

PENINGKATAN KAPASITAS PENGUSAHA MELALUI PEMANFAATAN WORDPRESS SEBAGAI MEDIA PROMOSI DIGITAL DI KABUPATEN BONDOWOSO

¹Muhammad Bahanan, ²Rizky Adhitya Nugroho, ³Rezha Isyraqi Qastalano,

^{1,2,3}Politeknik Negeri Jember

muh.bahanan@polije.ac.id

Diterima : 11-05-2026

Disetujui : 09-06-2026

Diterbitkan : 29-06-2026

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengusaha dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya penggunaan WordPress sebagai media promosi usaha di Kabupaten Bondowoso. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah rendahnya literasi digital, keterbatasan keterampilan dalam mengelola media promosi berbasis website, serta ketergantungan pada metode pemasaran konvensional. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif melalui tahapan identifikasi kebutuhan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Pelatihan dilakukan dengan metode ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung dalam pembuatan website menggunakan WordPress. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman dan keterampilan peserta, yang ditunjukkan melalui perbandingan hasil pre-test dan post-test serta keberhasilan peserta dalam membuat website usaha secara mandiri. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong perubahan pola pikir peserta terhadap pentingnya digitalisasi usaha. Meskipun terdapat kendala seperti keterbatasan akses internet dan variasi kemampuan peserta, secara keseluruhan program ini efektif dalam meningkatkan kapasitas pengusaha dan mendukung pengembangan usaha melalui pemanfaatan media promosi digital secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Digital marketing, WordPress, UMKM, Literasi digital

Abstract: This community service activity aims to enhance entrepreneurs' capacity in utilizing digital technology, particularly WordPress as a digital promotion medium in Bondowoso Regency. The main problems faced by participants include low digital literacy, limited skills in managing website-based promotional media, and reliance on conventional marketing methods. The implementation method employed a participatory and applicative approach consisting of needs assessment, training, mentoring, and evaluation stages. The training combined lectures, demonstrations, and hands-on practice in creating business websites using WordPress. The results indicate a significant improvement in participants' knowledge and skills, as evidenced by the comparison of pre-test and post-test results and the successful development of

independent business websites. Additionally, the program fostered a positive shift in participants' mindset regarding the importance of business digitalization. Despite challenges such as limited internet access and varying participant abilities, overall, this program effectively improved entrepreneurial capacity and supported business development through sustainable digital promotion strategies.

Keywords: *Digital marketing, WordPress, SMEs, Digital literacy*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam kegiatan pemasaran usaha. Transformasi dari pemasaran konvensional menuju pemasaran digital menjadi kebutuhan utama bagi pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing dan menjangkau pasar yang lebih luas (Tiago & Veríssimo, 2014; Vial, 2019). Digital marketing memungkinkan interaksi yang lebih efektif antara pelaku usaha dan konsumen melalui berbagai platform berbasis internet.

Namun demikian, tingkat adopsi teknologi digital pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) masih relatif rendah, khususnya di negara berkembang. Banyak pelaku usaha belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal karena keterbatasan literasi digital dan sumber daya (Taiminen & Karjaluo, 2015). Hal ini menyebabkan potensi peningkatan kinerja usaha melalui digitalisasi belum sepenuhnya tercapai.

Di Indonesia, fenomena serupa juga terjadi, di mana sebagian besar UMKM masih bergantung pada metode pemasaran tradisional. Padahal, penelitian menunjukkan bahwa adopsi digital marketing dapat meningkatkan kinerja usaha dan daya saing UMKM secara signifikan (Susanti et al., 2023). Kesenjangan ini menunjukkan adanya kebutuhan intervensi berbasis pemberdayaan masyarakat.

Kabupaten Bondowoso merupakan salah satu daerah dengan potensi UMKM yang cukup besar, terutama pada sektor produk lokal dan industri kreatif. Namun, hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha belum memiliki media promosi digital yang terstruktur seperti website bisnis. Penggunaan media sosial pun masih terbatas pada aktivitas dasar tanpa strategi pemasaran yang jelas.

Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi rendahnya literasi digital, kurangnya keterampilan dalam mengelola media promosi berbasis website, serta keterbatasan akses terhadap teknologi yang terjangkau. Kondisi ini sejalan dengan temuan penelitian yang menyebutkan bahwa keterbatasan kompetensi digital menjadi hambatan utama dalam transformasi digital UMKM (Lokuge & Duan, 2021).

