

## Peningkatan Pemasaran dan Promosi dengan Pembuatan Website pada Cacti Life

Elly Elly<sup>1</sup>, Handoko Handoko<sup>2</sup>, Joosten Joosten<sup>3\*</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Mikrosikil

\*Corresponding author, e-mail: [joosten.ng@mikroskil.ac.id](mailto:joosten.ng@mikroskil.ac.id).

### Abstrak

Cacti Life merupakan UMKM milenial yang melihat peluang bisnis dalam konsep tanaman hias terrarium (media transparan), namun dalam kegiatan operasionalnya belum memiliki rencana pengembangan sistem informasi terpusat untuk pemasaran dan promosi, yang saat ini hanya mengandalkan e-commerce (seperti Shopee) dan media sosial (Instagram, Facebook). Selain itu, komunikasi dengan pelanggan terbatas hanya melalui kontak di media sosial, dan belum tersedianya media untuk mengimplementasikan hasil portofolio perencanaan strategi sistem informasi yang telah dihasilkan. Solusi untuk mengatasi masalah ini adalah dengan mengembangkan sebuah website yang dapat digunakan secara efektif untuk kegiatan pemasaran dan promosi, sekaligus mengimplementasikan perencanaan strategi sistem informasi. Pengembangan website ini menggunakan metode User-Centered Design (UCD), yang melibatkan tahapan identifikasi masalah, penentuan konteks dan persyaratan penggunaan, pengembangan desain solusi menggunakan React Js, Express Js, dan PostgreSQL, serta evaluasi desain melalui pengujian prototipe dan card sorting. Hasilnya adalah terwujudnya website dengan fungsionalitas lengkap untuk administrasi (pengelolaan produk, event, pesanan, dan lain-lain.) dan pelanggan (pemesanan produk atau layanan, melihat informasi). Diharapkan website yang dibangun, didukung strategi pemasaran digital, dapat meningkatkan visibilitas, pemasaran, promosi, dan pada akhirnya, pendapatan Cacti Life.

**Kata Kunci:** Cacti Life; Pemasaran; Promosi; Website.

### Abstract

Cacti Life is a millennial MSME (Micro, Small, and Medium Enterprise) that recognized a business opportunity in the concept of terrarium ornamental plants (in a transparent medium). However, its operational activities lack a centralized information system development plan for marketing and promotion, currently relying solely on e-commerce (such as Shopee) and social media (Instagram, Facebook). Furthermore, customer communication is limited to contact numbers available on social media, and there is no existing medium to implement the portfolio of information system strategic planning that has been developed. The solution to address this issue is to develop a website that can be used effectively for marketing and promotion activities, while simultaneously implementing the information system strategic plan. The website development utilizes the User-Centered Design (UCD) method, involving stages such as problem identification, defining context and user requirements, developing the design solution using React Js, Express Js, and PostgreSQL, and evaluating the design through prototype testing and card sorting. The result is a fully functional website for administration (managing products, events, orders, and so on) and customers (ordering products or services, viewing information). It is expected that the developed website, supported by a digital marketing strategy, will enhance Cacti Life's visibility, marketing, promotion, and ultimately, its revenue.

**Keywords:** Cacti Life; Marketing; Promotion; Website.

**How to Cite:** Elly, E., Handoko, H. & Joosten, J. et al. (2025). Peningkatan Pemasaran dan Promosi dengan Pembuatan Website pada Cacti Life. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(4), 1160-1170.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2025 by author.

---

## Pendahuluan

Masa sekarang banyak UMKM yang berkembang sebelum masa pandemi hingga pandemic melanda (Indiarna, 2023; Prananingrum dkk., 2023; Sukoco & Krisnaesanti, 2024). Pemasaran merupakan salah satu hal yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam menjalankan bisnis dan mendapatkan keuntungan (Juminawati dkk., 2024; Shafwah dkk., 2024). Dalam melakukan pemasaran, pelaku bisnis juga melakukan promosi yang dapat menarik perhatian dari customer atau pelanggan (Andika, 2024; Annisa & Wulansari, 2024).

Masyarakat kini mulai menekuni koleksi tanaman hias sebagai hobi baru (Akbar, 2021). Hobi ini biasanya melibatkan kegiatan koleksi, perawatan, dan dekorasi ruang tertentu dengan memanfaatkan varietas tanaman untuk menghasilkan keindahan dan estetika. Cacti Life merupakan salah satu UMKM kalangan milenial yang berhasil melihat peluang bisnis dalam hobi tanaman hias ini, dan menjadikannya sebagai pundi uang yang cukup menjanjikan. Cacti Life menawarkan konsep tanaman hias dalam media transparan yang dikenal dengan sebutan terrarium. Kondisi Cacti Life saat ini berorientasi pada penggunaan aplikasi e-commerce sejenis Shopee dan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk pemasaran dan promosi produk. Hal ini menyebabkan keterbatasan jangkauan pangsa pasar secara global dan hanya fokus pada pangsa pasar yang berada di sekitar lingkungan bisnis Cacti Life (Putra et al., 2025). Pengabdian yang dilakukan relevan dengan pentingnya pemasaran digital dan *online customer review* di *e-commerce* seperti Shopee yang mana dalam penelitian terdahulu juga terlihat pengaruh pemasaran digital dan *online customer* pada produk di *e-commerce* Shopee sehingga terlihat adanya kanal pemasaran digital yang terpusat melalui *website* sebagai solusi strategis (Shafwah et al., 2024). Hal ini menyebabkan keterbatasan jangkauan pangsa pasar secara global dan hanya fokus pada pangsa pasar yang berada di sekitar lingkungan bisnis Cacti Life. Cacti Life berlokasi di Jl. Pelita II No. 79-B, Medan dengan desain gedung yang memperlihatkan *display* terrarium dan tanaman budidaya lainnya. Area tersebut banyak dimanfaatkan untuk mengumpulkan dan mengedukasi pengunjung yang datang untuk memesan atau meminta bantuan penanganan taman, tanaman, serta *workshop* atau pelatihan terrarium.

