

# Pembuatan dan Pemanfaatan Website Pada Usaha Desain Interior Sebagai Sarana Pemasaran Digital

**Anang Pramono**

Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Elektro dan Informatika Cerdas, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru 45 Surabaya, 60118, Jawa Timur, Indonesia

Corresponding author\*

Email: [anangpramana@untag-sby.ac.id](mailto:anangpramana@untag-sby.ac.id)\*

**Article History:**

Received: Nov, 2025

Revised: Nov, 2025

Accepted: Nov, 2025

**Abstract:** Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap pemasaran secara fundamental, menuntut pelaku usaha, termasuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM), untuk beradaptasi agar tetap kompetitif. AP Global Solusindo, sebuah UKM yang bergerak di bidang desain interior, menghadapi tantangan dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kredibilitas di era digital. Selama ini, promosi masih terbatas pada media sosial dan dari mulut ke mulut, yang kurang efektif dalam menampilkan portofolio secara terstruktur dan profesional. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberdayakan AP Global Solusindo melalui pemanfaatan website sebagai platform pemasaran digital. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendampingan intensif yang mencakup tiga tahapan utama: (1) Analisis Kebutuhan, di mana tim kami mengidentifikasi kebutuhan spesifik AP Global Solusindo terkait fitur website, konten, dan target audiens; (2) Perancangan dan Pengembangan Website, yang melibatkan pembuatan struktur website, desain antarmuka, dan pengisian konten seperti portofolio, layanan, dan informasi kontak; serta (3) Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan, di mana pemilik usaha dilatih untuk mengelola dan memperbarui konten website secara mandiri, termasuk teknik dasar optimasi mesin pencari (SEO) dan integrasi dengan media sosial. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam strategi pemasaran AP Global Solusindo. Website yang telah dikembangkan tidak hanya berfungsi sebagai etalase digital yang profesional, tetapi juga memungkinkan calon klien untuk melihat portofolio proyek secara lengkap, memberikan kepercayaan, dan membedakan usaha ini dari pesaing. Pemilik usaha kini memiliki alat yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan mengelola citra merek secara lebih terarah. Pemanfaatan website ini diharapkan menjadi fondasi yang kuat bagi keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis AP Global Solusindo di masa depan.

**Keywords:** *Website, Pemasaran Digital, Desain Interior, AP Global Solusindo, UKM.*

## Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara bisnis berinteraksi dengan pelanggan, terutama dalam hal pemasaran. Media digital kini menjadi kanal utama bagi konsumen untuk mencari informasi, membandingkan produk, dan membuat keputusan pembelian. Pergeseran ini menuntut pelaku usaha, termasuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM), untuk beradaptasi dan memanfaatkan platform digital agar tetap relevan dan kompetitif. Tanpa kehadiran digital yang kuat, sebuah usaha berisiko kehilangan pangsa pasar yang signifikan, terutama dari segmen audiens yang aktif secara daring.

AP Global Solusindo, memiliki satu unit usaha yang bergerak di bidang jasa desain interior, merupakan salah satu contoh pelaku usaha yang menghadapi tantangan ini. Selama ini, operasional dan pemasaran perusahaan masih mengandalkan metode konvensional dan media sosial yang bersifat pasif. Portofolio proyek hanya disajikan melalui unggahan media sosial yang tidak terstruktur, dan komunikasi dengan calon klien seringkali terputus-putus. Ketiadaan website profesional sebagai pusat informasi menyebabkan perusahaan kesulitan untuk menampilkan kredibilitas, transparansi, dan jangkauan layanan secara komprehensif. Hal ini menghambat potensi pertumbuhan bisnis karena calon klien tidak memiliki platform terpusat untuk mengeksplorasi riwayat pekerjaan, layanan, dan testimoni secara detail.

## Tujuan dan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan utama yang dihadapi AP Global Solusindo adalah keterbatasan dalam strategi pemasaran digital yang menghambat perluasan jangkauan pasar dan peningkatan citra profesional perusahaan.

Pengabdian ini bertujuan untuk membantu AP Global Solusindo mengatasi masalah tersebut melalui implementasi dan pemanfaatan website. Tujuannya adalah untuk:

1. **Mengembangkan sebuah website profesional** yang berfungsi sebagai etalase digital untuk menampilkan portofolio proyek desain interior secara terstruktur dan menarik.

