

DESIGN AND TRAINING FOR AN E-COMMERCE WEBSITE TO BOOST SALES AT THE OUTLET UMKM VU2T TEMBILAHAN

¹Dwi Yuli Prasetyo, ²Roslina, ³Muh. Rasyid Ridha, ⁴Usman, ⁵Achmad Isya Alfassa

^{1,3,4}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Islam Indragiri

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indragiri

⁵Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Pertanian Universitas Islam Indragiri

Email: dwiuliprasetyo2@gmail.com¹, R.rosliana@gmail.com², rasyid4sky@gmail.com³,

usmanovsky13411@gmail.com⁴, achmadisyaalfassa@gmail.com⁵

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan menganalisis peningkatan penjualan pada UMKM Outlet Vu2t Tembilahan sebelum dan sesudah penerapan website e-commerce berbasis WordPress dengan tema FoodPress. Pengembangan website menggunakan model Rapid Application Development (RAD) yang memungkinkan proses pembangunan sistem dilakukan secara cepat melalui tahapan perencanaan kebutuhan, perancangan antarmuka, konstruksi, dan implementasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan mengolah data penjualan bulanan selama periode sebelum dan sesudah website dioperasikan. Data dianalisis untuk melihat perubahan jumlah transaksi, omzet, serta peningkatan jangkauan pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan website e-commerce memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan dan visibilitas produk UMKM, ditandai dengan meningkatnya volume transaksi serta bertambahnya pelanggan baru yang melakukan pemesanan secara online. Penelitian ini membuktikan bahwa pemanfaatan website e-commerce dapat menjadi strategi efektif bagi UMKM dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing di era digital.

Kata kunci: E-Commerce, Penjualan, RAD, WordPress, UMKM

Abstract

This community service project aims to analyze the increase in sales at the Vu2t Tembilahan MSME outlet before and after the implementation of a WordPress-based e-commerce website using the FoodPress theme. The website was developed using the Rapid Application Development (RAD) model, which enables the system to be built quickly through the stages of requirements planning, interface design, construction, and implementation. The research method used was descriptive quantitative analysis, involving the processing of monthly sales data for the periods before and after the website went live. The data was analyzed to examine changes in the number of transactions, revenue, and the expansion of marketing reach. The results indicate that the implementation of the e-commerce website had a positive impact on sales growth and the visibility of MSME products, as evidenced by an increase in transaction volume and a rise in the number of new customers placing orders online. This study demonstrates that the use of e-commerce websites can serve as an effective strategy for MSMEs to expand their markets and enhance their competitiveness in the digital age.

Keywords: E-Commerce, Sales, RAD, WordPress, UMKM

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dalam memanfaatkan sistem berbasis komputer sebagai alat bantu pengolahan data dan transaksi bisnis. E-Commerce adalah sebuah bentuk transaksi yang berhubungan dengan aktivitas komersial, baik itu organisasi maupun individual yang berdasarkan pengolahan dan transmisi data yang terdigitalisasi, termasuk teks, suara, dan gambar visual. Pada umumnya E-Commerce mencakup aplikasi perdagangan yang menggunakan media internet untuk melakukan transaksi online, seperti untuk belanja produk dan jasa [1]. Pemanfaatan website sebagai media penjualan menjadi salah satu solusi yang mampu memberikan kemudahan dalam menghasilkan informasi secara cepat, tepat, dan akurat, serta memungkinkan terjadinya transaksi jual beli tanpa batasan jarak maupun waktu. Hal tersebut menjadikan teknologi

informasi berbasis web sebagai sarana efektif dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif [2].

Outlet Vu2t merupakan salah satu UMKM di Tembilahan yang bergerak dalam penjualan berbagai jenis oleh-oleh khas daerah. Sebelum adanya media digital, aktivitas pemasaran dan penjualan Outlet Vu2t masih bergantung pada penjualan langsung secara offline, sehingga jangkauan pasar terbatas pada pelanggan yang datang ke lokasi. Kondisi ini menyebabkan potensi peningkatan penjualan belum dimanfaatkan secara optimal. Oleh karena itu, penerapan website e-commerce berbasis WordPress dengan tema FoodPress dipilih sebagai solusi untuk memperluas jangkauan pemasaran sekaligus menyediakan sarana transaksi online yang lebih mudah bagi pelanggan. Komputerisasi merupakan salah satu solusi agar kita sebagai pelaku bisnis dapat melakukan pekerjaan secara cepat yang semula kita lakukan dengan cara manual [3].