Sejauh ini, Cacti Life memiliki reputasi yang baik merujuk pada semakin banyaknya permintaan kerjasama dari pihak-pihak yang mengajukan kerjasama dalam penyediaan dan pembuatan *display* terrarium untuk kalangan hotel, sekolah, perumahan, dan lain-lain. Cacti Life juga memiliki visi, misi, dan tujuan serta sasaran yang jelas. Visi Cacti Life merujuk pada mengembangkan usaha yang berbasis ekonomi kreatif. Misi Cacti Life merujuk pada memperkenalkan terrarium kepada masyarakat Kota Medan dan sekitarnya, membentuk komunitas penggemar seni terrarium, memberikan layanan edukasi kepada generasi milenial di Kota Medan.

Dari visi dan misi yang dimiliki terdapat juga tujuan yang hendak dicapai yaitu meraih keuntungan dari usaha berbasis ekonomi kreatif dengan sasaran memperluas pangsa pasar dalam pengembangan usaha berbasis ekonomi kreatif khususnya pada bidang seni terrarium. Penelitian terdahulu yang fokus pada perancangan antarmuka pengguna dan dengan menggunakan metode *User Centered Design* (UCD) yang merupakan metode inti dalam pengabdian Cacti Life. Penggunaan metode UCD untuk menghasilkan solusi desain yang berpusat pada kebutuhan pengguna (Faisal et al., 2023; Ravelino & Susetyo, 2023). Selain itu, ada juga penelitian yang juga menerapkan metode UCD dalam perancangan UI/UX untuk fitur spesifik sebuah website yang sejalan dengan fokus pengabdian Cacti Life yang menggunakan UCD dalam pengembangan website sebagai solusi promosi (Alatas & Kusumadewi, 2025). Pada penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan, yaitu penelitian dengan judul “Perencanaan Strategis Sistem Informasi untuk Bisnis UMKM Kalangan Milenial Terrarium Pada Cacti Life dengan Metode Ward dan Peppard”, (Cahyo & Manuputty, 2021; Elly & Handoko, 2022) telah disusun portofolio perencanaan pemetaan strategi sistem informasi bisnis dan portofolio potensi aplikasi yang dapat diterapkan pada Cacti Life. Pada hasil pemetaan strategi pada kuadran *Key Operational* dan *High Potential*, diperlukan sebuah media yang dapat digunakan untuk kegiatan pemasaran dan promosi. Adapun permasalahan Cacti Life adalah pada bidang ekonomi dan rekayasa keteknikan di mana Cacti Life belum memiliki media yang dapat digunakan untuk mengimplementasikan hasil portofolio perencanaan strategi sistem informasi yang telah dihasilkan. Oleh karena itu, pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan sebuah website yang berfungsi sebagai media pemasaran, promosi, dan platform terpusat guna merealisasikan portofolio perencanaan strategi sistem informasi tersebut (Rosyadah & Wikartika, 2023). Tujuan pengabdian didukung oleh penelitian terdahulu yang membahas adaptasi strategi pemasaran UMKM menggunakan media sosial yang merupakan fokus utama pemasaran Cacti Life sebelumnya. Pengabdian Cacti Life melangkah lebih jauh dengan menyediakan platform website terpusat untuk mengatasi keterbatasan media sosial seperti Instagram dalam perencanaan strategi sistem informasi (Sukoco & Krisnaesanti, 2024).

---

---

## Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan yang akan dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat antara lain (Adiwinata et al., 2024; Nafian et al., 2024; Ravelino & Susetyo, 2023):



**Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan PkM**

Tahapan pada PkM ini adalah sebagai berikut:

### **Identifikasi Masalah (Fokus pada pengguna)**

Sebagai tahapan awal, tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) melakukan diskusi terhadap pengguna atau user yang menjadi pemilik proyek dan pengguna proyek yang dalam hal ini adalah pemilik Cacti Life. Proyek ini melibatkan mitra selaku pengguna atau user dari awal hingga akhir proses di mana mereka dibutuhkan. Pengembangan aplikasi sistem ini ditujukan untuk memenuhi keinginan dan harapan pengguna yang dalam konteks ini adalah pemilik Cacti Life. Teknik yang digunakan pada tahapan ini adalah wawancara secara berkelanjutan dengan pemilik Cacti Life. Teknik yang digunakan pada tahapan ini adalah wawancara secara berkelanjutan dengan pemilik Cacti Life. Wawancara dilakukan pada tanggal 15 November 2023 sampai tanggal 01 Desember 2023. Kegiatan pengabdian berlangsung selama 1 tahun dengan proses yang berkelanjutan dalam tahapan pelaksanaan.

### **Penentuan konteks penggunaan**

Setelah mengidentifikasi masalah dengan berfokus pada kebutuhan pengguna, tahapan berikutnya yang dilakukan oleh tim PkM adalah melakukan kegiatan identifikasi terhadap orang yang akan menggunakan aplikasi atau website yang dibangun. Di mana dalam pengabdian kepada masyarakat kali ini adalah pemilik Cacti Life yaitu Pak Susandi dan Bu Maria.

