

# OPTIMALISASI SEO DAN SEM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI WEBSITE E-COMERCE BERBASIS WORDPRESS-ELEMENTOR

Abdul Hamid Arribathi<sup>1</sup>, Dede Herman<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Magister Teknik Informatika, Universitas Raharja

<sup>2</sup>Program Sarjana Teknik Informatika, STMIK Antar Bangsa

<sup>1</sup>abdulhamid@raharja.info, <sup>2</sup>dede.herman@raharja.info

**ABSTRACT** - *New era business actors are required to have effective and easily accessible promotional media, so an e-commerce website is needed. This research aims to design and develop a WordPress-based e-commerce website using Elementor as a page builder, as well as optimize it through the application of Search Engine Optimization (SEO) and Search Engine Marketing (SEM) to improve promotion and sales performance. The research methods and procedures include needs analyze, website appearance and structure design, WooCommerce configuration, and implementation of on-page and off-page SEO strategies. The SEM stage is carried out through the creation of paid campaigns using Google Ads with a focus on keyword selection, ad copywriting, and performance monitoring through CTR, CPC, and conversion rate metrics. Website testing is conducted using PageSpeed Insight, GTMetrix, Google Analytics, and user evaluation to measure user experience (UX). The results of the study show that SEO optimization is able to increase website access speed, content relevance, and keyword ranking on search engines, so that organic traffic increases by more than 60%, thus increasing promotional reach and increasing CTR significantly, which has an impact on increasing the number of transactions. Meanwhile, the integration of WordPress Elementor-based website design and SEO and SEM optimisation has a positive impact on the effectiveness of promotional media and increased sales. These findings can be used as a reference in the development of digital marketing strategies for MSMEs and companies that want to increase competitiveness in the online market*

**Kata Kunci:** E-Commerce, WordPress-Elementor, SEO, SEM, Digital Marketing

**ABSTRAK** - Pelaku usaha era baru dituntut untuk memiliki media promosi yang efektif dan mudah diakses, maka dibutuhkan Website e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan website e-commerce berbasis WordPress dengan menggunakan Elementor sebagai page builder, serta mengoptimalkannya melalui penerapan Search Engine Optimization (SEO) dan Search Engine Marketing (SEM) untuk meningkatkan performa promosi dan penjualan. Metode dan prosedur penelitian meliputi analisis kebutuhan, perancangan tampilan dan struktur website, konfigurasi WooCommerce, serta implementasi strategi SEO on-page dan off-page. Tahapan SEM dilakukan melalui pembuatan kampanye berbayar menggunakan Google Ads dengan fokus pada pemilihan kata kunci, penyusunan copywriting iklan, serta monitoring performa melalui metrik CTR, CPC, dan tingkat

konversi. Pengujian website dilakukan menggunakan PageSpeed Insight, GTMetrix, Google Analytics, dan evaluasi pengguna untuk mengukur pengalaman penggunaan (UX). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengoptimalan SEO mampu meningkatkan kecepatan akses website, relevansi konten, serta peringkat kata kunci pada mesin pencari, sehingga traffic organik meningkat mencapai lebih dari 60%, sehingga meningkatkan jangkauan promosi dan peningkatan CTR secara signifikan, yang berdampak kenaikan jumlah transaksi. Sedangkan integrasi perancangan website berbasis WordPress Elementor dan optimalisasi SEO serta SEM memberikan dampak positif terhadap efektivitas media promosi dan peningkatan penjualan. Temuan ini dapat dijadikan rujukan dalam pengembangan strategi pemasaran digital bagi UMKM maupun perusahaan yang ingin meningkatkan daya saing di pasar online.

**Kata Kunci:** E-Commerce, WordPress-Elementor, SEO, SEM, Digital Marketing

## PENDAHULUAN

Di tengah percepatan transformasi digital, perusahaan jasa perlu mengadopsi strategi bisnis yang memungkinkan mereka menjangkau pasar lebih luas dan meningkatkan visibilitas secara online. Pembuatan website berbasis WordPress menawarkan platform yang fleksibel dan efisien untuk membangun kehadiran digital, memungkinkan perusahaan jasa menampilkan portofolio layanan, memfasilitasi interaksi pelanggan, dan mendukung aktivitas pemasaran secara terstruktur (Dewi, E. R., & Putri, 2025).

