

Implementasi *Digital Marketing* Berbasis *Website* Menggunakan CMS WordPress Pada Madani Holidays Tour & Travel

Khesya Sabilah Rizwinie¹, Haryadi²

^{1,2} Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan *digital marketing* berbasis *website* pada usaha Madani Holidays Tour & Travel dengan menggunakan *Content Management System* (CMS) WordPress. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Research and Development* (R&D) dengan model pengembangan sistem *Waterfall* serta pengujian kelayakan *website* menggunakan validasi ahli dan *System Usability Scale* (SUS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya *website* yang telah berhasil diimplementasikan dapat diterima oleh pengguna dan layak untuk digunakan sebagai media pemasaran digital dengan perolehan nilai dari ahli media sebesar 97,2% dan hasil uji *System Usability Scale* (SUS) dengan skor 87,73 yang termasuk ke dalam kategori "Acceptable" pada *Acceptability Range*, "B" pada *Grade Scale* dan "Excellent" pada *Adjective Rating*.

Kata Kunci: Website, Digital Marketing, Content Management System, WordPres

✉ Corresponding author : Khesya Sabilah Rizwinie

Email Address : kesabilaa@gmail.com

PENDAHULUAN

Era digital yang semakin berkembang telah membawa perubahan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis, khususnya pemasaran. Peralihan dari strategi pemasaran konvensional ke strategi pemasaran digital merupakan salah satu perkembangan yang paling signifikan. Menurut Ulumuddin et al. (2022), perkembangan teknologi dalam hal pemasaran di Indonesia didukung oleh meningkatnya penetrasi internet. Saat ini, masyarakat semakin bergantung pada internet untuk mencari informasi terkait produk atau layanan yang mereka butuhkan. Perkembangan internet serta teknologi informasi dan komunikasi ini juga memberikan dampak yang signifikan terhadap industri pariwisata. Penelitian yang dilakukan Nasution & Rohman (2022) mengungkapkan bahwa Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) melaporkan sebanyak 70% calon wisatawan di Indonesia saat ini mencari informasi perjalanan melalui platform digital. *Digital marketing* bermanfaat dalam bisnis pariwisata untuk mempromosikan destinasi wisata, menjangkau pasar yang lebih luas, serta berfungsi sebagai sumber utama bagi calon wisatawan untuk mengetahui informasi terkait objek wisata yang akan dituju.

Madani Holidays Tour & Travel, yang telah beroperasi sejak tahun 2014 di Medan, merupakan salah satu usaha di industri pariwisata yang menawarkan paket perjalanan wisata luar dan dalam negeri. Walaupun sudah lama beroperasi, Madani Holidays Tour & Travel belum secara optimal memanfaatkan teknologi digital dikarenakan kurangnya pemahaman dari pemilik usaha dalam menerapkan pemasaran secara digital serta keterbatasan media digital yang digunakan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, Madani Holidays Tour & Travel juga belum memanfaatkan *website* sebagai salah satu platform *digital marketing* yang telah banyak digunakan dalam pemasaran berbasis digital saat ini. Arifuddin et al. (2023) mengungkapkan bahwa keberadaan *website* mampu menjadi senjata yang ampuh dalam memperkenalkan suatu perusahaan

atau bisnis baik dalam skala domestik maupun mancanegara. Sebaliknya, ketiadaan *website* menjadi salah satu tantangan serius di era digital, mengingat perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi dalam mencari informasi. Ketiadaan *website* juga dapat membatasi jangkauan pemasaran, aksesibilitas informasi, serta memberikan kesan yang kurang profesional. Menurut Permatasari & Khabibah (2021), pengembangan situs web menggunakan aplikasi *Content Management System* (CMS) WordPress dapat digunakan sebagai media *digital marketing* untuk publikasi, promosi, pemasaran, penjualan, dan daya tarik untuk meningkatkan kualitas layanan. Selain itu, diharapkan dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan dan menyampaikan informasi secara rinci tentang produk yang ditawarkan.

