

PKM pembuatan *web E-Commerce* dengan *CMS wordpress* untuk meningkatkan penjualan pada UMKM E-Nambah kota Tangerang

Tri Ika Jaya Kusumawati¹, Dinda Triana¹, Ravindra Safitra²

¹Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Indonesia

²Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur, Indonesia

Penulis korespondensi : Tri Ika Jaya Kusumawati

E-mail : tri.ikajaya@budiluhur.ac.id

Diterima: 30 Mdi 2024 | Disetujui: 05 Juni 2024 | © Penulis 2024

Abstrak

Perubahan paradigma dalam kegiatan ekonomi menciptakan transformasi signifikan pada bisnis online, di mana internet dan teknologi informasi memainkan peran kunci. UMKM E-Nambah, usaha kuliner yang fokus pada makanan rumahan dengan sentuhan pedas, awalnya memanfaatkan pemasaran melalui jaringan pertemanan dan media sosial. Kendati berhasil, keterbatasan informasi stok barang secara *real-time* menjadi hambatan, mempengaruhi keputusan pembelian calon pelanggan. PKM ini bertujuan membantu meningkatkan efisiensi dan kepercayaan pelanggan dengan menerapkan *e-commerce* menggunakan *Content Management System (CMS) WordPress*. Integrasi informasi stok otomatis dengan media sosial, transparansi bahan makanan pada setiap produk, dan pengurangan ketidakpastian terkait ketersediaan stok menjadi fokus implementasi. Metode ini diharapkan memfasilitasi transaksi online, mempromosikan produk baru, dan menyelenggarakan promo menarik, bertujuan memperluas pangsa pasar, meningkatkan keterlibatan pelanggan, serta memberikan informasi komprehensif. Implementasi ini diharapkan memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan bisnis UMKM E-Nambah dalam era digital. Berdasarkan hasil yang dibuat telah dilakukan penilaian dari mitra menggunakan *usability testing* sederhana pada *web e-commerce* yang dibangun nilai penerimaan rata-rata 79,77%, sedangkan untuk pelatihan yang diberikan mendapatkan nilai rata-rata 85,33%. Angka ini menunjukkan bahwa hasil kegiatan PKM ini sudah baik dan dapat diterima.

Kata kunci: *e-commerce; content management system; wordpress; toko E-Nambah; usability testing.*

Abstract

The paradigm shift in economic activities is creating a significant transformation in online business, where the internet and information technology play a key role. UMKM E-Nambah, a culinary business that focuses on home-cooked food with a spicy touch, initially utilized marketing through friendship networks and social media. Even though it was successful, limited real-time stock information was an obstacle, affecting potential customers' purchasing decisions. This PKM aims to help increase efficiency and customer trust by implementing e-commerce using the WordPress Content Management System (CMS). Integration of automatic stock information with social media, transparency of food ingredients for each product, and reducing uncertainty regarding stock availability are the focus of implementation. This method is expected to facilitate online transactions, promote new products, and hold attractive promotions, aimed at expanding market share, increasing customer engagement, and providing comprehensive information. This implementation is expected to make a positive contribution to the growth of the E-Nambah MSME business in the digital era. Based on the results, an assessment was carried out from partners using simple usability testing on the e-commerce website that was built, with an average acceptance score of 79.77%, while the training provided received an

average score of 85.33%. This figure shows that the results of this PKM activity are good and acceptable.

Keywords: e-commerce; content management system; wordpress; e-nambah store; usability testing.

PENDAHULUAN

Perubahan paradigma dalam kegiatan ekonomi tercermin secara nyata melalui perkembangan bisnis online, dimana internet dan teknologi informasi menjadi pendorong utama transformasi (Persada & P, 2022). Fenomena ini mencerminkan pergeseran signifikan dari model bisnis konvensional menuju era digital, dimana internet dan teknologi informasi memainkan peran kunci dalam membentuk serta mengarahkan strategi bisnis (Prasetyo, Yunita, Bindas, Abdullah, & Samsudin, 2022). Selama beberapa tahun terakhir, pertumbuhan bisnis online mengalami lonjakan pesat, mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan konsumen dan menyajikan produk atau layanan (Ujjanti, Muflihati, & Nada, 2022).

