

Pendampingan Pembuatan *E-Commerce* untuk Produk Makanan IKM Majelis Taklim Wirausaha Basthah

Brav Deva Bernadhi^{1*}, Novi Marlyana², Eli Mas'idah³, Dian Ayu Mulyaningsih⁴,
Muhamad Nur Fadhillah⁵

^{1,2,3,4,5}Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Sultan Agung, Jl. Raya Kaligawe Km. 4, Terboyo Kulon, Kecamatan Genuk, Kota Semarang, Jawa Tengah, 50112. Telp/fax. (024) 6583584, deva@unissula.ac.id, novi@unissula.ac.id, elimasidah@unissula.ac.id, dianayumulyaningsih@gmail.com, muhammadfadhillahn99@std.unissula.ac.id

*Korespondensi : deva@unissula.ac.id

Diterima: 13 Juni 2022 ; Review: 4 Juli 2022 ; Disetujui: 14 Desember 2022 ; Diterbitkan: 15 Desember 2022

Abstract

Majelis taklim entrepreneur Basthah is an IKM which is engaged in the manufacturing of snacks and several types of handicraft products. The women who are members of the Taklim Entrepreneurial Council Basthah are residents in the area around Jangli Permai, Semarang City. Basthah's entrepreneurial taklim council tries to help the economy of these mothers by developing small and medium-sized industries, especially in the manufacture of snacks such as donuts, chips, and other snacks, as well as some handicrafts. Marketing of these products is also still done manually, Basthah's entrepreneurial taklim assembly has not used technology assistance or can be said to be online marketing. There are several stages of the implementation method that will be used in making an online marketing system, namely the informational stage, the tool preparation stage, the mentoring and e-commerce development stage, and the report generation stage. The online marketing system is an e-commerce based website. The website uses 2 supporting applications, namely wordpress and woocommerce applications. Wordpress application to support website systems and woocommerce applications to support e-commerce systems. The e-commerce-based website will help the mothers of the majelis taklim entrepreneurs of Basthah to use e-commerce-based technology.

Keywords : *E-commerce, majelis taklim wirausaha, woocommerce*

Abstrak

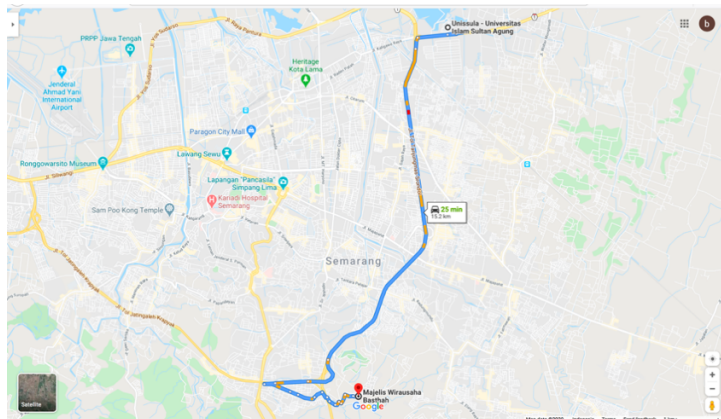
Majelis taklim wirausaha Basthah merupakan salah satu IKM yang bergerak di bidang industri pembuatan makanan ringan dan beberapa jenis produk kerajinan tangan. Ibu-ibu yang tergabung dalam majelis taklim wirausaha Basthah ini merupakan penduduk di daerah sekitar Jangli Permai Kota Semarang. Majelis taklim wirausaha Basthah ini berusaha untuk membantu perekonomian para ibu-ibu tersebut dengan mengembangkan industri kecil menengah khususnya di pembuatan makanan ringan seperti donat, keripik, dan makanan ringan lainnya, serta beberapa kerajinan tangan. Pemasaran produk tersebut juga masih dilakukan secara manual, majelis taklim wirausaha Basthah belum

menggunakan bantuan teknologi atau dapat dikatakan pemasaran secara online. Ada beberapa tahapan metode pelaksanaan yang akan digunakan dalam pembuatan sistem pemasaran online, yaitu tahap informasional, tahap persiapan alat, tahap pendampingan dan pembuatan e-commerce, dan tahap pembuatan laporan. Sistem pemasaran online yaitu sebuah website berbasis e-commerce. Website tersebut menggunakan 2 aplikasi pendukung yaitu aplikasi wordpress dan woocommerce. Aplikasi wordpress untuk mendukung sistem website dan aplikasi woocommerce untuk mendukung sistem ecommerce. Website berbasis e-commerce tersebut akan membantu para ibu-ibu majelis taklim wirausaha Basthah dalam menggunakan teknologi berbasis e-commerce.

