



Penerapan E-Commerce Berbasis Web sebagai Media Peningkatan Penjualan Laptop pada Toko Maju Jaya Komputer

Sartika Dewi Purba¹, Maslan M.R Sihombing², Kamson Sirait³, Leliana Harahap⁴, Jonas Franky R Panggabean⁵

^{1,2,3,4} Akademi Informatika dan Komputer Medicom, Medan, Indonesia

⁵ Ilmu Komputer, IAKN, Tarutung, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Dikirim 5 Juli 2026

Direvisi 23 Juli 2026

Diterima 25 Juli 2026

Kata Kunci:

Digital;
E-commerce;
Efisiensi;
Informasi;
Pemesanan;
Sistem.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong pelaku usaha untuk mengadopsi sistem digital guna meningkatkan efektivitas pemasaran dan pengelolaan bisnis. Toko Maju Jaya Komputer masih menjalankan proses penjualan, promosi, pencatatan transaksi, dan pengelolaan stok secara konvensional sehingga kurang optimal dalam menjangkau pelanggan serta berpotensi menimbulkan kesalahan dalam pengelolaan data. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan menerapkan sistem e-commerce berbasis web sebagai media peningkatan penjualan sekaligus mendukung digitalisasi proses bisnis pada Toko Maju Jaya Komputer. Metode pelaksanaan meliputi observasi dan analisis kebutuhan, pengembangan sistem, pelatihan penggunaan, implementasi, pendampingan, serta evaluasi terhadap kemampuan pengguna dalam mengoperasikan sistem. Sistem yang dikembangkan menyediakan fitur katalog produk, pengelolaan data produk, pemesanan, transaksi, pengelolaan stok, dan laporan penjualan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sistem e-commerce berbasis web berhasil diimplementasikan dan dapat dimanfaatkan oleh pemilik serta karyawan untuk mendukung pengelolaan penjualan secara lebih efektif, efisien, dan terintegrasi. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan juga meningkatkan kemampuan pengguna dalam mengoperasikan sistem secara mandiri. Penerapan sistem ini diharapkan mampu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, mempercepat proses administrasi penjualan, serta meningkatkan daya saing dan produktivitas usaha di era digital.

This is an open access article under the [CC BY-NC](#) license.



Korespondensi:

Sartika Dewi Purba,
Manajemen Informatika,
Akademi Informatika dan Komputer Medicom,
Kawasan IPSC, Sukahati, Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, 16810, Indonesia
Sartika.dewi@gmail.com

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam sektor perdagangan dan bisnis. Transformasi digital mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi sebagai sarana meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pemasaran, serta memberikan pelayanan yang lebih cepat dan berkualitas kepada pelanggan. Salah satu bentuk implementasi transformasi digital yang banyak diterapkan adalah electronic commerce (e-commerce), yaitu sistem perdagangan elektronik yang memungkinkan proses promosi, transaksi, pembayaran, hingga penyampaian informasi produk dilakukan secara daring tanpa dibatasi

ruang dan waktu (Laudon & Traver, 2022). Pemanfaatan e-commerce tidak hanya meningkatkan aksesibilitas konsumen terhadap produk, tetapi juga membantu pelaku usaha dalam mengelola data penjualan secara lebih efektif dan akurat (Turban et al., 2018).

Digitalisasi melalui e-commerce menjadi semakin penting seiring dengan perubahan perilaku konsumen yang cenderung memilih berbelanja secara online. Kemudahan dalam memperoleh informasi produk, melakukan perbandingan harga, serta proses transaksi yang cepat menjadi faktor utama yang mendorong peningkatan penggunaan platform digital dalam kegiatan perdagangan. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap mampu bersaing di tengah meningkatnya kompetisi pasar. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penerapan e-commerce berkontribusi terhadap peningkatan efektivitas pemasaran, efisiensi operasional, serta pertumbuhan penjualan UMKM melalui perluasan akses pasar dan peningkatan kualitas layanan kepada pelanggan (Chaffey, 2022; Kotler et al., 2021).

Toko Maju Jaya Komputer merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang penjualan laptop, komputer, dan berbagai perangkat pendukung teknologi informasi. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan pemilik usaha, diketahui bahwa proses pemasaran masih mengandalkan penjualan langsung di toko serta promosi melalui media sosial. Informasi mengenai spesifikasi produk, harga, dan ketersediaan stok belum tersaji dalam suatu sistem yang terintegrasi sehingga pelanggan harus menghubungi penjual secara langsung untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Selain itu, proses pencatatan transaksi, pengelolaan stok barang, dan penyusunan laporan penjualan masih dilakukan secara manual. Kondisi tersebut berpotensi menyebabkan kesalahan pencatatan, keterlambatan penyusunan laporan, kesulitan dalam memantau persediaan barang, serta kurang optimalnya pelayanan kepada pelanggan.