E-commerce menjadi solusi teknologi untuk mengembangkan penyebaran, penjualan, pemasaran, pembelian barang atau jasa (Erisy Syawiril Ammah, 2022). Penerapan e-commerce yang sering dijumpai adalah dengan menggunakan CMS (*Content Management System*) (Rachmalia Feta, Wiliani, & Hesnananda, 2021) (Pratiwi, Santoso, Mardianto, Sedyono, & Rochman, 2020). CMS merupakan sebuah aplikasi yang dapat dimanfaatkan dalam mengelola berbagai metode yang berhubungan dengan web publishing. Selain mudah dalam penerapannya harga yang ditawarkan untuk penggunaan relatif murah (Rizkita & Rozi, 2022). Salah satu CMS tersebut adalah Wordpress. Wordpress merupakan perangkat lunak *open source* yang dapat digunakan untuk membuat situs web yang menarik seperti blog atau aplikasi (Hariono, Ashoumi, Tabiin, & ..., 2021).

UMKM E-Nambah merupakan usaha rumahan di sektor kuliner yang fokus pada penyediaan makanan rumahan dengan sentuhan khas pedas. Awalnya, pemasaran produk dilakukan melalui jaringan pertemanan, kemudian diperluas dengan pendirian toko online di media sosial terkemuka, seperti Instagram, yang dikenal sebagai salah satu *platform* dengan jumlah pengguna terbesar (Farisi, Rachmat, Ezar, & Rivin, 2022). Melalui akun Instagram, calon konsumen dapat mengakses dan melihat beragam produk kuliner yang telah diproduksi oleh UMKM. Meskipun demikian, terdapat sejumlah kendala yang perlu diatasi. Salah satunya adalah keterbatasan informasi stok produk secara *real-time*, yang menyebabkan sejumlah calon pembeli menanyakan ketersediaan barang dan akhirnya menunda keputusan pembelian (Abdullah, Fauzan, & Prasetyo, 2021). Dalam rangka meningkatkan efisiensi dan meningkatkan kepercayaan pelanggan, perlu diimplementasikan strategi yang lebih terstruktur. Salah satunya adalah penggunaan platform toko online yang dapat mengintegrasikan informasi stok secara otomatis dengan media sosial, serta meningkatkan keterbukaan informasi mengenai bahan makanan dalam setiap produk yang dipromosikan (Abdullah et al., 2021). Dengan demikian, diharapkan dapat meminimalkan ketidakpastian calon pembeli terkait ketersediaan stok dan memberikan informasi yang lebih komprehensif mengenai produk kuliner yang ditawarkan oleh UMKM E-Nambah.

Untuk meningkatkan efisiensi dalam menjalankan kegiatan bisnis, UMKM E-Nambah membutuhkan implementasi sarana atau layanan berbasis website (*E-commerce*) seperti transaksi secara online, promosi produk terbaru dan mengadakan promo-promo yang menarik. Dengan tujuan utamanya adalah memasarkan produk-produk dan meraih pangsa pasar yang lebih luas. Oleh karena itu perlu diadakannya PKM Pembuatan Web E-Commerce Dengan CMS Wordpress untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM E-Nambah Kota Tangerang.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada November 2023 yang bertempat di Metro Permata 1, Kel Karang Mulya, Kec. Karang Tengah, Kota Tangerang, Banten. Mitra merupakan usaha kecil menengah dengan nama usaha E-Nambah.