Kata kunci: E-commerce, majelis taklim wirausaha, woocommerce

1. PENDAHULUAN

Industri Kecil Menengah (IKM) khususnya industri pembuatan makanan ringan dan beberapa kerajinan tangan adalah IKM yang banyak digeluti oleh masyarakat saat ini. Majelis taklim wirausaha Basthah merupakan salah satu IKM yang bergerak di bidang industri pembuatan makanan ringan dan beberapa kerajinan tangan. Majelis Taklim Wirausaha Basthah terletak di Jl. Yupiter V Blok A No. 14, RT 1 RW 5, Jangli Permai Kota Semarang. Lokasi majelis taklim wirausaha Basthah ini berjarak 15,2 km dari Universitas Islam Sultan Agung yang bisa terlihat pada gambar di bawah ini.



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2022)

Gambar 1. Lokasi Majelis Taklim Wirausaha Basthah

Ibu-ibu yang tergabung dalam majelis taklim wirausaha Basthah ini merupakan penduduk di daerah sekitar Jangli Permai Kota Semarang. Terdapat 20 sampai 30 ibu-ibu yang beberapa diantaranya adalah janda dan beberapa diantara yang lain adalah dari keluarga kurang mampu. Majelis taklim wirausaha Basthah ini berusaha untuk membantu perekonomian para ibu-ibu tersebut dengan mengembangkan industri kecil menengah khususnya di pembuatan makanan ringan seperti donat, keripik, dan makanan ringan lainnya. Tetapi penjualan makanan ringan hasil dari majelis taklim wirausaha Basthah ini hanya sesuai pesanan. Pemasaran produk makanan ringan tersebut juga masih dilakukan secara manual, majelis taklim wirausaha Basthah belum menggunakan bantuan teknologi atau dapat dikatakan pemasaran secara online. Kondisi tersebut jika pemasaran dapat dilakukan secara online akan sangat bisa membantu pemasaran makanan ringan dari majelis taklim wirausaha Basthah. Oleh karena itu kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk pendampingan pembuatan E-Commerce untuk produk makanan ringan IKM Majelis Taklim Wirausaha Basthah dilaksanakan.

A. E-Commerce

Konsep penjualan berbasis internet semakin populer pada saat ini. Struktur distribusi konvensional atau secara *offline* yang telah ditetapkan sebelumnya dengan fasilitas pemenuhan permintaan berbasis internet atau secara *online* yang baru ditambahkan. Kedua fasilitas ini saling melengkapi dalam memenuhi permintaan pelanggan (Widodo et al., 2011).

Menurut (Muñoz & Amaral, 2011) di dalam (Fernández-Bonilla et al., 2022) E-Commerce dapat diartikan sebagai “*penggunaan internet untuk membeli, menjual ataupun mendukung produk dan layanan, tidak hanya sebagai pertukaran ekonomi, itu juga termasuk pertukaran informasi serta dukungan pasca-penjualan*”. E-Commerce juga merupakan proses pembelian, penjualan, atau pertukaran barang, jasa dan informasi melalui jaringan computer termasuk internet. Menurut (Kalakota & Whinston, 1997) istilah E-Commerce dapat dilihat dari empat perspektif yang berbeda yaitu:

- 1) Bila dilihat dari perspektif komunikasi, E-Commerce adalah penyediaan barang, jasa, informasi atau pembayaran melalui jaringan komputer atau elektronik lainnya.
- 2) Bila dilihat dari perspektif proses bisnis, E-Commerce adalah aplikasi dari teknologi dengan tujuan mengotomatisasi transaksi bisnis dan langkah-langkah dalam melaksanakan pekerjaan (*workflow*).
- 3) Bila dilihat dari perspektif pelayanan, E-Commerce adalah sebuah alat yang dapat memenuhi kebutuhan perusahaan, konsumen, dan manajemen dengan tujuan meminimalisir biaya pelayanan, meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, dan meningkatkan kecepatan pelayanan konsumen.
- 4) Bila dilihat dari perspektif *online*, E-Commerce memungkinkan dilaksanakannya proses jual beli produk dan informasi melalui internet dan layanan *online* lainnya.