TINJAUAN PUSTAKA

Digital Marketing

Menurut Kurniawan (2023), esensinya, *digital marketing* adalah aktivitas promosi yang memanfaatkan berbagai platform digital yang terhubung internet. Ini mencakup situs web, media sosial, email, basis data, perangkat seluler/nirkabel, dan televisi digital. Sanjaya & Tarigan (2019) menyatakan *digital marketing* yaitu kegiatan pemasaran yang menggunakan berbagai media yang memungkinkan bagi perusahaan seperti melalui media berupa blog, website, e-mail, adwords, dan berbagai macam jaringan media sosial lain. Ayesha et al. (2022) mengungkapkan bahwa *digital marketing* memberikan memberikan manfaat seperti transparansi informasi mengenai produk dan layanan, memudahkan pembaruan informasi produk, memungkinkan perbandingan yang lebih mudah antara produk atau jasa dengan pesaing, serta menawarkan harga yang lebih kompetitif atau lebih terjangkau.

Menurut Erislan (2024), terdapat berbagai jenis pemasaran digital yang umum digunakan oleh perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya, antara lain sebagai berikut.

- 1) *Website*
- 2) *Search Engine Marketing*
- 3) *Social Media Marketing*
- 4) *Online Advertising*
- 5) *Email Marketing*
- 6) *Video Marketing*.

Website

Menurut Pamungkas (2018), secara terminologi, *website* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs yang terorganisir, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain maupun subdomain, yang tempatnya berada di dalam World Wide Web (WWW) di Internet. Dalam konteks bisnis, *website* menjadi media yang strategis untuk pemasaran, membangun merek, serta menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis. Erwin et al. (2023) juga menyatakan bahwa *website* menjadi saluran komunikasi digital yang sangat penting dengan fungsi sebagai pusat informasi mengenai bisnis serta produk atau layanan yang ditawarkan. Dengan adanya *website*, bisnis dapat menjangkau audiens global dan meningkatkan kesadaran tentang produk atau layanan yang ditawarkan. Selain itu, memiliki *website* dapat memberikan kesan positif di mata pelanggan, sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan untuk menggunakan produk atau layanan tersebut.

Adapun unsur-unsur untuk menyediakan sebuah *website* antara lain adalah sebagai berikut.

- 1) Nama Domain (*Domain Name/URL – Uniform Resource Locator*)
- 2) Rumah Tempat Penyimpanan *Website* (*Web Hosting*)
- 3) Bahasa Program (*Script Program*)
- 4) Desain *Website*

Content Management System (CMS)

Menurut Noviyanto & Mazari (2014), *Content Management System* (CMS) adalah perangkat lunak yang mempermudah pembuatan dan pengelolaan konten *website* secara dinamis. *Content*

Management System (CMS) adalah platform *online* atau perangkat lunak yang digunakan untuk mengelola konten pada situs web. Beberapa jenis website yang dapat dikembangkan dengan CMS meliputi web profil, forum, blog, *landing page*, dan berbagai jenis situs lainnya.

WordPress

Menurut Pamungkas & Azis (2022), WordPress merupakan *framework open source* atau gratis yang bisa digunakan serta dimodifikasi secara bebas sesuai kebutuhan. WordPress mampu mewujudkan berbagai jenis halaman web, mulai dari blog, toko daring, portofolio, hingga situs berita. Kelebihan utama WordPress terletak pada kemudahannya dalam proses instalasi, pembaruan, dan kustomisasi tampilan halaman web. Selain itu, WordPress turut menawarkan berbagai plugin yang dapat mendukung pengembangan situs.

Model Pengembangan Waterfall

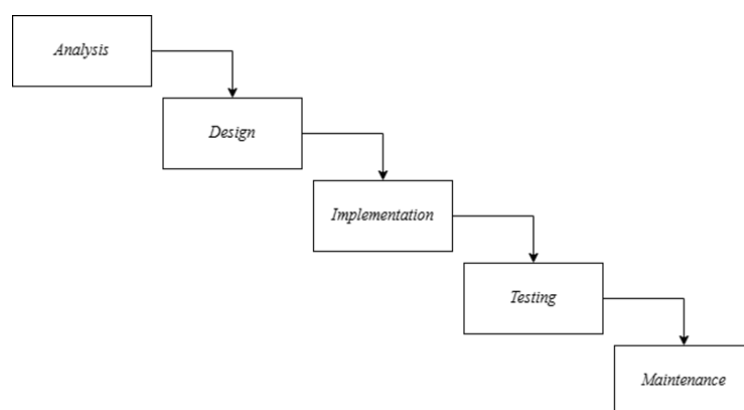
Model pengembangan sistem *waterfall* menggambarkan proses pengembangan perangkat lunak sebagai serangkaian tahap antara lain analisis, desain, implementasi, pengujian dan perawatan. Model *waterfall* pertama kali diperkenalkan oleh Winston Royce sekitar tahun 1970 dan menjadi model yang paling banyak dipakai dalam rekayasa perangkat lunak. Wahid (2020) menyatakan bahwa saat ini model *waterfall* merupakan model pengembangan perangkat lunak yang sering digunakan dengan pendekatan secara sistematis dan berurutan.