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa mitra masih menghadapi keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung proses bisnisnya. Di sisi lain, meningkatnya persaingan usaha di bidang penjualan perangkat komputer menuntut adanya sistem yang mampu memberikan pelayanan secara cepat, akurat, dan mudah diakses oleh pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem e-commerce berbasis web yang mampu mengintegrasikan proses pemasaran, pengelolaan data produk, transaksi penjualan, manajemen stok, serta penyusunan laporan dalam satu platform. Sistem berbasis web dipilih karena mudah diakses menggunakan berbagai perangkat yang terhubung dengan internet sehingga dapat meningkatkan fleksibilitas pelayanan baik bagi pelanggan maupun pengelola usaha.

Sebagai bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada aspek Pengabdian kepada Masyarakat (PkM), tim pelaksana menawarkan solusi berupa penerapan sistem e-commerce berbasis web yang disertai dengan pelatihan dan pendampingan kepada pemilik serta karyawan Toko Maju Jaya Komputer. Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada penyediaan aplikasi, tetapi juga pada peningkatan kompetensi sumber daya manusia dalam mengoperasikan sistem sehingga keberlanjutan pemanfaatan teknologi dapat terjamin. Pendampingan dilakukan mulai dari pengelolaan data produk, pengelolaan transaksi, pengaturan stok barang, hingga penyusunan laporan penjualan secara digital.

Melalui kegiatan ini diharapkan Toko Maju Jaya Komputer mampu mengoptimalkan proses bisnisnya dengan memanfaatkan teknologi informasi secara efektif. Implementasi sistem e-commerce berbasis web diharapkan dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan penjualan, memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, mempercepat proses administrasi, serta meningkatkan daya saing usaha di era digital. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi salah satu contoh penerapan transformasi digital bagi usaha kecil yang ingin meningkatkan produktivitas dan kualitas layanan melalui pemanfaatan teknologi informasi.

2. Metode

2.1 Waktu dan Tempat Kegiatan

Waktu Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan judul "Penerapan E-Commerce Berbasis Web sebagai Media Peningkatan Penjualan Laptop pada Toko Maju Jaya Komputer" direncanakan dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan, yang meliputi :

Bulan	Kegiatan
Bulan I	Koordinasi dengan mitra, observasi, analisis kebutuhan, dan perancangan sistem e-commerce.
Bulan II	Pengembangan sistem e-commerce berbasis web, uji coba sistem, serta pelatihan penggunaan kepada pemilik dan karyawan toko.
Bulan III	Implementasi sistem, pendampingan penggunaan, monitoring, evaluasi, dan penyusunan laporan kegiatan.

Tempat Pelaksanaan:

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan di:

Nama Mitra : Toko Maju Jaya Komputer
 Alamat : Jl. Putri Merak Jingga No.176, Kesawan
 Kecamatan : Medan Barat
 Kabupaten/Kota : Medan
 Provinsi : Sumatera Utara

2.2 Sasaran Kegiatan

Sasaran kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan judul "Penerapan E-Commerce Berbasis Web sebagai Media Peningkatan Penjualan Laptop pada Toko Maju Jaya Komputer" adalah pemilik dan karyawan Toko Maju Jaya Komputer sebagai pengguna utama sistem e-commerce, serta pelanggan sebagai penerima manfaat dari peningkatan kualitas layanan penjualan.

2.3 Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan yang meliputi persiapan, pelaksanaan, pendampingan, dan evaluasi. Metode yang digunakan terdiri atas:

- Ceramah**
Penyampaian materi mengenai konsep e-commerce, manfaat sistem penjualan berbasis web, dan pengenalan fitur-fitur aplikasi.
- Praktik Langsung**
Peserta mempraktikkan penggunaan sistem, mulai dari login, mengelola data produk, memproses transaksi, hingga membuat laporan penjualan.
- Diskusi dan Tanya Jawab**
Memberikan kesempatan kepada peserta untuk menyampaikan pertanyaan, berdiskusi mengenai kendala yang dihadapi, serta memperoleh solusi dari tim pelaksana.
- Evaluasi**
Mengukur tingkat pemahaman peserta, kemampuan mengoperasikan sistem, serta kepuasan mitra terhadap implementasi e-commerce berbasis web.