B. Keuntungan E-Commerce bagi Bisnis

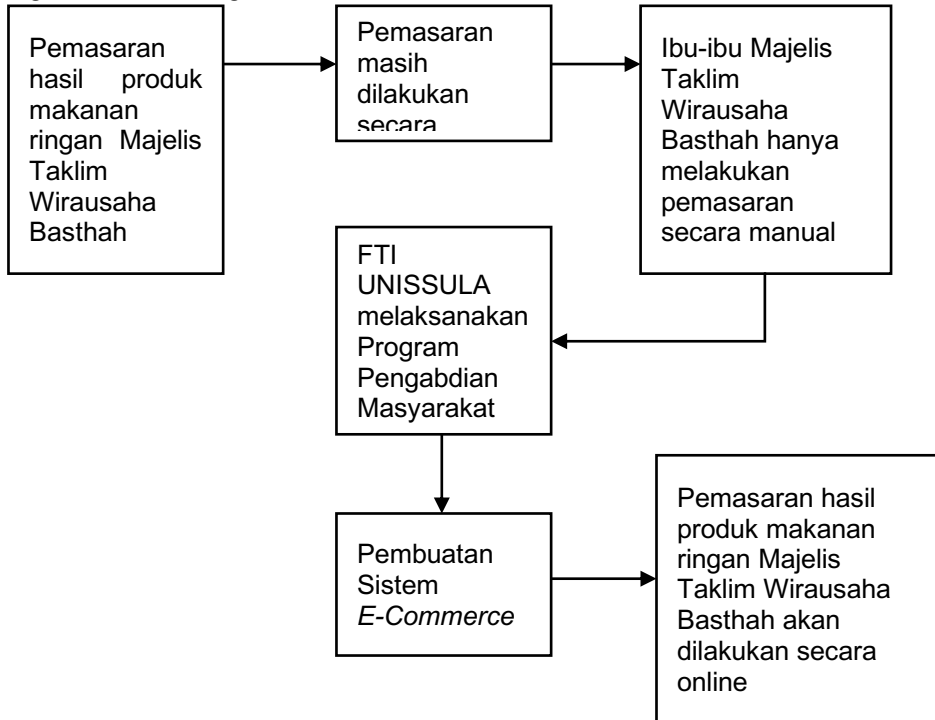
Kegiatan bisnis secara *online*, beberapa perusahaan dapat menjangkau pelanggan (*customer*) di seluruh dunia. Oleh karena itu dengan memperluas bisnis mereka, sama saja dengan meningkatkan keuntungan. Penelitian yang dilakukan (Grashuis et al., 2020) di dalam (Kawasaki et al., 2022) mengemukakan bahwa konsumen kurang bersedia melakukan belanja di toko pada saat pandemi covid-19 melanda. Penerapan *e-commerce* pada bisnis, pelaku bisnis dapat mengumpulkan informasi mengenai para pelanggannya melalui penggunaan *cookies*. **Cookies** merupakan file kecil yang terdapat di dalam *hard disk* pemakai, pada saat pemakai tersebut memasuki sebuah website. *Cookies* membantu operator *website* untuk mengumpulkan informasi mengenai kebiasaan pelanggan membeli suatu produk. Informasi ini tidak terhingga nilainya bagi bisnis karena informasi tadi menjadikan pelaku bisnis membuat target produk atau penjualan, serta periklanan produknya lebih baik dengan informasi yang di dapat.

2. ANALISIS SITUASI

Majelis Taklim Wirausaha Basthah mengembangkan industri kecil menengah khususnya di pembuatan makanan ringan seperti donat, keripik, dan makanan ringan lainnya. Penjualan dan pemesanan dilakukan secara langsung atau bisa dikatakan secara *offline*. Teknologi informasi sama sekali belum digunakan pada IKM ini termasuk *electronic commerce* (*e-commerce*).

