



# SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER HANG TUAH PEKANBARU

Jl. Mustafa Sari No 5 Tangkerang Selatan | Telp. (0761) 7872494 Fax. (0761) 863646  
Email : stmikhtp@yahoo.co.id | website : www.stmikhtp.ac.id

## SURAT PERINTAH TUGAS

Nomor : 369/STMIK-HTP/XII/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua STMIK Hang Tuah Pekanbaru dengan ini memberi tugas kepada :

1. Yulisman, S.Kom, M.Kom
2. Rika Melyanti, S.Kom, M.TI
3. Anita Febriani, ST, M.TI
4. Yuda Irawan, S.Kom, M.TI
5. Refni Wahyuni, S.Kom, M.TI

Maksud dan Tujuan : Pelatihan Pembuatan Toko Online Bagi Mahasiswa STIKes Hang Tuah Pekanbaru”.

Waktu : Desember 2020 s/d Mei 2021 (6 Bulan)

Tempat : AMIK Tri Dharma Pekanbaru

Demikian Surat Perintah Tugas ini dibuat, terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya.

Pekanbaru, 16 Desember 2020

Ketua STMIK Hang Tuah Pekanbaru



**Hendry Ponda, S.Kom, M.Kom**  
No. Reg 10306109130

**LAPORAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**PELATIHAN PEMBUATAN TOKO ONLINE BAGI MAHASISWA  
STIKES HANG TUAH PEKANBARU**

Oleh :

**Yulisman, S.Kom., M.Kom/1009088302  
Yuda Irawan, S.Kom., M.TI/1016079101  
Refni Wahyuni, S.Kom, M.Ti/ 1027069101  
Anita Febriani, ST, M.TI/1020028703  
Rika Melyanti, S.Kom, M.Kom/1021058301**

**SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER (STMIK)  
HANG TUAH PEKANBARU  
2021**

**HALAMAN PENGESAHAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

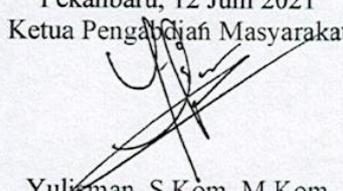
- |   |                                     |   |   |
|---|-------------------------------------|---|---|
| 1 | Judul PKM                           | : | Pelatihan Pembuatan Toko Online Bagi Mahasiswa STIKes Hang Tuah Pekanbaru                             |
| 2 | Nama Mitra Program PKM              | : | STIKes Hang Tuah Pekanbaru  |
| 3 | Ketua Tim Pengusul                  |   |   |
|   | a. Nama                             | : | Yulisman, S.Kom, M.Kom  |
|   | b. NIDN                             | : | 1009088302  |
|   | c. Jabatan/Golongan                 | : | Asisten Ahli  |
|   | d. Program Studi                    | : | Teknik Informatika  |
|   | e. Perguruan Tinggi                 | : | STMIK Hang Tuah Pekanbaru   |
|   | f. Bidang Keahlian                  | : | Ilmu Komputer   |
|   | g. Alamat Kantor/Telp/Faks/Surel    | : | Jl. Mustafa No. 5 Tangkerang Selatan Pekanbaru  |
| 4 | Anggota Tim Penyusul                |   |   |
|   | a. Jumlah Anggota                   | : | 4   |
|   | b. Nama Anggota I/bidang keahlian   | : | Yuda Irawan, S.Kom, M.TI/Ilmu Komputer  |
|   | c. Nama Anggota II/bidang keahlian  | : | Refni Wahyuni, S.Kom, M.TI/Ilmu Komputer  |
|   | d. Nama Anggota III/bidang keahlian | : | Anita Febriani, ST, M.TI/Ilmu Komputer  |
|   | e. Nama Anggota IV/bidang keahlian  | : | Rika Melyanti, S.Kom, M.Kom/Ilmu Komputer   |
|   | f. Alamat Kantor/Telp/Faks/surel    | : | Jl. Mustafa No 5 Tangkerang Selatan Pekanbaru   |
| 5 | Luaran yang dihasilkan              | : | Menambah pengetahuan dan wawasan bagi mahasiswa dalam membuat toko online dan pemasaran produk online |
| 6 | Jangka waktu Pelaksanaan            | : | 6 bulan   |
| 7 | Biaya Total                         | : | Rp 1.200.000,-  |
|   | - DIPA STMIK Hang Tuah Pekanbaru    | : | Rp 1.200.000,-  |

