

E-COMMERCE WEBSITE DEVELOPMENT TRAINING FOR THE BANANA CHIPS MAN BUSINESS IN TEMBILAHAN

¹Dwi Yuli Prasetyo, ²Muh. Rasyid Ridha, ³Asniati Bindas, ⁴Roslina, ⁵Badewin

¹²Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Islam Indragiri

³Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Islam Indragiri

⁴⁵Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indragiri

Email: dwiyluprasetyo2@gmail.com, rasyid4sky@gmail.com, asniatibindas@gmail.com,
r.rosliana@gmail.com

ABSTRAK

Tren kemajuan teknologi dan kreativitas massa saat ini, terutama di sektor bisnis online, disebabkan oleh maraknya peritel online yang menggunakan media sebagai sarana promosi dan terkadang bahkan untuk penjualan dan pembelian online, atau e-Commerce. Laporan ini membahas tentang hasil implementasi website e-Commerce pada bisnis Kripik Pisang Man Tembilaan. Menjelaskan langkah-langkah yang dilakukan dalam proses implementasi dan hasil yang dicapai. Pelatihan pembuatan Website e-Commerce Kripik Pisang Man menggunakan CMS WordPress berhasil dibangun dengan desain yang menarik, fungsionalitas yang kuat, dan keamanan yang baik. Hal ini telah meningkatkan kehadiran online usaha Kripik Pisang Man dan membantu usaha tersebut mencapai peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis yang signifikan. Implementasi ini memberikan manfaat besar bagi pengusaha-pengusaha kecil, termasuk meningkatkan visibilitas online, menjadikan proses pembelian lebih mudah bagi pelanggan, dan mengoptimalkan pengalaman pengguna.

Keywords: e-Commerce, keripik, pisang, bisnis

ABSTRACT

The current trend of technological advancement and mass creativity, especially in the online business sector, is due to the rise of online retailers who use the media as a means of promotion and sometimes even for online sales and purchases, or e-Commerce. This report discusses the results of the implementation of an e-Commerce website on the Kripik Pisang Man Tembilaan business. Describes the steps taken in the implementation process and the results achieved. Training in the creation of Kripik Pisang Man e-Commerce website using WordPress CMS was successfully built with attractive design, strong functionality, and good security. This has improved the online presence of Kripik Pisang Man and helped the business achieve a significant increase in sales and business growth. This implementation provides great benefits to small entrepreneurs, including increasing online visibility, making the buying process easier for customers, and optimizing user experience.

Keywords: e-Commerce, chips, banana, business

1 PENDAHULUAN

Dunia bisnis telah mengalami perubahan substansial sebagai hasil dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat di berbagai aspek kehidupan. Dengan semakin banyaknya orang yang menggunakan internet, para pengusaha kini memiliki lebih banyak cara untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menjalankan bisnis mereka dengan lebih menguntungkan. Saat ini, dunia memasuki era ekonomi ke-empat, yaitu era ekonomi yang menempatkan informasi, kreatifitas, dan inovasi berperan sebagai penggerak dalam pertumbuhan ekonomi. Era ekonomi ini disebut dengan era ekonomi kreatif. Era industri kreatif merupakan

kelanjutan dari era informasi, seperti yang diungkapkan oleh Alvin Tofler dalam Future Shock pada tahun 1970 bahwa peradaban manusia terdiri dari tiga gelombang: era pertanian, era industri, dan era informasi. John Howkins, dalam bukunya yang berjudul The Creative Economy yang terbit pada tahun 2001 mengatakan bahwa kehadiran gelombang ekonomi keempat baru disadari setelah ditemukan bukti bahwa di Amerika Serikat, hak cipta pada tahun 1996 mempunyai nilai ekspor sebesar USD 60,2 miliar. Angka tersebut melampaui ekspor industri otomotif, pesawat, dan pertanian. Untuk menyongsong gelombang ekonomi kreatif, maka sejak tahun 2007 pemerintah Indonesia telah melakukan kajian awal untuk memetakan kontribusi ekonomi dari sektor industri kreatif. Selanjutnya Departemen Perdagangan (Depdag) menyusun Rancangan Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia. Terdapat 14 (empat belas) sektor yang diklasifikasikan sebagai industri kreatif oleh Depdag, meliputi: periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fashion, film-video dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer, radio dan televisi. Dalam perkembangannya, beberapa sektor industri ikut mengambil bagian sebagai inkubator industri kreatif, seperti agrobisnis, kuliner, dan otomotif. Industri kreatif ini dalam kenyataannya banyak didominasi dan digerakkan oleh pemilik industri kecil dan menengah [1].