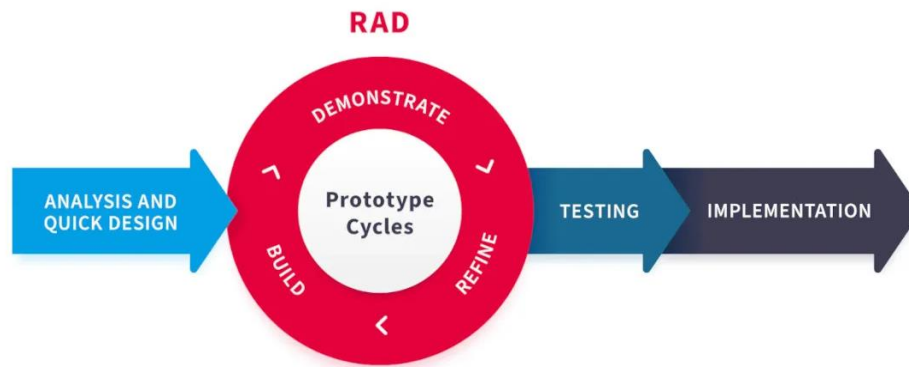
Pengembangan website dilakukan menggunakan model Rapid Application Development (RAD) karena model ini memungkinkan proses pembuatan sistem dilakukan secara cepat dan fleksibel, sesuai kebutuhan UMKM yang membutuhkan hasil implementatif dalam waktu singkat. Setelah website diterapkan, diperlukan analisis terhadap perubahan penjualan untuk mengetahui sejauh mana website berpengaruh terhadap peningkatan transaksi dan omzet [4].

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis peningkatan penjualan Outlet Vu2t sebelum dan sesudah penggunaan website e-commerce. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai efektivitas penerapan website sebagai strategi pemasaran digital bagi UMKM.

2. METODE

Metodologi penelitian merupakan tahapan-tahapan yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan seluruh aktifitas yang dilakukan dalam pengembangan sistem informasi penjualan berbasis website pada UMKM Outlet Vu2t Tembilahan. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif [5]. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran secara mendalam mengenai kondisi nyata proses penjualan pada UMKM Outlet Vu2t Tembilahan serta kebutuhan akan sistem informasi yang dapat mendukung kegiatan operasional usaha. Penelitian dilakukan dengan mengamati langsung proses bisnis yang berjalan untuk mengetahui kendala yang muncul dalam pengelolaan data penjualan, pencatatan stok barang, transaksi pelanggan, dan proses promosi yang masih dilakukan secara manual. Selain observasi, wawancara juga dilakukan dengan pemilik usaha guna memperoleh informasi yang lebih detail terkait kebutuhan pengguna dan harapan terhadap sistem yang akan dikembangkan. Studi dokumentasi digunakan untuk memperoleh berbagai data pendukung seperti catatan transaksi, data produk, serta riwayat penjualan sebelumnya sebagai dasar analisis pengembangan sistem [6].

Metode pengembangan sistem yang digunakan untuk penelitian ini adalah *Rapid Application Development* (RAD) karena dapat mempercepat proses pembangunan sistem dengan melibatkan pengguna secara aktif [7].



Gambar 1. *Rapid Application Development*

Tahapan RAD terdiri dari (1) Requirement planning atau proses perencanaan kebutuhan, dalam tahap ini diketahui halapa saja yang menjadi kebutuhan system dengan mengidentifikasi suatu masalah, kebutuhan informasi dan kendala yang dihadapi sehingga dapat digunakan untuk menentukan tujuan, batasan masalah, batasan sistem dan juga alternatif pemecahan masalah. Pada tahap ini dilakukan identifikasi mengenai fitur, alur proses, hingga data apa saja yang diperlukan dalam sistem agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai [8], (2) Perancangan Sistem, di mana hasil analisis kebutuhan yang telah dikumpulkan diterjemahkan menjadi desain sistem yang lebih terstruktur. Perancangan sisteam menggunakan UML dengan Use case Diagram untuk Pembuatan prototype tampilan website dan alur transaksi. Proses ini bersifat interaktif sehingga apabila terdapat bagian yang belum sesuai keinginan pengguna, desain dapat direvisi tanpa mengubah kesepakatan awal yang telah dibuat bersama [9], (3) Tahapan terakhir adalah implementasi sistem, mencakup penilaian, yang disebut sistem evaluasi untuk menentukan apakah sistem akan beroperasi dengan baik dan sudah sesuai. Ketika sistem selesai dikembangkan, akan dilakukan pengujian internal untuk memastikan tidak terdapat kesalahan baik pada fungsi maupun tampilan antarmuka. Setelah itu barulah dilakukan uji coba bersama pengguna untuk mendapatkan validasi akhir bahwa sistem telah memenuhi kebutuhan dan siap untuk dioperasikan [10].

