

Pemanfaatan Website Profile Sebagai Peningkatan Sarana Promosi Digital

Chaska Andra Praditya¹, Sri Siswanti^{1,*}, Andriani Kusumaningrum², Setiyowati², Hasman Budiadi³

¹ Fakultas Teknik, Informatika, Univeristas Tiga Serangkai, Surakarta, Indonesia

² Sekolah Vokasi, Sistem Informasi, Universitas Tiga Serangkai, Surakarta, Indonesia

³ Fakultas Sain Humaniora, Manajemen, Universitas Tiga Serangkai, Surakarta, Indonesia

Email: ¹22500030.chaska@tsu.ac.id, ^{2,*}siswanti@tsu.ac.id, ³andriani@tsu.ac.id, ⁴setiyowati@tsu.ac.id,

⁵hasmanbudiadi@tsu.ac.id

(* : coresponding author)

Abstrak—*Make Up Artist (MUA) Aprilianafast*, sebuah usaha jasa tata rias yang berlokasi di Klaten dan sekitarnya. Di bidang jasa MUA, khususnya di daerah seperti klaten dan sekitarnya, persaingan sangat ketat. Pelanggan saat ini cenderung mencari informasi, melihat portofolio, dan membandingkan layanan secara online sebelum memilih seorang MUA. Latar belakang kegiatan ini didasari oleh belum adanya media digital resmi yang terpusat, sehingga informasi mengenai profil, portofolio, layanan, dan harga masih tersebar di media sosial dan sulit diakses secara terstruktur oleh calon klien. Tujuan kegiatan ini adalah pendampingan dalam pembuatan website profil yang akan digunakan untuk penyebaran informasi jasa yang ada di MUA Aprilianafast. Metode pelaksanaan meliputi: Analisis kebutuhan untuk mengidentifikasi konten utama yang relevan dengan target audiens, perancangan website untuk menyusun struktur navigasi, desain visual sesuai identitas brand, Implementasi dan uji coba yaitu untuk mengembangkan website, kemudian melakukan pengujian black box untuk memastikan fungsi berjalan baik. Perancangan antarmuka mengutamakan prinsip *User Experience (UX)* dan *User Interface (UI)* dengan desain yang responsif dan sesuai dengan identitas visual industri kecantikan. Hasil kegiatan berupa website profil MUA yang mampu menyajikan informasi tentang profile MUA, portofolio, layanan dan harga, testimoni dan kontak. Berdasarkan pengujian *black box* terhadap website profil menunjukkan bahwa seluruh fungsi utama berjalan sesuai dengan rancangan.

Kata Kunci: Website Profile; Make Up Artist; Promosi Digital; Branding; Media Informasi

Abstract—*Make Up Artist (MUA) Aprilianafast*, a makeup service business located in Klaten and its surroundings. In the MUA service sector, especially in areas such as Klaten and its surroundings, competition is very tight. Customers currently tend to search for information, view portfolios, and compare services online before choosing a MUA. The background of this activity is based on the absence of centralized official digital media, so information about profiles, portfolios, services, and prices is still scattered on social media and difficult to access in a structured manner by potential clients. The purpose of this activity is to assist in creating a profile website that will be used to disseminate information about services at MUA Aprilianafast. The implementation method includes: Needs analysis to identify key content relevant to the target audience; website design to compose a navigation structure; visual design according to brand identity; implementation and testing, namely, to develop the website and then conduct black box testing to ensure the function runs well. Interface design prioritizes the principles of user experience (UX) and user interface (UI) with a responsive design and in accordance with the visual identity of the beauty industry. The resulting MUA profile website provides information about the MUA's profile, portfolio, services and pricing, testimonials, and contact information. Black-box testing of the profile website showed that all key functions worked as designed.

Keywords: Website Profile; Make Up Artist; Digital Promotion; Branding; Information Media.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat telah mendorong berbagai sektor industri untuk melakukan digitalisasi guna meningkatkan efisiensi dan daya saing. Salah satu wujud implementasi teknologi informasi yang kini menjadi kebutuhan utama dalam dunia bisnis adalah pemanfaatan website sebagai media komunikasi, promosi, dan penyebaran informasi perusahaan kepada pelanggan maupun mitra usaha (Latifah & Al Zidane Putra Fedy, 2025). Website tidak hanya menjadi representasi identitas digital suatu perusahaan (Sudirman et al., 2024), tetapi juga menjadi kanal strategis untuk membangun citra (Santoso & Hakim, 2025), (Sudirman et al., 2024), memberikan layanan, serta meningkatkan interaksi dengan pengguna secara daring. (Seppewali & Syahrir, 2023).