E-Commerce biasanya dilakukan oleh para pelaku bisnis melalui website (situs). Maraknya penggunaan website berkaitan erat dengan keunggulannya dalam menyampaikan informasi yang tidak dibatasi ruang dan waktu. Melalui situs belanja online (Herman, 2018), pola belanja di dalam kehidupan masyarakat terutama masyarakat yang aktif dalam menggunakan internet kini mengalami perubahan yang signifikan. Dengan adanya internet, konsumen tidak perlu lagi mendatangi langsung tempat pembelian tetapi cukup mengakses situs-situs penyedia jual beli online. Selain itu, dalam melakukan transaksi pembayaran pembeli dapat mentransfer dana ke penjual. Tidak hanya transfer langsung, demi menjaga keamanan pembeli juga bisa menggunakan pihak ketiga atau rekening bersama yang disediakan oleh pemilik jual beli online [2][10].

E-Commerce (*Electronic Commerce*) merupakan salah satu teknologi yang berkembang pesat pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui jaringan elektronik seperti internet. E-Commerce merupakan suatu cara berbelanja secara online yang memang seiring dengan kehadiran internet. dalam kehidupan kita. Banyak orang mendapatkan manfaat kemudahan berbisnis melalui media internet. Menurut David Baum definisi E-Commerce yang sudah distandarkan dan disepakati bersama adalah “*E-Commerce is a dynamic set of technology, applications, business process that link enterprise, acnodnsucmomerms, unities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, service, and information*”. E-Commerce merupakan suatu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnisnya yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa E-Commerce merupakan proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet (*Commerce-net*) dan sejenis mekanisme bisnis elektronik dengan fokus pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang dan jasa, instansi atau individu dengan instansi [3].

Saat ini penyajian sebuah informasi di media digital bahkan media cetak yang masih konvensional tetap membutuhkan kreativitas dalam menyajikannya. Pentingnya penyajian berita yang menarik dan kreatif bertujuan agar informasi lebih mudah diterima oleh pembaca. Namun tidak semata-mata karena hal tersebut, penyajian berita yang menarik, kreatif, dan informatif juga ditujukan untuk ajang promosi oleh penyaji berita agar media yang digunakan akan dijadikan prioritas oleh pembaca misalnya dengan cara berlangganan. Penyajian informasi atau berita yang menarik, kreatif, dan informatif merupakan salah satu modal untuk menciptakan informasi yang mudah diterima oleh pembaca salah satunya dengan sebuah infografis. Infografis merupakan sebuah konsep yang umum dalam menyajikan informasi yang menerapkan kreativitas, keindahan, ketepatan isi dengan ilustrasi, keefektifan waktu yang diperlukan untuk mengungkapkan sebuah informasi [4].

Perancangan grafis dapat pula berarti sebuah cara untuk mengungkapkan sebuah informasi yang diinginkan oleh klien dengan desain yang menarik. Perancangan sebuah desain infografis tidak dapat lepas dari ilmu desain komunikasi visual yang menyatakan bahwa ilmu tersebut bertujuan untuk mempelajari konsep-konsep serta ungkapan secara kreatif melalui beragam media untuk menyampaikan pesan dan ide secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, komposisi warna dan juga tata letak. Tentunya sebuah desain infografis memiliki tujuan diantaranya mengkomunikasikan pesan yang kompleks menjadi sederhana, mempresentasikan informasi lebih singkat dan mudah dipahami, menjelaskan data supaya lebih mudah, serta memonitor secara periodik setiap parameter perubahan [5].

Dalam hal ini, penggunaan dan ketersediaan platform e-Commerce telah muncul sebagai kebutuhan penting bagi perusahaan yang ingin tetap kompetitif di era digital. Perusahaan Kripik Pisang Man adalah salah satu jenis perusahaan yang dapat mengambil keuntungan dari e-Commerce. Sebagai camilan klasik Indonesia, kripik pisang memiliki potensi pasar yang besar dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan beralih ke dunia digital. Dengan demikian, tujuan dari laporan ini adalah untuk memberikan ringkasan hasil dari penggunaan platform WordPress oleh perusahaan Kripik Pisang Man untuk membuat situs web e-Commerce. Berdasarkan latar belakang masalah yang di atas dapat diambil kesimpulan bahwa yang menjadi permasalahan yang dihadapi home industri kripik pisang man tembilahan, adalah sebagai berikut (1) Home industri kripik pisang man tembilahan dalam hal memasarkan produk yang dihasilkan belum memanfaatkan penjualan secara online yaitu dengan menggunakan e-Commerce, (2) Home industri kripik pisang man tembilahan belum melakukan pembukuan dengan baik dalam kegiatan produksinya [6].

