

Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Efisiensi Penjualan Pada Gudang Kurma Tembilaan

Anjelly*, Abdullah

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri

*e-mail: eenjeli29@gmail.com

Received: 12.07.2023	Revised: 11.08.2023	Accepted: 10.09.2023	Available online: 30.10.2023
-------------------------	------------------------	-------------------------	---------------------------------

Abstract: *The influence of the Internet as a sales medium, the marketing system has become broader, simpler, and more detailed. The system to be built is product sales at the web-based at Gudang Kurma Tembilaan store, this website can display complete categories and catalogs with prices and types of products online, as well as provide shopping process services. The result of designing this e-commerce website is to create an e-commerce website from product sales at the Tembilaan Dates Warehouse store. Implementation analysis uses observation and interview methods that will be known the impact of increasing the efficiency of ordering and selling using e-commerce applications. From the results of this study, it can be concluded that the system used has a significant impact on the efficiency of ordering and selling products at the toko Gudang Kurma Tembilaan.*

Keywords: *website, e-commerce, marketing, UKM, Tembilaan*

Abstrak: Pengaruh internet sebagai media penjualan sistem pemasaran menjadi lebih luas, simple dan terperinci. Sistem yang akan dibangun ini adalah penjualan produk di toko Gudang Kurma Tembilaan berbasis web, website ini dapat menampilkan kategori dan katalog lengkap dengan harga dan jenis produk online, serta menyediakan layanan proses belanja. Hasil dalam merancang website e-commerce ini ialah membuat website e-commerce dari penjualan produk di toko Gudang Kurma Tembilaan. Analisa implementasi menggunakan metode observasi dan wawancara sehingga akan diketahui dampak peningkatan efisiensi pemesanan dan penjualan menggunakan aplikasi e-commerce. Dari hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa sistem yang digunakan memiliki dampak yang terhadap efisiensi pemesanan dan penjualan produk di toko Gudang Kurma Tembilaan.

Kata kunci: website, e-commerce, pemasaran, UKM, Tembilaan

1. PENDAHULUAN

Perubahan yang pesat pada teknologi informasi kelihatannya akan mendominasi seluruh kegiatan yang ada di muka bumi ini karena penggunaan internet yang banyak menjurus kepada cyberspace sehingga memberikan kemajuan di segala bidang tidak terkecuali E-Commerce yang menyebabkan Sistem penjualan berevolusi dari konvensional menjadi digital, hal ini memberikan banyak keuntungan bagi produsen maupun konsumen yang bergelut di bidang penjualan. Sistem penjualan berbentuk E-Commerce (Elektronik Commerce) akhir-akhir ini telah marak dengan munculnya ribuan perusahaan yang menawarkan barang dagangannya di dalam website maupun sosial media, sebagai salah satu contohnya adalah Lazada, Bukalapak, dan lain sebagainya. Menurut Irawan (2017) tentang perancangan electronic commerce berbasis B2C pada toko ATK Sindoro. Teknologi yang digunakan pada pembuatan sistem ini adalah Wordpress dengan plugin WooCommerce. Dengan adanya sistem ini memudahkan proses penjualan dan transaksi pemesanan konsumen. Proses pembuatan sistem baru dilakukan dengan menganalisa sistem penjualan manual yang telah ada pada toko, kemudian dilanjutkan dengan pemasangan plugin pada website Dalam jurnal lain penelitian ini membangun website sebagai media transaksi jual beli online yang terintegrasi dengan sistem informasi transaksi berbasis website. Dengan metode penelitian menggunakan metode observasi (Elisabet, Ratnasari, 2014)

Pemakaian Teknologi Informasi (IT) dalam memasarkan produk UKM telah berhasil dikembangkan oleh sejumlah Negara seperti Cina, Jepang, dan India. Bahkan Konfederasi Industri India atau Confederation of Indian Industry (CII) merilis hasil survey yang memperlihatkan bahwa peranan Teknologi Informasi (IT) telah mengubah peruntungan sigmen UKM di India. Menurut hasil survey tersebut penggunaan IT di kalangan UKM telah menghasilkan peningkatan pendapatan yang signifikan, yakni 78 % dari responden mengindekasikan peningkatan pendapatan akibat penggunaan IT (Nofie, 2007). Sementara itu Cina menerapkan IT sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing penjualan produk UKMnya (Kompas, 2007).

