukkan adanya peningkatan trafik kunjungan serta meningkatnya interaksi pengguna terhadap halaman produk dan tautan menuju media sosial dan marketplace. Selain itu, indikator klik pada tombol kontak dan tautan pemesanan digunakan sebagai proksi awal konversi pemasaran. Meskipun demikian, evaluasi kuantitatif terkait konversi penjualan dan peningkatan omzet secara signifikan masih bersifat awal karena keterbatasan durasi implementasi, sehingga pengukuran

jangka panjang seperti *conversion rate* dan *return on investment* (ROI) direkomendasikan untuk dilakukan pada tahap pengembangan selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan disusun berdasarkan tahapan metode pelaksanaan yang telah direncanakan sebelumnya, meliputi analisis kebutuhan, perancangan desain dan arsitektur website, pengembangan dan implementasi sistem, pengujian oleh tim dan pengguna, serta tahap penyerahan dan pelatihan penggunaan website. Setiap tahapan memberikan keluaran (output) yang menjadi dasar bagi proses berikutnya sehingga tercipta kesinambungan dalam pelaksanaan program. Pembahasan pada bagian ini juga menguraikan capaian setiap tahap, kendala yang dihadapi, serta solusi yang diterapkan untuk memastikan keberhasilan program pengabdian.

Analisis Kebutuhan Website Profil Tuffero

Tahap ini merupakan langkah awal dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada identifikasi kebutuhan, tujuan, dan permasalahan utama yang dihadapi oleh usaha dalam konteks pemasaran digital. Tahap ini dilaksanakan melalui proses diskusi intensif antara pemilik usaha Macaron Tuffero dengan tim pengabdian, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai karakteristik bisnis, target pasar, serta tantangan dalam memperluas jangkauan pemasaran secara daring. Diskusi antara pemilik usaha dengan tim pengabdian dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Diskusi untuk Tahap Analisis Kebutuhan

Diskusi dilakukan secara partisipatif agar pemilik usaha dapat menyampaikan kebutuhan dan harapan secara langsung terhadap website yang akan dikembangkan. Tim pengabdian berperan sebagai fasilitator untuk menggali informasi mengenai kondisi eksisting usaha, termasuk strategi promosi yang telah dilakukan, kendala teknis yang dihadapi, serta peluang pengembangan yang dapat dioptimalkan melalui teknologi digital. Pendekatan ini memungkinkan terbentuknya rancangan solusi berbasis kebutuhan nyata (*needs-based approach*), bukan hanya berdasarkan asumsi teknis pengembang.

Beberapa pokok permasalahan utama yang berhasil diidentifikasi dalam tahap ini meliputi:

1. Keterbatasan media promosi digital.
2. Kurangnya identitas digital yang profesional.
3. Informasi produk yang tidak terstruktur.
4. Minimnya integrasi antar kanal digital.
5. Keterbatasan kemampuan pemilik dalam pengelolaan konten digital.

Dari hasil identifikasi permasalahan tersebut, dapat dideskripsikan bahwa pengembangan website profil menjadi kebutuhan mendesak bagi Macaron Tuffero sebagai media promosi yang lebih efektif dan profesional. Website direncanakan untuk berfungsi sebagai pusat informasi (central hub) yang mengintegrasikan seluruh kanal digital usaha. Selain itu, sistem akan dirancang agar mudah dikelola oleh pemilik usaha tanpa ketergantungan pada pihak ketiga.

Tahap analisis kebutuhan ini menghasilkan dokumen spesifikasi awal yang mencakup daftar fitur fungsional (seperti katalog produk, testimoni, dan kontak), kebutuhan non-fungsional (keamanan, kecepatan akses, dan responsivitas tampilan), serta struktur konten utama. Hasil analisis ini selanjutnya menjadi dasar dalam proses perancangan desain dan arsitektur website, yang memastikan sistem dibangun sesuai kebutuhan dan karakteristik usaha Macaron Tuffero (Rozi et al., 2024).