2. **Meningkatkan kredibilitas dan visibilitas perusahaan** di mata calon klien dengan menyediakan platform informasi yang lengkap dan mudah diakses.
3. **Memberikan edukasi dan pendampingan teknis** kepada tim AP Global Solusindo dalam mengelola website secara mandiri, termasuk memperbarui konten dan mengoptimalkan kehadirannya di mesin pencari.

Dengan demikian, pengabdian ini diharapkan dapat memberikan solusi nyata yang tidak hanya meningkatkan kemampuan pemasaran digital AP Global Solusindo, tetapi juga meletakkan fondasi yang kuat bagi keberlanjutan dan pertumbuhan bisnisnya di era digital.

## Metode

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini mengadopsi pendekatan pendampingan dan pelatihan intensif dengan fokus pada kolaborasi langsung dengan tim AP Global Solusindo. Kerangka kerja ini dirancang untuk memastikan bahwa solusi yang diberikan tidak hanya teknis, tetapi juga berkelanjutan dan sesuai dengan kebutuhan riil mitra. Pelaksanaan dibagi menjadi tiga tahapan utama yang saling berkesinambungan.

### A. Tahap Analisis Kebutuhan

Tahap awal ini bertujuan untuk memahami secara mendalam kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh AP Global Solusindo dalam pemasaran digital. Metode yang digunakan meliputi:

1. **Diskusi dan Wawancara Mendalam:** Tim pengabdi berinteraksi langsung dengan pemilik dan staf AP Global Solusindo untuk mengidentifikasi visi perusahaan, target pasar, jenis layanan, dan hambatan pemasaran yang ada. Kami juga mengumpulkan data tentang portofolio proyek, testimoni klien, serta preferensi desain visual yang diinginkan.
2. **Analisis Konten:** Kami melakukan tinjauan terhadap aset digital yang sudah dimiliki, seperti foto proyek, logo, dan deskripsi layanan. Analisis ini penting untuk menentukan konten apa saja yang perlu disiapkan dan dioptimalkan untuk diunggah ke website.

3. **Studi Kompetitor:** Dilakukan analisis terhadap website kompetitor di bidang desain interior untuk mengidentifikasi fitur, strategi konten, dan praktik terbaik yang dapat diadopsi atau ditingkatkan.

## B. Tahap Perancangan dan Pengembangan Website

Berdasarkan hasil analisis, tahap ini berfokus pada eksekusi teknis untuk membangun website yang fungsional dan profesional. Metode yang diterapkan mencakup:

1. **Perancangan Struktur Website:** Membuat arsitektur informasi (sitemap) yang logis dan intuitif, mencakup halaman utama (beranda), tentang kami, layanan, portofolio, blog, dan kontak.
2. **Pengembangan Antarmuka (UI) dan Pengalaman Pengguna (UX):** Mendesain tata letak visual yang menarik dan navigasi yang mudah bagi pengunjung. Desain diusahakan selaras dengan identitas merek AP Global Solusindo. Website dikembangkan menggunakan platform manajemen konten (CMS) yang ramah pengguna, seperti WordPress, agar mudah dikelola di masa mendatang.
3. **Integrasi Konten:** Mengunggah dan menata seluruh konten yang telah disiapkan, seperti deskripsi layanan, galeri foto proyek berkualitas tinggi, serta informasi kontak. Kami juga menambahkan fitur responsif agar website dapat diakses dengan baik dari perangkat desktop maupun seluler.

## C. Tahap Pelatihan dan Pendampingan

Tahap terakhir ini memastikan keberlanjutan proyek dengan mentransfer pengetahuan dan keterampilan kepada tim AP Global Solusindo. Metode yang digunakan adalah:

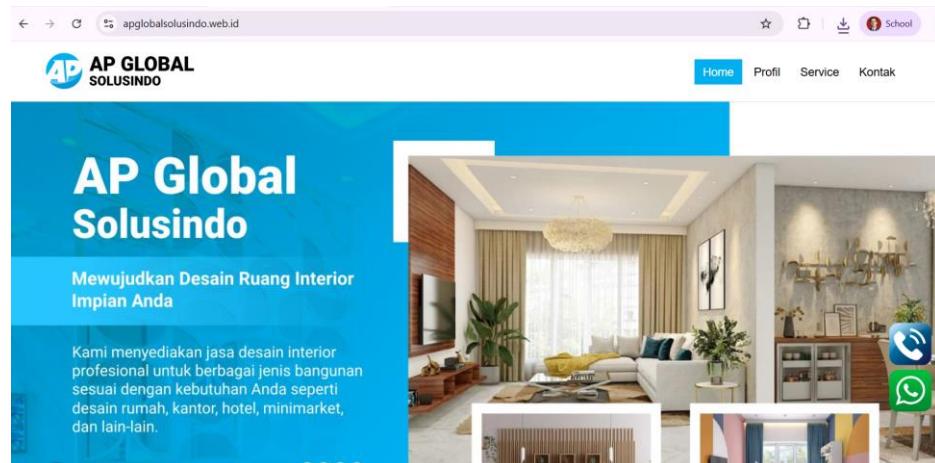
1. **Pelatihan Pengelolaan Website:** Memberikan sesi pelatihan praktis secara langsung tentang cara mengelola konten, memperbarui portofolio, dan mengunggah artikel di website. Sesi ini juga mencakup pengenalan dasar-dasar keamanan website.
2. **Edukasi Pemasaran Digital Dasar:** Memberikan pemahaman tentang pentingnya konten yang relevan, penggunaan kata kunci (keyword) sederhana, dan integrasi website dengan akun media sosial (Facebook, Instagram) untuk mengoptimalkan visibilitas.
3. **Pendampingan Jangka Pendek:** Menyediakan layanan konsultasi pasca-pelatihan selama periode tertentu untuk membantu mitra mengatasi

kendala teknis atau pertanyaan yang mungkin muncul setelah website diluncurkan.

Dengan serangkaian metode ini, pengabdian ini tidak hanya menghasilkan produk berupa website, tetapi juga memberdayakan mitra dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola platform tersebut secara mandiri, memastikan dampak positif yang berkelanjutan.

## Hasil

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil mewujudkan tujuan utama, yaitu menyediakan sebuah platform digital berupa website yang menjadi sarana pendukung pemasaran bagi AP Global Solusindo. Website ini dirancang dan dikembangkan untuk menampilkan informasi perusahaan secara profesional dan terstruktur, yang sebelumnya tidak tersedia dalam satu media terpusat.



Gambar 1. Tampilan Halaman Utama Website

### A. Website sebagai Pusat Informasi Terpadu

Hasil utama dari pengabdian ini adalah peluncuran website resmi AP Global Solusindo. Website ini berfungsi sebagai etalase digital yang komprehensif, mencakup elemen-elemen penting yang meningkatkan kredibilitas dan memberikan gambaran lengkap mengenai perusahaan. Berikut adalah rincian konten dan fitur yang berhasil diimplementasikan:

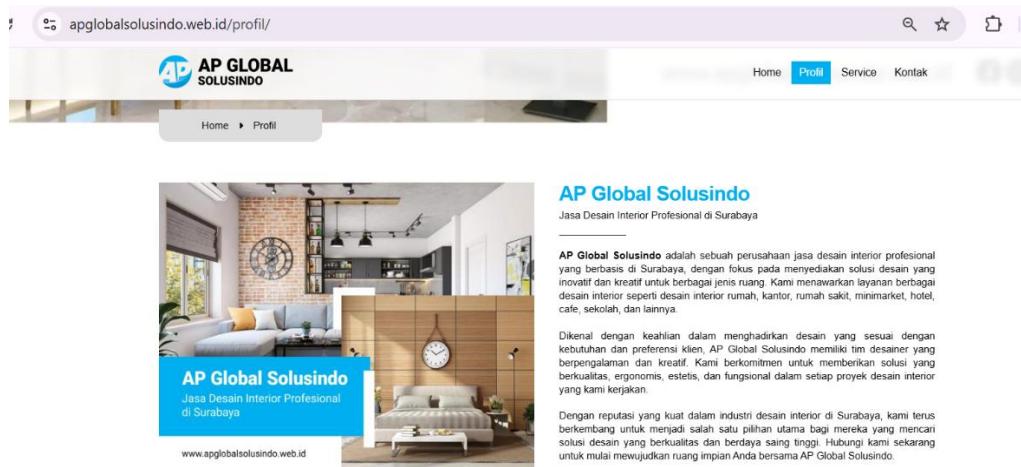
- 1. Profil Perusahaan:** Sebuah halaman khusus dibuat untuk menyajikan informasi detail mengenai perusahaan, termasuk **visi dan misi** yang jelas,

serta **sejarah berdirinya** AP Global Solusindo. Bagian ini membantu calon klien memahami nilai dan komitmen perusahaan.