CMS adalah sebuah aplikasi website yang bersifat generik dalam arti telah memiliki sejumlah fitur yang dapat diaktifkan dan dimanipulasi sesuai kebutuhan pengguna dan dapat digunakan dengan mudah tanpa mensyaratkan keahlian pemrograman. WordPress adalah sebuah aplikasi content management sistem (CMS) berbasis web yang dibuat dengan bahasa pemrograman PHP dan Mysql sebagai basis datanya. CMS ini merupakan salah satu contoh aplikasi open source yang banyak diminati oleh pemilik website karena kemampuannya dalam memodifikasi yang dapat membangun sebuah situs pribadi, perusahaan, situs blog bahkan eCommerce dengan hanya hitungan menit, dengan hasil yang cukup memuaskan [7].

Diharapkan bahwa situs web e-Commerce akan berfungsi sebagai instrumen yang berguna untuk promosi produk, fasilitasi prosedur transaksi, dan peningkatan kepuasan pelanggan. Kripik Pisang Man berharap dapat meningkatkan daya saing perusahaan, mencapai target penjualan yang lebih besar, dan memaksimalkan potensinya di pasar internet dengan memanfaatkan teknologi e-Commerce. Laporan ini akan membahas proses-proses yang terlibat dalam merancang dan mengimplementasikan situs web, fitur-fitur yang ada di dalamnya, serta hasil dan dampak yang telah direalisasikan sejak situs web tersebut diperkenalkan. Makalah ini juga akan memberikan Anda pemahaman menyeluruh tentang bagaimana memanfaatkan WordPress untuk membuat situs web e-Commerce dapat menjadi cara cerdas untuk mengembangkan bisnis Anda di era digital ini.

2 METODE PELAKSANAAN

Masalah utama yang dihadapi UMKM adalah terbatasnya akses pasar domestik dan global, akses pendanaan, dan akses keterampilan. E-Commerce dianggap sebagai solusi dari ketiga permasalahan tersebut. E-Commerce akan mengurangi biaya dan hambatan untuk mengakses pasar yang kemudian akan meningkatkan penjualan dan ekspor UMKM. E-Commerce juga akan memberikan model pendanaan baru seperti *crowdfunding* dan *peer to peer lending*, yang memberikan kemudahan pendanaan bagi UMKM. Selain itu, e-Commerce juga diyakini dapat memberikan solusi baru untuk mengatasi keterbatasan keterampilan pekerja UMKM terkait transaksi *online* dan *platform online* [8],[9]. Berikut ini akan dijelaskan waktu dan tempat pelaksanaan, sumber daya yang dibutuhkan dan tahapan pelaksanaannya.

1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

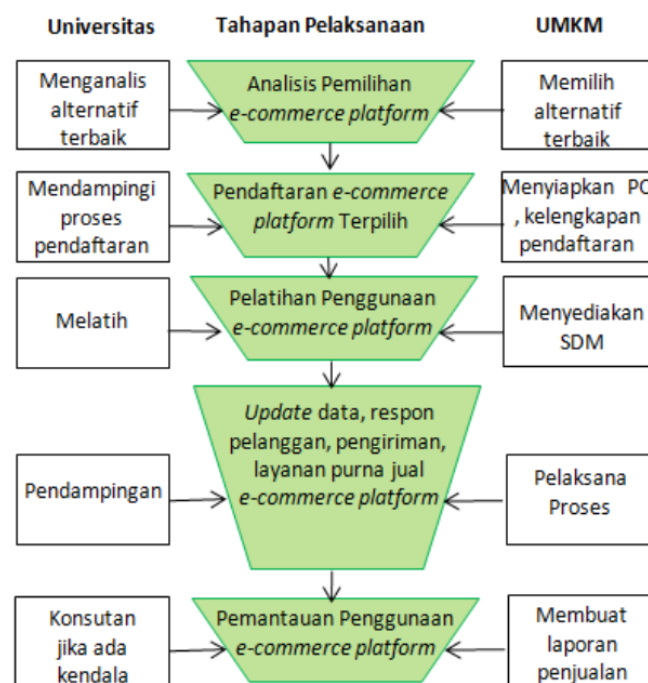
Tempat yang menjadi lokasi kegiatan adalah usaha rumahan Keripik Pisang milik Man Tembilahan. Kegiatan ini dimotori oleh sekelompok mahasiswa FTIK dan mahasiswa UNISI, dan beberapa mahasiswa sebagai pelaksana. Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada bulan Maret dan April 2024, dan hasil pelaksanaan dipantau dan didokumentasikan pada bulan Mei di tahun yang sama.