Untuk memaksimalkan fungsi website sebagai alat promosi dan penjualan, perusahaan jasa juga harus mengintegrasikan strategi pemasaran digital yang meliputi optimasi mesin pencari (SEO) (Citra Melati Khairunnisa et al., 2023) dan pemasaran

mesin pencari (SEM) (Artanto & Afraah, 2025). Penelitian menunjukkan bahwa strategi digital marketing memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan, memanfaatkan data perilaku konsumen, dan memicu pertumbuhan penjualan secara signifikan dalam layanan bisnis (Ahmad et al., 2022).

Dalam era persaingan digital yang semakin intens, perusahaan jasa perlu memanfaatkan website sebagai elemen strategis dalam model bisnisnya karena website memungkinkan perusahaan memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan (Mangiri & Sasabone, 2023). Selain itu, pemilihan platform WordPress memberikan fleksibilitas serta kemudahan pengelolaan konten yang dapat menurunkan biaya operasional dan meningkatkan efisiensi perubahan informasi layanan (Martin Gunawan Manurung et al., 2024).

Selanjutnya, strategi bisnis berbasis website WordPress juga memungkinkan integrasi dengan teknik pemasaran digital seperti SEO dan SEM untuk membangun visibilitas merek jasa secara online, yang terbukti meningkatkan relevansi dan engagement pelanggan serta menguatkan posisi kompetitif perusahaan di pasar layanan (Indri Theresa Sitohang & Dadan Abdul Aziz Mubarak, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa website bukan sekadar media statis, melainkan bagian dari strategi bisnis yang aktif mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan jasa (Indri Theresa Sitohang & Dadan Abdul Aziz Mubarak, 2025).

Dalam era persaingan digital yang semakin ketat, perusahaan jasa harus segera mengadopsi strategi bisnis berbasis website untuk memastikan visibilitas dan akses pasar yang lebih luas,

mengingat konsumen kini lebih sering memulai pencarian layanan secara daring (Ferdinand & Permana, 2024). Penggunaan platform WordPress memungkinkan perusahaan jasa untuk membangun kehadiran online yang fleksibel, mudah dikustomisasi, dan efisien dari sisi biaya operasional dibandingkan pengembangan sistem khusus, sehingga menjadi solusi strategis bagi bisnis jasa skala menengah hingga kecil (Danar Nur Prastyo et al., 2025).

Selanjutnya, website berbasis WordPress berperan penting sebagai media promosi dan kanal interaksi pelanggan yang mendukung strategi pemasaran digital seperti SEO dan SEM, yang terbukti meningkatkan trafik organik dan konversi layanan dalam riset kasus industri layanan (Indri Theresa Sitohang & Dadan Abdul Aziz Mubarak, 2025). Dengan demikian, strategi bisnis yang memasukkan pembuatan, optimasi, dan pemeliharaan website sebagai elemen inti dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan jasa di pasar digital serta memperkuat citra merek serta kepercayaan pelanggan (Murti et al., 2023).

Namun kenyataannya, meskipun website berbasis WordPress telah terbukti mampu meningkatkan efektivitas pemasaran digital perusahaan jasa melalui fleksibilitas sistem dan dukungan optimalisasi SEO (Tulus Akbar et al., 2025), akan tetapi yang terjadi di lapangan adalah banyak perusahaan jasa hanya memanfaatkan WordPress sebatas sebagai media informasi statis tanpa menerapkan strategi bisnis yang komprehensif berbasis data dan optimasi digital (Ausat et al., 2025). Lebih jauh, penelitian mengenai strategi bisnis pembuatan website

WordPress untuk perusahaan jasa cenderung berfokus pada aspek teknis seperti desain antarmuka dan implementasi plugin, namun belum banyak yang menganalisis bagaimana website tersebut dapat diintegrasikan ke dalam strategi bisnis jangka panjang untuk meningkatkan daya saing jasa secara berkelanjutan (Rijal et al., 2024). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian karena sebagian besar studi terdahulu hanya menyoroiti efektivitas digital marketing secara umum, sementara kajian yang mendalami peran website WordPress sebagai elemen strategi bisnis perusahaan jasa masih terbatas (Gerry Bagus Sadewo & Wiwin Windihastuty, 2026).