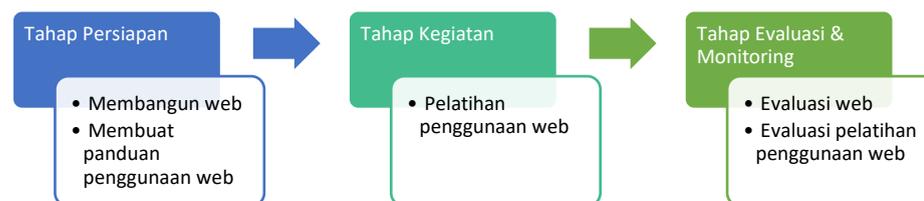
PKM pembuatan *web E-Commerce* dengan CMS *wordpress* untuk meningkatkan penjualan pada UMKM E-Nambah kota Tangerang

E-nambah merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner. E-nambah menyediakan berbagai menu makanan, contohnya paru, bakso ceker, ayam teriyaki dan cumi. E-nambah ini memiliki konsep makana rumahan dengan ciri khas rasa pedasnya.



Gambar 1. Kegiatan Produksi UMKM E-Nambah

Pada kegiatan ini jumlah peserta yang terlibat adalah 4 orang yang terdiri dari pemilik dan tiga orang pegawai sebagai bagian produksi, pemasaran dan keuangan. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelatihan (Santosa & Ismaya, 2021). Langkah – langkah pelaksanaan kegiatan terdiri dari beberapa tahap seperti yang dijelaskan pada gambar 1 berikut ini :

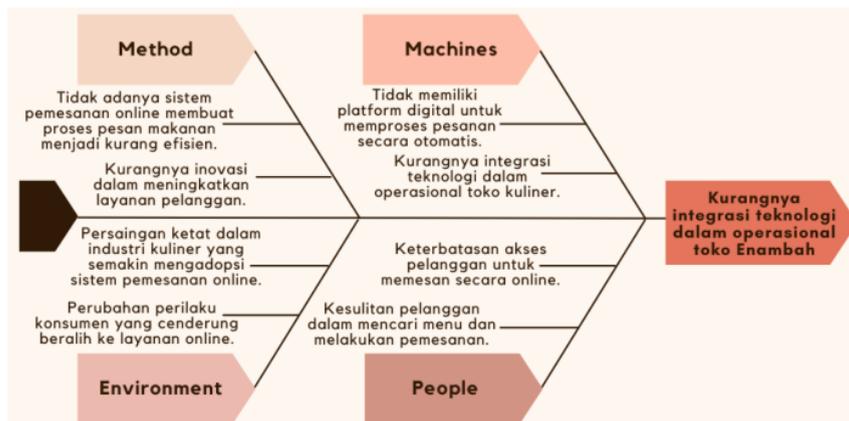


Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

- a. Tahap persiapan
Tahap ini terdiri dari : Observasi di tempat mitra; Wawancara kepada mitra untuk menemukan masalah yang ingin diselesaikan; Analisa kebutuhan dan desain web e-commerce yang dibutuhkan; Pengkodean web/aplikasi menggunakan Wordpress; Pembuatan Panduan penggunaan/pengelolaan web.
- b. Tahap Kegiatan
Tahap ini terdiri dari : Pembukaan pelatihan; Demo web *e-commerce*; Pendampinga/pelatihan serta simulasi penjualan/pembelian melalui web tersebut
- c. Tahap Evaluasi
Pada tahap ini kegiatan evaluasi dilakukan dengan memberikan kuesioner terkait penyampaian pelatihan, materi pelatihan dan usability testing sederhana dari web *e-commerce* yang dibangun oleh TIM pelaksana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