Di era digital yang semakin berkembang pesat, kehadiran online yang profesional dan informatif telah menjadi kebutuhan mendasar bagi setiap pelaku usaha, termasuk di industri *beauty* dan jasa tata rias (Makeup Artist/MUA). Persaingan di bidang jasa MUA, khususnya di daerah seperti Klaten dan sekitarnya sangat ketat. Konsumen saat ini cenderung mencari informasi, melihat portofolio, dan membandingkan layanan secara online sebelum membuat keputusan untuk memilih seorang MUA. (Nugroho et al., 2024) Oleh karena itu, memiliki media promosi yang terstruktur, mudah diakses, dan mampu menampilkan citra profesional adalah kunci untuk menarik perhatian calon klien dan membangun kepercayaan.

MUA merupakan profesi di bidang jasa kreatif yang sangat bergantung pada kepercayaan dan citra profesional di mata pelanggan. Namun, sebagian besar MUA masih mengandalkan promosi tradisional atau media sosial sederhana, sehingga belum optimal dalam memanfaatkan website profil sebagai sarana branding dan promosi digital. (Anatasya, 2021). Kondisi ini menimbulkan kebutuhan akan pendampingan dalam pemanfaatan teknologi digital agar MUA dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

MUA Aprilianafast merupakan seorang penata rias yang telah menekuni bidangnya selama 8 tahun dan memiliki segmen pasar yang berfokus pada makeup pengantin, wisuda, atau acara spesial lainnya. Selama ini, promosi dan penyampaian informasi masih mengandalkan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Meskipun efektif untuk interaksi harian, media sosial memiliki keterbatasan, seperti: (1) informasi yang tersebar tidak terstruktur dan sulit ditemukan kembali, (2) portofolio kerja tidak dapat ditampilkan secara lengkap dan terorganisir dalam satu tempat, (3) kurangnya ruang untuk menampilkan profil, visi-misi, serta daftar layanan dan harga (*price list*) secara detail dan profesional, serta (4) bergantung pada algoritma platform yang selalu berubah. (Sinlae et al., 2024)

Permasalahan utama yang dihadapi adalah belum adanya sebuah "rumah digital" atau sumber informasi resmi yang komprehensif untuk merek "MUA Aprilianafast". Calon klien seringkali kesulitan menemukan semua informasi yang mereka butuhkan, mulai dari biodata MUA, gaya makeup yang dikuasai, testimoni asli dari klien sebelumnya, hingga paket harga yang jelas dalam satu platform yang terpercaya. Hal ini berpotensi mengurangi konversi dari penasaran menjadi klien yang booking. (Mansur & Mawardah, 2022)

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka diperlukan sebuah solusi berupa perancangan website profil yang berfungsi sebagai media informasi dan promosi utama. Website ini akan menjadi pusat (hub) dari semua aktivitas online MUA. Tujuannya adalah untuk membangun branding yang lebih kuat, meningkatkan kredibilitas, serta memberikan kemudahan bagi calon klien dalam mengakses informasi secara lengkap dan transparan. Website profil juga dapat dioptimasi untuk mesin pencari (SEO), sehingga memungkinkan ditemukan oleh calon klien baru yang sedang mencari jasa MUA di wilayahnya. (Sudirman et al., 2024).

Kegiatan pengabdian sejenis bahwa implementasi website profile dapat meningkatkan kemampuan peserta dalam membangun dan mengelola situs web yang responsif dan ramah pengguna (Rahman & Herlambang, 2025), dapat meningkatkan layanan informasi terkait UMKM (Satria et al., 2024), memudahkan masyarakat yang ingin mencari informasi (Susilo et al., 2024), dan memperkuat branding perusahaan dan jangkauan pangsa pasar. (Yulfani et al., 2023) Namun demikian pendampingan dan pelatihan tingkat lanjut untuk mendukung transformasi pendidikan ke digital (Rosyani et al., 2026), dan guna meningkatkan penjualan dan promosi, lebih banyak membuat konten, termasuk portofolio makeup yang terdiri dari foto dan video yang disebarluaskan melalui informasi digital. (Rahayu & Habib, 2023)

Melalui pemanfaatan web profile ini, dapat digunakan untuk menampilkan portofolio secara estetik, tetapi juga mampu menjadi alat pemasaran, meningkatkan efektivitas media promosi, dan memperkuat penjualan online (Cahyaningrum, 2024), serta mendukung perkembangan usaha MUA ke arah yang lebih di pasar digital. Selain kegiatan pembuatan web profil juga dilakukan pendampingan pemanfaatan web sehingga pemilih MUA dapat mengelola dengan baik dan mendukung manajemen dengan baik. (P & Cahyaningtyas, 2025).