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilakukan secara offline yaitu mengunjungi UMKM Outlet Vu2t Tembilahan, dimana peserta dan pemateri dalam suatu ruang meeting dan melakukan pembelajaran secara bersama-sama. Dalam kegiatan pelatihan ini menggunakan metode ceramah, praktik dan penugasan. Selain itu, tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat juga memanfaatkan media sosial berupa Group Whatshap dalam kegiatan diskusi dan konsultasi terkait dengan materi yang diberikan. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada tanggal 9 – 14 Maret 2026, dengan total jam pelaksanaan per sesi sebanyak 3 jam. Kegiatan pelatihan sebanyak tiga kali pertemuan secara online dengan uraian kegiatan sebagai berikut:

Tabel 1. Uraian Kegiatan PKM

Tgl	Materi	Pemateri
9 Maret 2026	Teknik Foto Produk, Video Produk & Pembuatan logo usaha	Muh. Rasyid Ridha, M.Kom
11 Maret 2026	Membuat Website e-Commerce	Dwi Yuli Prasetyo, M.Kom
14 Maret 2026	Maintenance Website e-Commerce	Usman, M.Kom

Untuk menentukan peserta dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, maka tim PKM mempertimbangkan kepada beberapa hal, diantaranya: 1. Peserta pelatihan memiliki kemampuan dalam mengoperasikan smartphone dan laptop; 2. Peserta pelatihan telah memiliki

usaha atau memiliki produk untuk dijual secara online; 3. Bersedia mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat hingga selesai. Dari hasil seleksi diperoleh peserta Workshop e-Commerce UMKM Outlet Vu2t Tembilahan sebanyak 8 peserta. Peserta pelatihan juga mendapatkan e-book pelatihan yang dapat digunakan sebagai panduan dalam praktik pada UMKM Outlet Vu2t Tembilahan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan bantuan dari anggota lainnya, penulis berfokus pada peserta Workshop e-Commerce UMKM Outlet Vu2t Tembilahan untuk memberikan layanan ini. Menginspirasi individu-individu yang berprestasi untuk memulai bisnis mereka sendiri; meningkatkan pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi internet untuk strategi pemasaran yang efektif; dan mengusulkan ide-ide kreatif dan inovatif untuk sepenuhnya memanfaatkan potensi, seperti layanan pelanggan, pemasaran produk, teknologi internet, dan produk berkualitas premium. memberikan bimbingan dan pelatihan praktis kepada setiap peserta dalam memanfaatkan e-Commerce untuk memperluas cakupan pemasaran produk mereka.

Rincian kegiatan pengabdian diawali dengan melakukan:

1. Kegiatan PKM dimulai pada tanggal 9 Maret 2026, wawancara dilakukan dengan pemilik UMKM Outlet Vu2t Tembilahan, sebuah usaha kecil-menengah. Percakapan berkisar pada tantangan pemasaran, termasuk bertukar pikiran tentang ide dan pendekatan untuk meningkatkan penjualan online di Workshop e-Commerce UMKM Outlet Vu2t Tembilahan. Kegiatan pengabdian ini berlangsung pada tanggal 9 Maret 2025. Mahasiswa bersama tim PKM FTIK UNISI mengunjungi lokasi usaha UMKM di Kawasan Tengah Kota Tembilahan di UMKM Outlet Vu2t Tembilahan. Tim dan mahasiswa memberikan pemahaman mengenai prinsip dan metode internet marketing yang akan diterapkan, terlihat dalam Gambar 2