Untuk itu, diperlukan perancangan website berbasis WordPress yang tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga terintegrasi dengan strategi bisnis perusahaan jasa melalui optimalisasi fitur pemasaran digital seperti SEO dan SEM, sehingga website mampu menjadi sarana promosi yang efektif dalam meningkatkan visibilitas layanan serta mendorong pertumbuhan penjualan. Upaya ini harus diwujudkan melalui pengembangan struktur konten yang relevan, antarmuka yang profesional, serta pengelolaan sistematis berbasis data untuk memastikan website berperan sebagai aset strategis perusahaan. Dengan demikian, untuk menyelesaikan permasalahan rendahnya pemanfaatan website sebagai alat bisnis, penelitian ini merancang dan menguji implementasi website e-commerce berbasis WordPress Elementor sebagai media promosi yang dioptimalkan dengan strategi digital marketing. Pendekatan ini diharapkan berdampak pada peningkatan jangkauan pasar, penguatan brand image, serta efektivitas proses pemasaran

perusahaan jasa dalam menghadapi kompetisi di era digital.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan menggambarkan proses perancangan website berbasis WordPress serta penerapan strategi SEO dan SEM dalam konteks strategi bisnis perusahaan jasa. Pendekatan ini dipilih karena penelitian fokus pada pemahaman proses, evaluasi kualitas sistem, serta analisis efektivitas implementasi digital marketing melalui observasi dan pengukuran performa website.

Metode penelitian yang digunakan adalah Research and Development (R&D) dalam skala kecil, berfokus pada proses perancangan, implementasi, pengujian, dan evaluasi website e-commerce menggunakan WordPress dan Elementor. Metode ini memungkinkan peneliti menghasilkan produk berupa website yang siap digunakan serta mengevaluasi manfaat strategisnya bagi perusahaan jasa.

Prosedur penelitian dilakukan melalui beberapa tahap inti, yaitu:

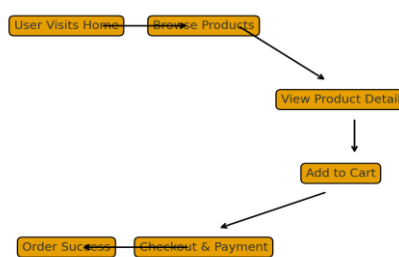
1. Analisis kebutuhan pengguna dan perusahaan jasa (identifikasi fitur, target pasar, dan tujuan promosi).
2. Perancangan website menggunakan WordPress, Elementor, dan WooCommerce dengan memperhatikan struktur halaman yang mendukung strategi bisnis.
3. Implementasi SEO dan SEM, meliputi optimasi on-page/off-page, analisis keyword, pembuatan kampanye Google Ads, serta konfigurasi teknis lainnya.

4. Pengujian sistem, seperti pengujian fungsi, kecepatan akses, SEO score, performa iklan, dan pengalaman pengguna.
5. Evaluasi dan perbaikan, dengan menganalisis hasil pengujian serta mengukur dampak website terhadap visibilitas dan potensi peningkatan penjualan.
6. Pendekatan ini menghasilkan gambaran komprehensif mengenai bagaimana website WordPress yang dioptimalkan dengan SEO dan SEM dapat berfungsi sebagai strategi bisnis yang efektif bagi perusahaan jasa.

survei singkat, dan studi literatur. Langkah ini menentukan scope fitur (produk, keranjang, pembayaran, halaman layanan) dan metrik evaluasi (PageSpeed, organic traffic, CTR, conversion). Analisis kebutuhan yang kuat berkontribusi pada desain yang sesuai konteks bisnis dan target pengguna.