Perancangan Desain dan Arsitektur Website Profil Macaron Tuffero

Tahap kedua dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada proses perancangan desain dan arsitektur website yang menjadi landasan teknis dan estetika dalam pembangunan Website Profil Macaron Tuffero. Kegiatan ini dilaksanakan setelah tahap analisis kebutuhan selesai, dengan mengacu pada hasil identifikasi permasalahan dan tujuan strategis yang telah disepakati bersama pemilik usaha. Tujuan utama dari tahap ini adalah menghasilkan rancangan sistem yang mampu mengintegrasikan kebutuhan fungsional dan non-fungsional secara efektif, serta mencerminkan identitas visual dan nilai merek (*brand identity*) Macaron Tuffero sebagai produk kuliner yang elegan, kreatif, dan modern.

Proses perancangan dilakukan dengan pendekatan *User-Centered Design* (UCD) yang menempatkan pengguna sebagai pusat dari setiap keputusan desain. Tim pengabdian mengembangkan *wireframe* tampilan awal website menggunakan perangkat lunak desain antarmuka, yang kemudian divalidasi melalui diskusi bersama pemilik usaha. Dalam tahap ini, setiap elemen visual dirancang untuk mendukung kemudahan navigasi, keterbacaan informasi, dan pengalaman pengguna yang menyenangkan (*user experience*). Struktur navigasi disusun secara hierarkis dengan lima menu utama, yaitu Beranda, Profil, Produk, dan Kontak, agar pengunjung dapat dengan mudah menemukan informasi yang dibutuhkan.

Pemilihan platform *WordPress* didasarkan pada pertimbangan efisiensi, fleksibilitas, dan kemudahan pengelolaan konten oleh pengguna non-teknis. Platform ini dipadukan dengan *plugin WooCommerce* untuk mendukung penyajian katalog produk dan fitur pemesanan daring yang sederhana. Penggunaan *page builder Elementor* direncanakan untuk mempermudah proses desain halaman serta memungkinkan pemilik usaha melakukan modifikasi konten secara mandiri tanpa memerlukan keahlian pemrograman. Arsitektur sistem disusun dengan model client-server, di mana server berfungsi sebagai penyimpan data dan pengelola transaksi, sedangkan client menampilkan konten melalui antarmuka yang responsif dan interaktif. Wireframe desain website dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Wireframe Website Macaron Tuffero

Dalam aspek desain visual, identitas merek Macaron Tuffero diimplementasikan melalui penggunaan palet warna pastel yang lembut, tipografi elegan, serta elemen grafis yang mencerminkan karakter produk kue macaron yang eksklusif dan artistik. Desain dibuat responsif agar website dapat diakses dengan optimal pada berbagai perangkat, baik komputer, tablet, maupun ponsel pintar. Prinsip *mobile-first design* diterapkan untuk memastikan tampilan website tetap proporsional dan fungsional ketika diakses melalui perangkat seluler, mengingat sebagian besar pengguna potensial berasal dari kalangan muda yang aktif menggunakan media sosial dan perangkat mobile.