Toko Gudang Kurma Tembilaan merupakan salah satu perusahaan usaha kecil dan menengah (UKM) yang bergerak di bidang penjualan oleh-oleh haji. Toko Gudang Kurma Tembilaan didirikan pada September 2020 oleh Mohd. Raihan Abdika dan Nurkholis pelaku UKM. Semua prosesnya

dilakukan secara manual yakni pada pemasaran, pemesanan dan pembuatan laporan, mulai dari pencatat pemesanan barang, pengecekan barang, dan terbentuknya laporan dalam bentuk kertas sehingga proses transaksi menjadi lebih lama. Sedangkan jika dibandingkan dengan perkembangan teknologi saat ini yang telah menjadi suatu nilai tambah dalam dunia bisnis serta memberi kemampuan lebih dalam bersaing cara itu justru kurang tepat. Berdasarkan Penelitian (Wiyani 2013) proses terjadinya jual beli dengan mengandalkan internet dapat menguntungkan pelaku UKM, karena proses pemasaran yang dilakukan tidak perlu bertatap muka sehingga ruang lingkup penjualan akan lebih luas. Salah satu jenis penjualan elektronik ini adalah Penjualan berbasis website merupakan bisnis yang melakukan pelayanan atau penjualan barang atau jasa kepada konsumen perseorangan atau grup secara langsung. Dengan kata lain bisnis yang dilakukan berhubungan langsung dengan konsumen bukan perusahaan atau bisnis lainnya.

Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan efisiensi penjualan produk dari toko Gudang Kurma Tembilahan dengan cara menerapkan E-commerce berbasis website sebagai sebagai penjualan produk kurma Tembilahan dan melihat bagaimana dampak E-Commerce terhadap omset penjualan produk kurma Tembilahan. Pemanfaatan penggunaan website ini untuk meningkatkan penjualan produk kurma Tembilahan serta dapat memperkenalkan produk dari Toko Gudang Kurma Tembilahan dan meningkatkan nilai jualnya.

2. METODE

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat penulis menentukan tahapan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh gambaran utuh tentang subjek dan situasi yang diteliti, serta menyaring data yang masuk. Fokus kegiatan ini adalah sebagai berikut yaitu: (1) Identifikasi tentang masalah penjualan pada toko Gudang Kurma Tembilahan saat ini, metode pengumpulan data berikut digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Observasi. (2) pembuatan situs web E-Commerce untuk toko Gudang Kurma sebagai sarana penjualan, (3) melakukan penyuluhan atau pelatihan tentang penggunaan situs web yang telah dibangun, Sosialisasi sistem ini dilaksanakan dengan metode pelatihan terstruktur, pendekatan wawancara, diskusi-informasi, dan pengajaran langsung kepada pelaku UKM. Materi sosialisasi dan percakapan dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam tentang internet dan potensi bisnis internet, (4) melakukan monitoring dan evaluasi terhadap keberhasilan sistem yang telah dibangun. Gambar 1 memperlihatkan gambaran bagaimana pelaksanaan kegiatan ini dilakukan.



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat

Langkah selanjutnya adalah mempersiapkan pelaku UKM untuk mandiri dalam upaya pemasarannya. Penting untuk memberikan 1 (satu) bulan dukungan (panduan) di bidang promosi bisnis melalui E-Commerce sambil mengembangkan pengetahuan dan kapasitas untuk memanfaatkan komputer dan jaringan internet. Untuk memastikan kegiatan berjalan sesuai dengan yang direncanakan, pelaku UKM berusaha melakukan evaluasi kegiatan dengan mengidentifikasi kriteria dan menetapkan indikator keberhasilan E-Commerce bagi UKM. Peningkatan keahlian dan pemahaman pelaku UKM tentang internet marketing dengan cara: (1) termotivasi untuk terlibat dalam kegiatan komersial termasuk pemasaran internet, (2) mendorong pemilik bisnis untuk berperilaku profesional. (3) Semangat untuk mengembangkan kegiatan usaha.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi penggunaan sistem e-commerce adalah kegiatan yang bertujuan untuk membantu Pelaku UKM di toko Gudang Kurma Tembilahan. Kegiatan sosialisasi kepada pelaku merupakan upaya peneliti untuk meningkatkan efisiensi penjualan di toko Gudang Kurma Tembilahan, termasuk memperluas wawasan, pengetahuan, dan keterampilan, untuk membantu meningkatkan efisiensi penjualan kurma di toko Gudang Kurma Tembilahan serta berperan aktif dalam meningkatkan

kesejahteraan pelaku UKM, khususnya bagi owner toko Gudang Kurma Tembilaan. Secara umum penelitian ini mengembangkan program ini untuk memberikan kontribusi yang signifikan kepada owner toko Gudang Kurma Tembilaan.