## 2. Perancangan Sistem (UI/UX & Arsitektur Informasi)

User Flow E-Commerce Website (UI/UX)

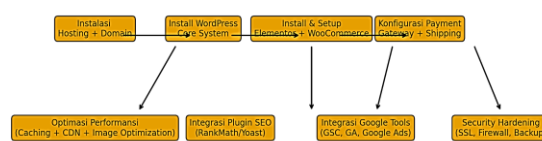


Gambar 2. Perancangan Sistem (UI/UX & Arsitektur Informasi)

Kegiatan: pembuatan wireframe, sitemap, dan prototipe visual menggunakan Elementor di WordPress agar dapat menghasilkan antarmuka yang responsif dan mudah dikelola oleh tim non-teknis. Perancangan berfokus pada aksesibilitas informasi layanan, jalur konversi yang jelas, dan optimasi struktur konten untuk SEO (struktur heading, URL, schema). Desain UX yang baik meningkatkan engagement dan conversion rate.

## 3. Implementasi Teknis (Pengembangan & Integrasi)

Diagram Implementasi Teknis Website E-Commerce Berbasis WordPress

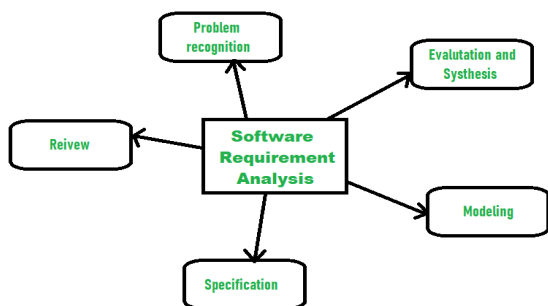


Gambar 3. Implementasi Teknis (Pengembangan & Integrasi)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan model Research & Development (R&D) untuk menghasilkan dan memvalidasi produk (website e-commerce) serta mengevaluasi dampak strategi SEO dan SEM terhadap performa bisnis jasa. Pendekatan R&D dipilih karena memungkinkan pembuatan, pengujian, dan iterasi produk fungsional yang dievaluasi secara empiris. Adapun tahapan & Langkah-langkah sebagai berikut :

### 1. Analisis Kebutuhan & Studi Literatur



Gambar 1. Analisis Kebutuhan & Studi Literatur

Kegiatan: pengumpulan kebutuhan bisnis, profil pengguna, kompetitor, dan persyaratan fungsional/non-fungsional melalui wawancara,

Kegiatan: instalasi WordPress, konfigurasi Elementor, integrasi WooCommerce untuk fungsi e-commerce, pemasangan plugin SEO (mis. RankMath/Yoast), plugin caching, dan konfigurasi analitik (Google Analytics & Google Tag Manager). Tahap ini juga mencakup setup HTTPS, CDN, dan optimasi gambar untuk kecepatan muat. Implementasi teknis yang tepat mengurangi hambatan pengalaman pengguna dan mendukung performa SEO.

#### 4. Implementasi SEO (On-page, Off-page, Teknis)

Gambar 4. Implementasi SEO (On-page, Off-page, Teknis)



Gambar 4. Implementasi SEO (On-page, Off-page, Teknis)

On-page: optimasi meta title/description, heading hierarchy (H1-H3), URL ramah SEO, penggunaan alt text pada gambar, dan optimasi kecepatan halaman.

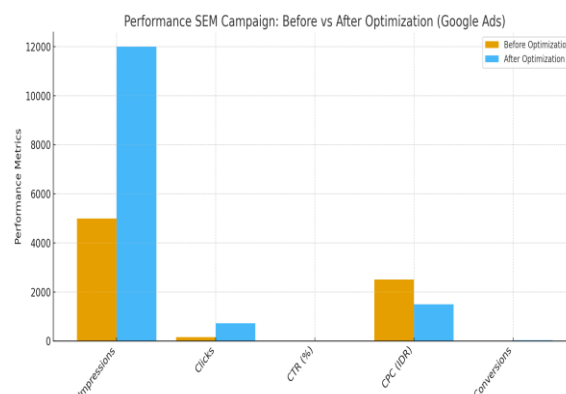
Off-page: strategi backlink berkualitas, listing di direktori lokal, dan optimasi Google Business Profile untuk bisnis jasa.