Kegiatan pengabdian sejenis yang pernah dilakukan adalah pengembangan video profile sebagai media untuk promosi sekolah (Budiadi et al., 2025), promosi berbasis audiovisual, tidak berbentuk website interaktif, serta tidak menekankan pada jasa kreatif individual. Pada kegiatan pengembangan media promosi berbasis web pada penjualan jamu tradisional (Darmana et al., 2024), kegiatan ini hanya berupa katalog produk dan alat bantu promosi berbasis informasi produk, belum menekankan aspek personal branding, portofolio karya, maupun interaksi dengan pelanggan. Web profile pada MUA ini tidak hanya berfungsi sebagai katalog layanan, tetapi juga sebagai media branding personal, portofolio karya, testimoni pelanggan, serta integrasi dengan media sosial. Kontribusi kebaruan adalah menekankan branding personal berbasis website profil untuk profesi jasa kreatif, bukan sekadar produk fisik atau lembaga pendidikan.

Pengembangan web profile ini untuk peningkatan branding personal, memanfaatkan media promosi digital secara optimal, dan sebagai media dokumentasi karya. Sehingga kegiatan akan bermanfaat dalam memiliki citra profesional yang lebih kuat melalui portofolio dan testimoni di website, promosi lebih efektif, terstruktur, dan dapat diakses kapan saja oleh calon pelanggan, dan calon klien dapat melihat portofolio yang terdokumentasi dan ditampilkan dengan baik.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini adalah berupa pendampingan dalam pemanfaatan web profile sebagai alat promosi digital. Kegiatan ini diawali analisis kebutuhan, perancangan website, pengembangan dan implementasi. yaitu mengidentifikasi kondisi promosi digital yang sudah dilakukan oleh MUA, termasuk penggunaan media sosial dan keterbatasan dalam membangun citra profesional. Dari hasil analisis, ditemukan kebutuhan akan media yang lebih terstruktur dan kredibel, yaitu website profil. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan di MUA Aprilianafast di Plembon, Sunkrungan, Ketandan, Klaten, Jawa Tengah pada bulan September sampai dengan Desember 2025. Tahapan pelaksanaan kegiatan pembuatan website profile seperti pada Gambar 1:



Gambar 1. Tahapan kegiatan

a. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan dimulai dengan pertemuan awal bersama pemilik MUA. Pertemuan ini bertujuan untuk menggali informasi mendasar mengenai visi, misi, dan tujuan utama dari website profil yang akan dibuat. Apakah website tersebut difokuskan untuk branding, portofolio, promosi layanan, atau sebagai sarana komunikasi dengan pelanggan. Dari sini, pendamping membantu klien merumuskan tujuan strategis yang jelas agar website tidak sekadar menjadi tampilan digital, tetapi benar-benar mendukung perkembangan usaha. Setelah menentukan visi, misi dan tujuan, maka dilakukan identifikasi siapa target audiens utama, bagaimana perilaku digital mereka, serta konten apa yang paling relevan untuk disajikan. Proses ini biasanya melibatkan wawancara, observasi, atau penyebaran kuesioner sederhana untuk memahami kebutuhan pengguna. Selain itu, dilakukan juga inventarisasi aset digital yang sudah dimiliki klien, seperti logo, foto produk, profil perusahaan, atau testimoni pelanggan, agar dapat dimanfaatkan secara optimal di dalam website. Kegiatan berikutnya adalah penentuan ruang lingkup proyek. Pendamping bersama klien menyusun daftar fitur yang dibutuhkan, misalnya halaman beranda, profil perusahaan, portofolio, layanan, kontak, hingga integrasi dengan media sosial. Pada tahap ini juga dibahas aspek teknis seperti platform yang akan digunakan (WordPress, custom coding, atau CMS lain), kebutuhan hosting dan domain, serta estimasi biaya dan waktu pengerjaan. Semua hasil analisis kemudian dirangkum dalam bentuk dokumen kebutuhan (requirement document) yang menjadi acuan bagi tahap perencanaan konten dan desain. Tahap persiapan dan analisis kebutuhan ditutup dengan penyusunan rencana kerja awal. Pendamping menyusun timeline kegiatan, menetapkan peran masing-masing pihak, dan menyepakati mekanisme komunikasi selama proyek berlangsung. Dengan narasi ini, tahapan persiapan tidak hanya berfungsi sebagai pengumpulan informasi, tetapi juga sebagai proses membangun kesepahaman antara pendamping dan klien, sehingga setiap langkah berikutnya dapat berjalan lebih terarah dan efisien.