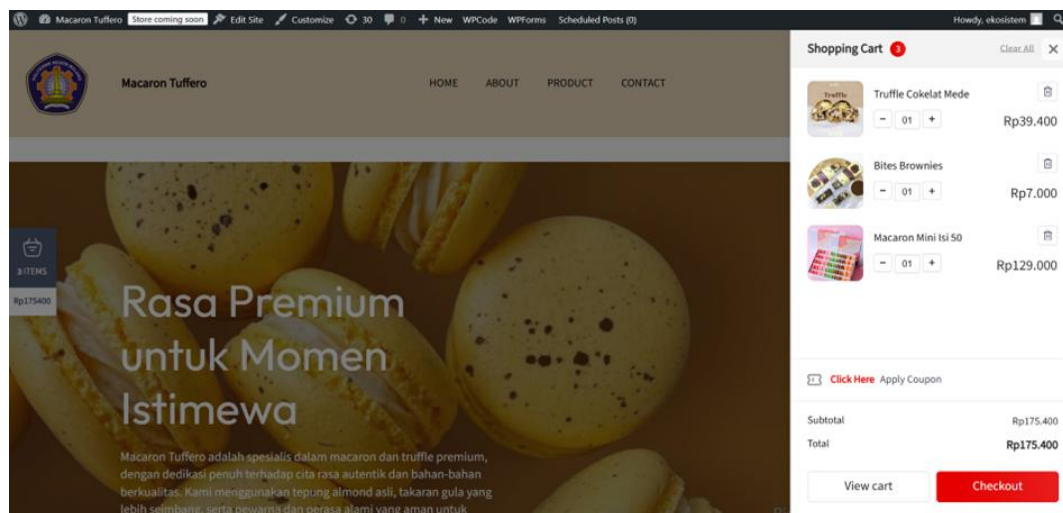
Selain itu, tahap perancangan juga mencakup penyusunan arsitektur informasi dan peta situs (*sitemap*) yang menggambarkan hubungan antarhalaman dan alur interaksi pengguna (Ariyanto et al., 2024). Setiap halaman dirancang memiliki tujuan komunikasi yang jelas, seperti memperkenalkan identitas usaha, menampilkan produk unggulan, menumbuhkan kepercayaan melalui testimoni pelanggan, dan memfasilitasi kontak langsung dengan pemilik usaha. Untuk mendukung kinerja teknis, ditetapkan pula spesifikasi non-fungsional seperti kecepatan pemuatan halaman, keamanan data, serta kompatibilitas lintas peramban (*cross-browser compatibility*).

Hasil dari tahap perancangan ini berupa dokumen desain sistem dan arsitektur website yang mencakup spesifikasi teknis, skema navigasi, rancangan tampilan halaman utama, serta panduan gaya visual (*style guide*). Dokumen tersebut menjadi acuan utama dalam tahap selanjutnya, yaitu pengembangan dan implementasi website. Dengan demikian, perancangan yang dilakukan pada tahap ini berfungsi sebagai proses kreatif dan sebagai pondasi metodologis yang memastikan website dibangun secara fungsional, estetis, dan sesuai dengan kebutuhan Macaron Tuffero dalam meningkatkan daya saing di ranah digital.

Pengembangan dan Implementasi Website Profil Tuffero

Tahap ketiga merupakan inti dari keseluruhan proses kegiatan pengabdian, yaitu pengembangan dan implementasi website profil Macaron Tuffero berdasarkan hasil rancangan desain dan arsitektur yang telah dirumuskan pada tahap sebelumnya. Tahapan ini bertujuan untuk mengubah rancangan konseptual menjadi sistem website yang berfungsi penuh, stabil, dan dapat diakses oleh pengguna secara luas melalui jaringan internet. Implementasi dilakukan

secara sistematis dengan memperhatikan aspek teknis, fungsionalitas, keamanan, serta kemudahan pengelolaan oleh pemilik usaha sebagai pengguna akhir. Implementasi website dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4 Implementasi Website Macaron Tuffero

Website dibangun menggunakan platform *WordPress* yang dikenal fleksibel, bersifat *open source*, serta mendukung berbagai kebutuhan pengembangan UMKM melalui sistem *plugin*. Salah satu komponen penting yang digunakan adalah *plugin WooCommerce*, yang berfungsi untuk mengelola katalog produk, menampilkan deskripsi, harga, dan opsi pemesanan daring. Untuk mempermudah desain antarmuka dan penyusunan halaman, digunakan page builder Elementor, yang memungkinkan pembuatan tampilan visual interaktif tanpa keahlian pemrograman tingkat lanjut.