1) Hasil identifikasi Masalah

Tahap identifikasi masalah berlangsung sebelum kegiatan disampaikan. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi toko Gudang Kurma Tembilaan. Gambar 1 menunjukkan bahwa pada 3 Mei 2023, Peneliti melakukan survei untuk bertemu dengan sales toko Gudang Kurma Tembilaan. Oleh karena kondisi toko Gudang Kurma Tembilaan di Kabupaten Indragiri Hilir, pemilik toko tetap mengiklankan produknya tetapi sangat terbatas. Bisnis ini belum bereksperimen dengan pemasaran internet atau E-Commerce.



Gambar 2. Wawancara kepada sales toko Gudang Kurma Tembilaan

2) Hasil Pembuatan website

Berdasarkan permasalahan tersebut maka peneliti berusaha untuk memberikan solusi penjualan produk toko Gudang Kurma Tembilaan. Berikut adalah langkah-langkah pembuatan website toko Gudang Kurma Tembilaan yaitu: (1) menentukan nama domain agar mudah diingat, diucapkan, dan di ketik (2) memilih web hosting, (3) menginstall wordpress, berikut Langkah-langkahnya setelah login ke dashboard hosting ,klik Kelola pada hosting anda, temukan bagian panel website lalu pilih instalasi otomatis, temukan wordpress dari opsi yang di tampilkan, lalu klik pilih untuk memulai proses penginstalan awal, isi informasi, klik selanjutnya dan jangan lupa membuat password, (4) memilih tema yang akan di gunakan, (5) mengedit tema sesuai kebutuhan, (6) menginstall plugin yang di perlukan, (7) mengupload produk dan data produk yang ingin di jual.

3) Hasil Penyuluhan

Penyuluhan di lakukan oleh peneliti kepada owner Gudang Kurma Tembilaan untuk menyampaikan hasil dari rancangan website e-commerce toko Gudang Kurma Tembilaan. Gambar 3, menunjukkan aktifitas penyuluhan yang telah dilakukan pada Gudang Kurma Tembilaan.



Gambar 3. Penyuluhan dari peneliti

4) Hasil Monitoring dan Evaluasi

Karena kegiatan evaluasi dapat menggunakan data yang disediakan oleh kegiatan pemantauan, evaluasi terkait erat dengan kegiatan pemantauan. Kegiatan evaluasi harus menjadi unsur yang tidak terpisahkan dari perencanaan kegiatan sehingga dapat disebut sebagai kegiatan yang utuh. Tujuan evaluasi adalah untuk memantau dan mengawasi pencapaian tujuan. Berdasarkan temuan monitoring dan asesmen di toko Gudang Kurma Tembilaan

Berikut Gambar 4 merupakan tampilan menu utama dari hasil website E-Commerce yang telah dibuat untuk menampilkan produk oleh-oleh yang ditawarkan pada toko Gudang Kurma Tembilaan.



Gambar 4. Halaman Utama Website E-Commerce gudangkurmatbh.my.id

Gambar 4. merupakan halaman menu utama pada Website E-Commerce gudangkurmatbh.my.id Tembilaan menampilkan menu makanan yang ditawarkan jika anda mengklik menu shop now, ada beberapa jenis makanan maupun minuman yang tersedia, semua informasi dari harga dan produk apa saja yang di jual sehingga memudahkan konsumen untuk memilih dan memesan produk yang diinginkan. Contoh tampilan menu yang tersedia pada Website E-Commerce gudangkurmatbh.my.id Tembilaan dapat dilihat pada Gambar 5.

