



Implementasi E-Commerce Sebagai Media Bisnis Pada PKK Desa Limau Manis

Rizky Putri Mahfuz^{1*}, Wan Hafizah Ainun Syah Putri²

Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

Email: ^{1*}putrimahfuz@gmail.com, ²wanhafizah0816@gmail.com,

Email Penulis Korespondensi: putrimahfuz@gmail.com

Abstrak-Untuk meningkatkan penjualan maka dengan perkembangan teknologi informasi sekarang ini yang sangat pesat tersebut kita dapat memanfaatkan suatu layanan secara online yang berupa e-commerce. Bahwa adanya permasalahan pada tim PKK Desa Limau Manis Kabupaten Deliserdang dalam kurangnya memanfaatkan penggunaan media dan perangkat yang menggunakan internet untuk media e-commerce dalam pengetahuan bisnis untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan dari produknya, yang selama ini penjualannya masih menggunakan secara konvensional. Kegiatan Pengabdian ini bertujuan untuk mengetahui kegunaan aplikasi e-commerce sebagai media bisnis dan bagi PKK Desa Limau Manis Kabupaten Deliserdang, yang dapat digunakan sebagai publikasi ke berbagai sumber supaya dapat digunakan secara mudah dan lebih bermanfaat. Pelaksanaan pelatihan dilaksanakan secara praktek dengan diskusi Hasil akhir kegiatan ini, para peserta mendapatkan persentase nilai keberhasilan 90,50% dari hasil pengujian posttest.

Kata Kunci: Bisnis, E-Commerce, Online, Pemasaran, Penjualan

Abstract-To increase sales, with the current very rapid development of information technology, we can utilize an online service in the form of e-commerce. That there is a problem with the PKK team in Limau Manis Village, Deliserdang Regency, in the lack of utilizing media and devices that use the internet for e-commerce media in business knowledge to increase marketing and sales of their products, which so far have been sold conventionally. This service activity aims to find out the usefulness of e-commerce applications as a business medium and for the PKK of Limau Manis Village, Deliserdang Regency, which can be used as a publication to various sources so that it can be used easily and more usefully. The training was carried out practically with discussion. The final result of this activity was that the participants got a success percentage of 90.50% from the posttest results.

Keywords: Business, E-Commerce, Online, Marketing, Sales

1. PENDAHULUAN

E-commerce telah mampu mengubah pola ekonomi untuk proses transaksi jual beli barang dan jasa, dimana antara penjual dan pembeli tidak harus berinteraksi secara fisik. Cukup dengan menggunakan akses internet dari komputer ataupun perangkat yang terhubung lainnya (misalkan *smartphone*, *tablet*, ataupun *handphone*)(Hamdan et al. n.d.).

Setiap pembelian dan penjualan yang dilakukan melalui perangkat elektronik yang terhubung ke internet disebut sebagai *e-commerce*. *E-commerce* sudah menjadi pilihan bisnis yang layak karena memberikan sejumlah manfaat bagi pelanggan dan penjual(Shop, Ritonga, and Nawawi 2022).

E-commerce juga dapat didefinisikan sebagai transaksi perdagangan atau jual beli melalui media elektronik yang terhubung dengan internet. Dan *e-commerce* merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan pada saat ini, dikarenakan *e-commerce* dapat memberikan banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, baik dari pihak penjual maupun dari pihak pelanggan dalam melakukan transaksi perdagangan atau jual beli(Putra et al. n.d.).

Berdasarkan hasil observasi lapangan yang dilakukan pada PKK Desa Limau Manis Kabupaten Deliserdang, bahwa adanya permasalahan dalam kurangnya memanfaatkan penggunaan media dan perangkat yang menggunakan internet untuk media *e-commerce* dalam pengetahuan bisnis. Kegiatan Pengabdian ini bertujuan untuk mengetahui kegunaan aplikasi *e-commerce* sebagai media bisnis dan bagi PKK Desa Limau Manis Kabupaten Deliserdang, yang dapat digunakan sebagai publikasi ke berbagai sumber supaya dapat digunakan secara mudah dan lebih bermanfaat. Solusi untuk penyelesaian permasalahan yaitu, pencapaian akhir kepada mitra untuk dapat menggunakan aplikasi *e-commerce* secara baik untuk dapat dipublikasikan melalui media internet sebagai pemanfaatan aplikasi *e-commerce* sebagai media pengetahuan dan bisnis.