b. Perancangan Website

Setelah kebutuhan dan konten dirumuskan, proses berlanjut ke tahap desain website. Pendampingan dimulai dengan pembuatan wireframe dan sitemap. Wireframe merupakan tahap awal perancangan (Surath & Putra, 2025), (Lina, 2023) berfungsi sebagai kerangka dasar yang menunjukkan letak elemen-elemen utama seperti menu navigasi, header, konten, dan footer. Sementara sitemap menggambarkan struktur halaman secara keseluruhan, sehingga klien dapat memahami bagaimana informasi akan diorganisir dan diakses oleh pengunjung. Langkah berikutnya adalah membuat perancangan tampilan visual (UI/UX, yaitu membantu pemilik MUA memilih warna, tipografi, dan gaya visual yang sesuai dengan identitas merek. Desain tidak hanya berfokus pada estetika, tetapi juga pada pengalaman pengguna (UX), memastikan navigasi mudah, informasi jelas, dan interaksi terasa intuitif.

c. Pengembangan

Tahap pengembangan dalam kegiatan pengabdian pembuatan web profil merupakan fase di mana rancangan yang telah disusun sebelumnya diwujudkan menjadi sebuah website yang berfungsi. Kegiatan yang dilakukan setelah mendesain tampilan yaitu membuat halaman dan fitur sesuai desain, dan uji coba interna. Tools yang digunakan dalam pengembangan HTML, CSS, JavaScript, serta didukung oleh tools Visual Studio Code dan XAMPP. CSS digunakan untuk tampilan visual dan gaya halaman. (Sinlae et al., 2024), (Fauzi et al., 2023).

d. Implementasi

Setelah website profil selesai, maka proses pendampingan ke pemilik MUA. Tahap pasca-peluncuran justru menjadi fase penting untuk memastikan website benar-benar berfungsi sebagai sarana promosi digital yang efektif. Kegiatan pertama biasanya berupa pelatihan pengelolaan konten, di mana pemilik usaha di latih cara menambah, mengedit, dan memperbarui informasi di website. Mereka diperkenalkan dengan dashboard sistem manajemen konten (CMS) serta diberikan panduan praktis berupa manual book agar mudah dipahami.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Yang Diperoleh Mitra

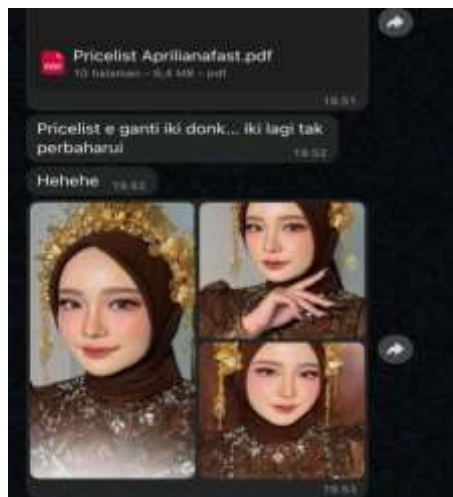
Kegiatan pengabdian ini berhasil menjawab persoalan mitra yang sebelumnya mengalami keterbatasan dalam promosi digital. Sebelum adanya website, promosi hanya mengandalkan media sosial sederhana yang kurang mampu menampilkan portofolio secara terstruktur dan membangun citra profesional. Melalui pendampingan, tim pengabdian bersama mitra menghasilkan sebuah website profil yang menjadi sarana utama promosi digital.

Website tersebut menampilkan portofolio terstruktur, layanan make up, serta testimoni pelanggan sehingga meningkatkan kepercayaan calon klien. Selain itu, fitur interaktif seperti formulir kontak dan integrasi WhatsApp memudahkan komunikasi, mempercepat proses booking, dan meningkatkan efisiensi layanan. Mitra juga memperoleh keterampilan baru dalam pengelolaan konten digital, sehingga mampu memperbarui informasi, menambahkan promo, dan menjaga konsistensi branding secara mandiri.

Dampak nyata dari kegiatan ini terlihat pada peningkatan visibilitas digital, bertambahnya jumlah klien, serta penguatan citra profesional MUA di mata masyarakat. Secara sosial-ekonomi, kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha. Sementara itu, dari sisi akademis, dokumentasi kegiatan menjadi kontribusi pengabdian masyarakat yang dapat dijadikan referensi bagi UMKM lain dalam mengembangkan strategi digital branding.