2. Sumber Daya yang Dibutuhkan

Untuk melakukan pekerjaan ini, anggota staff UMKM Keripik Pisang Man Tembilahan harus hadir di sejumlah lokasi fisik. Laptop atau komputer pribadi dengan koneksi internet, dokumentasi persyaratan umum (seperti foto, kartu identitas, dan nomor rekening pemilik), dan materi yang akan diunggah di platform (seperti deskripsi produk, harga, dan deskripsi singkat tentang UMKM) adalah persyaratan fisik untuk berpartisipasi dalam platform e-Commerce. Kegiatan ini membutuhkan tenaga kerja dari UMKM yang memiliki pengalaman pengelolaan platform e-Commerce agar dapat terus berlanjut setelah program pengabdian masyarakat berakhir. Tim PKM FTIK UNISI akan memberikan pelatihan dan dukungan yang komprehensif kepada staf administrasi UMKM Keripik Pisang Man Tembilahan. Selain itu, UMKM Keripik Pisang Man Tembilahan telah membangun infrastruktur fisik secara mandiri.

3. Tahapan Pelaksanaan

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini:



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan

Pada tahap awal riset pasar, tim PKM FTIK UNISI mengumpulkan informasi mengenai jumlah pengunjung, pengguna aktif, dan unduhan dari setiap platform dari app dan play store. Kelompok ini juga mendiskusikan keuntungan dan kerugian dari setiap alternatif tindakan. Lima pilihan teratas ditentukan oleh investigasi ini dan akhirnya akan digunakan oleh UMKM Keripik Pisang Man Tembilahan. Tanggal penyelesaian fase ini adalah Maret 2024.

Fasilitas dan perlengkapan yang harus dipersiapkan untuk tahap selanjutnya diberitahukan oleh tim PKM FTIK UNISI. UMKM Keripik Pisang Man Tembilahan akan mengatur cara-cara untuk melakukan promosi di platform e-Commerce untuk produk seperti komputer, notebook, dan handphone, serta dokumentasi peralatan lainnya seperti bahan yang perlu diunggah berupa foto produk dan deskripsi singkat, KTP, foto, dan nomor rekening, agar dapat menampung dana dari hasil penjualan platform tersebut. UMKM dan tim PKM FTIK UNISI melakukan registrasi setelah

semuanya dipersiapkan, dan proses ini terus berlanjut hingga masing-masing platform e-Commerce beroperasi. Bulan penyelesaian untuk tahap ini adalah Maret 2024.

Pada tahap ketiga dan keempat, tim PKM FTIK UNISI membantu pemanfaatan platform e-Commerce. Proses pengelolaan proses pemesanan hingga pengiriman produk, membuat strategi pemasaran, melacak inventaris, dan menawarkan dukungan purna jual melalui menjawab pertanyaan dan keluhan dari pelanggan, semuanya tercakup dalam program ini. Pada tahun 2024, tahap ini telah selesai pada bulan Maret dan April.

Pada tahap ketiga dan keempat, tim PKM FTIK UNISI membantu pemanfaatan platform e-Commerce. Proses pengelolaan proses pemesanan hingga pengiriman produk, membuat strategi pemasaran, melacak inventaris, dan menawarkan dukungan purna jual melalui menjawab pertanyaan dan keluhan dari pelanggan, semuanya tercakup dalam program ini. Pada tahun 2024, tahap ini telah selesai pada bulan Maret dan April.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan bantuan anggota lainnya, penulis menargetkan personil UMKM Keripik Pisang Man Tembilahan untuk memberikan layanan ini. Memotivasi orang-orang sukses untuk meluncurkan perusahaan mereka sendiri; meningkatkan pemahaman tentang bagaimana menggunakan teknologi internet untuk rencana pemasaran yang efektif; dan mengedepankan konsep-konsep yang orisinal dan imajinatif untuk memaksimalkan potensi desa, terutama dalam kaitannya dengan produksi barang-barang olahan dari hasil perkebunan dan pertanian. Pelatihan ini mencakup berbagai mata pelajaran, termasuk layanan pelanggan, pemasaran produk dalam kemasan, teknologi internet, dan barang-barang berkualitas tinggi. memberikan saran dan pelatihan langsung kepada setiap peserta tentang cara menggunakan e-Commerce untuk memperluas jangkauan pemasaran produk mereka. Rincian kegiatan pengabdian diawali dengan melakukan:

1. Kegiatan Pengabdian : Dilakukan pada tanggal 1 Maret 2024, melalui wawancara dengan pemilik UMKM Keripik Pisang Man Tembilahan. Masalah terkait pemasaran dibahas selama diskusi, dan ide serta strategi untuk meningkatkan penjualan online di UMKM Keripik Pisang Man Tembilahan juga dibahas. Kegiatan layanan tambahan selesai pada tanggal 5 April 2024. Tempat usaha UMKM Keripik Pisang Man Tembilahan dikunjungi oleh mahasiswa dan tim PKM FTIK UNISI. Tim PKM FTIK UNISI dan mahasiswa memberikan penjelasan mengenai konsep dan teknik internet marketing yang akan digunakan, terlihat dalam Gambar 2



Gambar 2. Produk Utama yang akan dijual Pada

UMKM Keripik Pisang Man Tembilaan

2. Pendampingan dan Penggalian Informasi : Membantu dalam proses melakukan penelitian dan mengkategorikan produk berdasarkan jenisnya. Untuk meningkatkan tampilan produk di halaman dan akun penjualan online, ambil gambarnya. Karena mereka hanya dapat melihat foto produk, pelanggan sebagian besar tertarik dengan tampilan produk, dapat dilihat pada Gambar 3



Gambar 3. Kegiatan Pendampingan dan Penggalian Informasi PKM di UMKM Keripik Pisang Man Tembilaan

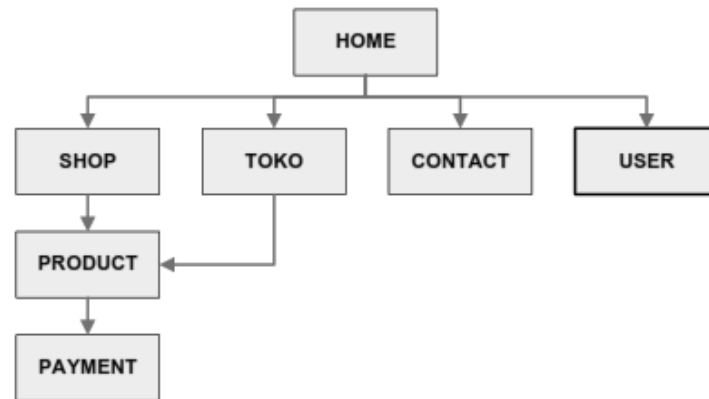
3. Pembuatan media pemasaran online : Proses identifikasi masalah merupakan tahap pertama dalam mengembangkan e-Commerce dan pemasaran online sebagai data yang akan diimplementasikan. E-Commerce berbasis internet sangat diperlukan oleh UMKM Keripik Pisang Man Tembilaan untuk meningkatkan pemasaran produk. Sebuah e-Commerce dengan tampilan dan menu e-Commerce dibuat untuk mempermudah UMKM Keripik Pisang Man Tembilaan dalam mengirimkan foto-foto produk, mengelola pesanan, menangani pembayaran, dan menyusun laporan keuangan. Tujuan dari e-Commerce ini adalah untuk meningkatkan pesanan sehingga dapat meningkatkan pendapatan penjualan UMKM Keripik Pisang Man Tembilaan, terlihat pada Gambar 4



Gambar 4. Kegiatan Pada Saat Akan Pembuatan Media Pemasaran Online di UMKM Keripik Pisang Man Tembilaan

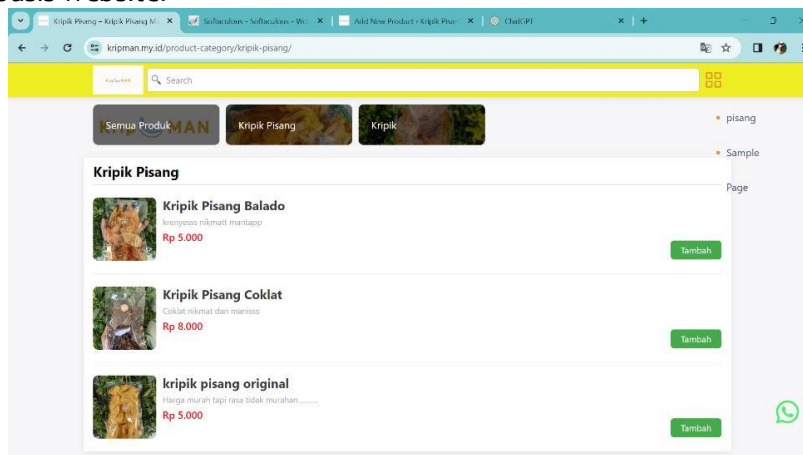
Pelanggan dapat mengakses aplikasi e-Commerce yang dihasilkan oleh PKM yang telah selesai dibuat di <https://kripman.my.id/>. Untuk mempermudah penggunaan website, sebuah buku