2. KERANGKA TEORI

Secara umum *E-Commerce* dapat diartikan sebagai transaksi penjualan, pembelian, pemasaran dan pelayanan serta pengiriman dan pembayaran produk atau jasa dan informasi secara elektronik melalui media internet yang dilakukan antara perusahaan dengan pelanggan dan mitra bisnis. *E-Commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan *Browser Web* untuk membeli dan menjual produk. *E-Commerce* atau elektronik commerce merupakan konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *world wide web (WWW)* atau proses jual beli dan pertukaran informasi melalui jaringan internet(Nurul Khadijah & Lisa Iryani, 2023). Untuk mempercepat dan meningkatkan penjualan cepat maka dengan melihat perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat tersebut kita dapat memanfaatkan suatu layanan secara online yang berupa e-commerce. PKK Desa Mekar Sari Kabupaten Asahan, memiliki banyak aktifitas yang aktif dilakukan pada beberapa daerah di lingkungan Desa Mekar Sari, diantaranya menjalankan proses bisnis secara konvensional. Dengan pengetahuan teknologi seperti peranan *E-commerce* dalam pengembangan bisnis diharapkan dapat diaplikasikan dan digunakan dalam mempermudah sebagai media promosi dan transaksi bisnis dalam pengembangan penjualan dan pembelian produk(Hutahaean et al. 2024). Persaingan bisnis dalam perkembangan teknologi dan informasi memaksa kita untuk selalu bertindak lebih cepat, efektif, efisien dan praktis dalam

bertransaksi. Dalam hal ini, inovasi yang dilakukan pembisnis dalam mengikuti perkembangan teknologi dan informasi salah satunya adalah berjualan secara *online* atau biasa kita sebut dengan *Electronic Commerce* atau *E-Commerce*. *E-commerce* sendiri merupakan saluran *online* yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan.

3. METODE PELAKSANAAN

Langkah-langkah yang dilaksanakan untuk kelancaran dan tercapainya tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu :

- Mempersiapkan materi kegiatan yaitu modul, slide presentasi, dan alat peraga lainnya.
- Menyediakan fasilitas pendukung seperti *infocus*, *projector*, dan lain-lain sudah *standby* pada saat kegiatan akan dilangsungkan.
- Setiap peserta yang mengikuti kegiatan ini harus sudah memiliki alat praktek.
- Menjelaskan teori tentang materi aplikasi *e-commerce*
- Praktek secara langsung pada komputer dalam mengimplementasikan *e-commerce*
- Menjelaskan tentang jenis dan konsep pembayaran *e-commerce*
- Implementasi aplikasi *e-commerce* dan berlatih secara mandiri.
- Proses selanjutnya dilakukan dengan pembelajaran secara aring dalam bentuk ceramah, diskusi dan tanya jawab.

Dalam kegiatan ini Pimpinan PKK Desa Limau Manis, Kabupaten Deliserdang telah menyediakan tempat selama kegiatan dilangsungkan dan fasilitas-fasilitas penunjang yang mereka punya untuk mendukung kegiatan ini berjalan dengan baik dan lancar.

4. HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan secara dari PKK Desa Limau Manis, Kabupaten Deliserdang dengan tema “Implementasi *E-Commerce* Sebagai Media Bisnis”.

4.1 Pengenalan E-Commerce

E-Commerce merupakan singkatan dari *Electronic Commerce* (Perniagaan Elektronik), sebagai bagian dari *Electronic Business* (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *electronic transmission*), oleh para ahli dan pelaku bisnis dicoba dirumuskan definisinya. Secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik. Jelas, selain dari yang disebutkan di atas, bahwa kegiatan perniagaan tersebut merupakan bagian dari kegiatan bisnis (*e-commerce is a part of e-business*).