3.2 Partisipasi Mitra

Dalam kegiatan pengabdian ini, mitra tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai kontributor aktif dalam bentuk diskusi seperti pada gambar 2 dalam setiap tahapan. Pada tahap awal, mitra terlibat dalam identifikasi kebutuhan dengan menyampaikan persoalan promosi yang dihadapi, target pasar, serta preferensi desain website. Hal ini menjadi dasar penting bagi tim pengabdian dalam merancang solusi yang tepat.



Gambar 2. Diskusi dalam pengambilan foto dan pricelist

Selanjutnya, mitra berpartisipasi dalam penyediaan konten berupa foto portofolio, deskripsi layanan, dan testimoni pelanggan yang menjadi bahan utama pengembangan website. Pada tahap desain, mitra memberikan masukan terkait tampilan visual, warna, dan navigasi sehingga website mencerminkan identitas usaha secara konsisten. Dalam proses uji coba website, mitra ikut memastikan fitur booking, formulir kontak, dan integrasi media sosial berjalan dengan baik. Setelah website dipublikasikan, mitra dilatih untuk melakukan pengelolaan konten secara mandiri, termasuk memperbarui portofolio dan menambahkan promo.

3.3 Jenis Luaran

Kegiatan pengabdian ini menghasilkan sejumlah luaran yang memberikan manfaat nyata bagi mitra maupun masyarakat. Luaran utama berupa website profil, website tersebut menampilkan portofolio karya rias, layanan yang ditawarkan, serta testimoni pelanggan, sehingga memperkuat citra profesional di ranah digital. Luaran lain yang dihasilkan adalah artikel publikasi ilmiah yang mendokumentasikan proses dan hasil kegiatan, sehingga dapat memperkaya literatur pengabdian masyarakat di bidang digital branding. Website profile ini juga menjadi model praktik baik bagi UMKM kreatif lain yang ingin memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi.

3.4 Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Tahap persiapan, tahapan dimana mendampingi pemilik MUA menentukan kebutuhan yang akan digunakan dalam pembuatan web profile. Website yang dibangun berfungsi sebagai media terpadu dalam penyajian

portofolio, informasi layanan, serta sarana komunikasi yang terintegrasi secara profesional dan efisien. Dalam implementasinya, website ini menyertakan desain antarmuka yang intuitif, sistem konten yang terstruktur, serta integrasi dengan saluran komunikasi utama. Tahap perancangan, terlebih dahulu didefinisikan struktur kerangka tampilan serta posisi letak dari komponen-komponen dan modul website. Gambar 3 merupakan kerangka tampilan website MUA yang dibangun.



Gambar 3. Kerangka Tampilan Website

Berikut adalah gambaran dari struktur dan fitur utama website ini:

- Halaman Beranda (*Homepage*) – Menampilkan pengantar visual yang menarik, highlights portofolio terbaru, serta pintu akses cepat ke seluruh layanan dan informasi.
- Halaman Tentang Saya (*About*) – Menyajikan profil lengkap, sejarah perjalanan karir, filosofi kerja, serta identitas merek MUA.
- Halaman Portofolio (*Portfolio*) – Menyediakan galeri karya yang terorganisir dalam kategori (seperti Makeup Pengantin, Wisuda, Acara Khusus) dengan sistem tampilan grid yang responsif.
- Halaman Layanan & Harga (*Services & Pricing*) – Memuat deskripsi detail setiap paket layanan, fasilitas yang included, serta daftar harga yang transparan dan terupdate.
- Halaman Testimoni (*Testimonials*) – Menampilkan kumpulan *review* dan pengalaman klien sebelumnya dalam format yang rapi dan kredibel.
- Halaman Kontak (*Contact*) – Menyediakan formulir inquiry online, peta lokasi wilayah layanan, serta tautan langsung ke *WhatsApp* dan media sosial.

Tahap implementasi, desain antarmuka website dibuat dengan memperhatikan prinsip *User Experience (UX)* dan *User Interface (UI)* yang baik. Tampilan didominasi oleh warna-warna soft dan elegan seperti dusty pink, nude, dan white yang mencerminkan femininitas dan profesionalisme di industri kecantikan. Halaman portofolio pada gambar 4, menggunakan layout grid atau masonry untuk menampilkan kumpulan karya. Halaman testimoni dalam profil atau situs bisnis sangat penting karena berfungsi sebagai bukti sosial yang dapat mengubah pengunjung biasa menjadi klien atau pelanggan potensial. Testimoni, yang seringkali lebih dipercaya daripada promosi mandiri oleh perusahaan, berasal dari pendapat pelanggan asli dan jujur.