Gambar 2. Workshop e-Commerce UMKM Outlet Vu2t Tembilahan

2. Pendampingan dan Penggalan 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 Outlet Vu2t Tembilahan

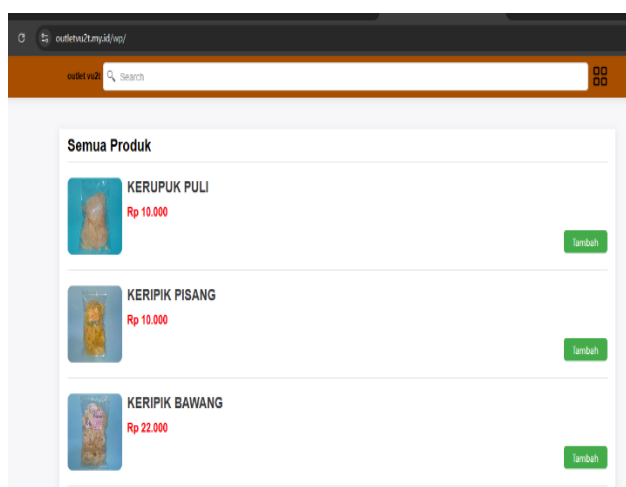
3. Pengembangan alat pemasaran digital: Fase awal membangun e-Commerce dan pemasaran online melibatkan penentuan masalah yang akan digunakan sebagai dasar untuk eksekusi. UMKM Outlet Vu2t Tembilahan membutuhkan sistem e-Commerce berbasis internet untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Interface e-Commerce yang mudah digunakan dirancang untuk memudahkan UMKM Outlet Vu2t Tembilahan dalam mengunggah gambar produk, menangani pesanan, memproses pembayaran, dan menghasilkan laporan keuangan. Solusi e-Commerce ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah pesanan untuk meningkatkan pendapatan penjualan bagi UMKM Outlet Vu2t Tembilahan.

Hasil Pelatihan selama PKM menunjukkan bahwa penerapan website e-commerce pada UMKM Outlet Vu2t memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan serta jangkauan pemasaran. Sebelum website diimplementasikan, transaksi hanya dilakukan secara langsung di toko sehingga jumlah penjualan sangat bergantung pada kunjungan fisik pelanggan. Data penjualan menunjukkan bahwa transaksi bulanan cenderung stagnan dan tidak mengalami peningkatan signifikan karena keterbatasan media promosi. Setelah website berbasis WordPress dengan tema FoodPress mulai digunakan sebagai media informasi dan pemesanan produk, jumlah pengunjung dan transaksi menunjukkan peningkatan yang stabil. Pelanggan dapat mengakses katalog produk, melihat informasi harga, dan melakukan pemesanan secara online tanpa harus datang langsung ke toko.

Dalam tahap pengembangan sistem, perancangan proses bisnis dilakukan menggunakan diagram UML untuk memastikan bahwa website yang dibangun sesuai dengan alur operasional

UMKM. Use case diagram menggambarkan hubungan antara pengguna seperti admin dan pelanggan dengan fungsi utama yang terdapat pada website, seperti melihat produk, memesan barang, mengelola stok, dan memproses pesanan.

Setelah website dioperasikan, analisis penjualan menunjukkan adanya peningkatan transaksi terutama pada produk oleh-oleh yang memiliki permintaan tinggi. Pelanggan dari luar daerah Tembilahan mulai melakukan pemesanan setelah menemukan website melalui pencarian daring, sehingga penggunaan website berhasil memperluas jangkauan pasar UMKM. Selain peningkatan jumlah transaksi, waktu pelayanan menjadi lebih efisien karena pelanggan tidak lagi harus menanyakan ketersediaan produk secara manual. Pemilik UMKM juga merasakan kemudahan dalam mengelola pesanan melalui dashboard admin yang disediakan WordPress, sehingga proses bisnis berjalan lebih terstruktur. Pengamatan terhadap aktivitas pengguna di website menunjukkan bahwa fitur informasi produk dan kemudahan pemesanan menjadi faktor utama meningkatnya minat pelanggan.



Gambar 4. Halaman utama website

Secara keseluruhan, hasil penelitian membuktikan bahwa penerapan website e-commerce yang dirancang menggunakan metode RAD dan didukung oleh pemodelan UML mampu meningkatkan efektivitas operasional dan penjualan pada Outlet Vu2t. Website tidak hanya berfungsi sebagai media transaksi tetapi juga sebagai alat promosi digital yang membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan adanya peningkatan transaksi setelah penerapan website, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi digital memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan usaha, sekaligus memperkuat posisi Outlet Vu2t dalam persaingan pasar oleh-oleh daerah.