System Usability Scale (SUS) Testing

System Usability Scale (SUS) diciptakan oleh John Brooke pada tahun 1986 sebagai alat pengukuran berbasis kuesioner yang digunakan untuk mengukur persepsi pengguna terhadap *usability* atau kegunaan sistem. Brooke (2013) mengungkapkan bahwa *System Usability Scale* (SUS) dapat memberikan pandangan subjektif mengenai tingkat kemudahan dari suatu sistem. SUS dapat digunakan untuk mengukur tingkat *usability* pada berbagai produk antara lain perangkat lunak, perangkat keras, aplikasi seluler, hingga situs web. Menurut Riyanto & Suhari (2024), *System Usability Scale* (SUS) memiliki beberapa keunggulan, diantaranya adalah mudah digunakan oleh responden dan menghasilkan data yang akurat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Research and Development* (R&D) dengan menggunakan model pengembangan sistem *Waterfall*. Menurut Sugiyono (2017), *Research and Development* (R&D) merupakan metode yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan produk tersebut. Populasi yang digunakan untuk uji SUS pada penelitian ini yaitu seluruh pengikut Facebook Page Madani Holidays Tour & Travel dengan sampel sebanyak 88 responden. Adapun desain penelitian dengan model *waterfall* yang digunakan dalam penelitian terdiri dari lima tahap yaitu *analysis*, *design*, *implementation*, *testing* dan *maintenance*.



Gambar 1. Tahapan Model Waterfall

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi dan studi dokumen. studi dokumen yang digunakan dalam penelitian ini mencakup informasi yang akan ditampilkan dalam *website* yang diimplementasikan seperti materi promosi, layanan, pilihan dan rincian paket wisata, serta estimasi harga paket wisata yang ditawarkan oleh Madani Holidays Tour & Travel. Selanjutnya, instrumen pada penelitian ini menggunakan kuesioner validasi ahli media dan *System Usability Scale (SUS)* untuk mengukur kelayakan dari sistem yang diimplementasikan.

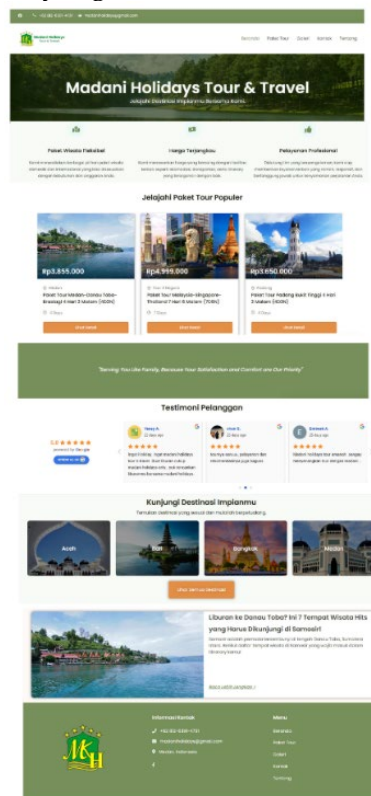
HASIL DAN PEMBAHASAN

Tampilan Website

Penelitian yang dilakukan menghasilkan sebuah *website* untuk Madani Holidays Tour & Travel yang dapat diakses melalui alamat <https://madaniholidays.com>. Berikut ini adalah hasil implementasi antarmuka *website* Madani Holidays Tour & Travel.

1. Tampilan Halaman Beranda

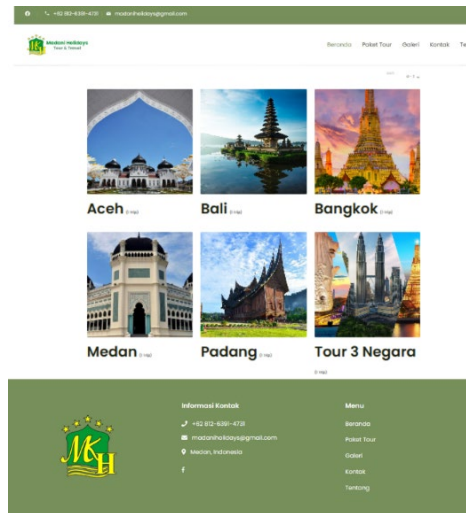
Halaman beranda merupakan bagian pertama yang dilihat oleh pengguna saat mengakses *website* Madani Holidays Tour & Travel yang menampilkan informasi terkait usaha, paket wisata dan destinasi yang ditawarkan, testimoni serta artikel.