E-commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), service providers dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*komputer networks*) yaitu internet. Pada dasarnya, *e-commerce* dan juga *e-business* bisa kita bedakan dengan sangat mudah. Hampir semua *e-commerce* adalah bagian dari *e-business*, jadi tidak salah apabila kita menyebutkan banyak toko-toko *online* sebagai bentuk dari *e-commerce* ataupun *e-business*. Namun demikian, tetap ada sebuah perbedaan antara kedua layanan yang berada di dalam jaringan internet yaitu:

- E-Business* mencakup area yang sangat luas, mulai dari pembangunan modal, sumber daya manusia, sumber daya teknologi, proses marketing dan pemasaran, manajemen perkantoran, proses audit dan segala macam elemen lainnya. Sedangkan *e-commerce* hanyalah berfokus pada proses jual beli atau pemindahtanganan yang dilakukan melalui proses transaksi secara elektronik disebuah situs.
- E-commerce* merupakan bagian kecil dari sebuah *e-business*, ibaratnya, apabila kita ibaratkan sebagai tubuh manusia, *e-business* adalah seluruh tubuh manusia, sedangkan *e-commerce* hanyalah tangan kiri atau tangan kanan manusia saja.
- E-commerce* hanyalah membutuhkan spesifikasi dan juga kemampuan analisa dari segi penjualan dan transaksi saja. Sedangkan *e-business* membutuhkan pertimbangan matang dari berbagai aspek, mulai aspek pemasaran, produksi, dan sebagainya.

Internet commerce pengguna internet yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk perdagangan. Kegiatan komersial ini seperti iklan dalam penjualan produk dan jasa. Transaksi yang dapat dilakukan di internet antara lain pemesanan/pembelian barang dimana barang akan dikirim melalui pos atau atau sarana lain setelah uang ditransfer ke rekening penjual. Penggunaan internet sebagai media pemasaran dan saluran penjualan terbukti mempunyai keuntungan antara lain untuk beberapa produk tertentu lebih sesuai ditawarkan melalui internet; harga lebih murah mengingat membuat situs di internet lebih murah biayanya dibandingkan dengan membuka outlet retail diberbagai tempat; internet merupakan media promosi perusahaan dan produk paling cepat dengan harga yang relatif murah; serta pembelian melalui internet akan diikuti dengan layanan pengantaran barang sampai ditempat pemesanan. Teknologi semakin berkembang,

perkembangan tersebut secara langsung mempengaruhi sistem perdagangan, transaksi dan peredaran uang manusia selama ini. Transaksi yang dilakukan dari tangan ke tangan secara langsung antara pembeli dan penjual bertatap muka, melakukan persetujuan dan akhirnya terjadi kesepakatan.

Banyak sekali kegiatan yang dapat dilakukan *E-Commerce* yaitu:

- Perdagangan online melalui *world wide web* (PC-Personal Computer) merupakan contoh yang paling gampang dan umum diketahui orang.
- Transaksi *online* bisnis antar perusahaan.
- Internet banking yang saat ini sedang berkembang di Indonesia, dimana kita nanti bisa mengecek lewat internet berapa saldo kita, mengganti nomor PIN ATM kita, transfer antar rekening dan berbagai macam kemudahan sistem pembayaran tagihan lainnya. Semua itu dikembangkan tidak lain hanya untuk memudahkan manusia dalam menjalankan aktifitas sehari-harinya yang semakin padat dan sibuk
- TV interaktif dimana melalui televisi kita bisa melihat jadwal acara secara interaktif, internet lewat TV, dan akses web lewat TV
- WAP (*Wirless Application Protocol*) dimana penjual dan pembeli bisa ketemu dengan telepon selular.

Perusahaan, memperpendek jarak, perluasan pasar, perluasan jaringan mitra bisnis dan efisiensi, dengan kata lain mempercepat pelayanan ke pelanggan, dan pelayanan lebih responsif, serta mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan kertas, seperti biaya pos surat, pencetakan, report, dan sebagainya sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

- Bagi konsumen, efektif, aman secara fisik dan *flexible*
- Bagi Masyarakat Umum, mengurangi polusi dan pencemaran lingkungan, membuka peluang kerja baru,
- menguntungkan dunia akademis, meningkatkan kualitas SDM

4.2 Kerugian dan Resiko *E-Commerce*

Kerugian *E-Commerce* yaitu :

- Meningkatkan individualisme, pada perdagangan elektronik seseorang dapat bertransaksi dan mendapatkan barang/jasa yang diperlukan tanpa bertemu dengan siapapun.
- Terkadang Menimbulkan kekecewaan, apa yang dilihat dilayar monitor komputer kadang berbeda dengan apa yang dilihat secara kasat mata

Resiko *E-Commerce* dapat terjadi karena penyalagunaan dan kegagalan sistem yang terjadi, terdiri atas:

- Kehilangan segi finansial secara langsung karena kecurangan, misal seseorang telah menghancurkan /mengganti semua data finansial yang ada.
- Pencurian informasi rahasia yang berharga, misal pencurian terhadap kepemilikan teknologi, informasi pemasaran atau informasi pemasaran atau informasi yang berhubungan dengan kepentingan konsumen.
- Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan *peservice*, misal gangguan yang bersifat nonteknis, seperti aliran listrik mati.
- Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak, misal seseorang hacker berhasil membobol sistem perbankan dengan berhasil memindahkan sejumlah rekening orang lain ke dalam rekening pribadinya
- Kehilangan kepercayaan dari para konsumen, misal sering terjadi gangguan pada jaringan yang menyebabkan akses gagal.
- Kerugian-kerugian yang tak terduga, misal gangguan terhadap transaksi bisnis, akibat kesalahan factor manusia atau kesalahan perangkat.

4.3 Perilaku Konsumen, Layanan Pelanggan dan Iklan

- Model Perilaku Konsumen E-Commerce
 - Karakteristik individu dari konsumen
 - Variabel Lingkungan dalam membeli
 - Faktor Konsumen dalam Membeli
- Pelayanan Pelanggan
 - Segmentasi Pasar
 - Pelayanan pengiriman untuk Pelanggan Internet.
- Iklan
 - Alasan Beriklan Diinternet
 - Strategi Periklanan

Jenis dan Konsep Pembayaran *E-Commerce*

- Sistem Perdagangan Online
- Mekanisme Pembayaran
- Socket Secure Layer (SSL)

Software *E-commerce*

- Oscommerce*
- Persiapan awal install *oscommerce*
- Mempersiapkan *database*
- Troubleshooting*

4.4 Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan pelatihan dilakukan dengan monitoring dan evaluasi terhadap peserta yang ikut dalam pelatihan ini. Peserta yang ikut dalam kegiatan ini ada berjumlah 20 orang. Semua peserta dapat mengikuti kegiatan ini hingga selesai. Hasil nilai dari siswa sebagai peserta yang mengikuti kegiatan adalah nilainya dari 50 sampai dengan 65 dengan nilai rata-ratanya 52,5 untuk hasil nilai *pretestnya* Dan nilainya dari 75 sampai dengan 95 dengan nilai rata-ratanya 93,5 untuk hasil nilai *posttestnya*. Sehingga peserta pelatihan sudah mampu menyelesaikan materi pelatihan ini dengan baik dari nilai keseluruhan peserta yang hadir.



Gambar 1. Situs Online Shopping



Gambar 2. Gambar Situs E-Commerce



Gambar 3. Bagian dari Implementasi E-Commerce



5. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan PKM pada PKK Desa Limau Manis, Kabupaten Deliserdang dapat terlaksana dengan baik. Kegiatan ini, mendapatkan persentase nilai keberhasilan 90,50% dari hasil pengujian *posttest* terhadap para peserta pelatihan. Pelaksanaan pelatihan dilaksanakan secara praktek dengan diskusi. Untuk kegiatan pelatihan yang akan datang diharapkan keberberlanjutannya dengan berbagai pihak dan stake holder dalam peningkatan kemampuan pengetahuan peserta.

DAFTAR PUSTAKA

- Hutahaean, Jeperson et al. 2024. "PERANAN E-COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN Mengakses Serta Melakukan Pesanan Dari Berbagai Tempat . Dengan Adanya Suatu Fasilitas Akses Internet Hanya Dengan Menggunakan Laptop / Notebook." 8(1): 1–2.
- Nurul Khadijah, Lisa Iryani. 2023. "IMPLEMENTASI E-COMMERCE BERBASIS WEB SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK. Impelementasi Sistem Merupakan Persediaan Sistem Yang Baru Disiapkan." 6(2): 245–59.
- Hamdan, . "IMPLEMENTASI E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UMKM (Studi Kasus Pada UD . Riski Desa Penyaring)."
- Putra, Try Abdi et al. "IMPLEMENTASI E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PENJUALAN." *Jurnal IDEALIS* Vol. 2 No. 6, November 2019: 408–14.
- Jakia Ritonga, and Zuhri M Nawawi. 2022. "Economic Reviews Journal." Volume 1 Nomor 2 (2022) 130-146 E-ISSN 2830-64491: 130–46.