Website Profil Macaron Tuffero yang diimplementasikan menghasilkan sejumlah fitur utama yang dirancang untuk mendukung promosi digital dan kemudahan interaksi dengan pelanggan. Fitur halaman profil usaha berfungsi menyajikan informasi identitas, visi, dan nilai merek secara profesional guna meningkatkan kredibilitas usaha. Fitur katalog produk berbasis *WooCommerce* memungkinkan penampilan produk secara terstruktur, dilengkapi deskripsi, harga, dan visual produk, sehingga memudahkan pelanggan dalam mengenali dan memilih produk. Website juga dilengkapi formulir kontak dan integrasi *WhatsApp* sebagai sarana komunikasi langsung antara pelanggan dan pemilik usaha. Selain itu, integrasi dengan media sosial dan marketplace memungkinkan pengunjung mengakses berbagai kanal pemasaran dalam satu platform terpadu. Seluruh fitur disajikan dalam antarmuka yang responsif dan mudah dikelola melalui *dashboard WordPress*, sehingga mendukung kemandirian mitra dalam pembaruan konten dan pengelolaan website secara berkelanjutan.

Pada tahap implementasi teknis, website dihosting pada *Virtual Private Server (VPS)* pihak ketiga yang memiliki performa tinggi dan keandalan baik dalam mendukung lalu lintas kunjungan pengguna. Penggunaan *VPS* dipilih karena memberikan sejumlah keunggulan dibandingkan dengan layanan *shared hosting* biasa.

Website yang telah diimplementasikan dapat diakses melalui *web browser* menggunakan alamat domain resmi Macaron Tuffero. Tampilan antarmuka dirancang agar responsif terhadap berbagai perangkat, baik komputer, tablet, maupun ponsel pintar, dengan memastikan waktu muat halaman tetap cepat. Selain itu, integrasi dengan media sosial seperti Instagram, TikTok, Tokopedia, dan Shopee memungkinkan pengguna mengakses berbagai kanal promosi usaha secara terpadu.

Tahap ini menghasilkan website profil Macaron Tuffero yang berfungsi optimal, aman, dan mudah diakses oleh publik. Implementasi pada *VPS* memastikan stabilitas dan kinerja

website tetap terjaga meskipun diakses oleh banyak pengguna secara bersamaan. Dengan demikian, website ini tidak hanya menjadi sarana representasi digital bagi usaha, tetapi juga menjadi infrastruktur penting dalam strategi pemasaran dan pengembangan bisnis berbasis teknologi informasi.

Pengujian Website oleh tim pengabdian dan Pengguna

Tahap keempat merupakan fase pengujian (*testing*) yang bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh fungsi, tampilan, dan performa website Macaron Tuffero berjalan sesuai dengan rancangan serta bebas dari kesalahan (*error*) sebelum diluncurkan secara publik (Rozi et al., 2025). Pengujian ini menjadi langkah penting dalam menjamin kualitas dan keandalan sistem, sehingga website mampu memberikan pengalaman terbaik bagi pengguna serta mendukung kebutuhan promosi digital usaha secara optimal.

Proses pengujian dilakukan melalui dua pendekatan utama, yaitu Blackbox Testing dan *User Acceptance Testing* (UAT).

Blackbox Testing difokuskan pada pengujian fungsionalitas sistem tanpa melihat kode sumber. Tim pengabdian melakukan serangkaian skenario uji terhadap setiap fitur utama, seperti navigasi halaman, formulir kontak, tampilan produk, integrasi media sosial, dan sistem pemesanan berbasis *plugin WooCommerce*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh fungsi berjalan dengan baik, termasuk proses pemuatan halaman, interaksi pengguna, serta tampilan antarmuka pada berbagai perangkat. Selain itu, dilakukan pula pengujian kompatibilitas lintas peramban (*cross-browser testing*) untuk memastikan website dapat diakses secara konsisten melalui *Google Chrome*, *Mozilla Firefox*, *Safari*, dan *Microsoft Edge*.