### **Penentuan persyaratan**

Pada tahapan ini, tim PkM melakukan penggalian informasi atau data yang digunakan untuk mengumpulkan kebutuhan dari pemilik Cacti Life. Dalam kegiatan kali ini kembali dilakukan wawancara dan juga kuesioner untuk menggali kebutuhan pengguna.

### **Pengembangan solusi desain**

Tim PkM mulai mengembangkan desain sebagai solusi dari sistem web yang dianalisis serta akan dikembangkan sesuai keinginan dan harapan dari pemilik. Dalam kegiatan pengembangan desain, akan digunakan tools React Js untuk pengembangan frontend, Express Js untuk pengembangan backend, dan untuk pengembangan basis data akan digunakan MySQL.

### **Evaluasi desain**

Setelah solusi desain dilakukan, perlu dilanjutkan pada tahapan yang berisi kegiatan evaluasi terhadap solusi dan juga melakukan evaluasi penggunaan dari fitur-fitur yang sudah ada di dalam web. Evaluasi

terhadap desain akan dilakukan dengan melakukan pengujian pada prototype web dan mengumpulkan feedback langsung dari pemilik Cacti Life, serta melakukan kegiatan *card sorting* dengan cara mengelompokkan fitur ke dalam kategori pengujian agar dapat mengumpulkan respon dari pemilik Cacti Life.

### Pembuatan laporan dan luaran PkM

Dalam tahap ini, dikembangkan laporan untuk *stakeholders* berupa panduan penggunaan website dan informasi khusus sesuai dengan kebutuhan dan persyaratan. Setelah itu akan disusun laporan PkM dan luaran PkM berupa HKI dan publikasi pada Jurnal Nasional Terakreditasi Sinta 2, Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer, Universitas Brawijaya. Pengembangan di masa depan juga dapat dilakukan dengan menambahkan fitur sistem pakar pada web untuk analisa area serta produk yang unggul agar dapat meningkatkan penjualan, pemasaran, dan promosi produk serta layanan yang dimiliki Cacti Life.

## Hasil dan Pembahasan

Pengembangan website untuk pemasaran Cacti Life dilaksanakan dengan mengaplikasikan metode UCD (*User Centered Design*) untuk perancangan perangkat lunak, metode UCD ini merupakan model baru dalam pengembangan sistem perangkat lunak dan web. Konsep penerapan UCD melihat user atau pengguna sebagai pusat dari proses pengembangan konteks, tujuan dan lingkungan sistem dengan berdasar pada pengalaman pengguna (Putra et al., 2024; Siva et al., 2024). Adapun metode pelaksanaan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat antara lain:

### Identifikasi Masalah (Fokus pada pengguna)

Sebagai tahapan awal dari metode *user centered design*, tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) melakukan diskusi terhadap user yang menjadi pemilik proyek dan pengguna proyek yang dalam hal ini adalah pemilik Cacti Life. Proyek ini melibatkan mitra selaku user dari awal hingga akhir proses di mana mereka dibutuhkan. Pengembangan aplikasi sistem ini ditujukan untuk memenuhi keinginan dan harapan user yang dalam konteks ini adalah pemilik Cacti Life. Cacti Life memiliki harapan tersendiri yang berdampak bagi sekitarnya dan dituangkan dalam visi dan misi perusahaan.

Berikut ini merupakan visi, misi, tujuan, dan sasaran dari Cacti Life: (1) Visi: Mengembangkan usaha yang berbasis ekonomi kreatif. (2) Misi: Memperkenalkan terrarium kepada masyarakat Kota Medan dan sekitarnya, membentuk komunitas penggemar seni terrarium, memberikan layanan edukasi kepada generasi milenial di Kota Medan. (3) Tujuan: Meraih keuntungan dari usaha berbasis ekonomi kreatif. (4) Sasaran: Memperluas pangsa pasar dalam pengembangan usaha berbasis ekonomi kreatif khususnya pada bidang seni terrarium.

Proses bisnis yang ada pada Cacti Life sebagai berikut: (a) *Transaction-based revenue*, meliputi penjualan tanaman, penjualan aksesoris terrarium, penjualan media tanam, penjualan pupuk serta obat-obatan, penjualan produk jadi terrarium, dan penjualan artificial flower. (b) *Service revenue*, meliputi renovasi taman, konsultasi dan desain taman, konsultasi dan layanan perawatan tanaman. (c) *Project revenue*, meliputi pembuatan projek taman, dan desain interior berbasis tanaman. (d) *Workshop* untuk berbagai kalangan seperti pelajar, perusahaan dan umum.