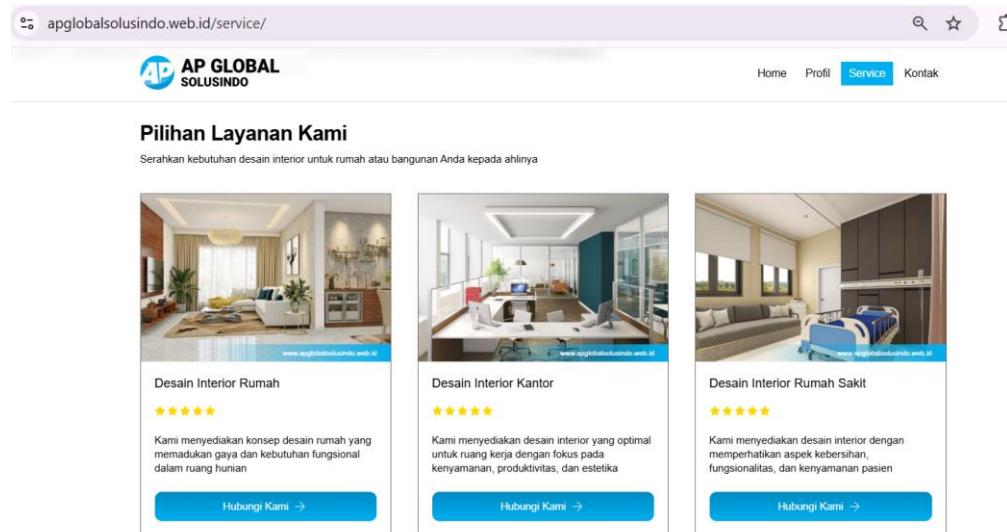
2. **Bidang Pengerjaan:** Website ini secara rinci menguraikan berbagai layanan yang ditawarkan, mulai dari desain interior untuk hunian pribadi, perkantoran, hingga ruang komersial. Informasi ini membantu calon klien mengidentifikasi apakah layanan yang dibutuhkan tersedia.
3. **Portofolio Proyek:** Ini merupakan fitur inti dari website. Galeri portofolio dirancang dengan antarmuka yang bersih dan modern, menampilkan **foto-foto berkualitas tinggi** dari proyek-proyek yang telah diselesaikan. Setiap proyek disertai dengan deskripsi singkat, lokasi, dan detail pengerjaan. Portofolio ini tidak hanya menjadi daya tarik visual tetapi juga bukti nyata dari kualitas kerja perusahaan.
4. **Hasil Pengerjaan Proyek (Proyek Selesai):** Bagian ini secara spesifik menampilkan **hasil-hasil contoh pengerjaan proyek** yang telah selesai. Dengan memamerkan hasil akhir, website memberikan bukti konkret mengenai keahlian dan standar kualitas yang diterapkan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan calon klien.