Tabel 2. Penjualan Produk Sebelum Ada Website

NAMA PRODUK	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4
BASRENG PEDAS	8	10	11	8
KUE KACANG	9	9	10	8
CAKAR AYAM	8	7	7	9
KERUPUK NASI	7	8	9	12
KERUPUK SAGU	8	7	8	11
BASRENG ORI	8	7	7	13
KACANG ASAM	7	8	9	11
PEYEK	9	9	7	8

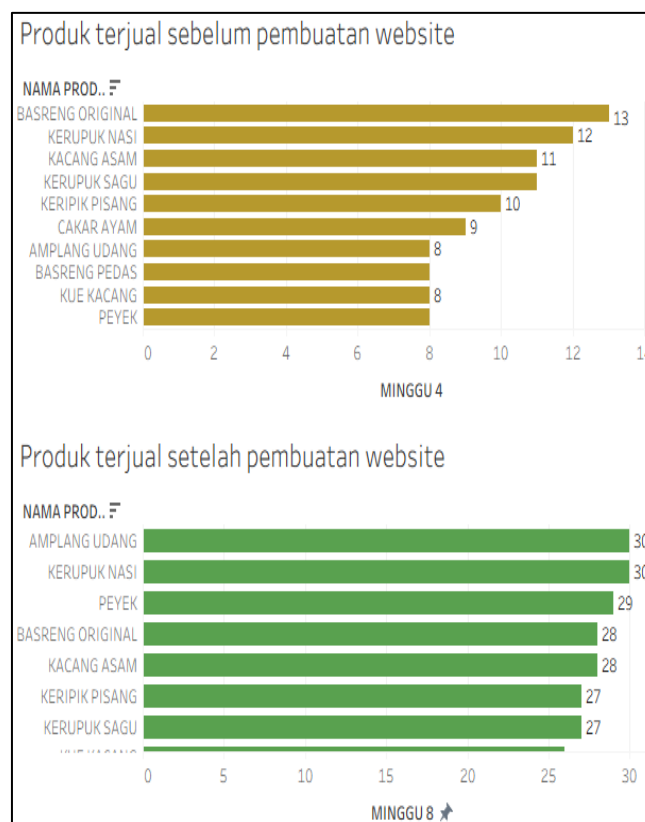
KERIPIK PISANG	9	8	8	10
AMPLANG UDANG	10	9	9	8

Tabel 2 diatas menampilkan produk oleh-oleh yang belum dijual secara online terjual dalam jangka waktu satu bulan dengan jumlah 7-13 produk terjual per minggu. Hal ini dikarenakan kurangnya promosi dan akses online bagi calon pelanggan dan pelanggan harus datang sendiri ke toko. Untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan jumlah penjualan UMKM outlet vu2t tembilahan perlu merancang sistem penjualan secara online salah satu solusinya yaitu pembuatan website E-Commerce.

Tabel 3. Penjualan Produk Setelah Ada Website

NAMA PRODUK	Minggu 5	Minggu 6	Minggu 7	Minggu 8
BASRENG PEDAS	11	13	15	25
KUE KACANG	13	16	14	26
CAKAR AYAM	11	14	15	22
KERUPUK NASI	14	13	18	30
KERUPUK SAGU	13	14	20	27
BASRENG ORI	14	15	21	28
KACANG ASAM	15	17	23	28
PEYEK	16	16	24	29
KERIPIK PISANG	12	15	24	27
AMPLANG UDANG	15	17	26	30

Tabel 3 diatas menampilkan data penjualan produk oleh-oleh setelah pembuatan website, produk terjual meningkat dikarenakan banyak pelanggan yang lebih memilih untuk memesan menggunakan website, tidak hanya mempermudah pemesan tetapi juga membantu proses pembukuan pemilik toko. Dengan adanya website, pelanggan hanya perlu memesan dari rumah dan tidak perlu pergi ke toko. Peningkatan penjualan terjadi secara bertahap dari minggu pertama hingga minggu ke-empat memiliki perbedaan yang cukup jauh, ini menunjukkan penggunaan website terhadap UMKM sangat berpengaruh.