Gambar 4. Halaman Portofolio

Desain interface ini dibuat secara konsisten di semua halaman untuk membangun pengalaman pengguna yang kohesif dan profesional, sekaligus memperkuat identitas merek MUA di dunia digital. Tahap pengujian, pengujian sistem dilakukan untuk memastikan bahwa website profil yang dikembangkan dalam kegiatan

pengabdian masyarakat dapat berfungsi sesuai dengan tujuan utamanya, yaitu sebagai sarana promosi. Metode pengujian yang digunakan adalah *Black Box Testing*, di mana fokus pengujian berada pada keluaran sistem berdasarkan masukan pengguna tanpa melihat kode program. Hasil pengujian *Black Box* untuk kegiatan pengabdian ini dengan fokus pada fitur: halaman login, tentang saya, portofolio, layanan dan harga, dan testimoni seperti pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil pengujian fungsional website profil.

Fitur	Skenario Uji	Langkah Uji	Hasil Yang diharapkan	Hasil Aktual	Status
Halaman Login	Masuk dengan akun valid	Masukkan username & password benar	Berhasil masuk ke dashboard	Berhasil login	Sesuai
Tentang Saya	Membuka menu "Tentang Saya"	Klik menu navigasi	Informasi profil pribadi muncul	Informasi tampil lengkap	Sesuai
Portofolio	Membuka portofolio	Klik menu portofolio	Karya tampil dengan gambar & deskripsi	Portofolio tampil sesuai	Sesuai
Layanan dan Harga	Membuka menu layanan	Klik menu layanan	Daftar layanan & harga muncul	Informasi layanan tampil jelas	Sesuai
Testimoni	Membuka testimoni	Klik menu testimoni	Testimoni pelanggan tampil	Testimoni muncul sesuai	Sesuai

Tahap pendampingan, kegiatan ini mempunyai tujuan pendampingan penggunaan website ini adalah untuk memberikan pemahaman teknis tentang pengoperasian website, dan sistem manajemen konten (CMS) seperti :

- Pengenalan Dashboard: Memberikan instruksi tentang cara mengakses administrator, tampilan backend, dan navigasi menu.
- Pengelolaan Konten (Halaman/Post): Cara menambahkan, mengubah, atau menghapus profil perusahaan, dan layanan.
- Upload foto atau video ke galeri.
- Upload Konten berkala.
- Teknik penulisan judul dan deskripsi yang *user friendly*.

Setelah adanya perbaikan atau revisi selesai, penyerahan dilakukan, yang merupakan peralihan hak akses ke pemilih MUA Aprilianafast. Serah terima hasil website profile seperti pada gambar 5.

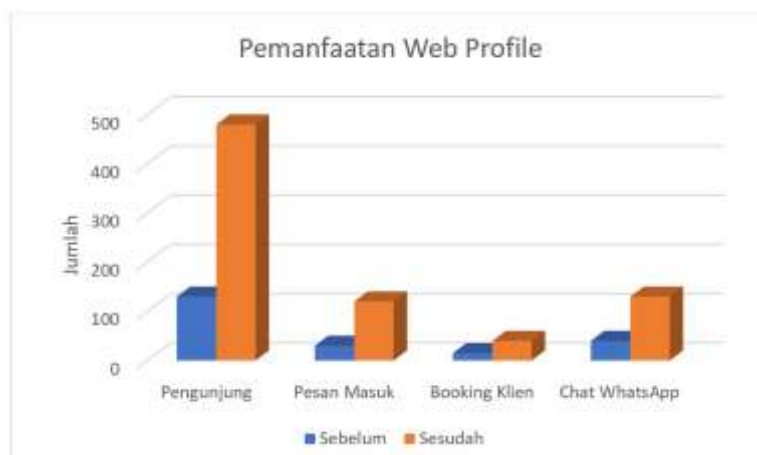


Gambar 5. Serah Terima Hasil

3.2 Dampak dan Keberlanjutan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini memberikan dampak terhadap peningkatan kapasitas digital dan keberlanjutan usaha kreatif mitra. Sebelum adanya intervensi, promosi jasa MUA masih terbatas pada media sosial sederhana yang tidak terstruktur, portofolio karya tidak terdokumentasi dengan baik, serta kepercayaan pelanggan relatif rendah. Setelah penerapan website profil, terjadi perubahan mendasar yang dapat diamati pada beberapa aspek utama. Segi portofolio karya, dokumentasi layanan dan hasil riasan menjadi lebih sistematis. Portofolio yang tersaji dalam website memudahkan calon klien untuk menilai kualitas layanan, sekaligus menjadi sarana branding personal yang berkelanjutan. Aspek dampak UMKM kreatif, kegiatan ini mendorong transformasi digital yang lebih luas. Website profil tidak hanya meningkatkan