Gambar 2. Halaman Beranda

2. Tampilan Halaman Paket Tour

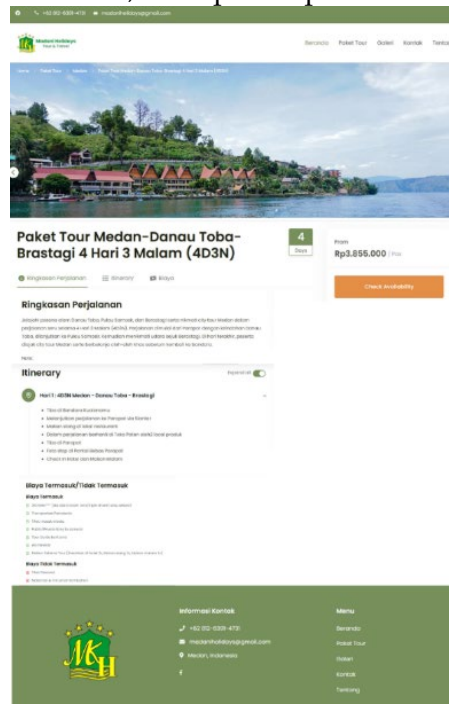
Halaman Paket Tour menyajikan berbagai pilihan destinasi dengan tujuan untuk memudahkan pengguna dalam menemukan paket tour yang sesuai dengan preferensi destinasi.



Gambar 2. Halaman Paket Tour

3. Tampilan Halaman Deskripsi Paket Tour

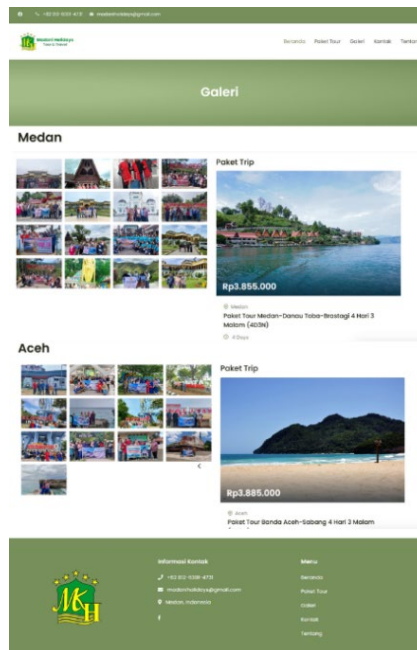
Halaman ini menyajikan informasi detail mengenai paket wisata yang ditawarkan mulai dari nama paket, galeri foto terkait destinasi, ringkasan perjalanan, durasi perjalanan, harga, penjelasan singkat terkait destinasi-destinasi apa saja yang akan dikunjungi, rincian rencana kegiatan selama perjalanan, rincian fasilitas dan layanan apa saja yang dicakup oleh harga paket dan yang tidak termasuk, serta proses pemesanan paket wisata.



Gambar 3. Halaman Deskripsi Paket Tour

4. Tampilan Galeri

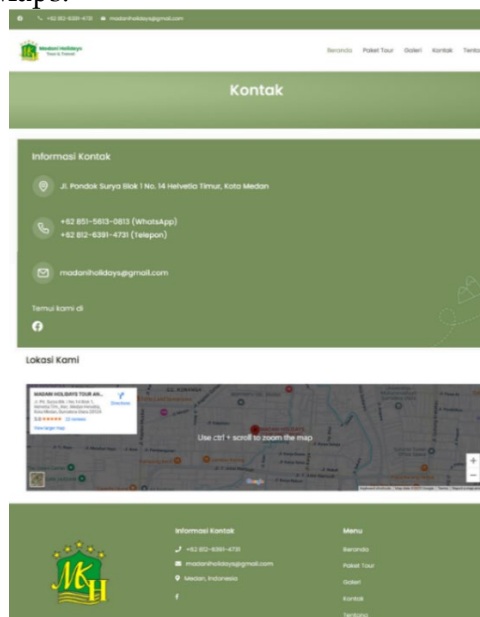
Halaman galeri menampilkan dokumentasi foto-foto dari pelanggan yang pernah mengikuti tour dari Madani Holidays Tour & Travel serta pilihan paket tour yang dapat dipesan sesuai dengan destinasi yang telah dikelompokkan.