Gambar 5 *User Acceptance Testing*

User Acceptance Testing (UAT) melibatkan pemilik usaha untuk menilai kemudahan penggunaan (*usability*), kejelasan informasi, serta daya tarik visual website (Ananta & Ariyanto, 2025). Pada tahap ini, pengguna diminta mencoba berbagai fitur secara langsung, seperti menelusuri halaman produk, membaca profil usaha, hingga mengisi formulir kontak. Umpan balik yang diperoleh digunakan untuk melakukan penyempurnaan akhir, misalnya pada penyesuaian warna latar belakang, penempatan tombol navigasi, serta kecepatan akses halaman.

Selain pengujian fungsional dan pengalaman pengguna, tim juga melakukan pengujian performa (*performance testing*) untuk mengukur kecepatan *loading website* dan respons *server* pada kondisi beban tertentu (Ananta & Ariyanto, 2025). Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan VPS pihak ketiga memberikan waktu respons yang cepat dan kestabilan tinggi, bahkan ketika website diakses oleh banyak pengguna secara bersamaan.

Proses pengujian memperoleh hasil bahwa website Macaron Tuffero telah memenuhi standar fungsionalitas, tampilan, dan keamanan yang diharapkan. Tidak ditemukan kesalahan

kritis yang menghambat operasional website, dan seluruh fitur dapat dijalankan dengan baik pada berbagai perangkat. Tahap pengujian ini menjadi dasar penting sebelum website resmi diserahkan kepada pemilik usaha, memastikan bahwa produk digital yang dihasilkan tidak hanya layak digunakan tetapi juga siap mendukung strategi pemasaran dan pengembangan bisnis secara profesional.

Penyerahan dan Pelatihan Penggunaan Website Profil Macaron Tuffero

Tahap kelima merupakan tahap akhir dari rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat, yaitu penyerahan dan pelatihan penggunaan website profil Macaron Tuffero kepada pemilik usaha. Tahap ini memiliki peran strategis dalam memastikan keberlanjutan hasil kegiatan, di mana pemilik UMKM tidak hanya menerima produk digital yang telah selesai dibangun, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mengelola dan memanfaatkan website secara mandiri dalam jangka panjang (Ananta et al., 2020).

Kegiatan diawali dengan proses serah terima resmi website dari tim pengabdian kepada pihak Macaron Tuffero. Serah terima ini mencakup seluruh aset digital, meliputi domain, akun hosting VPS, akun administrator WordPress, panduan penggunaan, serta dokumentasi teknis terkait konfigurasi sistem dan struktur konten. Selain itu, dilakukan pula verifikasi akhir untuk memastikan bahwa website dapat diakses dengan lancar melalui browser dan seluruh fitur berfungsi optimal sesuai dengan hasil pengujian sebelumnya.



Gambar 6 Penyerahan dan Pelatihan Penggunaan Website Macaron Tuffero

Selanjutnya, tim pengabdian melaksanakan kegiatan pelatihan teknis bagi pemilik usaha dan staf terkait seperti ditunjukkan pada Gambar 6. Pelatihan difokuskan pada kemampuan operasional dasar dalam pengelolaan website, meliputi cara memperbarui konten teks dan gambar, menambah atau menghapus produk pada katalog, memantau pesanan pelanggan, serta mengelola komentar dan pesan dari pengunjung. Selain itu, diberikan juga materi mengenai optimasi konten dan strategi digital marketing sederhana, seperti penggunaan kata kunci, penautan ke media sosial, dan analisis trafik pengunjung menggunakan *Google Analytics*.

Pendekatan pelatihan dilakukan secara praktik langsung (*hands-on training*) dengan pendampingan tim pengabdian (Saukani et al., 2024). Peserta diajak untuk melakukan simulasi pembaruan konten, mengunggah gambar produk, serta mengelola sistem pemesanan agar terbiasa menjalankan aktivitas rutin secara mandiri. Pelatihan ini disertai dengan modul tertulis dan video panduan agar dapat dijadikan referensi di kemudian hari.