pendapatan usaha, tetapi juga menjadi model inspiratif bagi UMKM lain di sektor jasa kreatif untuk mengadopsi strategi promosi berbasis teknologi digital. Dampak pemanfaatan web profile terhadap jumlah kunjungan, pemesanan yang masuk, booking dari klien dan informasi dengan WhatsApp ini mengalami kenaikan rata-rata 25%, grafik dampak seperti pada gambar 6.



Gambar 6. Dampak Pemanfaatan Web Profile

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan branding personal, peningkatan daya saing usaha, serta pengembangan ekosistem digital UMKM kreatif. Dampak tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan website profil merupakan strategi efektif dalam mendukung keberlanjutan usaha jasa kreatif di era digital. Penerapan website profil sebagai sarana promosi digital terbukti mampu meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran, memperluas jangkauan audiens, serta memperkuat citra profesional melalui dokumentasi portofolio dan testimoni pelanggan. Dalam jangka panjang, diperlukan pendampingan teknis dan pemeliharaan sistem agar website tetap aman, cepat, dan terintegrasi dengan platform digital terbaru. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan daya saing individu, tetapi juga berkontribusi terhadap penguatan ekosistem digital UMKM di sektor jasa kreatif secara berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Website yang di hasilkan menggunakan pendekatan pada pengguna (*user-centered design*). Website profile menyajikan konten yang lengkap dan terorganisir, seperti testimoni klien, profil, portofolio yang terkategori, layanan dan harga yang transparan. Hasil pengujian fungsional website terhadap layanan yang dibuat, semuanya sesuai dengan fungsinya. Website ini tidak hanya berfungsi sebagai brosur statistik digital tetapi juga sebagai alat pemasaran aktif yang dapat meningkatkan visibilitas, menumbuhkan kepercayaan calon klien, dan berfungsi sebagai pusat seluruh aktivitas online dengan mengintegrasikan prinsip dasar SEO dan saluran komunikasi langsung. Website profile disarankan untuk fokus pada optimasi konten dan fungsionalitas yang langsung berdampak pada konversi klien. Prioritas utama meliputi pembaruan portofolio yang teratur dengan filter kategori yang jelas, penempatan informasi harga yang transparan, serta integrasi testimoni visual untuk membangun kepercayaan. Selain itu, implementasi *call-to-action* yang strategis (seperti tombol *WhatsApp* yang mencolok) dan optimasi kecepatan loading untuk pengalaman pengguna yang lancar di perangkat *mobile* akan meningkatkan efektivitas website sebagai alat promosi dan informasi utama.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatasya, A. E. F. (2021). Rancang Bangun Penjadwalan Jasa Makeup Artist (Mua) Berbasis Web Menggunakan Algoritma Genetika (Ag) Pada Klbersmua. *Jurnal It*, 12(1), 10–22. <https://doi.org/10.37639/jti.v12i1.234>
- Budiadi, H., Setiyowati, & Siswanti, S. (2025). Pendampingan Pembuatan Video Profil Sebagai Media Promosi Pada SDIT Mutiara Insan Sukoharjo. *Jurnal MANTAP*, 2(2), 117–122. <https://journal.redtechidn.org/index.php/mantap/article/view/38>
- Cahyaningrum, Y. (2024). Pengembangan Website E-Commerce untuk Meningkatkan Efektivitas Media Promosi dan Penjualan Online. *Inventor: Jurnal Inovasi Dan Tren Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(1), 29–35. <https://doi.org/10.37630/inventor.v2i1.1421>
- Darmana, A. E., Siswanti, S., & Kusumaningrum, A. (2024). Pengembangan Web Profile Sebagai Alat Bantu Promosi Minuman Tradisional. *Jurnal MANTAP*, 1(2), 40–45. <https://journal.redtechidn.org/index.php/mantap/article/view/15>
- Fauzi, A., Hasanah, A., Septina, D., Hisan, K., Yanto, M., Ghifar, M. L., Oktavianus, Adawiyah, S., Oktaviani, S. A., Marlina, S., & Rahayu, E. S. (2023). Pengenalan HTML Dan CSS Bagi Siswa SMK Sebagai Persiapan Menuju Era Digital. *Abdimas Jurnal*