### Penentuan konteks penggunaan

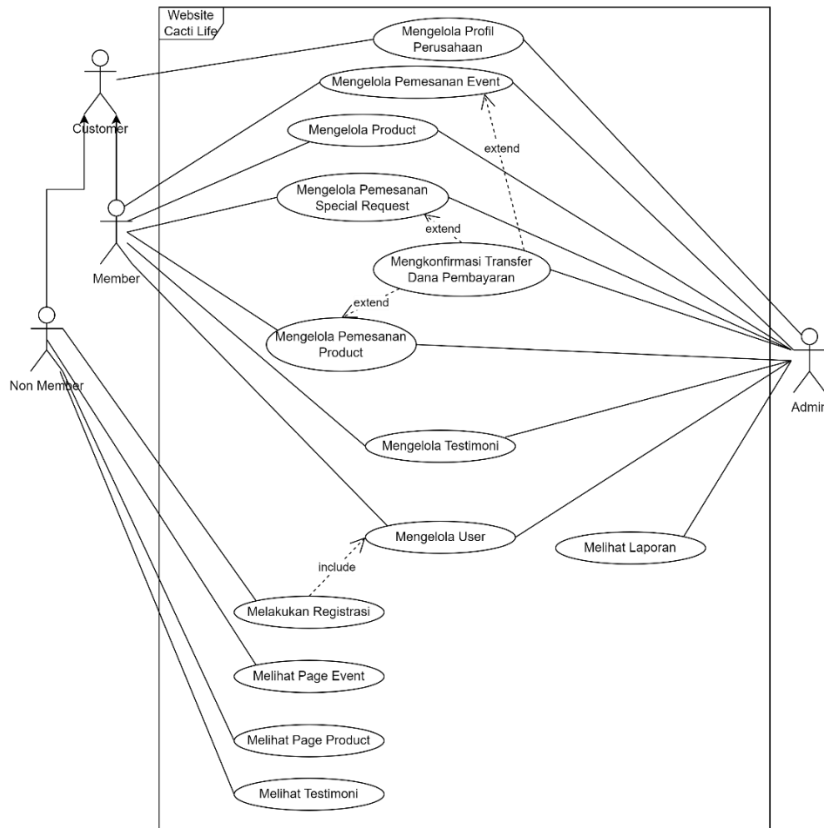
Setelah mengidentifikasi masalah dengan berfokus pada kebutuhan pengguna, tahapan pertama dari metode *user centered design* yang dilakukan oleh tim PkM adalah melakukan kegiatan identifikasi terhadap orang yang menggunakan aplikasi atau website yang dibangun (Amanidyansari et al., 2025). Di mana dalam PkM kali ini adalah pemilik Cacti Life yaitu Pak Susandi dan Bu Maria.

**Tabel 1. Pengguna Sistem**

Kelompok Pengguna	Tujuan
Admin	Mengelola data profil perusahaan, <i>product</i> , <i>event</i> , pemesanan Cacti Life dan mendapatkan informasi dalam bentuk laporan <i>product</i> , <i>event</i> , dan pemesanan Cacti Life
Customer (Member)	Melakukan pemesanan <i>product</i> dan <i>event</i> , serta mendapatkan informasi mengenai <i>product</i> dan <i>event</i> Cacti Life.
Customer (Non-member)	Mendapatkan informasi mengenai <i>product</i> dan <i>event</i> Cacti Life serta melakukan registrasi.

### Penentuan persyaratan

Penggalian informasi yang telah dilakukan dengan wawancara digambarkan dalam *use case diagram* seperti gambar di bawah ini:



**Gambar 2. Use Case Website Cacti Life**

Use Case Diagram Website Cacti Life memvisualisasikan fungsionalitas utama sistem berdasarkan hasil penggalian informasi dan wawancara kebutuhan pengguna. Diagram menunjukkan berbagai aktivitas yang dapat dilakukan oleh pengguna di website, dikelompokkan berdasarkan tujuan, yaitu: Pengelolaan Informasi Perusahaan dan Acara (Mengelola Profil Perusahaan, Mengelola Pemesanan Event); Pengelolaan Produk dan Layanan Khusus (Mengelola Product dengan extend ke Mengelola Pemesanan Special Request); dan Pengelolaan Transaksi dan Data Pelanggan (Mengelola Pemesanan Product dengan extend ke Mengkonfirmasi Transfer Dana Pembayaran). Selain itu, sistem ini mendukung fungsi Manajemen Data (Mengelola Testimoni, Mengelola User, dan Melihat Laporan) serta fungsi Pengaksesan Informasi Publik oleh pengguna (Melakukan Registrasi, Melihat Page Event, Melihat Page Product, dan Melihat Testimoni). Secara keseluruhan, diagram use case ini memberikan pandangan fungsionalitas yang harus dipenuhi oleh website untuk mendukung kegiatan administrasi dan interaksi pelanggan Cacti Life.

### Pengembangan solusi desain

Pada tahapan ketiga metode *user centered design*, Tim PkM mulai mengembangkan desain sebagai solusi dari sistem web yang dianalisis serta dikembangkan sesuai keinginan dan harapan dari pemilik (Fahlevi et al., 2025; Hipdzi et al., 2025). Dalam kegiatan pengembangan desain, digunakan tools React Js untuk pengembangan frontend, Express Js untuk pengembangan *backend*, dan untuk pengembangan basis data menggunakan PostgreSQL. Produk dan layanan yang termasuk kategori special request dikelola di luar sistem secara langsung melalui direct owner.

Berikut solusi desain yang dikembangkan oleh tim PkM antara lain:

#### Dari sisi admin, dalam hal ini pemilik dan staf

##### *Login admin*

Halaman ini merupakan halaman login untuk admin yang digunakan untuk memastikan akses ke sistem website Cacti Life di mana hanya pengguna yang berwenang yang dapat menggunakan fitur-fitur dan mengakses data yang terdapat pada sistem.

***Pengelolaan profil***

Halaman konfigurasi profil memberikan kemampuan bagi admin Cacti Life untuk memiliki kontrol lebih baik atas informasi dan akun Cacti Life. Pada halaman ini, admin dapat mengatur dan memperbarui data pribadi perusahaan seperti logo, email, telepon, alamat, dan sebagainya.

***Dashboard admin***

Halaman ini menampilkan statistik dan laporan tentang kinerja, seperti jumlah pengunjung, sumber lalu lintas penjualan, dan metrik penting lainnya yang membantu pihak Cacti Life dalam analisis data.

***Pengelolaan produk***

Halaman pengelolaan produk pada website Cacti Life memiliki berbagai kegunaan yang vital untuk mengelola katalog produk dengan efektif.

***Pengelolaan pemesanan event***

Halaman pengelolaan pemesanan event membantu memastikan bahwa semua aspek acara dikelola dengan baik, dari perencanaan hingga pelaksanaan, sehingga acara dapat berlangsung dengan sukses dan memenuhi tujuan yang diinginkan.