Selain pelatihan teknis, tim pengabdian juga memberikan pendampingan lanjutan (*post-training support*) selama beberapa minggu pertama setelah website resmi dioperasikan. Tujuannya adalah membantu pemilik usaha dalam menghadapi kendala teknis awal, seperti kesalahan konfigurasi, pembaruan plugin, atau kebutuhan penyesuaian tampilan.

Pendampingan ini memastikan proses transisi berjalan lancar dan website dapat berfungsi secara optimal tanpa ketergantungan penuh terhadap tim pengembang.

Dengan selesainya tahap ini, website profil Macaron Tuffero secara resmi beroperasi dan dikelola langsung oleh pemilik usaha. Website tersebut tidak hanya menjadi representasi digital dari identitas merek, tetapi juga menjadi alat strategis dalam meningkatkan promosi, interaksi pelanggan, serta daya saing usaha di pasar digital. Tahap penyerahan dan pelatihan ini sekaligus menandai keberhasilan kegiatan pengabdian dalam memberdayakan pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi secara mandiri dan berkelanjutan.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa implementasi Website Profil Macaron Tuffero berkontribusi positif terhadap penguatan citra usaha, peningkatan visibilitas digital, dan integrasi saluran pemasaran UMKM. Temuan ini sejalan dengan (Mas'udia et al., 2023) yang menyatakan bahwa website profil mampu meningkatkan profesionalisme dan jangkauan promosi UMKM, serta mendukung (Wijayanti et al., 2023) terkait peningkatan kredibilitas konsumen melalui company profile digital. Berbeda dengan beberapa studi sebelumnya yang memposisikan website sebagai media promosi tunggal, kegiatan ini mengintegrasikan website dengan media sosial dan marketplace, sehingga berfungsi sebagai pusat informasi dan penghubung antar kanal pemasaran digital. Hasil ini juga memperkuat temuan (Rosiani et al., 2024) bahwa website tidak hanya berperan dalam promosi, tetapi juga sebagai sarana branding yang efektif. Dengan tambahan pelatihan pengelolaan website, kegiatan ini menegaskan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya ditentukan oleh teknologi yang diterapkan, tetapi juga oleh kemampuan mitra dalam mengelola dan memanfaatkan website secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pengembangan Website Profil Macaron Tuffero telah berhasil mencapai seluruh target yang direncanakan. Berdasarkan hasil evaluasi kualitatif, kegiatan ini mampu meningkatkan kemampuan digitalisasi usaha melalui penyediaan platform promosi daring yang profesional, fungsional, dan mudah digunakan. Secara kuantitatif, hasil monitoring awal menunjukkan peningkatan interaksi pelanggan pada kanal media sosial. Implementasi website berbasis WordPress dengan dukungan *WooCommerce* terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan citra usaha. Penggunaan *Virtual Private Server* (VPS) pihak ketiga turut menjamin keandalan akses dan stabilitas sistem dengan tingkat uptime mencapai 99%. Pelatihan teknis yang diberikan juga berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kemampuan pemilik usaha dalam mengelola konten secara mandiri. Secara ilmiah, keberhasilan ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi berbasis website pada UMKM mampu memberikan dampak nyata terhadap transformasi digital dan peningkatan daya saing serta berpotensi direplikasi pada sektor usaha mikro lainnya. Sebagai pengembangan lanjutan, disarankan dilakukan evaluasi jangka panjang berbasis *Google Analytics* untuk mengukur indikator trafik, tingkat keterlibatan pengguna, dan konversi penjualan secara lebih komprehensif, serta pengembangan fitur lanjutan seperti optimasi SEO, integrasi sistem pembayaran daring, dan penerapan strategi digital marketing berbasis data guna meningkatkan keberlanjutan dan efektivitas pemasaran UMKM.