3. METODE PELAKSANAAN

Kerangka pemecahan masalah dalam program pengabdian masyarakat ini digambarkan sebagai berikut :



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2022)

Gambar 2. Kerangka Pemecahan Masalah

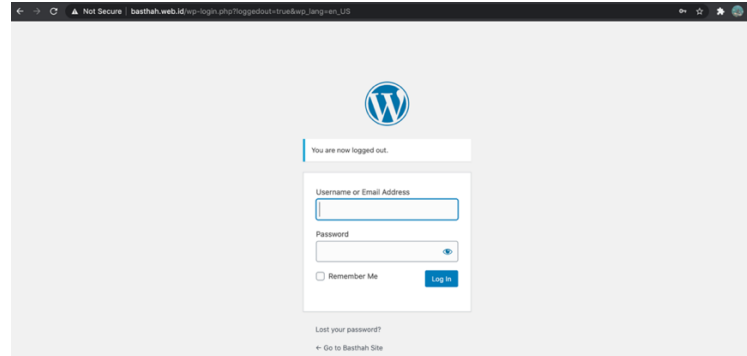
Pelaksanaan program ini meliputi beberapa tahapan sebagai berikut :

- A. Tahap Informasional
Pada tahap ini dilakukan proses pencarian data dan informasi terkait pemasaran produk makanan ringan Majelis Taklim Wirausaha Basthah
- B. Tahap Persiapan Alat
Pada tahap ini dilakukan persiapan alat untuk digunakan dalam proses pembuatan *E-Commerce* seperti laptop, kabel listrik, dan jaringan internet
- C. Tahap Pendampingan dan Pembuatan *E-Commerce*
Tahap ini adalah kegiatan pendampingan serta mulai pembuatan sistem pemasaran online (*E-Commerce*).
- D. Tahap Pembuatan Laporan
Tahap ini adalah tahap pembuatan laporan kegiatan sebagai bentuk pertanggung jawaban kepada Universitas Islam Sultan Agung melalui LPPM sebagai pihak yang mendanai kegiatan ini.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

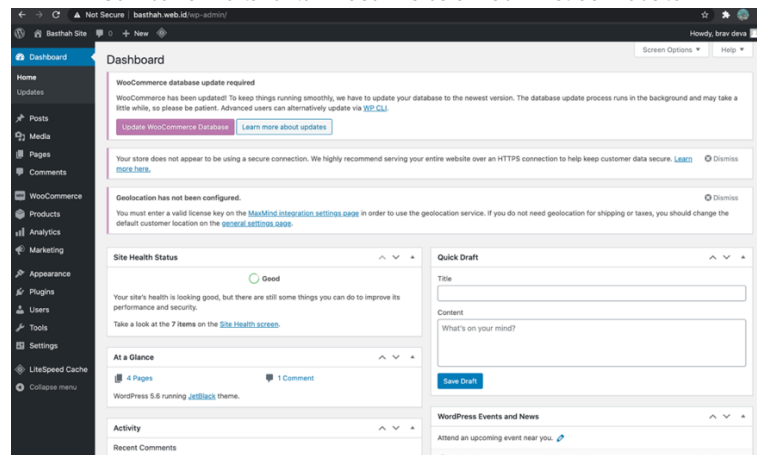
Hasil dari pelaksanaan pengabdian masyarakat pada Majelis Taklim Basthah Semarang adalah sebuah sistem *website* berbasis *e-commerce*. *Website* tersebut dapat diakses secara bebas pada url (<http://basthah.web.id/>) dan berisi kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh para ibu-ibu Majelis Taklim Basthah serta menjadi "wadah" atau sarana para ibu-ibu Majelis Taklim untuk menjual barang kerajinan tangan dan makanan secara *online*.

Pada sistem tersebut menggunakan aplikasi *wordpress* untuk mengelola administrasi di dalam *website* Basthah. Mengelola administrasi *website* melalui portal seperti gambar 3 dan setelah berhasil masuk akan menuju ke halaman “dashboard” seperti pada gambar 4.