- Pengabdian Masyarakat*, 3(5), 319–323. <https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/AJP/article/download/1753/1400>
- Latifah, A., & Al Zidane Putra Fedy, M. (2025). Membangun Media Promosi Sparepart Mobil Berbasis Web Dengan Fitur Augmented Reality. *Jurnal Algoritma*, 22(2), 1521–1529. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.22-2.2560>
- Lina. (2023). Perancangan Wireframe Website Pelacakan Persuratan Di Yayasan Tarakanita. *Madani: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(1), 30–39. <https://doi.org/10.53834/mdn.v9i1.4384>
- Mansur, M., & Mawardah, D. N. (2022). Web Based Application Wet Cake Snack Product Distribution Using Concept Business To Business To Consumer. *Digital Zone: Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 13(1), 67–78. <https://doi.org/10.31849/digitalzone.v13i1.9793>
- Nugroho, D. D., Haq, E. S., & Umam, K. (2024). Rancang Bangun Website Promosi Ekonomi Kreatif Menggunakan Metode RAD. *JIKOM: Jurnal Informatika Dan Komputer*, 15(2), 21–34. <https://doi.org/10.55794/jikom.v15i2.179>
- P, N., & Cahyaningtyas, C. (2025). Pendampingan dalam Pengelolaan Web Profile SMPN 1 Teriak Kabupaten Bengkayang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(2), 1546–1553. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i2.664>
- Rahayu, H. P., & Habib, M. A. F. (2023). Strategi Pemasaran Novi Ulvia MUA Dalam Meningkatkan Omset Penjualan. *Jurnal Ilmiah EDUNOMIKA*, 8(1), 1–19. <https://doi.org/10.29040/jie.v8i1.10643>
- Rahman, M., & Herlambang, T. S. (2025). Implementasi Website Company Profile Sebagai Media Sistem Informasi Di Inti Poto Medan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(11), 5446–5451. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i11.2005>
- Rosyani, P., Ikasari, I. H., & Rahayu, S. (2026). Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Website Sekolah Berbasis Hypertext Markup Language dan Cascading Style Sheets dalam Peningkatan Kompetensi Guru. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakattrnal*, 6(3), 773–780. <https://doi.org/10.47065/jpm.v6i3.2905>
- Santoso, H., & Hakim, L. (2025). Website Promosi Pariwisata: Solusi Digital untuk Eksplorasi Potensi Desa. *Jpm: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 36–44. <https://doi.org/10.47065/jpm.v6i1.2470>
- Satria, B., Khairi, L., Putri, R. E., & Sakinah, P. (2024). Peningkatan Aksesibilitas UMKM melalui Implementasi Pembuatan Web Profil Pada PLUT KUMKM Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 4(6), 206–2012. <https://doi.org/10.59818/jpm.v4i6.997>
- Seppewali, A., & Syahrir, N. H. A. (2023). Pelatihan Pembuatan Sistem Informasi Kelurahan untuk Meningkatkan Layanan Publik di Kelurahan Anreapi, Polman, Sulawesi Barat. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(6), 873–879. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i6.5569>
- Sinlae, F., Bowono, P., Christian, H. R., & Elfan, A. (2024). Pelatihan Dalam Desain Website Menggunakan HTML dan CSS. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(2), 173–183. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i2.603>
- Sudirman, S., Fauzan, A., & Mustakim, R. A. W. (2024). Membangun Identitas Digital: Branding dan Promosi Sekolah melalui Teknologi Website di SMKN 7 Takalar. *Ilmu Komputer Untuk Masyarakat*, 4(2), 52–59. <https://doi.org/10.33096/ilkomas.v4i2.1782>
- Surath, L. H. M., & Putra, I. N. T. A. (2025). Perancangan Design User Interface (UI) Aplikasi Wishlist Berbasis Metode Design Thinking Dengan System Usability Scale Creation. *JITET (Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan)*, 13(2), 1281–1289. <https://doi.org/10.23960/jitet.v13i2.6433>
- Susilo, L. B. E., S, M. A. B., Ramadhani, M. F., Syayuwan, R., & Sumadi, M. T. (2024). Pembuatan Website Company Profile Dinas Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Kota Samarinda. *SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(1), 13–20. <https://doi.org/10.56910/safari.v4i1.1081>
- Yulfani, R., Aini, M. N., & Pranoto, W. J. (2023). Pembuatan Website Company Profile PT. Sungai Berlian Group Kota Samarinda Menggunakan CMS Wordpress. *Jurnal GEMBIRA (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(6), 2029–2038. <https://gembirapkm.my.id/index.php/jurnal/article/view/360/256>