Dalam konteks ini, penggunaan Content Management System (CMS) menjadi solusi yang relevan karena memberikan kemudahan dalam pengelolaan website. Salah satu CMS yang populer adalah WordPress yang memungkinkan pengguna membuat website tanpa keahlian pemrograman. Platform ini dinilai efektif dalam mendukung aktivitas pemasaran digital UMKM.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pemanfaatan website dan digital marketing dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan penjualan UMKM (Keke, 2022). Selain itu, penggunaan media digital juga berkontribusi terhadap peningkatan hubungan dengan pelanggan dan loyalitas konsumen.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek analisis dan belum banyak yang mengkaji implementasi langsung melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan berbasis pengabdian kepada masyarakat yang bersifat aplikatif dan berorientasi pada peningkatan kapasitas mitra.

Kegiatan ini menjadi penting karena literasi digital merupakan faktor kunci dalam menghadapi persaingan bisnis di era ekonomi digital. Tanpa peningkatan kapasitas, pelaku usaha akan sulit bersaing dengan kompetitor yang telah memanfaatkan teknologi digital secara optimal (Masrianto et al., 2022). Melalui kegiatan ini, diharapkan pengusaha di Kabupaten Bondowoso mampu meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan WordPress sebagai media promosi digital, sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha dan membuka peluang pasar yang lebih luas secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif, yang menempatkan mitra sebagai subjek utama dalam proses pembelajaran dan implementasi teknologi. Pendekatan ini bertujuan agar kegiatan tidak hanya bersifat transfer pengetahuan, tetapi juga mampu meningkatkan keterampilan praktis serta kemandirian mitra dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya dalam penggunaan WordPress sebagai media promosi usaha.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan tahap persiapan yang meliputi identifikasi kebutuhan mitra melalui observasi lapangan dan wawancara dengan para pengusaha di Kabupaten Bondowoso. Tahap ini bertujuan untuk mengetahui kondisi awal mitra, seperti tingkat literasi digital, metode pemasaran yang digunakan, serta kesiapan dalam mengadopsi teknologi digital. Selain itu, pada tahap ini juga dilakukan penyusunan materi pelatihan, modul penggunaan WordPress, serta penyiapan sarana dan prasarana pendukung seperti perangkat komputer dan jaringan internet.

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan pelatihan yang merupakan inti dari kegiatan pengabdian. Pelatihan dilakukan dengan kombinasi metode ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung. Pada sesi ceramah, peserta diberikan pemahaman mengenai konsep pemasaran digital dan pentingnya website sebagai media promosi. Selanjutnya, melalui metode demonstrasi, peserta diperkenalkan pada langkah-langkah pembuatan website menggunakan WordPress. Kegiatan dilanjutkan dengan praktik mandiri, di mana peserta secara langsung membuat website bisnis masing-masing dengan pendampingan dari tim pengabdian. Materi yang disampaikan mencakup pembuatan akun, pengelolaan tampilan website menggunakan tema dan plugin, pembuatan konten produk, serta strategi dasar optimasi website untuk promosi digital. Setelah pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan tahap pendampingan yang bertujuan untuk memastikan keberlanjutan hasil pelatihan. Pada tahap ini, tim pengabdian memberikan bimbingan secara intensif kepada mitra dalam mengelola website yang telah dibuat. Pendampingan dilakukan baik secara langsung maupun daring, meliputi konsultasi teknis, perbaikan tampilan dan konten website, serta arahan dalam

penerapan strategi promosi digital berbasis website. Pendampingan ini menjadi bagian penting agar mitra tidak mengalami kesulitan dalam mengimplementasikan pengetahuan yang telah diperoleh.

Tahap terakhir adalah evaluasi kegiatan yang dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan program pengabdian. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta, observasi terhadap hasil praktik berupa website yang telah dibuat, serta penyebaran kuesioner untuk mengukur tingkat kepuasan mitra terhadap kegiatan yang dilaksanakan. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi peningkatan literasi digital, kemampuan mitra dalam membuat dan mengelola website secara mandiri, serta pemanfaatan website sebagai media promosi usaha.

Secara keseluruhan, metode pelaksanaan kegiatan ini mengintegrasikan pendekatan Participatory Learning and Action (PLA), learning by doing, serta pendampingan berkelanjutan. Melalui pendekatan ini, diharapkan kegiatan pengabdian tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga menghasilkan dampak nyata berupa peningkatan kapasitas pengusaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kabupaten Bondowoso bertempat di aula Politeknik Negeri Jember menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan kapasitas pengusaha dalam pemanfaatan teknologi digital, khususnya penggunaan WordPress sebagai media promosi usaha. Kegiatan ini diikuti oleh sejumlah pelaku usaha mikro dan kecil yang sebelumnya belum memiliki media promosi digital berbasis website. Seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari pelatihan hingga pendampingan, berjalan dengan baik dan mendapat respon antusias dari peserta.