Gambar 4. Halaman Galeri

5. Halaman Kontak

Halaman Kontak memberikan informasi lengkap mengenai alamat usaha Madani Holidays, nomor telepon, WhatsApp, email, sosial media, serta peta lokasi yang terintegrasi langsung dengan Google Maps.



Gambar 5. Halaman Kontak

6. Halaman Tentang

Halaman ini berfungsi sebagai profil perusahaan dengan menampilkan informasi terkait perusahaan yang mencakup pengenalan Madani Holidays Tour & Travel sebagai penyedia layanan perjalanan wisata, disertai penjelasan terkait visi, misi, dan nilai perusahaan.



Gambar 6. Halaman Tentang

Hasil Validasi Ahli Media

Angket validasi ahli media disusun berdasarkan metode WebQual 4.0, yang telah diadaptasi dari penelitian Djaeng dan Burhanudin (2016), dengan total sebanyak 3 aspek yakni kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi pelayanan dengan 18 indikator yang digunakan sebagai dasar penilaian.

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Validasi Ahli

No	Aspek Penilaian	Jumlah Indikator	Skor Maksimum	Skor yang Diperoleh
1	Kegunaan (<i>Usability</i>)	8	32	30
2	Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)	7	28	28
3	Kualitas Interaksi Pelayanan (<i>Service Interaction Quality</i>)	3	12	12
Jumlah		18	72	70

Adapun perhitungan dilakukan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Persentase (\%) = \frac{\text{Jumlah Skor yang Diperoleh}}{\text{Skor Maksimum}} \times 100\%$$

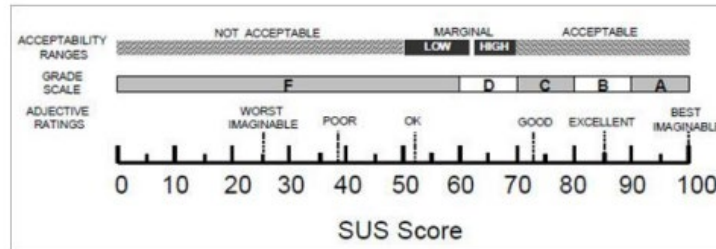
$$Persentase (\%) = \frac{70}{72} \times 100\% = 97,22\%$$

Dari hasil konversi terhadap persentase skor validasi, dapat disimpulkan bahwa media digital berupa *website* yang dikembangkan termasuk dalam kategori “Sangat Layak” untuk digunakan sebagai media *digital marketing* pada Madani Holidays Tour and Travel, dengan persentase kelayakan sebesar 97,22%. Hasil ini mencerminkan bahwa *website* yang dirancang telah memenuhi standar kelayakan dari berbagai aspek yang dinilai. Hampir seluruh indikator memperoleh skor maksimal, yang menandakan bahwa *website* memiliki kemudahan dalam pengoperasian, struktur navigasi yang baik, dan tampilan visual yang menarik serta konsisten.

Hasil Pengujian System Usability Scale (SUS)

Kuesioner SUS digunakan untuk mengukur tingkat kemudahan penggunaan (*usability*) *website* Madani Holidays Tour & Travel secara keseluruhan dari perspektif pengguna. Perhitungan skor SUS dilakukan berdasarkan 10 pernyataan yang masing-masing memiliki lima pilihan jawaban

skala Likert. Setelah dilakukan pengolahan data terhadap jawaban dari 88 responden menggunakan aturan dan rumus yang telah ditetapkan, hasil perhitungan menunjukkan bahwa skor akhir SUS yang diperoleh untuk *website* Madani Holidays Tour & Travel adalah sebesar 87,73. Skor SUS dapat diinterpretasikan ke dalam tingkatan penerimaan sistem (*acceptability range*) guna mengetahui apakah *website* yang sudah dibangun dapat diterima. Kategori penilaian untuk skor SUS dikembangkan oleh Bangor et al. (2009) seperti yang digambarkan pada Gambar 3.7 berikut.