Beranda / Store

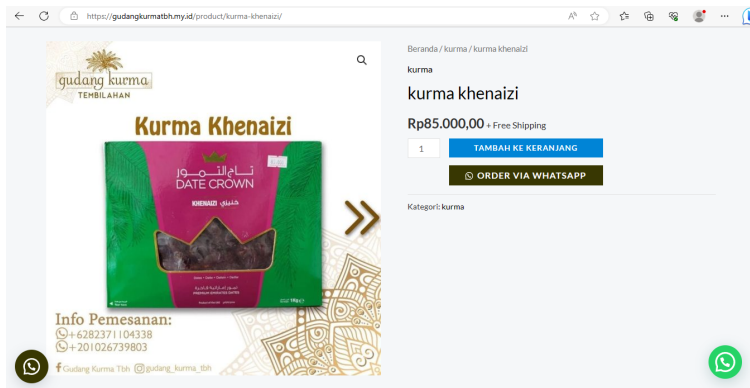
Menampilkan 1-12 dari 33 hasil

Pengurutan standar



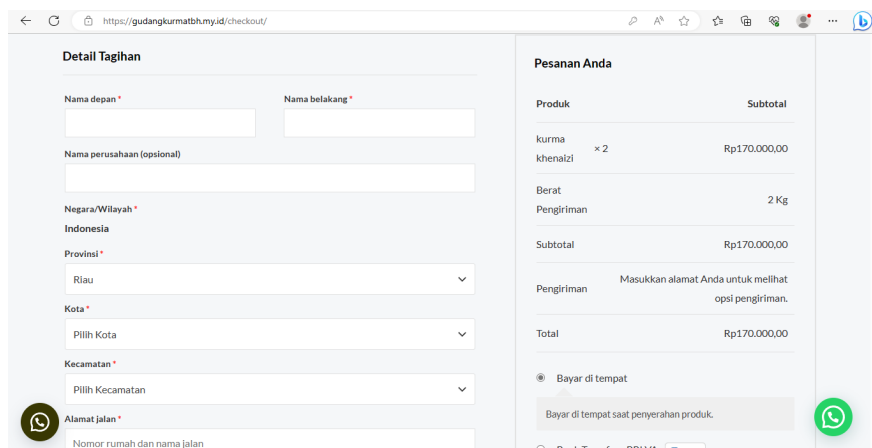
Gambar 5. Tampilan Produk di Website E-Commerce gudangkurmatbh.my.id

Gambar 5 menjelaskan beberapa produk yang bisa di order, konsumen bisa melakukan pemesanan dengan mengklik tombol tambah yang tersedia pada menu.



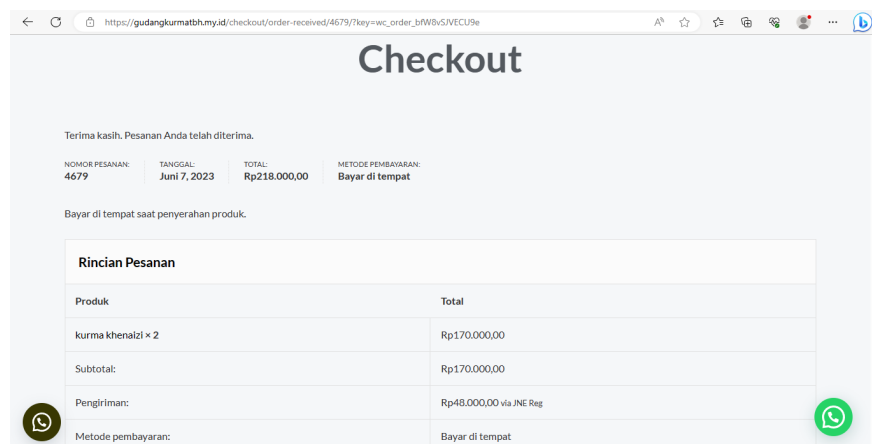
Gambar 6. Tampilan sebelum Checkout Pada Website E-Commerce gudangkurmatbh.my.id

Gambar 6 menampilkan proses sebelum Checkout yang ada pada website gudangkurmatbh.my.id yang berfungsi untuk memperoleh data pesanan yang telah dilakukan. Konsumen langsung diarahkan ke langkah berikutnya dengan mengisi data pemesan, adapun tampilan data checkout dapat dilihat pada Gambar 6.



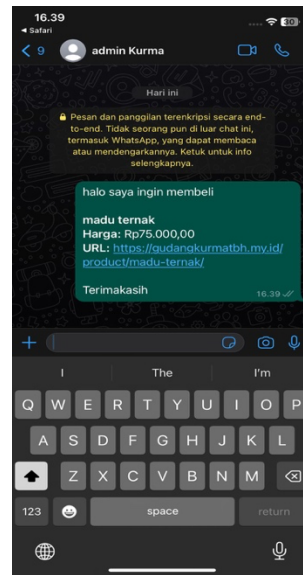
Gambar 7. Tampilan CheckOut Pada Website E-Commerce gudangkurmatbh.my.id

Gambar 7. Menampilkan proses Checkout yang ada pada website gudangkurmatbh.my.id yang berfungsi untuk memperoleh data pesanan yang telah dilakukan. Konsumen langsung diarahkan untuk mengisi data pemesanan, adapun tampilan data check out dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Tampilan setelah CheckOut Pada Website E-Commerce gudangkurmatbh.my.id

Gambar 8 menampilkan proses setelah selesai CheckOut yang ada pada website Gudangkurma Tembilahan.