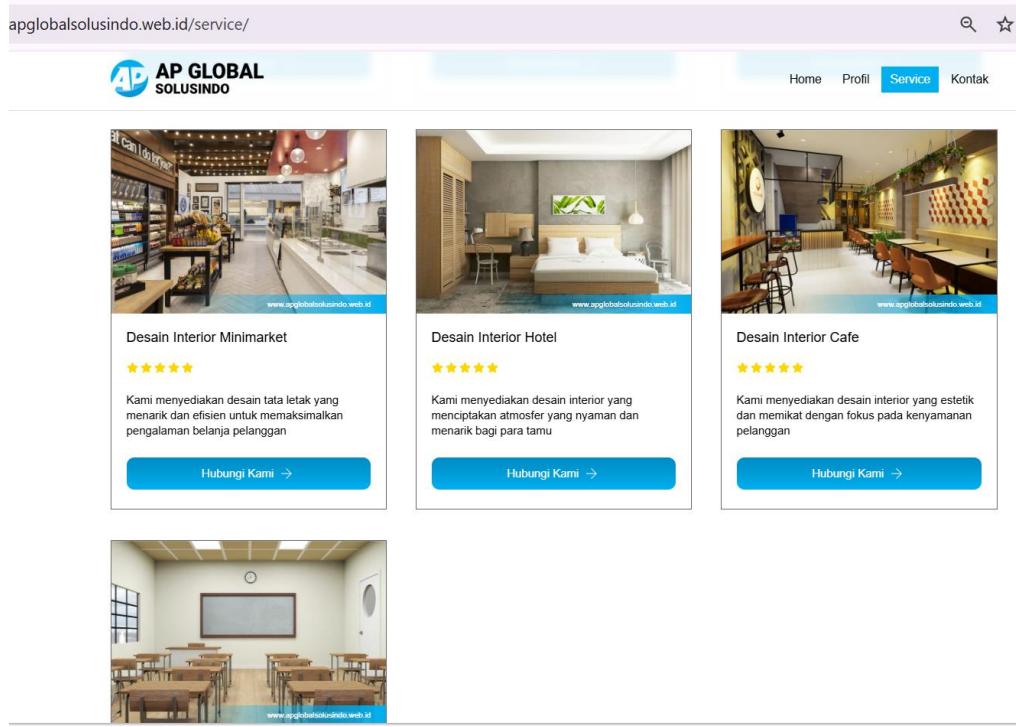
Gambar 2. Halaman Profil Website



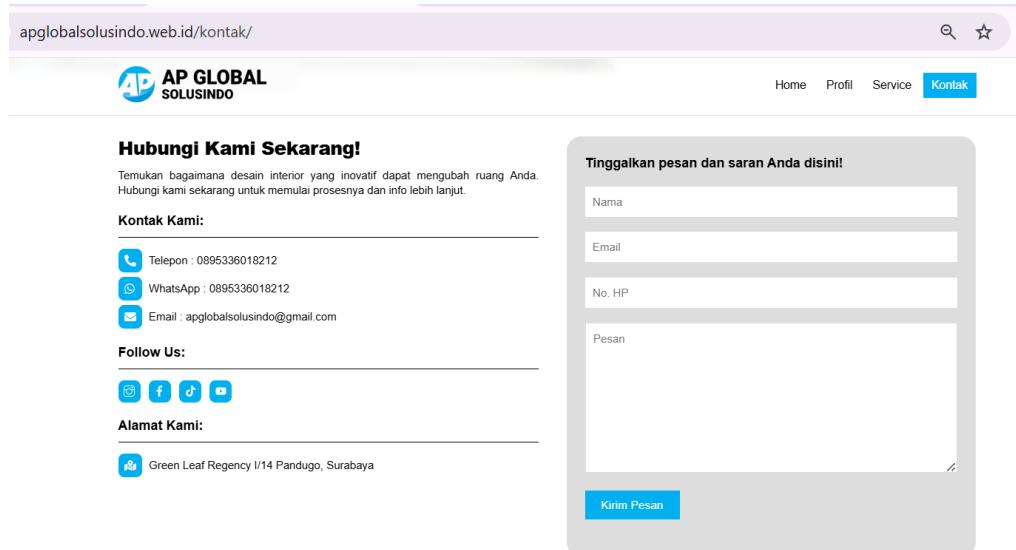
Gambar 3. Halaman Profil Detail Perusahaan



Gambar 4. Halaman Layanan Usaha



Gambar 5. Halaman Layanan 2 Usaha



Gambar 6. Halaman Kontak Kami

## B. Dampak dan Keberlanjutan

Keberhasilan pembuatan website ini tidak hanya berhenti pada aspek teknis. Kami telah melakukan pelatihan intensif kepada tim AP Global Solusindo sehingga mereka mampu mengelola website secara mandiri. Mereka kini dapat memperbarui portofolio dengan proyek-proyek terbaru, mengunggah konten baru, dan memantau interaksi pengunjung. Kemandirian ini memastikan bahwa website akan terus relevan

dan informatif, tanpa bergantung pada pihak eksternal.

Dengan adanya website ini, AP Global Solusindo kini memiliki alat pemasaran digital yang profesional dan efektif. Website ini diharapkan dapat menjangkau audiens yang lebih luas, menarik lebih banyak calon klien potensial, dan pada akhirnya, berkontribusi pada pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Pada tahap uji coba dan launching, didapatkan hasil bahwa saat membandingkan volume komunikasi pelanggan yang diterima oleh AP Global Solusindo pada dua periode waktu yang berbeda.