Gambar 3.7 Kategori Penilaian Skor SUS

Berdasarkan kategori penilaian skor SUS tersebut, berikut ini adalah hasil interpretasi dari hasil skor SUS yang diperoleh.

Tabel 2. Interpretasi Skor SUS

Skor SUS	Interpretasi Skor		
	<i>Acceptability Range</i>	<i>Grade Scale</i>	<i>Adjective Rating</i>
87,73	<i>Acceptable</i>	B	<i>Excellent</i>

Berdasarkan hasil interpretasi skor SUS, dapat disimpulkan bahwa *website* Madani Holidays Tour & Travel termasuk ke dalam kategori *Acceptable* atau dapat diterima dengan dengan skala penilaian B dan deskripsi kata sifat *Excellent* atau Sangat Baik.

Pembahasan

Penelitian ini berhasil mengimplementasikan *digital marketing* berbasis *website* untuk usaha Madani Holidays Tour & Travel dengan menggunakan *Content Management System* (CMS) WordPress. Adapun pengembangan *website* ini dilakukan dengan metode pengembangan *waterfall*, yang terdiri dari lima tahapan yaitu sebagai berikut.

- 1) *Analysis*; Tahap ini menganalisis kebutuhan dari berbagai aspek seperti analisis kebutuhan fungsional baik dari sisi pengguna maupun pemilik usaha, analisis kebutuhan non-fungsional yang mencakup perangkat yang digunakan dalam merancang *website*, analisis teknis dan biaya, hingga analisis pada aspek *digital marketing*.
- 2) *Design*; Tahap ini dilakukan dengan membuat desain awal struktur *website* dan rancangan antarmuka yang terdiri dari halaman beranda, paket tour, deskripsi paket tour, galeri, kontak dan tentang.
- 3) *Implementation*; Implementasi dilakukan menggunakan CMS WordPress karena memudahkan dalam manajemen konten serta dukungan tema dan plugin yang beragam. Tema yang digunakan untuk mempermudah proses implementasi desain pada *website* ini adalah Travel Monster. Adapun beberapa plugin yang digunakan dalam penelitian ini antara lain Elementor untuk edit visual halaman, Google Reviews untuk menampilkan testimoni yang terintegrasi dengan ulasan di Google Maps, Site SEO untuk optimasi pencarian Google, Social Chat untuk mempermudah pengguna menghubungi pemilik usaha melalui WhatsApp hanya dengan hanya sekali klik, WP Mail SMTP untuk membantu *website* mengirimkan email, serta WP Travel Engine untuk membuat paket tour, destinasi, serta mengelola sistem pemesanan.
- 4) *Testing*; Tahap pengujian dilakukan melalui dua pendekatan yaitu validasi oleh ahli media dan menggunakan System Usability Scale (SUS). Hasil validasi mendapatkan skor 97,22%,

yang tergolong dalam kategori Sangat Layak. Sedangkan pengujian yang dilakukan kepada pengguna dengan SUS mendapatkan hasil skor mencapai 87,73, yang masuk dalam kategori *Acceptable*, dengan tingkat kepuasan pada skala B dan deskripsi *Excellent*.

- 5) *Maintenance*; Tahap pemeliharaan meliputi pemantauan terhadap kinerja *website*, termasuk pembaruan konten seperti penambahan paket tour, destinasi, artikel atau yang lainnya. Dengan menggunakan CMS WordPress, proses pemeliharaan dan pengelolaan *website* dapat dilakukan pemilik usaha secara mandiri.

Secara keseluruhan, *website* Madani Holidays Tour & Travel yang dikembangkan menggunakan CMS WordPress berhasil memenuhi tujuan utama untuk implementasi *digital marketing* dengan beberapa halaman utama, yaitu Beranda, Paket Tour, Galeri, Kontak, dan Tentang yang dirancang dengan fungsi dan isi konten yang spesifik. Halaman Beranda berfungsi sebagai halaman utama yang memberikan gambaran umum tentang usaha, Paket Tour menampilkan pilihan destinasi dan berbagai pilihan paket wisata yang ditawarkan, Galeri menampilkan dokumentasi visual dari kegiatan perjalanan yang telah berlangsung, Kontak menyediakan informasi komunikasi yang mudah diakses oleh pengguna, dan halaman Tentang menjelaskan terkait profil usaha.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai implementasi *digital marketing* berbasis *website* pada Madani Holidays Tour & Travel menggunakan CMS WordPress, maka dapat disimpulkan beberapa hal-hal sebagai berikut:

1. Perancangan *website* menggunakan CMS WordPress dan metode pengembangan sistem *waterfall* telah berhasil diterapkan dengan baik. Dengan menampilkan informasi yang menarik dan kemudahan penggunaan, *website* ini dapat dimanfaatkan sebagai media *digital marketing* yang efektif untuk memperluas jangkauan konsumen, meningkatkan visibilitas usaha di pasar *online*, serta meningkatkan kepercayaan pelanggan.
2. Kelayakan *website* berdasarkan hasil validasi dan pengujian menunjukkan hasil yang sangat baik. Validasi oleh ahli media memperoleh skor 97,22 yang termasuk dalam kategori Sangat Layak. Sedangkan hasil uji menggunakan *System Usability Scale* (SUS) terhadap pengguna memperoleh skor rata-rata 87,73 yang termasuk dalam kategori tingkat penerimaan "Acceptable" atau Dapat Diterima, dengan skala penilaian "B", serta deskripsi kata sifat "Excellent" atau Sangat Baik. Hasil uji ini menunjukkan bahwa *website* yang telah diimplementasikan mudah digunakan, informatif, dan diterima dengan sangat baik oleh para pengguna.

Referensi :

- Arifuddin, A. A. Z., Kamaruddin, M. Z., & Usman, A. (2023). Perancangan Website Berbasis Digital Marketing Pada PT Satoimo Sulawesi Sukses. *Jurnal Instek Informatika Sains dan Teknologi*, 8(1), 27-35. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/instek/article/view/36702/17049>
- Arsa, M. F. (2021). *Buku Belajar Wordpress Dari Dasar Hingga Mahir*. CV. Jejak.
- Aryanto, S., Putri Ayuni Agustina, Meyke Erlianda, Anggraeni Eklecia Silaen, Ade Putri Puspitasari, & Meliyanti. (2023). Pengembangan Buku Ramah Cerna Berbasis Human Security sebagai Upaya Penguatan Profil Pelajar Pancasila di Sekolah Dasar. *Jurnal Elementaria Edukasia*, 6(4), 1846-1860. <https://doi.org/10.31949/jee.v6i4.6900>
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Bangor, A., Kortum, P., & Miller, J. (2009). Determining What Individual SUS Scores Mean: Adding an Adjective Rating Scale. *Journal of Usability Studies*, 114-123.
- Brooke, J. (2013). SUS: a retrospective. *Journal of Usability Studies*, 8(2), 29-40.
- Cahyo, O. A. T., Setiawan, DImas, & Lenawati, M. (2022). Implementasi Digital Marketing Berbasis WordPress Pada Ichi Hydroponic Store Madiun. *Pilar Teknologi: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu*