Gambar 9. Tampilan WhatsApp yang Langsung Terhubung ke Admin Toko

Gambar 9 adalah tampilan pesan WhatsApp yang langsung diterima oleh admin toko setelah konsumen melakukan pemesanan. Tolak ukur yang menunjukkan keberhasilan penggunaan sistem ini adalah: (1) Pernyataan dari admin toko terkait efisiensi administrasi setelah sistem di terapkan (2) Testimoni dan komentar dari pelanggan member bintang di website.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi dari permasalahan diatas, dapat disimpulkan bahwa keberadaan Website E-Commerce UKM gudangkurmatbh.my.id Tembilahan dapat membantu memperluas pemasaran barang-barang makanan dan oleh-oleh haji di Tembilahan, sekaligus juga mudah diakses bagi masyarakat Tembilahan. Website E-Commerce UKM gudangkurmatbh.my.id Tembilahan ini dapat mempermudah pemesanan, pemilihan produk, dan informasi lainnya bagi pelanggan. Website E-Commerce UKM gudangkurmatbh.my.id Tembilahan ini memberikan pengaruh yang signifikan terhadap efisiensi penjualan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Armanda, T., & Putra, A. D. (2020). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Usaha Penjualan Helm. In *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak (JATIKA)* (Vol. 1, Issue 1). <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika>
- Sidharta, I., Suzanto, B., Mardira Indonesia, S., & Pasundan Bandung, S. (2015). *Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce*.
- Pandu Kusuma, A., & Agus Prasetya, K. (2017). Antivirus: Jurnal Ilmiah dan Teknik Informatika. *Jurnal Antivirus*, 11(1), 1.
- Sistem, J., Fakultas, I., Komputer, I., Sriwijaya, U., Raya, J., Km, P.-P., Ogan Ilir, I., & Jauhari, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 2(1), 159–168. <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index>
- Oktaviani, L., Ari Aldino, A., & Tri Lestari, Y. (n.d.). *Penerapan Digital Marketing Pada E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Marning*.
- Salami, R. U., Rahadi, D., & Bintoro, W. (n.d.). *Alternatif Penyelesaian Sengketa Dalam Sengketa Transaksi Elektronik (E-Commerce)*.
- M.Muslihudin, S. Kom. , F. SE. , M. Kom. (2019). *Sistem Informasi Penjualan Batik Basurek Berbasis Web Pada Basurek Collection Bengkulu*
- Mustofa, A. (2015). Perancangan E-Commerce Penjualan Komputer Dan Alat Elektronik Berbasis Web Pada Toko Damar Komputer Pringsewu. In *Technology Acceptance Model* (Vol. 4). www.stmikpringsewu.ac.id.

- Yuli Prasetyo, D., Yunita, F., Bindas, A., & Studi Sistem Informasi, P. (n.d.). Pelatihan Dan Pembuatan Website E-Commerce Pada UMKM Mudokofood Tembilahan. In *Communnity Development Journal: Vol. X*. Bulan Tahun.
- Sonata, F.-. (2019). Pemanfaatan Uml (Unified Modeling Language) Dalam Perancangan Sistem Informasi E-Commerce Jenis Customer-To-Customer. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(1), 22. <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i1.1832>
- Kasmi, A. N. C. (2017). Penerepan_E-Commerce_Berbasis_Bussines_To_Consumer. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 15.
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus : Amik Jayanusa Padang). *Jurnal Benefita*, 2(2), 102–109. <https://doi.org/10.22216/jbe.v2i2.478>
- Fitri Purwaningtias. (2018). 277317 E-Commerce-Penjualan-Berbasis-Metode-Ooa-Fea450d3. *Jurnal Cendekia*, 15.
- Sistem, J., Fakultas, I., Komputer, I., Sriwijaya, U., Raya, J., Km, P.-P., Ogan Ilir, I., & Jauhari, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 2(1), 159–168. <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index>
- Tio Arisandi, Y., Program Studi Ilmu Administrasi Negara, M., & Administrasi, D. (n.d.). *Efektivitas Penerapan E-Commerce Dalam Perkembangan Usaha Kecil Menegah Di Sentra Industri Sandal Dan Sepatu Wedoro Kabupaten Siduarjo*.