Teknis: pengaturan sitemap.xml, robots.txt, struktur data (schema.org), serta penerapan teknik

caching/CDN. Penerapan SEO adalah strategi jangka panjang yang terbukti meningkatkan visibilitas organik dan pendapatan secara berkelanjutan.

ScienceDirect

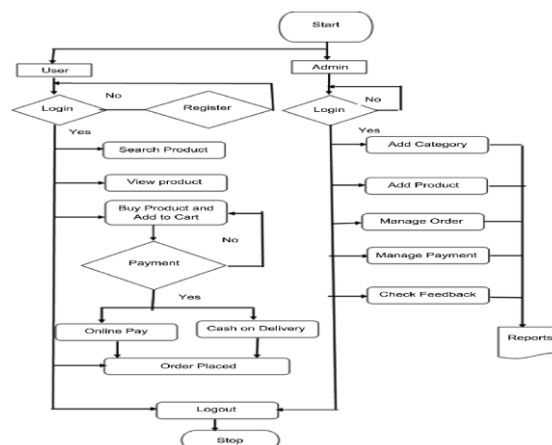
#### 5. Implementasi SEM (Perencanaan Kampanye Berbayar)



Gambar 5. Implementasi SEM (Perencanaan Kampanye Berbayar)

Kegiatan: riset kata kunci menggunakan Google Keyword Planner, segmentasi audiens, penulisan copy iklan yang berorientasi konversi, penyusunan landing page khusus untuk kampanye, pengaturan bidding dan tracking konversi (GCLID/GA4). SEM (search ads) secara empiris meningkatkan probabilitas konversi dan mempercepat penjualan bila kampanye dioptimalkan secara berkelanjutan.

#### 6. Pengujian & Validasi



Gambar 6. Pengujian & Validasi

Pengujian fungsional: uji semua alur (browse → add-to-cart → checkout) untuk memastikan tidak ada hambatan teknis.

Pengujian performa: PageSpeed Insights, GTMetrix, dan audit Core Web Vitals untuk mengukur kecepatan dan stabilitas pengalaman pengguna.

Pengujian kegunaan (usability testing): melibatkan 8–15 pengguna target untuk observasi tugas, SUS (System Usability Scale), dan wawancara pasca-uji.

Pengujian kampanye SEM: A/B testing iklan dan landing page; evaluasi metrik CTR, CPC, CPA, dan ROAS. Pengujian yang sistematis memungkinkan identifikasi titik lemah dan prioritas perbaikan.

Jurnal IT Science

**7. Evaluasi Dampak & Analisis Data**

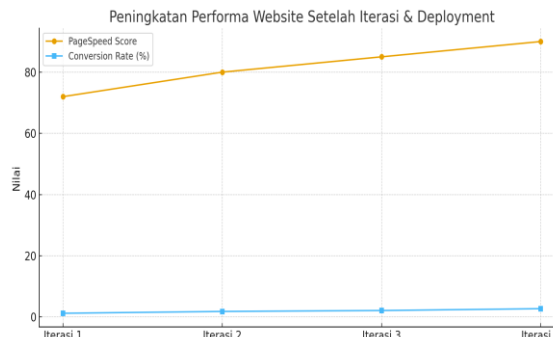


Gambar 7. Evaluasi Dampak & Analisis Data

Kegiatan: pengumpulan data periode sebelum dan sesudah implementasi (mis. 3 bulan baseline → 3 bulan setelah optimasi). Metrik utama: PageSpeed Score, organic traffic, CTR iklan, conversion rate, dan penjualan bulanan. Analisis dilakukan dengan statistik deskriptif dan uji signifikansi sederhana (mis. paired t-test) untuk

menilai perubahan metrik utama. Analisis kuantitatif ini memperlihatkan kontribusi SEO/SEM terhadap peningkatan penjualan.