panduan juga telah dibuat. Aplikasi e-Commerce yang telah selesai dibuat memiliki menu-menu sebagai berikut, seperti yang terlihat pada Gambar 5



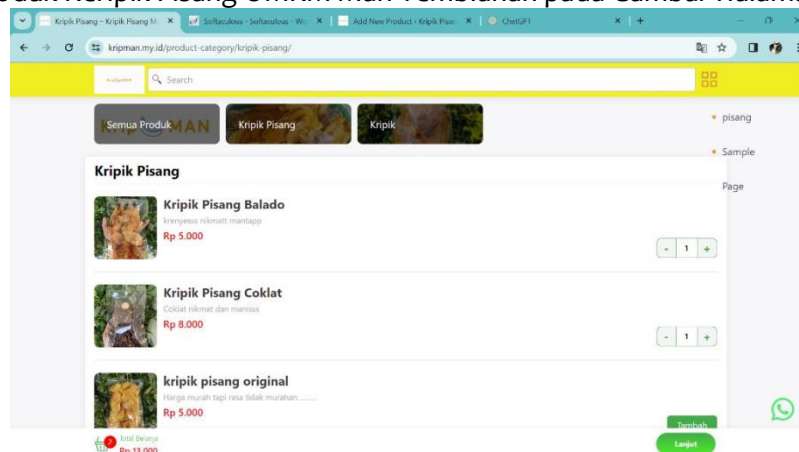
Gambar5. Hierarki Menu Pada Menu Web e-Commerce <https://kripman.my.id/>

Proses mengubah desain menjadi program aplikasi yang dapat digunakan oleh orang lain dikenal dengan istilah implementasi. Pada tahap ini, hasil rancangan perangkat lunak telah diubah menjadi sebuah keluaran berupa aplikasi sistem e-Commerce yang diimplementasikan oleh penulis. Pada UMKM Keripik Pisang Man Tembilahan, berikut ini adalah eksekusi program perancangan e-Commerce berbasis website:



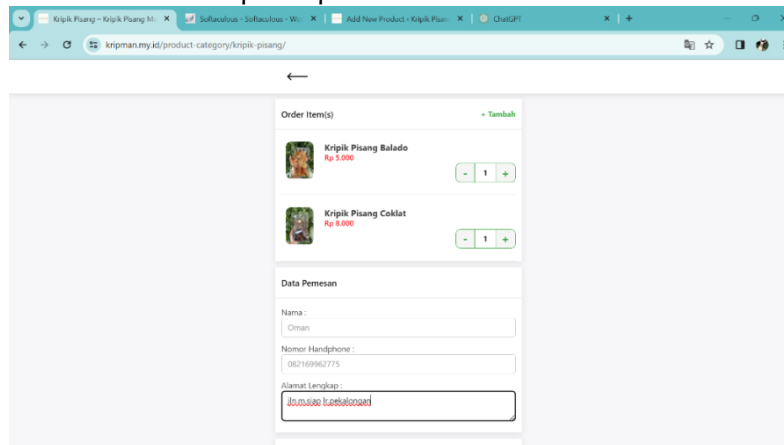
Gambar 6. Halaman Utama Web e-Commerce <https://kripman.my.id/>

Pelanggan dapat melihat menu atau daftar produk yang ditawarkan pada sistem penjualan dan promosi produk Keripik Pisang UMKM Man Temblahan pada Gambar Halaman Utama di atas.