Gambar 1 : Foto Dokumentasi Kegiatan

Hasil awal kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki tingkat literasi digital yang masih rendah. Hal ini terlihat dari hasil pre-test yang menunjukkan bahwa peserta belum memahami konsep pemasaran digital secara komprehensif, serta belum memiliki keterampilan dalam membuat dan mengelola website. Sebagian besar peserta hanya mengandalkan media sosial sederhana tanpa strategi pemasaran yang terarah. Kondisi ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa keterbatasan literasi digital menjadi kendala utama dalam transformasi digital UMKM.

Setelah pelaksanaan pelatihan, terjadi peningkatan pemahaman yang signifikan pada peserta. Hasil post-test menunjukkan bahwa peserta telah memahami konsep dasar pemasaran digital, pentingnya website sebagai media promosi, serta langkah-langkah pembuatan website menggunakan WordPress. Selain itu, peserta juga mulai memahami pentingnya konten yang menarik dan strategi penyajian informasi produk yang efektif. Peningkatan ini menunjukkan bahwa metode pelatihan yang digunakan, yaitu kombinasi ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung, efektif dalam meningkatkan pengetahuan peserta.

Dari aspek keterampilan, sebagian besar peserta berhasil membuat website sederhana yang berisi informasi profil usaha, katalog produk, serta kontak yang dapat dihubungi. Website yang dihasilkan telah menggunakan fitur dasar WordPress seperti tema, halaman (pages), dan plugin sederhana untuk mendukung tampilan dan fungsi

website. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan WordPress sebagai CMS merupakan solusi yang tepat karena mudah digunakan oleh pemula dan tidak memerlukan kemampuan teknis yang kompleks.

Tahap pendampingan memberikan kontribusi signifikan terhadap keberhasilan kegiatan. Melalui pendampingan, peserta dapat memperbaiki tampilan website, menambahkan konten produk secara lebih menarik, serta memahami cara mengelola website secara berkelanjutan. Pendampingan juga membantu peserta dalam mengatasi kendala teknis yang dihadapi selama proses implementasi. Dengan adanya pendampingan, tingkat kepercayaan diri peserta dalam menggunakan teknologi digital juga meningkat.

Dari sisi dampak, kegiatan ini mulai menunjukkan hasil yang positif terhadap aktivitas promosi usaha. Beberapa peserta melaporkan bahwa website yang telah dibuat mulai digunakan sebagai media untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas. Website juga digunakan sebagai media informasi yang dapat diakses kapan saja oleh calon pelanggan, sehingga meningkatkan profesionalitas usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa penggunaan media digital dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha.

Selain itu, kegiatan ini juga mendorong perubahan pola pikir peserta dalam memandang pentingnya digitalisasi usaha. Jika sebelumnya peserta menganggap pemasaran digital sebagai sesuatu yang sulit dan mahal, setelah mengikuti kegiatan ini mereka menyadari bahwa penggunaan teknologi digital dapat dilakukan secara mandiri dengan biaya yang relatif rendah. Perubahan mindset ini merupakan salah satu capaian penting dalam kegiatan pengabdian.

Namun demikian, terdapat beberapa kendala yang masih dihadapi selama pelaksanaan kegiatan, seperti keterbatasan akses internet yang stabil, perbedaan tingkat kemampuan peserta, serta keterbatasan waktu pelatihan. Kendala ini menjadi bahan evaluasi untuk pelaksanaan kegiatan selanjutnya agar dapat dilakukan dengan lebih optimal, misalnya dengan menambah durasi pendampingan atau menyediakan modul pembelajaran yang lebih sederhana.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan penggunaan WordPress sebagai media promosi digital efektif dalam meningkatkan kapasitas pengusaha di Kabupaten Bondowoso. Hasil ini memperkuat temuan penelitian sebelumnya bahwa pendekatan berbasis pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan praktis dan pendampingan berkelanjutan mampu meningkatkan adopsi teknologi digital pada UMKM.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga berpotensi memberikan dampak jangka panjang dalam meningkatkan daya saing usaha melalui pemanfaatan teknologi digital secara berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa program peningkatan kapasitas pengusaha melalui pemanfaatan WordPress sebagai media promosi digital di Kabupaten Bondowoso berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif. Kegiatan ini mampu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta terkait konsep pemasaran digital serta pentingnya penggunaan website sebagai media promosi usaha.