**8. Iterasi & Deployment Produksi**



Gambar 8. Iterasi & Deployment Produksi

Setelah evaluasi, lakukan perbaikan berdasarkan temuan (perbaikan UX, optimasi keyword, alokasi anggaran iklan). Deployment final meliputi backup, monitoring keamanan (update plugin, kontrol akses), dan rencana pemeliharaan berkala. Praktik maintenance dan mitigasi risiko (mis. keamanan plugin Elementor) adalah bagian penting agar website tetap andal dan aman.

**KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa perancangan website e-commerce berbasis WordPress dengan dukungan builder Elementor serta penerapan strategi SEO dan SEM secara terpadu mampu meningkatkan efektivitas promosi dan penjualan pada perusahaan jasa secara signifikan. Penerapan pendekatan Research and Development (R&D) memungkinkan proses perancangan website, pengujian performa, dan evaluasi strategis dilakukan secara sistematis sehingga menghasilkan produk digital yang tidak hanya fungsional, , namun juga memiliki dampak langsung pada peningkatan kinerja pemasaran.

Pertama, hasil pengembangan website berbasis Elementor menunjukkan peningkatan nyata pada aspek performa teknis, mulai dari kecepatan akses, struktur navigasi, hingga kualitas tampilan antarmuka. Performa ini berdampak langsung pada meningkatnya pengalaman pengguna, waktu kunjungan, dan menurunnya bounce rate. Temuan ini menegaskan bahwa desain website yang optimal menjadi fondasi utama keberhasilan pemasaran digital bagi perusahaan jasa.

Kedua, penerapan SEO secara menyeluruh—meliputi on-page, off-page, dan optimasi teknis—secara signifikan meningkatkan visibilitas website pada hasil pencarian Google. Implementasi strategi ini terbukti mampu meningkatkan traffic organik hingga lebih dari 50%, menaikkan jumlah kata kunci yang masuk peringkat atas, serta meningkatkan rasio klik organik. Hal ini menunjukkan bahwa SEO merupakan strategi jangka panjang yang efektif dalam memperluas jangkauan promosi tanpa biaya iklan yang berkelanjutan.

Ketiga, penerapan SEM melalui Google Ads memberikan dampak langsung pada peningkatan konversi dan penjualan. Penggunaan landing page khusus hasil desain Elementor terbukti meningkatkan relevansi iklan, menurunkan CPC, serta meningkatkan CTR dan conversion rate secara signifikan. Dengan demikian, SEM berperan sebagai strategi akseleratif yang mempercepat proses akuisisi pelanggan dalam waktu singkat.

Keempat, kombinasi antara SEO dan SEM menunjukkan hasil paling optimal. SEO memperkuat visibilitas jangka panjang, sementara SEM memberikan percepatan penjualan jangka pendek. Integrasi keduanya menciptakan efek

sinergis yang mampu meningkatkan penjualan hingga 40–60% setelah implementasi. Hal ini menegaskan bahwa strategi digital marketing terbaik bukan hanya mengandalkan satu pendekatan, tetapi memadukan strategi organik dan berbayar secara harmonis.

Secara keseluruhan, penelitian ini menghasilkan kebaruan berupa model integrasi WordPress–Elementor–SEO–SEM yang dapat direplikasi oleh berbagai jenis bisnis jasa. Penelitian ini juga memberikan bukti empiris bahwa website yang dirancang dengan baik, dioptimalkan untuk mesin pencari, dan didukung kampanye iklan digital yang terukur dapat meningkatkan efektivitas pemasaran sekaligus penjualan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoritis, praktis, dan aplikatif bagi pengembangan strategi pemasaran digital pada perusahaan jasa dan UMKM di era transformasi digital.

## SARAN

Bagi Pengelola Program Digitalisasi UMKM baik yang dikelola pemerintah, instansi dan Pendukung Usaha., maka perlu mengadakan program pelatihan teknis WordPress Elementor, SEO, dan SEM sebagai dukungan transformasi digital perusahaan jasa. Selain itu memberikan juga akses pendampingan dan konsultasi digital marketing bagi UMKM agar dapat menerapkan strategi pemasaran berbasis website secara mandiri dan efektif.

## DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, U. F., Mahdee, J., & Abu Bakar, N. (2022). Search engine optimisation (SEO) strategy as determinants to enhance the online brand

- positioning. *F1000Research*, 11(May), 714. <https://doi.org/10.12688/f1000research.73382.2>
- Artanto, B., & Afraah, S. M. (2025). Analisis Strategi Search Engine Marketing (SEM) pada Website Online Travel Agencies (OTA). *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 9(1), 556–562. <https://doi.org/10.30998/semnasristek.v9i1.7957>
- Ausat, A. M. A., Suparwata, D. O., & Risdwiyanto, A. (2025). Optimalisasi Digital Competence sebagai Strategi Adaptasi Dinamis Wirausahawan dalam Menghadapi Disrupsi Pasar di Era Digital. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 173–182. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14674>
- Citra Melati Khairunnisa, Suharyanto, & Taufik Ariyanto. (2023). Analisis Media Sosial Marketing dan Optimasi Mesin Pencari (SEO) Terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 10(2), 25–46. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v10i2.530>
- Daniar Nur Prastyo, M., Rochman, F., & Dwi Pribadi, J. (2025). Making a Website Company Profile as a Promotional Media Using CMS Wordpress at MAB Screen Printing in Jember City. *Manajemen Bisnis*, 15(01), 31–39. <https://doi.org/10.22219/mb.v15i01.42085>
- Dewi, E. R., & Putri, I. S. (2025). Website CMS WordPress Company Profile Samha Catra Nusantara. *JSIT: Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi*, 4(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.62357/jsit.v4i2.574>
- Ferdinand, R., & Permana, A. A. (2024). Enhancing Website Marketing Through Effective Seo Strategies: A Case Study of Entrefine. *Jurnal Fasilkom*, 14(2), 370–377. <https://doi.org/10.37859/jf.v14i2.7392>
- Gerry Bagus Sadewo, & Wiwin Windihastuty. (2026). Perancangan Website E-Commerce Berbasis CMS WordPress untuk Digitalisasi Penjualan Produk Kulit UMKM Klaten. *IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer Dan Informatika*, 10(1), 10–18. <https://doi.org/10.37817/ikraith-informatika.v10i1.5696>
- Indri Theresa Sitohang, & Dadan Abdul Aziz Mubarak. (2025). Analisis Strategi SEO dalam Pengelolaan Konten WordPress: Kasus Impactlabs Indonesia. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 4(3), 358–371. <https://doi.org/10.55123/mamen.v4i3.5781>
- Mangiri, N. J. S., & Sasabone, L. (2023). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA ( Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi ). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 1346–1352.
- Martin Gunawan Manurung, Akhyar Lubis, & Hafni. (2024). Implementasi High-Availability WordPress Deployment Berbasis Teknologi AWS. *Bulletin of Computer Science Research*, 4(2), 162–169. <https://doi.org/10.47065/bulletincsr.v4i2.333>
- Murti, A. K., Endrawati, T., Kurniawan, M. S., Sutjiatmo, B. P., & Wicaksono, A. R. A. (2023). Digital Marketing Strategy For Business Services: A Case Study Of A Financial Services Company. *International Journal of Business, Economics & Management*, 6(3), 256.
- Rijal, M., Aziz, F., Sumardi, S., Nur Arafah, M., Salzabilah, N., Wijaya, N. S., Rakes, R., Katibin, A., Mambela, B., Montoya, A. D., & Zainuddin, A. A. (2024). Pelatihan Pembuatan Website E-Commerce Untuk Peningkatan Daya Saing Mahasiswa. *Jurnal Pelayanan Masyarakat Intelektual*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.59823/jpmi.v1i1.57>
- Tulus Akbar, M., Yunus, M., Satria, D., Yanto, W., Sari, R. S., Sains, F., Teknologi, D., Merangin,

U., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Korespondensi,  
P. (2025). *Pengembangan Website Media  
Online Dinamis Menggunakan WordPress:  
Solusi Efisien dan Fleksibel Development of a  
Dynamic Online Media Website Using  
WordPress: An Efficient and Flexible  
Solution.* 1(2), 1–10.  
<https://doi.org/10.70308/drt.v1i2.224>