1. **Periode Sebelum Website:** Batang di sebelah kiri menunjukkan bahwa tanpa website, jumlah pertanyaan dan permintaan informasi dari calon pelanggan berada pada tingkat yang rendah. Komunikasi terbatas pada saluran tidak terstruktur seperti pesan langsung di media sosial atau kontak personal. Ketiadaan platform terpusat membuat calon pelanggan ragu atau kesulitan mendapatkan informasi lengkap, sehingga mengurangi frekuensi interaksi.
2. **Periode Setelah Website:** Batang di sebelah kanan menunjukkan lonjakan signifikan dalam volume komunikasi. Setelah website diluncurkan, jumlah pertanyaan dari calon pelanggan meningkat drastis. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor:
  - a) **Kredibilitas:** Website profesional memberikan kesan bahwa perusahaan serius dan terpercaya.
  - b) **Akses Informasi:** Calon pelanggan dapat dengan mudah menelusuri portofolio, layanan, dan informasi kontak, yang mendorong mereka untuk bertanya lebih lanjut.
  - c) **Keterjangkauan:** Website memungkinkan perusahaan dijangkau oleh audiens yang lebih luas dari berbagai sumber, termasuk pencarian di mesin pencari.

## **Kesimpulan**

Pengabdian masyarakat berupa pemanfaatan website sebagai sarana pendukung pemasaran digital bagi AP Global Solusindo telah berhasil mencapai tujuannya dengan sangat efektif. Proyek ini tidak hanya sekadar membangun sebuah platform digital, tetapi juga memberdayakan mitra dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengoptimalkan potensi pemasaran mereka di era digital.

Hasil utama dari pengabdian ini adalah terwujudnya **website profesional yang berfungsi sebagai pusat informasi terpadu**. Website ini menyediakan profil perusahaan yang komprehensif, visi misi, riwayat, bidang pengerjaan, dan yang terpenting, **portofolio visual yang menarik dan terstruktur** dari proyek-proyek yang telah diselesaikan. Kehadiran website ini secara signifikan meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan calon pelanggan, yang sebelumnya sulit dicapai hanya melalui media sosial.

Dampak konkret dari implementasi ini terlihat jelas pada **peningkatan drastis dalam volume komunikasi pelanggan**. Sebelum adanya website, interaksi pelanggan cenderung rendah dan tidak terorganisir. Namun, setelah website diluncurkan, jumlah pertanyaan dan permintaan informasi melonjak tajam, menunjukkan bahwa website tidak hanya menjadi etalase, tetapi juga katalisator yang mendorong interaksi dan membuka peluang bisnis baru.

Secara keseluruhan, pengabdian ini membuktikan bahwa adaptasi teknologi digital, bahkan pada skala UKM, dapat memberikan dampak transformatif. Dengan adanya website, AP Global Solusindo kini memiliki fondasi yang kuat untuk pertumbuhan berkelanjutan, menjangkau pasar yang lebih luas, dan mengukuhkan citra profesionalnya di industri desain interior.

## **Daftar Referensi**

- Al-Hassan, A., Al-Khateeb, S., & Al-Shdefat, A. (2018). The role of websites in marketing and its impact on the purchase decision: An empirical study on Jordanian customers. *International Journal of Business and Management*, 13(10), 108–118.
- Badr, H., & Al-Nuaimi, M. (2020). The impact of digital marketing via corporate websites on consumer buying behavior: A case study of the automotive industry. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 98(22), 4057–4068.
- Chaffey, D. (2021). *Digital Business and E-commerce Management: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Hadi, A., & Purwanto, B. (2019). Peran website sebagai media promosi dalam meningkatkan jumlah konsumen pada UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 263–274.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

- Lestari, S., & Sugiarto, S. (2020). Analisis efektivitas website sebagai media promosi pada usaha kuliner di Kota Bandung. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 154–165.
- Pradana, A., & Firmansyah, M. A. (2019). Pemanfaatan website sebagai strategi branding dan marketing bagi UKM di era digital. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 4(1), 1–10.
- Reza, M., & Darmawan, D. (2021). Peran website dalam meningkatkan citra perusahaan dan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 1–12.
- Yuniarti, D., & Sukamto, A. (2018). Strategi pengembangan website untuk mendukung pemasaran produk kerajinan. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 7(1), 1–4.