2.4 Indikator Keberhasilan

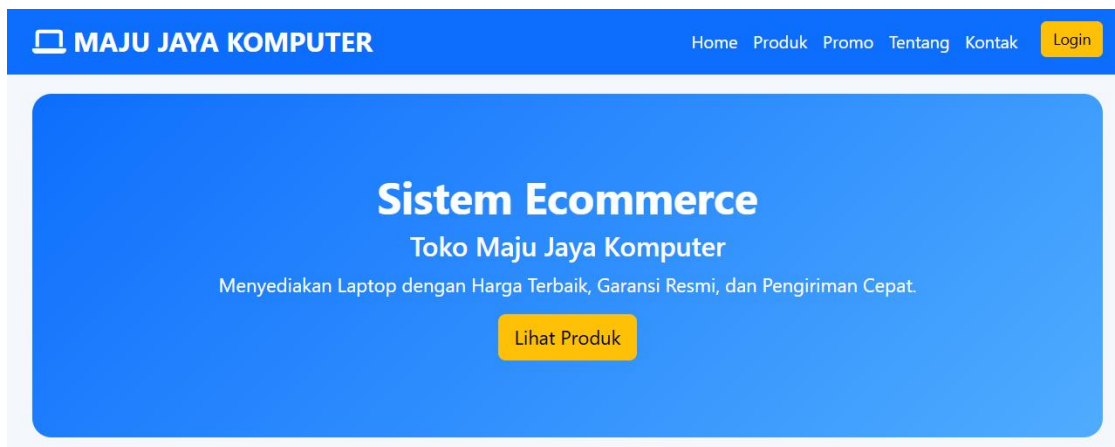
Indikator Keberhasilan dari penelitian ini adalah sistem e-commerce berbasis web berhasil diimplementasikan dan digunakan oleh mitra dan Minimal 87% peserta mampu mengoperasikan sistem secara mandiri serta Seluruh data produk dan transaksi telah dikelola melalui sistem.

2.5 Metode Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) serta mengetahui efektivitas penerapan E-Commerce Berbasis Web pada Toko Maju Jaya Komputer. Evaluasi dilaksanakan sebelum, selama, dan setelah kegiatan berlangsung.

3. Hasil

Melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini, diharapkan Toko Maju Jaya Komputer memiliki sistem e-commerce berbasis web yang dapat digunakan untuk mengelola penjualan, data produk, stok, dan transaksi secara lebih efektif dan efisien. Sistem ini diharapkan mampu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, serta mempermudah penyusunan laporan penjualan. Selain itu, pemilik dan karyawan diharapkan mampu mengoperasikan sistem secara mandiri setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan. Dengan demikian, penerapan e-commerce berbasis web dapat meningkatkan produktivitas, daya saing usaha, serta mendukung peningkatan penjualan pada Toko Maju Jaya Komputer.