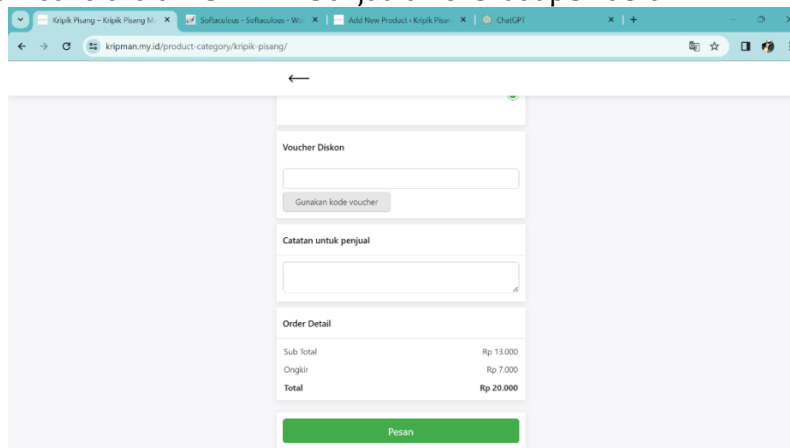
Gambar 7. Halaman Order Produk Web e-Commerce <https://kripman.my.id/>

Halaman proses order barang ini menampilkan list produk yang berisi nama makanan beserta harganya serta jumlah makanan hewan peliharaan yang dipesan seperti yang terlihat dalam sistem penjualan dan promosi produk pada UMKM Keripik Pisang Man Tembilahan yang ditawarkan penjual kepada konsumen untuk dapat di pesan oleh konsumen.



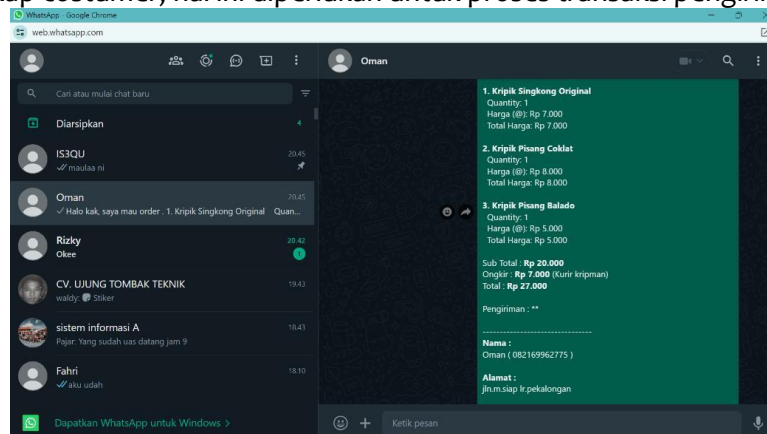
Gambar 8. Halaman Keranjang Produk
Web e-Commerce <https://kripman.my.id/>

Pada halaman ini pembeli memilih produk yang akan dibeli dan dapat memasukkannya kedalam keranjang terlebih dahulu lalu memilih melanjutkan checkout pembelian.



Gambar 9. Halaman Pemesanan
Web e-Commerce <https://kripman.my.id/>

Halaman dari sistem penjualan dan promosi produk pada UMKM Keripik Pisang Man Tembilahan ini berisi informasi detail pemesan barang seperti nama customer, nomor handphone dan alamat lengkap customer, hal ini diperlukan untuk proses transaksi pengiriman produk.



Gambar 10. Checkout Produk di Whatsapp
Web e-Commerce <https://kripman.my.id/>

Setelah selesai mengisi detail data pemesan produk maka halaman dari sistem penjualan dan promosi produk pada UMKM Keripik Pisang Man Tembilahan akan terhubung ke Whatsapp costumer pada saat diCheckout produk. Halaman ini menampilkan detail pembelian yang sudah terhubung ke aplikasi WhatsApp sehingga pembeli dan penjual bisa terhubung langsung dengan mudah dan cepat, pembeli bisa melakukan proses pembayaran yang di atur oleh admin melalui COD atau melalui transfer Bank melalui ebanking, pembeli bisa melihat rincian pembelian makanan kucing yang sudah dipesan beserta harga dan jumlah barang yang dipesan.

4 KESIMPULAN

Cara konsumen berperilaku telah berubah. Sejumlah klien telah beralih menggunakan platform e-Commerce karena banyak keuntungan yang mereka berikan, termasuk kemudahan dan keamanan pembelian online serta berbagai insentif menarik yang ditawarkan oleh setiap platform. Bagi penjual, kehadiran platform e-Commerce juga cukup menguntungkan. Penjual dapat melakukan promosi berbiaya rendah dan melakukan transaksi yang aman. UMKM Keripik Pisang Man Tembilahan belum memiliki pertumbuhan pasar yang signifikan karena hanya bergantung pada penjualan offline ke perusahaan lain di Tembilahan dan sekitarnya. Oleh karena itu, selain tindakan yang telah diambil untuk mendorong perluasan pasar, terutama di luar Tembilahan, pemasaran melalui berbagai platform e-Commerce Indonesia juga digunakan.