Mengetahui,  
Ketua STMIK Hang Tuah Pekanbaru



Hendry Fonda, S.Kom, M.Kom  
No. Reg: 1031230808001

Pekanbaru, 12 Juni 2021  
Ketua Pengabdian Masyarakat



Yulisman, S.Kom, M.Kom  
No. Reg: 10306109162

Menyetujui, <  
Ketua LPPM STMIK Hang Tuah Pekanbaru



Eka Sabna, M.Pd, M.Kom  
No. Reg: 1031230312195

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Perkembangan toko online melalui media internet sudah menjamur di Indonesia, bahkan sudah sangat dikenal baik oleh khalayak ramai. Banyaknya beragam kemudahan dalam berbelanja dan bermacam jenis produk dan jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat Indonesia menjadikan Toko Online sebagai salah satu “tempat berbelanja” baru selain pusat perbelanjaan. Hal ini membuat banyak penjual Toko Online yang berlomba – lomba menawarkan produknya dengan berbagai cara untuk menarik konsumen berbelanja, mereka memanfaatkan keadaan dimana Toko Online sedang saat diminati oleh masyarakat Indonesia sampai saat ini.

Menurut Arwiedya (2011), menjamurnya Toko Online membuka peluang usaha dalam bidang produk fashion di internet yang banyak membidik remaja sebagai konsumennya. Keunggulan bisnis Toko Online selain mudah dalam melakukan promosi, juga sangat efisien karena hanya membutuhkan biaya berlangganan internet untuk dapat menjalankan bisnisnya. Perkembangan bisnis melalui media internet semakin hari semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya pengguna internet di dunia terutama di Indonesia. Media internet telah menjadi salah satu sarana promosi produk yang memiliki prospek sangat baik saat ini, dimana melalui media internet penjual dapat menjangkau konsumen secara luas. Bahkan sekarang ini internet telah masuk ke berbagai pelosok negeri, masyarakat yang tinggal jauh dari kota pun dapat memanfaatkan fasilitas internet ini.

Kecenderungan masyarakat Indonesia untuk berbelanja melalui Toko Online, mengurangi tingkat kewaspadaan dalam melakukan transaksi jual beli. Terbukti dengan banyaknya kasus penipuan dengan modus Toko Online. Terutama disebabkan karena pembeli tidak dapat bertatap muka secara langsung dengan penjual, sehingga sistem kepercayaan menjadi modal utama dalam setiap transaksi jual beli online. Beberapa modus penipuan yang marak terjadi di Toko Online, misalnya penjual yang menghilang setelah pembeli melakukan pembayaran, barang yang dikirim tidak sesuai dengan yang dijanjikan atau tidak sesuai dengan gambar yang ada di Toko Online tersebut, dan sebagainya.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana membangun toko online
2. Bagaimana mengelola konten yang terdapat pada toko online

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penerapan

Adapun tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah bagaimana memperkenalkan dan membuka wawasan kepada mahasiswa tentang bagaimana mengelola toko online.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Definisi Penjualan

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba (Anonim1).

##### 2.1.1 Penjualan *Online*

Era perkembangan teknologi yang semakin pesat dewasa ini membuat persaingan bisnis dalam bidang apapun menjadi lebih variatif. Banyak metode bisnis yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk menarik pelanggan sebanyak-banyaknya. Mulai dari memberikan bonus, memasang iklan, membagikan brosur, dan pemesanan produk dan jasa melalui media elektronik seperti Internet.

Memasuki era globalisasi ini, banyak perusahaan yang menggunakan sistem penjualan *online* untuk mempermudah dalam pemesanan barang yang ditawarkan. Pembeli dapat melihat tampilan gambar dan rincian barang tanpa harus datang ke tempat penjual.

#### 2.2 *Electronic Commerce (E-commerce)*

##### 2.2.1 Pengertian *E-Commerce*

*E-commerce* pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan teknologi Internet. Jadi, sebagian proses dikomunikasikan dengan Internet (Ustandiyanto,2002,p11).