Gambar 1. Menu utama

Gambar 2. Login admin

FORM INPUT PRODUK

Nama Produk

Masukkan Nama Produk

Kategori

== Pilih Kategori ==

Merk

== Pilih Merk ==

Harga

Masukkan Harga

Stok

Masukkan Jumlah Stok

Upload Gambar

Choose File

No file chosen

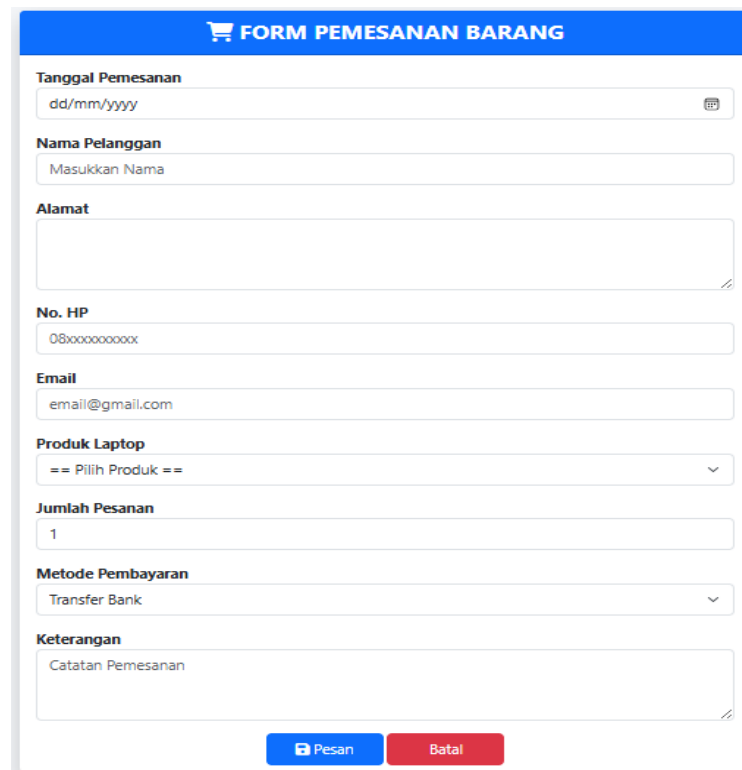
Deskripsi Produk

Masukkan Deskripsi Produk

Simpan

Batal

Gambar 3. Tambah Produk



Gambar 4. Pemesanan Barang

4. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) melalui penerapan e-commerce berbasis web pada Toko Maju Jaya Komputer memberikan solusi terhadap permasalahan pemasaran dan pengelolaan penjualan yang sebelumnya masih dilakukan secara konvensional. Sistem yang dikembangkan menyediakan fitur pengelolaan produk, pemesanan, transaksi, dan laporan penjualan secara terintegrasi sehingga mendukung proses bisnis yang lebih efektif dan efisien. Melalui pelatihan dan pendampingan, pemilik serta karyawan memperoleh pemahaman dan keterampilan dalam mengoperasikan sistem secara mandiri. Implementasi e-commerce diharapkan mampu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, mempermudah pengelolaan data dan penyusunan laporan, serta meningkatkan daya saing dan penjualan Toko Maju Jaya Komputer di era digital. Selain itu, kegiatan ini menjadi langkah awal dalam mendorong transformasi digital bagi usaha kecil dan menengah agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi.

Daftar Referensi

Angraini, D., Riady, Y., Putimasurai, P., Pratama, A., Sadria, A., & Rosmiati. (2024). Transformasi digital dalam meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Indonesia: Sebuah tinjauan sistematis. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 7(2), 130–145. <https://doi.org/10.24014/ekl.v7i2.33958>

- Arkhan, M. R., Putri, R. M. H., Gunawan, A. T. A., Kirandhis, A. O., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Strategi pengembangan bisnis digital UMKM melalui e-commerce. *Economics and Business Management Journal*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.66084/ebmj.v1i01.191>
- Chaffey, D. (2022). *Digital business and e-commerce management* (8th ed.). Pearson.
- Hidayat, W. H., & Kholik, N. (2024). Implikasi hukum atas perubahan bisnis UMKM: Strategi adaptasi era digital dan e-commerce di Indonesia. *Jurnal Analisis Hukum*, 7(1), 70–84.
- Juanda, B., Ahmad, F. S., & Nur'aeni, A. (2024). Akselerasi digitalisasi UMKM Indonesia melalui adopsi e-commerce: Analisis determinan sosio-ekonomi. IPB University.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2022). *E-commerce 2022–2023: Business, technology, society* (17th ed.). Pearson.
- Silviawati, S., Wibawa, E. S., Wardani, N. A., Wahyuning, S., & Noviana, I. (2024). Peran e-commerce dalam transformasi digital UMKM Indonesia: Sebuah kajian literatur. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*, 3(4). <https://doi.org/10.54066/jrime.v3i4.3551>
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. (2018). *Electronic commerce 2018: A managerial and social networks perspective* (9th ed.). Springer.
- Almtiri, Z. H. A., Miah, S. J., & Noman, N. (2021). Application of e-commerce technologies in accelerating the success of SME operation. arXiv.
- Alamsyah, A., Laksmiani, N., & Rahimi, L. A. (2021). A core of e-commerce customer experience based on conversational data using network text methodology. arXiv.
- Lestari, P. P., Rifana, S. P., & Amira, N. (2024). Pengaruh e-commerce terhadap generasi Z dalam mengembangkan digitalisasi UMKM. *Jurnal Media Akademik*, 2(12).
- Pradiani, T. (2020). Pengaruh sistem pemasaran digital terhadap peningkatan volume penjualan UMKM. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 14(1), 1–8.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran strategik* (5th ed.). Andi.
- Widnyani, N. M., & Suardana, I. B. R. (2021). Peran teknologi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 15–27.