PENGHARGAAN

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Politeknik Negeri Malang atas dukungan pendanaan melalui skema Dana DIPA tahun 2025 yang memungkinkan terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pusat Riset Internet of Things (IoT) Politeknik Negeri Malang serta Laboratorium Business Analytics Jurusan Teknologi Informasi Politeknik Negeri Malang atas dukungan fasilitas,

keilmuan, dan pendampingan teknis selama proses pengembangan dan evaluasi website. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pemilik dan seluruh staf Macaron Tuffero atas kerja sama, partisipasi, dan dukungan aktif selama pelaksanaan kegiatan, sehingga pengembangan Website Profil Macaron Tuffero dapat berjalan lancar dan memberikan manfaat nyata bagi peningkatan daya saing usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, T. (2025). PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN UNTUK MENINGKATKAN JIWA WIRAUSAHA ANGGOTA NASYIATUL AISYIYAH KABUPATEN MALANG: PENGUATAN POTENSI LOKAL DAN KOLABORASI. *Jurnal Abdi Insani*, 12(7), 3043–3049. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i7.2578>
- Ananta, A. Y., & Ariyanto, R. (2025). Pengembangan Sistem Presensi Berbasis Internet of Things (Iot) Terintegrasi Dengan Siakad Di Politeknik Negeri Malang. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(3), 4009–4015. <https://doi.org/10.36040/jati.v9i3.13531>
- Ananta, A. Y., Noprianto, N., & Wijayaningrum, V. N. (2020). DESAIN SISTEM SMART ATTENDANCE MENGGUNAKAN KOMBINASI SMART CARD DAN SIDIJ JARI. *SISTEMASI*, 9(3), 480. <https://doi.org/10.32520/stmsi.v9i3.874>
- Andarwati, T., Rachmatika, T. H., Aisyah, S., Rahmawati, S., Ainniyah, U. N., & Mahfudhotin, M. (2025). Penguatan Daya Saing UMKM Melalui Pemanfaatan Website sebagai Media Promosi dan Branding Produk Skincare. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 126–132. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2173>
- APJII. (2025). SURVEI PENETRASI INTERNET DAN PERILAKU PENGGUNAAN INTERNET Sebagai perwakilan Pengurus APJII , kami dengan bangga mempersembahkan Profil Internet Indonesia 2025. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. <https://survei.apjii.or.id/>
- Ardan, T. S. (2024). Perancangan Sistem Informasi Manajemen Aset Berbasis Web Menggunakan Metode Scrumban (Studi Kasus: Universitas Subang). *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 11(1). <http://jurnal.mdp.ac.id>
- Ariyanto, R., Rohadi, E., Fahrur Rozi, I., Al Hadid Firdaus, V., . N., Wakhidah, R., Arianto, R., Puspa Kirana, A., Nurhasan, U., & Prastiyo, S. (2024). IoT Board Education Design and Analysis for Elementary School Students. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i10.15729>
- Hardiansyah, Z. A. , & S. E. E. (2023). Perencanaan Dashboard Untuk Monitoring Kinerja Dosen Menggunakan Metode Noetix dan Rasmussen Pada Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pamulang. *SAINSTECH: JURNAL PENELITIAN DAN PENGKAJIAN SAINS DAN TEKNOLOGI*, 33(2).
- Badan Pusat Statistik Kota Malang. (2024). *Kota Malang Dalam Angka: Vol. xx*.
- Manera, B., & Muizu, W. O. Z. (2025). STRATEGI PEMASARAN DIGITAL & WEBSITE UNTUK PROMOSI PRODUK RISET ALAM. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 3375–3392. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5598>
- Mulyono, H., Hartanti, R., & Rolando, B. (2024). Suara Konsumen Di Era Digital : Bagaimana Review. *JUMDER: Jurnal Bisnis Digital*, 1(1), 1–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.1234/jumder.v1i1.10>