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2022)

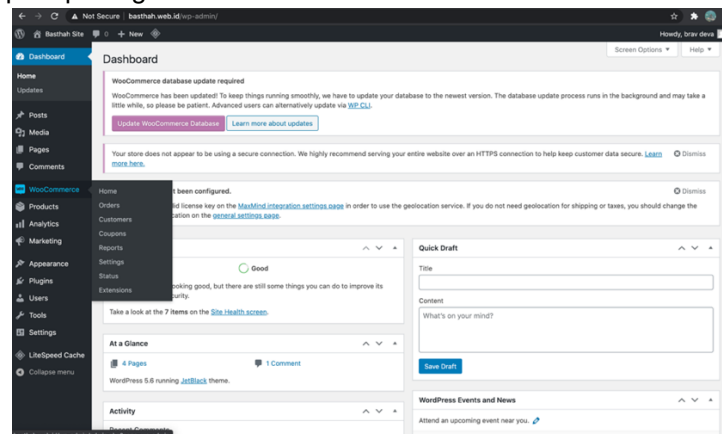
Gambar 3. Portal untuk masuk ke dalam administrasi *website*



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2022)

Gambar 4. Dashboard untuk mengelola administrasi *website*

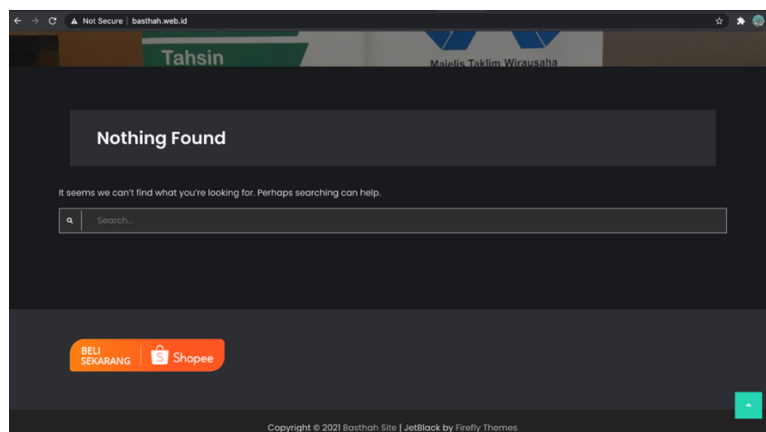
Terdapat pula aplikasi pendukung agar sistem *website* dapat berbasis *e-commerce* yaitu aplikasi *woocommerce*. Aplikasi *woocommerce* merupakan sebuah aplikasi *plugins* agar aplikasi *wordpress* dapat menjadi sistem *website* berbasis *e-commerce*. Setelah *woocommerce* di instal pada *wordpress*, menu *woocommerce* akan muncul pada *dashboard* seperti pada gambar 5 di bawah ini.



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2022)

Gambar 5. Menu *WooCommerce* pada *Dashboard*

Selain menggunakan sistem *website* berbasis *e-commerce*, Majelis Taklim Basthah juga menggunakan aplikasi Shopee. Aplikasi Shopee diletakkan pada *website* Basthah berupa *link* yang akan menuju ke Shopee Basthah. *Link* tersebut seperti pada gambar 6 di bawah ini.



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2022)

Gambar 6. Link Shopee Basthah

5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Sistem *website* berbasis *e-commerce* akan membantu pemasaran produk makanan ringan dan kerajinan tangan dari para ibu-ibu Majelis Taklim Wirausaha Basthah.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada Universitas Islam Sultan Agung yang telah mendanai keberlangsungan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Fernández-Bonilla, F., Gijón, C., & De la Vega, B. (2022). E-commerce in Spain: Determining factors and the importance of the e-trust. *Telecommunications Policy*, 46(1). <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2021.102280>
- Grashuis, J., Skevas, T., & Segovia, M. S. (2020). Grocery shopping preferences during the COVID-19 pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, 12(13). <https://doi.org/10.3390/su12135369>
- Kalakota, R., & Whinston, A. B. (1997). *Electronic Commerce*. Addison-Wesley.
- Kawasaki, T., Wakashima, H., & Shibasaki, R. (2022). The use of e-commerce and the COVID-19 outbreak: A panel data analysis in Japan. *Transport Policy*, 115(October 2021), 88–100. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2021.10.023>
- Muñoz, T., & Amaral, T. P. (2011). Factores determinantes del comercio electrónico en España. *Informacion Comercial Espanola*, 51–65.
- Widodo, E., Takahashi, K., Morikawa, K., Pujawan, I. N., & Santosa, B. (2011). Managing sales return in dual sales channel: Its product substitution and return channel analysis. *International Journal of Industrial and Systems Engineering*, 9(2), 121–149. <https://doi.org/10.1504/IJISE.2011.042831>