***Pengelolaan pemesanan special request***

Halaman pengelolaan special request pada website Cacti Life digunakan untuk memberikan layanan bagi pelanggan yang menginginkan penawaran produk atau jasa khusus.

***Pengelolaan pemesanan produk***

Halaman pengelolaan pemesanan produk pada website Cacti Life memiliki beberapa kegunaan penting yang mendukung operasional bisnis dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

***Pengelolaan testimoni***

Pengelolaan testimoni yang efektif dapat berkontribusi pada kesuksesan website Cacti Life dengan meningkatkan kredibilitas, menarik lebih banyak pelanggan, dan memberikan wawasan berharga tentang pengalaman pelanggan.

***Pengelolaan customer***

Halaman pengelolaan customer pada website Cacti Life memiliki berbagai kegunaan yang sangat penting untuk menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan dan mengelola data pelanggan dengan efisien.

***Pengelolaan laporan***

Pengelolaan laporan pada website Cacti Life memberikan bantuan bagi admin untuk pelacakan, analisis, dan pengambilan keputusan berbasis data.

***Informasi website***

Halaman informasi website pada website Cacti Life digunakan untuk mendukung strategi pemasaran dan visualisasi konten.

**Dari sisi pelanggan non-member*****Registrasi user***

Halaman registrasi akun pada website Cacti Life memungkinkan pengguna untuk membuat akun baru dengan menyediakan informasi dasar seperti alamat email, no telepon, username, alamat, password, dan data lain yang relevan.

***Melihat profil perusahaan***

Halaman ini menyediakan Informasi Tentang Perusahaan seperti latar belakang, sejarah, dan misi perusahaan atau organisasi, memberikan pengunjung gambaran yang jelas tentang siapa mereka dan apa yang mereka lakukan.

***Melihat event***

Halaman "Lihat Event" adalah salah satu komponen penting dari website Cacti Life yang menyelenggarakan acara, karena menyediakan semua informasi yang diperlukan untuk membantu pengunjung menemukan, memahami, dan berpartisipasi dalam acara yang diadakan.

***Melihat produk***

Halaman Katalog adalah bagian krusial dari website Cacti Life yang menawarkan berbagai produk atau layanan.

### **Melihat testimoni**

Halaman testimoni pada website Cacti Life berperan dalam membangun kepercayaan.

### **Dari sisi pelanggan member**

#### **Login user**

Halaman ini merupakan halaman login yang digunakan untuk memastikan akses ke sistem website Cacti Life di mana hanya pengguna yang berwenang yang dapat menggunakan fitur-fitur dan mengakses data yang terdapat pada sistem.

#### **Melihat profil perusahaan**

Halaman "About Us" pada website Cacti Life memiliki berbagai kegunaan yang penting untuk membangun hubungan dengan pengunjung dan memberikan konteks tentang bisnis atau organisasi.

#### **Pengelolaan pemesanan event**

Halaman pemesanan event di website Cacti Life berfungsi sebagai media di mana pelanggan member dapat melakukan pendaftaran event, membeli tiket, atau membuat reservasi untuk event tertentu.

#### **Pengelolaan produk**

Halaman ini menampilkan dan mengorganisasi produk dengan cara yang memudahkan pelanggan dalam mencari dan memilih produk yang mereka inginkan.

#### **Pengelolaan pemesanan special request**

Halaman "Special Request" pada website Cacti Life ditujukan untuk menangani permintaan khusus dari pelanggan yang tidak dapat dipenuhi melalui opsi standar yang tersedia.

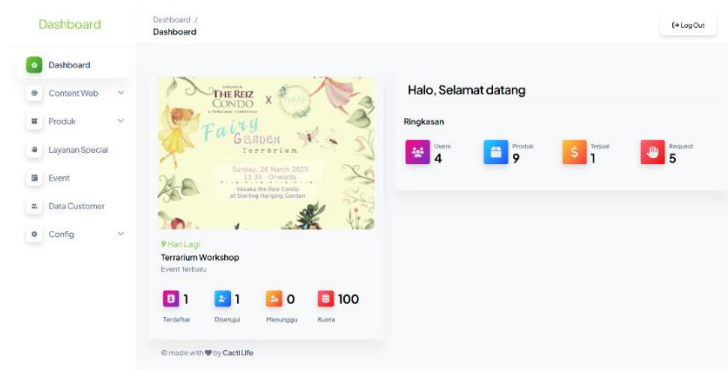
#### **Pengelolaan pemesanan produk**

Halaman pengelolaan pemesanan produk di sisi pelanggan pada website Cacti Life sangat penting untuk memberikan transparansi dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

#### **Pengelolaan testimoni**

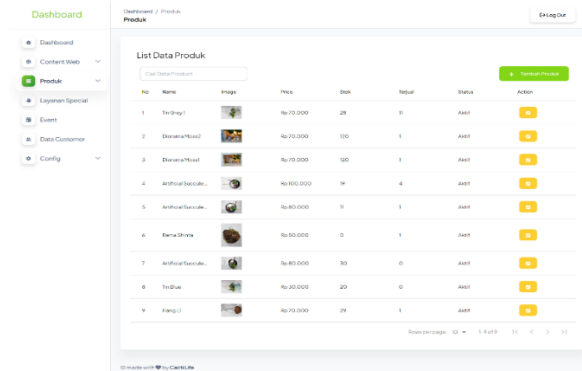
Rating dan ulasan positif dari pelanggan yang telah menggunakan layanan tersebut memberikan bukti sosial bahwa apa yang ditawarkan benar-benar bermanfaat.