*E-commerce* menggambarkan proses membeli dan menjual lewat media digital (Turban,2004,p3).

##### 2.2.2 Jenis- Jenis *E-Commerce*

1. *Business to business (B2B)*, yaitu kegiatan bisnis yang terjadi antar perusahaan atau produsen;
2. *Business to consumer (B2C)*, yang terjadi pada pelelangan, perusahaan penjual jasa dan perusahaan retail online;
3. *Consumer to Business (C2B)*, yaitu kegiatan bisnis yang terjadi di antara

konsumen dan produsen;

4. *Government to Business* (G2B), yaitu kegiatan bisnis yang terjadi di antara pemerintah dan pengusaha;
5. *Government to Consumer* (G2C), yaitu kegiatan bisnis yang terjadi di antara pemerintah dan konsumen.

### 2.2.3 Kategori *E-Commerce*

*E-commerce* secara umum dapat dibagi menjadi 3 kategori yaitu (Whiteley, 2000, p4):

#### 1. *Electronic markets*

*Electronic markets* merupakan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk menampilkan berbagai penawaran yang tersedia dalam segmen pasar, sehingga pembeli dapat membandingkan harga (dan atribut lainnya) dari berbagai penawaran yang ada dan membuat keputusan. Contoh umum dari *electronic markets* ialah sistem pemesanan tiket pesawat terbang.

#### 2. EDI (*Electronic Data Interchange*)

EDI menyediakan sistem standar untuk pengkodean transaksi perdagangan sehingga mereka dapat dikomunikasikan secara langsung dari satu sistem komputer ke sistem komputer lainnya tanpa membutuhkan perintah tertulis, tagihan, penundaan dan kesalahan dalam penanganan media kertas. EDI digunakan oleh organisasi yang memakai transaksi biasa dalam jumlah besar. Salah satu sektor dimana EDI digunakan secara ekstensif adalah pertukaran di dalam supermarket yang menggunakan EDI untuk bertransaksi dengan *supplier* mereka.

#### 3. *Internet commerce*

Teknologi komunikasi dan informasi juga dapat digunakan untuk periklanan dan membuat satu kali penjualan dalam daerah produk dan jasa yang besar. *E-commerce* jenis ini dilambungkan dengan pemakaian Internet secara komersial. Internet dapat digunakan untuk pembelian buku yang dapat dikirimkan melalui pos atau pemesanan tiket yang dapat dilakukan oleh klien kapan saja mereka inginkan. Hal ini dapat ditandai dengan Internet bukan sebagai satu-satunya teknologi yang digunakan untuk pelayanan jenis ini dan ini bukan satu-satunya kegunaan Internet dalam *e-commerce*.

2.2.4 Keuntungan dan Kerugian *e-commerce*

Keuntungan *e-commerce* tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagi Konsumen : *harga lebih murah, belanja cukup pada satu tempat.*
2. Bagi Pengelola bisnis : *efisiensi, tanpa kesalahan, tepat waktu*
3. Bagi Manajemen : *peningkatan pendapatan, loyalitas pelanggan.*

Kerugian dari *e-commerce* adalah sebagai berikut :

1. Persoalan yang tidak biasa diselesaikan seperti nama domain, *copyright*, pajak dan biaya-biaya lainnya.
2. Kurangnya peraturan dari pemerintah nasional maupun internasional dan standar industri.
3. Banyak pembeli dan penjual yang menunggu *e-commerce* itu stabil sebelum mereka ikut berpartisipasi.
4. Persepsi bahwa *e-commerce* itu mahal dan tidak terjamin keamanannya.

No	Waktu	Kejelasan	Penyakit
1	08.04.08.10	Pembukaan	
2	08.10.08.30	Sambutan dari ketua Pengertian Masyarakat	
3	08.20.11.00	Angara (p) - Penyempitan waktu - Praktis - Efektif	
4	12.00.13.10	Istirahat	
5	13.00.14.00	Sesi ke 2 - Penyempitan materi ke 2 - Praktek - Efektif	

1.4 Metode Pelaksanaan

1.4.1 Substansi Yang Dibawakan

kegiatan pengabdian ini memberikan solusi terhadap masalah yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dengan cara memberikan pelatihan kepada mahasiswa STMIK MITR