- Naufal, A., Muna, N., Firas, A., & Riski, K. (2025). Pengembangan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing wirausaha kuliner dalam ekonomi kreatif. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 4(April), 432–438. <https://doi.org/https://doi.org/10.36441/snpk.vol4.2025.359>
- Mas'udia, P. E., Wijayanti, R. A., Anshori, Moh. A., Mustafa, L. D., Sarosa, M., & Ratnawati, Y. (2023). Pembuatan Website, Instagram Dan Akun Shopee Sebagai Media Marketing Produk Anyaman Bambu Di Desa Duwet. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(3), 220–226. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v2i3.1506>
- Rosiani, U. D., Ariadi Retno Tri H, Dwi Puspitasari, Atiqah Nurul Asri, Mungki Astiningrum, & Ely Setyo Astuti. (2024). Pembuatan Company Profile UMKM SISTIAR Singosari. *Jurnal Pengabdian Polinema Kepada Masyarakat*, 11(1), 48–53. <https://doi.org/10.33795/jpkm.v11i1.4474>
- Rozi, I. F., Arianto, R., Yunianto, D. R., Ananta, A. Y., Rahmawati, S., & Krismawati. (2024). Enhancing Aspect-Based Sentiment Analysis for Radio Station Public Opinion: Evaluating Preprocessing Strategies and Imbalanced Data Handling. *2024 International Conference on Electrical and Information Technology (IEIT)*, 103–108. <https://doi.org/10.1109/IEIT64341.2024.10763129>
- Rozi, I. F., Ariyanto, R., Arianto, R., Indri Hapsari, R., Yuli Ananta, A., Rohadi, E., Widito, S., Syukron Zakaria, A., Budiarti, A., Ulu Prima Saputra, Z., Buyung Bakhtiar Irawan, F., & Sholiha, A. (2025). *OPEN ACCESS Integrasi Sistem Informasi Geografis dan Sistem Informasi Manajemen Keanggotaan untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Kesehatan pada Ikatan Dokter Indonesia (IDI) Cabang Malang Raya*. 10(1), 2025. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v10i1.5491>
- Saukani, I., Setiawan, B., Zaini, A., Eka Poernamawati, D., Nurcahyo, S., Maulana, D., & Yuli Ananta, A. (2024). *Inovasi elektronik dan digitalisasi administrasi di UMKM Asri Malang*. 8, 4086–4094.
- Sumudra, D. G., Mayasari, R., & Adam, R. I. (2025). RANCANG BANGUN WEBSITE TERPADU MENGGUNAKAN FRAMEWORK REACTJS UNTUK MENINGKATKAN TAMPILAN YANG MENARIK DAN RESPONSIF PADA MASJID JAMI' AT-TAQWA. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 13(3S1). <https://doi.org/10.23960/jitet.v13i3S1.7561>
- Suryadana, P. E., Parwita, W. G. S., Ari, R. T. A., & Aryandana, G. S. (2025). Optimalisasi Penggunaan Website E-Commerce Sebagai Katalog Produk Digital Dan Media Pemasaran Busana Adat Bali Pada Depo Udeng Ces. *Jurnal Ilmiah Nusantara*, 2(1), 679–692. <https://doi.org/10.61722/jinu.v2i1.4081>
- Susilo, I. N., & Cahyono, D. (2025). PERANCANGAN PLATFORM DIGITAL ADMINISTRASI DESA BERBASIS WEB MELALUI PENGUJIAN UML DI BALAI DESA WARUNGERING. *Jurnal Informatika Teknologi Dan Sains (Jinteks)*, 7(2), 995–1004. <https://doi.org/10.51401/jinteks.v7i2.6039>
- Wijayanti, R. F., Budiarti, L., Pribadi, J. D., Sukma, E. A., & Waris, A. (2023). BIMBINGAN PEMBUATAN COMPANY PROFILE UNTUK Mendukung Promosi Bisnis Kuliner UMKM Warung Harum. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(2), 199–205. <https://doi.org/10.33795/abdimas.v10i2.4491>