Gambar 5. Diagram Sebelum dan Sesudah Penggunaan Website

Gambar 5 diatas adalah dua diagram yang membandingkan antara penjualan produk oleh-oleh sebelum adanya website di minggu 4 dengan setelah adanya website di minggu 8, minggu ke-8 adalah masa dimana website telah sempurna dikembangkan dan website sudah menyebar luas di berbagai tempat. Produk dengan jumlah terjual tertinggi sebelum adanya website adalah “Basreng Original” dengan total terjual 13 pcs. Setelah adanya sistem online produk yang paling banyak terjual adalah “Amplang Udang” dengan total terjual 30 pcs. Didukung oleh adanya akun sosial media, sponsor, dan pengiklanan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan website e-commerce berbasis WordPress pada Outlet Vu2t Tembilahan mampu memberikan solusi efektif terhadap kebutuhan pemasaran dan penjualan produk oleh-oleh secara daring. Website yang dibangun berhasil menampilkan katalog produk secara terstruktur, menyediakan fitur pemesanan online, serta mempermudah pelanggan dalam memperoleh informasi terkait produk. Implementasi WordPress dan plugin WooCommerce terbukti memudahkan proses pengelolaan produk dan pesanan bagi admin karena memiliki antarmuka yang sederhana dan mudah digunakan.

Selain itu, hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh fungsi utama pada website berjalan dengan baik tanpa kendala berarti, sehingga siap untuk digunakan sebagai media pendukung operasi penjualan. Penggunaan website ini juga berpotensi meningkatkan jangkauan

pemasaran, menarik minat pelanggan baru, serta mendukung UMKM dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Dengan demikian, Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini menegaskan bahwa penerapan e-commerce berbasis WordPress merupakan langkah strategis bagi Outlet Vu2t untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar secara lebih efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Alridhani and A. G. Persada, "Implementasi Media Sosial dan E-commerce untuk Meningkatkan Pemasaran Hasil Pertanian Sayur dan Peternakan (Studi Kasus: Desa Sumberejo)".
- [2] N. Fatmawati, A. Zunaidi, A. Y. Septiana, F. L. Maghfiroh, N. R. Pinkytama, and L. Y. Prihartini, "Meningkatkan daya saing usaha lokal melalui literasi dan pemanfaatan e-commerce," *JIPEMAS*, vol. 8, no. 2, pp. 375–390, Apr. 2025, doi: 10.33474/jipemas.v8i2.22691.
- [3] Y. Yerizal, "Meningkatkan Kapasitas Pemasaran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Pelatihan E-Commerce," *Jurnal Pengabdian Sosial*, vol. 1, no. 10, pp. 1638–1647, Aug. 2024, doi: 10.59837/xbv82238.
- [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] A. D. Evasari, Y. B. Utomo, and D. Ambarwati, "Pelatihan Dan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri," *CENDEKIA*, vol. 1, no. 2, p. 75, Dec. 2019, doi: 10.32503/cendekia.v1i2.603.
- [6] S. Rahayu, I. P. G. Diatmika, and I. Fitriani, "PELATIHAN DAN SOSIALISASI PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN UMKM DI KABUPATEN SUMBAWA".
- [7] A. Bashir, D. Susetyo, A. Hidayat, H. Hamira, and B. T. Aini, "Pelatihan E-commerce pada Industri Rumah Tangga di Desa Kerinjing, Kabupaten Ogan Ilir," *Sricommerce: J. of Sriwijaya Comm. Serv.*, vol. 1, no. 1, pp. 17–24, Sep. 2020, doi: 10.29259/jscs.v1i1.6.
- [8] N. N. Qisthani, A. Darmawan, E. Fauziah, and S. Hidayatuloh, "Pelatihan Strategi Pemasaran Berbasis E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah (IKM) Kerajinan Kemuning Di Tegal Jawa Tengah," *ijcosin*, vol. 1, no. 1, pp. 27–32, Aug. 2021, doi: 10.20895/ijcosin.v1i1.271.
- [9] N. N. Qisthani, A. Darmawan, E. Fauziah, and S. Hidayatuloh, "Pelatihan Strategi Pemasaran Berbasis E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah (IKM) Kerajinan Kemuning Di Tegal Jawa Tengah," *ijcosin*, vol. 1, no. 1, pp. 27–32, Aug. 2021, doi: 10.20895/ijcosin.v1i1.271.
- [10] T. Hariono, H. Ashoumi, H. Q. Tabiin, and M. K. Faizin, "PKM Pembuatan E-Commerce Desa Banjarsari," 2021.