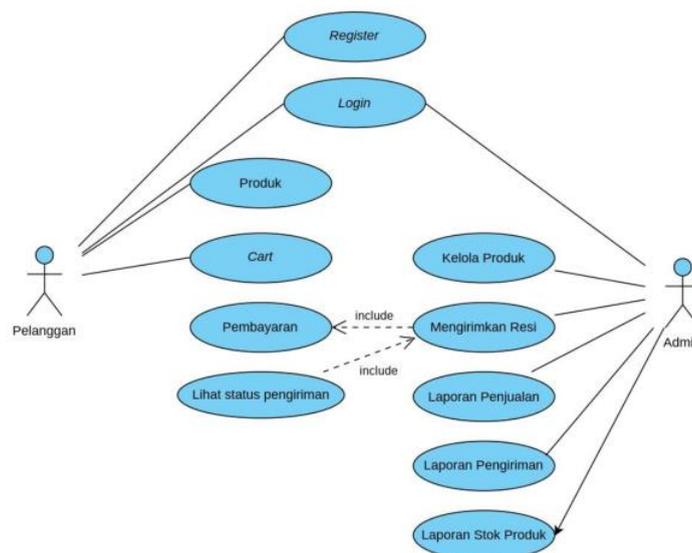
Pada tahap persiapan setelah melakukan observasi dan wawancara kepada mitra ditemukan beberapa masalah dan rumusan penyelesaian yang disajikan dalam bentuk analisa masalah dengan menggunakan diagram fishbone (Sidiarta, Agung, Putri, Juliana, & Putra, 2018) sebagai berikut :



Gambar 3. Analisa Masalah dengan Diagram *Fishbone*

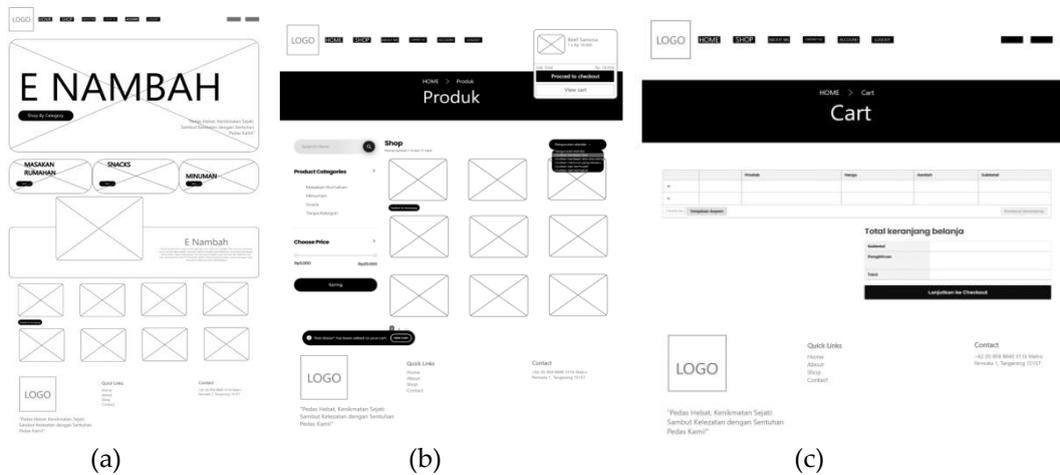
- a. *People*
 - Keterbatasan akses pelanggan untuk memesan secara online.
 - Kesulitan pelanggan dalam mencari menu dan melakukan pemesanan.
- b. *Machines*
 - Tidak memiliki platform digital untuk memproses pesanan secara otomatis.
 - Kurangnya integrasi teknologi dalam operasional toko kuliner.
- c. *Method*
 - Tidak adanya sistem pemesanan online membuat proses pesan makanan menjadi kurang efisien.
 - Kurangnya inovasi dalam meningkatkan layanan pelanggan.
- d. *Environment*
 - Persaingan ketat dalam industri kuliner yang semakin mengadopsi sistem pemesanan online.
 - Perubahan perilaku konsumen yang cenderung beralih ke layanan online.

Berdasarkan analisa masalah maka kebutuhan sistem digambarkan seperti yang tersaji pada Gambar 4.



Gambar 4. Use case diagram.