Berikut merupakan halaman dashboard admin pada website Cacti Life. Halaman ini menampilkan statistik dan laporan tentang kinerja, seperti jumlah pengunjung, sumber lalu lintas penjualan, dan metrik penting lainnya yang membantu pihak Cacti Life dalam analisis data.



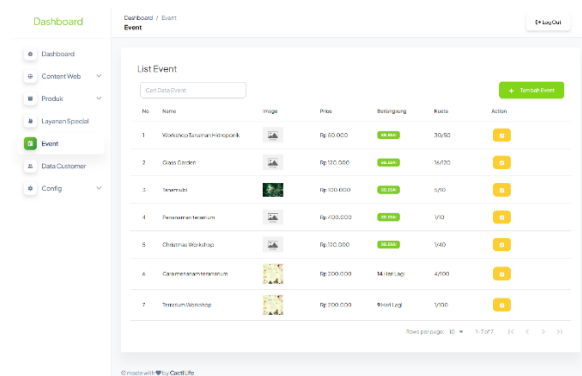
**Gambar 3. Halaman Dashboard Admin**

Berikut adalah halaman penambahan produk baru yang memungkinkan admin Cacti Life untuk menambahkan produk baru ke situs dengan mengisi informasi seperti nama produk, deskripsi, gambar, berat, dan atribut lainnya.



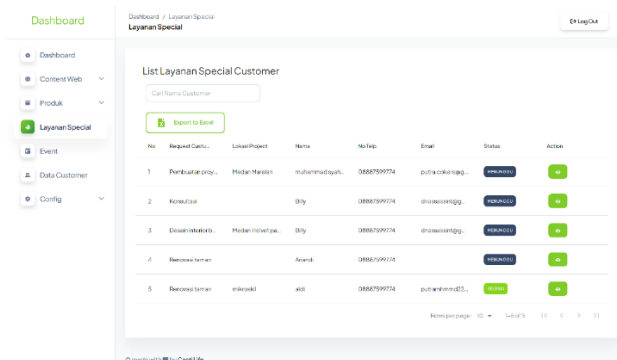
Gambar 4. Pengelolaan Produk

Berikut adalah halaman penambahan event baru yang digunakan untuk memungkinkan admin Cacti Life untuk menambahkan detail acara baru, seperti nama acara, deskripsi, tanggal, waktu, lokasi, kontak, dan informasi lainnya.



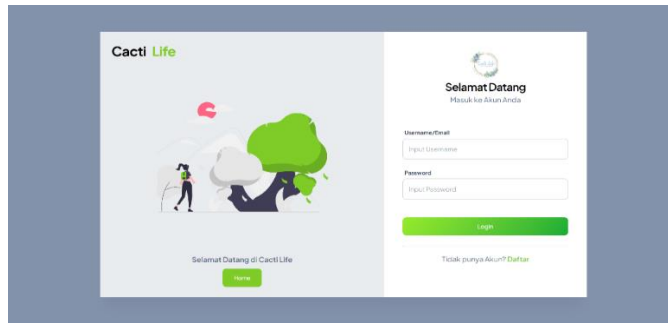
Gambar 5. Halaman Daftar Event

Berikut adalah halaman pengumpulan permintaan khusus yang memungkinkan pelanggan untuk mengajukan permintaan khusus atau kustomisasi yang tidak tercakup dalam produk atau layanan standar. Misalnya, permintaan produk dengan spesifikasi tertentu, desain khusus, atau modifikasi layanan.



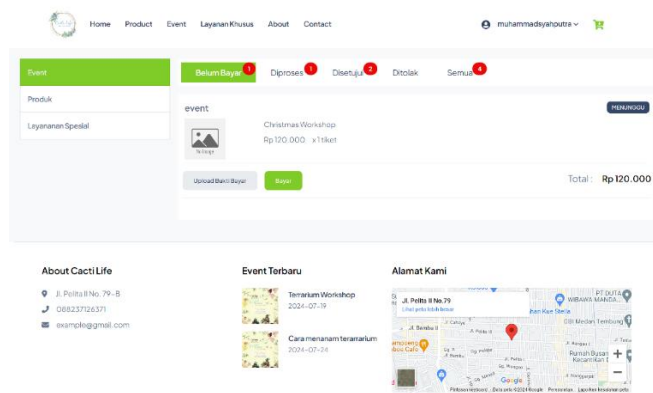
Gambar 6. Halaman Daftar Special Request

Berikut adalah halaman registrasi akun pada website Cacti Life memungkinkan pengguna untuk membuat akun baru dengan menyediakan informasi dasar seperti alamat email, no telepon, username, alamat, password, dan data lain yang relevan.



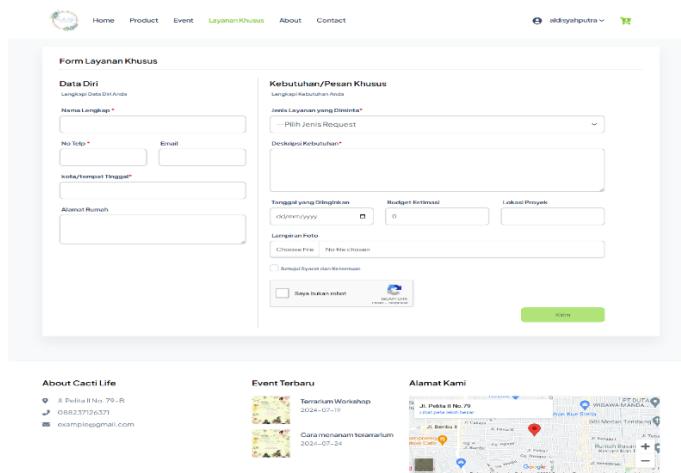
**Gambar 7. Halaman Login User (Pelanggan)**

Berikut adalah halaman pemesanan event di website Cacti Life berfungsi sebagai media di mana pelanggan member dapat melakukan pendaftaran event, membeli tiket, atau membuat reservasi untuk event tertentu. Website ini dirancang untuk menampilkan riwayat pemesanan secara detail yang dibagi menjadi status “Belum Bayar”, “Diproses”, “Disetujui”, dan “Ditolak”.