- Teknologi*, 7(2), 18–25. <https://pilar.unmermadiun.ac.id/index.php/pilarteknologi/article/view/121/100>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing Seventh Edition*. Pearson Education Limited.
- Djaeng, D. S., dan Burhanudin, B. (2016). Analisa Kualitas Website STMIK Bina Mulia Palu Menggunakan Framework Webqual. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, 2(2), 53–63.
- Erislan. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Digital*. Mitra Ilmu.
- Erwin, Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., Amaral, M. A. L., Setiawan, Z., Setiono, D., & Munizu, M. (2023). *Digital Marketing (Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0)*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 25–43. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.209>
- Komalasari, R., Pramesti, P., & Harto, B. (2020). Teknologi Informasi E-Tourism Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *ALTASIA Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2), 163–170. <https://journal.uib.ac.id/index.php/altasia/issue/view/56/Februari%202020%20%28Edisi%20Khusus%29>
- Mus, S., Habibah, S., & Wahed, A. (2020). Pengelolaan Website Sekolah Berbasis Wordpress. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*. <http://103.76.50.195/semnaslpm/article/view>
- Nasution, O. B., & Rohman, I. Z. (2022). Peran Akun Media Sosial Berbasis Konten Pariwisata Pada Pengambilan Keputusan Wisatawan Untuk Mengunjungi Destinasi Wisata Pada Era Digital. *JUMPA Jurnal Master Pariwisata*, 8(2), 774–789. <http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/97/>
- Noviyanto, F., & Mazari, A. (2014). Pengembangan Aplikasi Generator Modul Pada CMS Untuk Mempermudah Pengembangan Sistem Berbasis Web (Studi Kasus: Cms Lokomedia). *Jurnal Penelitian Teknik Informatika*, 4(1).
- Pamungkas, R., & Azis, M. N. L. (2022). *Implementasi Content Management System Wordpress Sebagai Sistem Informasi Publik Berbasis Web*. UNIPMA Press. www.kwu.unipma.ac.id
- Pamungkas, R., Pratama, Q. R., & Cahyo, O. A. T. (2020). Pemanfaatan Website Desa Dalam Optimalisasi Informasi Publik Kepada Masyarakat di Desa Kiringan. *DAYA -MAS: Media Komunikasi Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 32–38. <https://dayamas.unmermadiun.ac.id/index.php/dayamas/article/view/43/44>
- Permatasari, D., & Khabibah, U. (2021). Penerapan Digital Marketing Berbasis Website Dengan Aplikasi CMS Wordpress pada CV. Kuwersedana Wiratama Situbondo. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1), 45–48. <https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/1974/1548>
- Putri, A. N. R., Anggara, I. N. Y., & Permana, P. T. H. (2024). Rancang Bangun dan Implementasi E-Commerce Berbasis Website Pada UD. AM Menggunakan CMS Dengan Metode Agile Development. *PETIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 10(1), 70–84. <https://doi.org/10.31980/jpetik.v10i1.548>
- Ramadhani, M. B., Aziza, S. R., Febriana, H. D., & Rachman, A. (2022). Implementasi Design Thinking pada Perancangan Website Yellow Sands Travel Berbasis Wordpress. *Prosiding Seminar Implementasi Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 1(2), 504–511. <https://doi.org/10.31284/p.semtik.2022-1.3180>
- Riyanto, S., & Suhari, Y. (2024). Implementasi System Usability Scale pada Sistem Informasi Rencana Umum Pengadaan (SIRUP) Lokal Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. *Urnal Ilmiah Elektronika dan Komputer*, 17(1), 138–149. <https://doi.org/10.51903/elkom.v17i1.1727>
- Saputra, I. P. D. A. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Mempromosikan Destinasi Pariwisata. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, 4(1), 345–353. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3621>
- Setemen, K., Erawati Dewi, L. J., & Purnamawan, I. K. (2019). PAON Usability Testing Using System Usability Scale. *Journal of Physics: Conference Series*, 1165(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1165/1/012009>
- Sidik, A. (2019). *Teori, Strategi dan Evaluasi Merancang Website Dalam Perspektif Desain*. Universitas Islam Kalimantan.

- Siswanti, K., Famukhit, M. L., & Rahayu, D. (2020). Rancang Bangun Website E-Commerce Berbasis Wordpress pada Mebel UD "REJEKI." *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 12(2), 87-92. <https://doi.org/10.21137/jpp.2020.12.2.5>
- Sommerville, I. (2016). *Software Engineering Tenth Edition*. Pearson.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryawinata, M. (2019). *Buku Ajar Mata Kuliah Pengembangan Aplikasi Berbasis Web*. UMSIDA Press.
- Syahza, A. (2021). *Metodologi Penelitian (Edisi Revisi Tahun 2021)*. UR Press.
- Syaputra, J., Rafi, M. F. I., & Suryawan, S. H. (2023). Perancangan Website Company Profile Menggunakan Wordpress Untuk Meningkatkan Marketing Tools Pada PT. Barqun Digital Teknologi. *Pengabdian Kepada Masyarakat Bidang Teknologi Dan Sistem Informasi (PETISI)*, 1(2), 55-64. <https://doi.org/10.30872/petisi.v1i2.1106>
- Ulumuddin, D. I. I., Haryadi, T., Prabowo, D. P., & Ihwan, A. M. (2022). Adaptasi Digital Marketing berbasis Website untuk Produk UMKM Fatikha Sweet Honey. *Jurnal Informatika UPGRIS*, 8(1), 52-58. <https://journal.upgris.ac.id/index.php/JIU/article/view/11524/5708>
- Wahid, A. A. (2020). Analisis Metode Waterfall Untuk Pengembangan Sistem Informasi. *Jurnal Ilmu-Ilmu Informatika Dan Manajemen STMIK*, 1-5.