Setelah dilakukan analisa dan gambaran kebutuhan sistem tahap selanjutnya adalah desain sistem, pengkodean web *e-commerce* dengan CMS wordpress dan pembuatan panduan penggunaan sistem (Aditya Pradana, 2020).



Gambar 5. (a) Rancangan Layar Tampilan Utama, (b) Rancangan Layar Produk, (c) Rancangan Layar Cart

Hasil dari web *e-commerce* yang dibangun dapat dilihat di <http://enambah.shop/> setelah itu dilakukan pelatihan penggunaan sistem di tempat mitra.



Gambar 6. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Web E-Commerce

Pelatihan dan pendampingan penggunaan web *e-commerce* E-Nambah ini diawali dengan pengenalan web berikut seluruh menu web dan demo program ketika melakukan pemesanan, checkout, pembayaran dan pengiriman pemesanan produk. Kegiatan berikutnya setelah pelatihan adalah dilakukan tanya jawab kepada mitra terkait web yang dihasilkan dan pelatihan yang dilakukan sebagai bentuk evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Hasil evaluasi kegiatan sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Evaluasi Web E-Commerce yang dibangun Dengan Usability Testing sederhana

Penilain	Prosentase
Learnability	78,97%
Efficiency	71,28%
Memorability	82,1%.

PKM pembuatan *web E-Commerce* dengan CMS *wordpress* untuk meningkatkan penjualan pada UMKM E-Nambah kota Tangerang

Penilain	Prosentase
Error	85,7%
Satisfaction	80,77%

Secara keseluruhan nilai penerimaan mitra terhadap sistem e-commerce e-nambah didapat nilai 79,77%. Angka ini menunjukkan bahwa e-commerce yang dibangun dapat diterima dengan baik dan berhasil memenuhi aspek *usability system* (Suharya & Azhari, 2021) (Razi, Anshar, Rizki, & Rifki, 2024).

Tabel 2. Hasil Evaluasi Pelatihan

Penilaian	Hasil	Prosentase
Materi pelatihan	Baik	82%
Cara penyampaian	Baik sekali	87%
Komunikasi	Baik sekali	87%

Sedangkan dari segi pelatihan didapatkan rata-rata 85,33%. Angka ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan dapat diterima dengan baik dan bermanfaat bagi mitra.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisa, rancangan dan implementasi e-commerce yang dibangun serta evaluasi dengan menggunakan teknik *usability testing* sederhana maka dapat dinyatakan bahwa website e-commerce E-nambah yang dibangun untuk mitra sesuai dengan kebutuhan dan dapat diterima dengan baik sebesar 79,77%. Angka ini menunjukkan bahwa masih dapat dioptimalkan lagi web yang dibangun dengan menambahkan kemudahan lainnya khususnya dalam pemesanan, pembayaran dan penambahan plugin bayar otomatis seperti dana, ovo atau lainnya.

Dari segi konsep pelatihan dan pendampingan yang diberikan sesuai hasil evaluasi menunjukkan nilai sebesar 85,33%. Angka ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang diberikan sudah sangat baik, sehingga dapat dipertahankan untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat berikutnya.

Saran untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat berikutnya adalah dengan diadakannya pelatihan digital marketing untuk optimalisasi pemasaran dan pengenalan produk dari UMKM E-nambah.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terimakasih terutama ditujukan kepada DRPM Universitas Budi Luhur dan Yayasan pendidikan Budi Luhur Cakti yang telah memberikan dana pengabdian. Ucapan terimakasih dapat juga disampaikan kepada pihak-pihak yang membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian ini sehingga dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, A., Fauzan, A. G., & Prasetyo, W. R. (2021). PELATIHAN PEMBUATAN WEBSITE E-COMMERCE DENGAN WOOCOMMERCE GUNA MENUMBUHKAN SEMANGAT TECHNOPRENEURSHIP PDA HMIF. *J-ADIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1), 121–134.
- Aditya Pradana, R. (2020). Analisis dan Pembuatan Website E-Commerce Panda Home Industri Palur. *Surakarta Informatic Journal (SIJ)*, 2(2), 44–55.
- Erisy Syawiril Ammah, S. L. (2022). PENDAMPINGAN PELATIHAN WEB E COMMERCE SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DI SMK DARUSSALAM GANDING SUMENEP. *Abdi Kami Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 59–66.
- Farisi, A., Rachmat, N., Ezar, M., & Rivan, A. (2022). PELATIHAN PEMBUATAN WEBSITE PORTAL DENGAN MENGGUNAKAN WORDPRESS UNTUK SISWA / SISWI SMA NEGERI 6 PALEMBANG. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 5(1), 25–32.