**Gambar 8. Halaman Status Pemesanan Event (Sebelum Pembayaran)**

Berikut adalah halaman form yang memungkinkan pelanggan untuk mengajukan permintaan unik atau spesifik yang mungkin memerlukan penyesuaian atau perhatian tambahan.

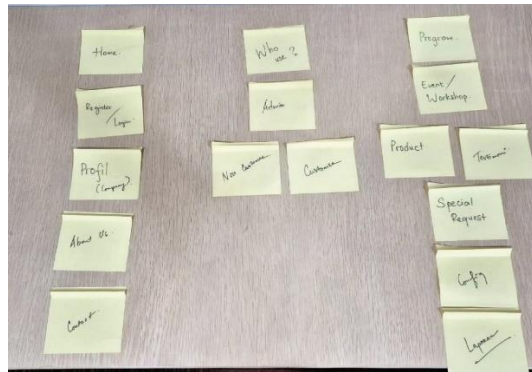


**Gambar 9. Halaman Pemesanan Special Request**

**Evaluasi Desain**

Tahapan berikutnya merupakan kegiatan evaluasi terhadap solusi desain yang sudah dibuat dan juga melakukan evaluasi penggunaan dari fitur-fitur yang sudah ada di dalam web. Evaluasi terhadap desain dilakukan dengan melakukan pengujian pada *prototype web* secara langsung oleh pemilik Cacti Life.

Tahap berikutnya adalah melakukan kegiatan *card sorting* dengan cara mengelompokkan fitur ke dalam kategori pengujian untuk mengumpulkan respon dari pemilik Cacti Life. Berikut merupakan hasil final dari *card sorting* yang sudah dilakukan:



**Gambar 10. Hasil Final Card Sorting**

Pada hasil final *Card Sorting* dapat dilihat bahwa sudah didapatkan pengelompokan informasi atau item menjadi kategori tertentu. Ini membantu dalam memahami bagaimana pihak Cacti Life memandang hubungan antara berbagai elemen. Hasil *card sorting* juga menentukan nama kategori atau label yang dipilih oleh pihak Cacti Life. Ini membantu memastikan bahwa terminologi yang digunakan oleh tim pengabdian dalam desain website sudah sesuai dengan pemahaman pemilik Cacti Life.

Setelah website Cacti Life dibangun, langkah selanjutnya adalah memikirkan strategi pemasaran dan promosi untuk menarik pengunjung dan mengoptimalkan penggunaan website. Strategi yang direncanakan akan diterapkan mulai dari kampanye melalui platform sosial Cacti Life yaitu Facebook, Shopee dan Instagram. Direncanakan juga website akan diperkenalkan pada kegiatan event yang diikuti maupun diselenggarakan oleh Cacti Life. Dengan beberapa strategi ini diharapkan dapat membantu Cacti Life dalam meningkatkan visibilitas website untuk mencapai tujuan pemasaran yang diinginkan.

## Kesimpulan

Website yang dibangun dan pelatihan yang diberikan kepada Cacti Life diharapkan secara signifikan dapat meningkatkan kegiatan pemasaran dan promosi di kalangan masyarakat pecinta tanaman hias, sekaligus meningkatkan pendapatan Cacti Life sebagai UMKM milenial, menjadikannya acuan bagi UMKM lain untuk meningkatkan produktivitas dan perekonomian. Implikasi utama dari pengabdian ini adalah menyediakan model implementasi sistem informasi strategis berbasis website yang efektif, mengatasi keterbatasan pemasaran yang sebelumnya hanya mengandalkan e-commerce dan media sosial. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada tahap pengembangan dan evaluasi desain awal (prototype) yang terbatas pada pemilik (internal testing), dan belum mengukur dampak ekonomi jangka panjang secara definitif. Oleh karena itu, disarankan untuk pengabdian berikutnya agar melanjutkan pengembangan dengan menambahkan fitur sistem pakar untuk analisa produk unggul, melakukan pengujian usability eksternal yang lebih luas melibatkan pelanggan, serta melakukan pengukuran kinerja pemasaran digital (seperti konversi dan ROI) setelah strategi kampanye pemasaran diimplementasikan.

## Daftar Pustaka

- Adiwinata, K., Nugraha, B., & Ridwan, T. (2024). Penerapan Metode User Centered Design Dalam Perancangan Desain UI/UX Website SMAN 5 Karawang. *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, 12(3), 2020–2027. <https://doi.org/10.23960/jitet.v12i3.4591>
- Akbar, A. (2021). Penggunaan dan Nilai Ekonomi dari Tanaman Aglaonema sp. di Kalangan Pedagang Tanaman Hias Sekitar Cengkareng dan Pulo Gadung. *Jurnal Bios Logos*, 11(2), 122–128. <https://doi.org/https://doi.org/10.35799/jbl.v11i2.34411>
- Alatas, A. A., & Kusumadewi, S. (2025). Desain Ulang Website Lumiere Menggunakan Metode User Centered Design (UCD). *Jurnal Sains, Nalar, dan Aplikasi Teknologi Informasi*, 4(2), 173–181. <https://doi.org/10.20885/snati.v4.i2.40640>
- Amanidyansari, K. S., Sukamto, R. A., & Nursalman, M. (2025). Pengembangan Website Promosi dengan Menggunakan Lean UX dan Strategi Interactive Marketing. *Jurnal Sosial Teknologi*, 5(8), 3024–3039. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v5i8.32355>