Analisis pasar yang dilakukan oleh tim PKM FTIK UNISI menunjukkan bahwa situs web UMKM Keripik Pisang Man Tembilahan memiliki potensi paling besar untuk memanfaatkan platform e-Commerce. UMKM menerima dukungan pemasaran melalui platform web e-Commerce, memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi online secara mandiri. Temuan ini menunjukkan bahwa UMKM Keripik Pisang Man Tembilahan telah berhasil memasuki pasar online. Pada semester kedua tahun 2024, situs web e-Commerce UMKM Keripik Pisang Man Tembilahan mengalami peningkatan penjualan yang signifikan. Selama lima bulan pertama tahun 2024, jumlahnya meningkat dengan cepat. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan e-Commerce dapat menjadi alat yang sangat ampuh untuk meningkatkan penjualan UMKM secara keseluruhan, terutama setelah epidemi COVID-19 ketika pelanggan lebih cenderung melakukan bisnis dari rumah daripada dari berbagai lokasi ritel. UMKM Keripik Pisang Man Tembilahan akan menjadi lebih kompetitif dalam jangka panjang.

Secara umum, tim PKM FTIK UNISI tidak mengalami kesulitan dalam memberikan pelatihan atau pendampingan. Namun, karena kurangnya sumber daya manusia, ada kalanya sumber daya manusia yang bertanggung jawab untuk mengawasi penjualan di platform e-Commerce disibukkan dengan tugas lain. UMKM perlu mencurahkan lebih banyak waktu dan fokus jika mereka ingin memanfaatkan platform ini sepenuhnya di masa depan. Kompetensi komunikasi juga harus dibangun agar tim yang ditugaskan dapat menjawab pertanyaan klien dengan baik dan menjamin kepuasan pelanggan. Persediaan barang yang dijual melalui saluran pemasaran online harus dipisahkan dari saluran pemasaran offline untuk mencegah barang yang tidak terjual yang disebabkan oleh persediaan (stok) yang tidak tersedia. Penting juga untuk mengevaluasi kinerja penjualan situs web platform e-Commerce secara teratur. UMKM harus memilih platform e-Commerce dengan volume penjualan yang tinggi jika ada platform yang tidak menguntungkan sehingga mereka dapat lebih fokus.

REFERENSI

- [1] "Computer_Usage_Readiness_E_Commerce_Read.pdf."
- [2] D. Irmawati, "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis," 2011.
- [3] N. Ratama And S. Mulyati, "Sosialisasi Penggunaan Ecommerce Dalam Perkembangan Bisnis Di Era Digital," Vol. 1, No. 1, 2022.
- [4] D. S. Puspitarini And R. Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi," common, vol. 3, no. 1, pp. 71–80, Aug. 2019, doi: 10.34010/common.v3i1.1950.

- [5] N. Ratama and S. Mulyati, "Sosialisasi Penggunaan Ecommerce Dalam Perkembangan Bisnis Di Era Digital," Vol. 1, No. 1, 2022.
- [6] I. Vahlia, "Pelatihan E-Commerce Dan Manajemen Keuangan Sebagai Langkah Meningkatkan Pendapatan Pada Keripik Pisang Arjuna," Vol. 2, No. 4, 2019.
- [7] R. Dharmawan And G. Gata, "Penerapan Aplikasi Penjualan Online (E-Commerce) Menggunakan Content Management System Wordpress Pada Toko Jaksquare," IDEALIS Budi Luhur, vol. 3, no. 1, pp. 132–138, Feb. 2020, doi: 10.36080/idealis.v3i1.1863.
- [8] K. Nurjaman, "Pemberdayaan E-Commerce di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia," Jurnal Abdimas Peradaban, vol. 3, no. 1, pp. 34–40, Feb. 2022, doi: 10.54783/ap.v3i1.6.
- [9] D. Y. Prasetyo, A. Bindas, R. Rosliana, M. Rasyid Ridha, U. Usman, and R. Melasari, "E-Commerce Web Development And Training At Amran Collection Shop Tembilahan", *landmark*, vol. 1, no. 3, pp. 105-113
 D. Y. Prasetyo, A. Bindas, M. Rasyid Ridha, M. Amin, and S. Thaher DS, "E-Commerce Website Development Training At Azzam Cellphone Shop In Tembilahan To Increase Sales", *landmark*, vol. 1, no. 2, pp.