PKM pembuatan *web E-Commerce* dengan *CMS wordpress* untuk meningkatkan penjualan pada UMKM E-Nambah kota Tangerang

- Hariono, T., Ashoumi, H., Tabiin, H. Q., & ... (2021). PKM Pembuatan E-Commerce Desa Banjarsari. *Jumat Informatika ...*, 2(2), 2–6.
- Persada, G. N., & P, P. S. (2022). Pelatihan Pembuatan Website Pribadi Dengan Cms (Content Management System) Pada Sma Negeri 10 Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 2(4), 595–602. <http://doi.org/10.53769/jai.v2i4.372>
- Prasetyo, D. Y., Yunita, F., Bindas, A., Abdullah, A., & Samsudin, S. (2022). Pelatihan Dan Pembuatan Website E-Commerce Pada Umkm Mudokufood Tembilahan. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 626–637. <http://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.4393>
- Pratiwi, D., Santoso, G. B., Mardianto, I., Sedyono, A., & Rochman, A. (2020). Pengelolaan Konten Web Menggunakan Wordpress , Canva dan Photoshop untuk Guru-Guru Wilayah Jakarta Web Content Management Using Wordpress , Canva and Photoshop for Teachers of the Jakarta Region. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 12.
- Rachmalia Feta, N., Wiliani, N., & Hesanda, R. (2021). Penggunaan dan pemanfaatan wordpres dalam upaya meningkatkan daya jual untuk pelaku umkm karang taruna bojongkulur. *Jurnal AbdiMas Nusa ...*, 3(1), 1–3. Retrieved from <http://ejournal.nusamandiri.ac.id/index.php/abdimas/article/view/2173>
- Razi, A., Anshar, K., Rizki, D., & Rifki, M. (2024). Pelatihan Pembuatan Website bagi Siswa SMK Negeri 1 Takengon. *Jurnal Malikussaleh Mengabdi*, 3(1), 27–32.
- Rizkita, B., & Rozi, N. F. (2022). Perancangan dan Pembuatan Web E-Commerce di PT Berlian Anugerah Abadi Menggunakan V-Model. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen*, 3(2), 85–92. <http://doi.org/10.31284/j.jtm.2022.v3i2.3378>
- Santosa, S., & Ismaya, H. (2021). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Menggunakan Cms Wordpress Pada Toko Importir Laptop Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1), 1–8.
- Sidiarta, P., Agung, A., Putri, A., Juliana, I. G., & Putra, E. (2018). Rancang Bangun Sistem Informasi Marketplace Penyewaan Lapangan Futsal Berbasis Web. *Jurnal Teknologi & Manajemen Informatika*, 4(2).
- Suharya, Y., & Azhari, F. (2021). Pembuatan Aplikasi Penjualan Tanaman Berbasis Web (E-Commerce) Menggunakan Metode Waterfall Studi Kasus Toko Azrina Flower. *Jurnal Informatika*, 8, 35–40.
- Ujianti, R. M. D., Muflihati, I., & Nada, N. Q. (2022). Online marketing assistance with e-commerce at UKM Athaya Kitchen Semarang. *Community Empowerment*, 7(9), 1538–1542. <http://doi.org/10.31603/ce.7750>