Selain itu, kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara aplikatif terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta dalam membuat dan mengelola website secara mandiri. Hal ini ditunjukkan dengan keberhasilan sebagian besar peserta dalam menghasilkan website sederhana yang dapat digunakan sebagai sarana promosi produk dan usaha mereka. Dengan adanya website tersebut, mitra memiliki alternatif media promosi yang lebih profesional dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Kegiatan ini juga berhasil mendorong perubahan pola pikir (mindset) peserta terhadap pentingnya digitalisasi usaha. Peserta yang sebelumnya menganggap pemasaran digital sebagai sesuatu yang sulit, kini memiliki kepercayaan diri untuk

memanfaatkan teknologi digital secara mandiri. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini tidak hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga berkontribusi terhadap penguatan daya saing usaha di era digital.

Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Perlu adanya pendampingan lanjutan secara berkelanjutan agar mitra dapat terus mengembangkan dan mengoptimalkan website yang telah dibuat, termasuk dalam aspek pengelolaan konten dan strategi pemasaran digital.
2. Diperlukan penguatan materi lanjutan, seperti optimasi mesin pencari (SEO), integrasi dengan media sosial, serta pemanfaatan marketplace agar promosi digital dapat lebih maksimal.
3. Peningkatan infrastruktur pendukung, khususnya akses internet yang stabil, sangat diperlukan untuk menunjang keberhasilan implementasi pemasaran digital di kalangan pengusaha.
4. Perluasan sasaran kegiatan, sehingga lebih banyak pelaku usaha di daerah lain dapat memperoleh manfaat dari program serupa, terutama di wilayah yang masih memiliki keterbatasan literasi digital.
5. Kolaborasi dengan pemerintah daerah dan stakeholder terkait perlu ditingkatkan untuk mendukung keberlanjutan program digitalisasi UMKM secara lebih luas dan terintegrasi.

Dengan adanya tindak lanjut dan pengembangan program secara berkelanjutan, diharapkan pemanfaatan teknologi digital, khususnya website berbasis WordPress, dapat semakin optimal dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha para pengusaha di Kabupaten Bondowoso

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilianti, D. (2025). Digital marketing adoption in MSMEs. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(1). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i1.3687>
- Handayani, P. W., Hidayanto, A. N., & Sandhyaduhita, P. I. (2018). Instagram social media marketing: How does it influence impulse buying behavior. *Proceedings of the ACM International Conference*. <https://doi.org/10.1145/3278252.3278276>
- Hartemo, M. (2016). Email marketing in the era of the empowered consumer. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 10(3), 212–230. <https://doi.org/10.1108/JRIM-06-2015-0040>
- Karjaluoto, H., & Huhtamäki, M. (2010). The role of electronic channels in micro-sized brick-and-mortar firms. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 23(1), 17–38. <https://doi.org/10.1080/08276331.2010.10593471>
- Keke, M. E. (2022). The role of digital marketing in social media. *Transportation Research Procedia*, 63, 2579–2588. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2022.06.297>
- Lokuge, S., & Duan, Y. (2021). Digital transformation in SMEs: A systematic review. *Journal of Small Business Management*. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1765321>
- Masrianto, A., et al. (2022). Digital transformation capability and SME performance. *Sustainability*, 14(5), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su14052931>
- Nuseir, M. T. (2016). The impact of digital media marketing on consumer behavior. *International Journal of Business and Management*, 11(4), 228–235. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v11n4p228>
- Srinivasan, R., Bajaj, R., & Bhanot, S. (2016). Impact of social media marketing strategies used by micro small and medium enterprises. *IOSR Journal of Business and Management*, 18(1), 1–5. <https://doi.org/10.9790/487X-1803010105>
- Stoian, M. C., Rialp, A., & Rialp, J. (2018). Export performance under the microscope. *Journal of World Business*, 53(5), 768–779. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2018.06.001>

- Susanti, D., Nugroho, Y., & Prasetyo, B. (2023). Digital marketing adoption and SME performance in Indonesia. *Journal of Asian Business and Economic Studies*. <https://doi.org/10.1108/JABES-07-2022-0117>
- Sutrisno, S., & Violinda, Q. (2022). Improving SME performance through digitalization. *KNE Social Sciences*, 7(19), 123–134. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i19.12479>
- Taiminen, H. M., & Karjaluoto, H. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(4), 633–651. <https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2013-0073>
- Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media. *Business Horizons*, 57(6), 703–708. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.002>
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and research agenda. *Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>