- 
- Andika, R. (2024). Kombinasi Grey Relational Analysis (GRA) dan ROC Dalam Penentuan Promosi Jabatan Supervisor. *CHAIN: Journal of Computer Technology, Computer Engineering, and Informatics*, 2(1), 37–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.58602/chain.v2i1.94>
- Annisa, Z. N., & Wulansari, D. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Di STAFFEE.CA Bouquet Sidoarjo. *Musyrtari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 6(4), 31–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.8734/musyrtari.v6i4.4247>
- Cahyo, A., & Manuputty, A. D. (2021). Perencanaan Strategi Sistem Informasi Dengan Metode Ward And Peppard di Perusahaan Toko Surabaya cabang Surakarta. *Journal of Information Systems and Informatics*, 3(2), 365–377. <https://doi.org/10.33557/journalisi.v3i2.137>
- Elly, E., & Handoko, H. (2022). Perencanaan Strategis SI UMKM Kalangan Milenial Terrarium pada Cacti Life dengan Ward and Peppard. *Jurnal SIFO Mikroskil*, 23(2), 121–134. <https://doi.org/10.55601/jsm.v23i2.889>
- Fahlevi, M. R., Hanafi, A. R., & Fernandy, H. (2025). Perancangan Sistem E-Commerce Berbasis Web Penjualan Produk Furniture Pada Toko Alrison Interior Menggunakan Rapid Application Development. *Device*, 15(2), 202–211. <https://doi.org/10.32699/v035d886>
- Faisal, M., Muda, M. A., Septiana, T., & Komarudin, M. (2023). Perancangan UI/UX Menggunakan Metode User Centered Design Berbasis Web Pada Perhitungan Luasan Kumuh Balai Prasarana Permukiman Wilayah Lampung. *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, 11(2), 176–187. <https://doi.org/10.23960/jitet.v11i2.2921>
- Hipdizi, W. A., Marlina, D., & Wardhani, D. R. (2025). Sistem Informasi Penjualan Furniture pada Toko Jaya Raya Furniture. *Jurnal Riset dan Aplikasi Mahasiswa Informatika (JRAMI)*, 6(01), 69–75. <https://doi.org/10.30998/jrami.v6i01.9989>
- Indiarma, V. (2023). Inovasi Teknologi Informasi dan Komunikasi di Usaha Mikro Kecil Menengah Pedesaan (Adopsi Inovasi dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada UMKM di Desa Sukasari, Seluma). *Tuturlogi*, 4(3), 131–141. <https://doi.org/10.21776/ub.tuturlogi.2023.004.03.4>
- Juminawati, S., Syamsulbahri, S., & Harsono, I. (2024). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, dan Strategi Pemasaran terhadap Daya Saing UKM di Pasar Lokal: Studi pada Industri Kreatif di Bandung, Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v3i01.970>
- Nafian, S. I., Safitri, S. A., & Nur'aini, S. (2024). Penggunaan Sitem Informasi Manajemen Dalam Pengelolaan Umkm: Mini Literature Review. *Jurnal Teknologi Informasi*, 10(1), 45–49. <https://doi.org/10.52643/jti.v10i1.2705>
- Prananingrum, L., Agustin, S. K., Sugiarti, R., & Suryansyah, I. (2023). Pendampingan Dan Pelatihan Pada Umkm Dapur Ummu Yahya Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(1), 37–45. <https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v6i1.2361>
- Putra, A. L., Ridlo, H. I. A., Yulestiono, A. Y., & Anjasmara, R. N. (2025). Rancang Bangun Website E-commerce Floou untuk UMKM Penjualan Tanaman Hias. *Prosiding Seminar Nasional Informatika Bela Negara*, 163–170. <https://doi.org/10.33005/santika.v5i1.701>
- Putra, J. A., Putri, A. E., & Atmoko, D. (2024). Mengoptimalkan Pengalaman Pengguna: Meningkatkan Desain Website melalui Riset Sistem Komputer Interaktif. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 278–288. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13570>
- Ravelino, C., & Susetyo, Y. A. (2023). Perancangan UI/UX untuk Aplikasi Bank Jago menggunakan Metode User Centered Design. *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 7(1), 121–129. <https://doi.org/10.35870/jtik.v7i1.697>
- Rosyadah, K., & Wikartika, I. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Pada UMKM Kopi Murni Pak Tuwo Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1894–1901. <https://doi.org/https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1226>
- Shafwah, A. D., Fauzi, A., Caesar, L. A. Y., Octavia, A., Indrajaya, B. L., Endraswari, J. I., & Yulia, M. N. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare di E-Commerce Shopee (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 5(3), 135–147. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jimt.v5i3>
- Siva, J., Rahmadani, I. A., Taqwa, Q., & Fahrozie, M. A. (2024). Optimalisasi performa dan user experience pada web multimedia penjualan cookies. *Jurnal Komputer Teknologi Informasi dan Sistem Informatika (JUKTISI)*, 3(1), 706–714. <https://doi.org/10.62712/juktisi.v3i1.224>
- Sukoco, H., & Krisnaesanti, A. (2024). Penggunaan Media Sosial Sebagai Adaptasi Strategi Pemasaran UMKM Saat Pandemi COVID-19: Tinjauan Literatur. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, 3(1), 32–40. <https://doi.org/10.59066/jmae.v3i1.665>
-