Aptekmas
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 7, Nomor 4, (2024)
http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix
pp 91-95

SOSIALISASI DAN DISKUSI APLIKASI E-COMMERCE BERBASIS WEBSITE PADA PT. WARNA AGUNG KANTOR CABANG PALEMBANG

M Arief Rahman[1*], Putri Okta Amelia[2] , Meivi Kusnandar[3], Indra Satriadi[4]
[1,2,3,4] Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Sriwijaya

email: m.arief.rahman@polsri.ac.id

Abstract

The rapid development of science and technology (IPTEK) has transformed the business landscape, particularly with the emergence of e-commerce, which has changed the way transactions and marketing occur. This situation poses challenges for traditional companies like PT Warna Agung, Palembang Branch, in adapting to changing consumer behaviors that are shifting towards online shopping. To remain relevant and competitive, the company plans to launch a website-based e-commerce platform to provide a practical, convenient, and secure shopping experience for customers. Through this application, PT Warna Agung, Palembang Branch, hopes to enhance operational efficiency, expand market share, and improve customer satisfaction in the local business environment. Additionally, through community service outreach activities, the company aims to improve itself by gaining insights into their e-commerce application and receiving training and guidance to increase awareness and utilization of technology for online shopping through the implementation of this application's usage socialization.

Keywords: *e-commerce, Website, Warna Agung, Palembang*

Abstrak

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) yang pesat telah mengubah lanskap bisnis, terutama dengan munculnya e-commerce yang merubah cara transaksi dan pemasaran dilakukan. Kondisi ini menjadi tantangan bagi perusahaan tradisional seperti PT Warna Agung Cabang Palembang dalam menyesuaikan diri dengan perilaku konsumen yang semakin beralih ke belanja online. Untuk tetap relevan dan kompetitif, perusahaan berencana meluncurkan platform e-commerce berbasis website guna memberikan pengalaman belanja yang praktis, nyaman, dan aman bagi pelanggan. Melalui aplikasi ini, PT Warna Agung Cabang Palembang berharap dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan kepuasan pelanggan di lingkungan bisnis lokal. Selain itu, melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, perusahaan juga bertujuan untuk memperbaiki diri dengan memperoleh wawasan terkait aplikasi e-commerce mereka serta mendapatkan pelatihan dan bimbingan untuk meningkatkan kesadaran dan pemanfaatan teknologi dalam berbelanja online melalui sosialisasi penggunaan aplikasi ini.

Kata Kunci: *e-commerce, Website, Warna Agung, Palembang*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) pada saat ini telah maju dengan sangat pesat. Hal ini dibuktikan dengan kemajuan teknologi yang ada saat ini dimana untuk menghasilkan suatu teknologi baru tidak hanya membutuhkan modal tetapi juga sumber daya manusia yang memiliki potensi dan kualitas tinggi yang mampu berkompetisi dalam bidang IPTEK [1]. Karena perkembangan teknologi inilah yang kemudian berpengaruh pada banyaknya pengembangan dalam mengembangkan aplikasi-aplikasi baru yang berbasis website atau mobile. Selanjutnya aplikasi-aplikasi inilah yang akan membawa dampak dalam

Aptekmas
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Volume 7, Nomor 4, (2024)
http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix
pp 91-95

melakukan perubahan pada perusahaan atau instansi terutama dalam pengolahan data yang akan menjadi sebuah sistem informasi [2].

E-commerce telah merevolusi cara bertransaksi berbagai bisnis, seperti toko buku dan agen perjalanan. Fenomena ini terutama didorong oleh perubahan perilaku konsumen yang semakin beralih ke platform online untuk melakukan berbagai kegiatan, termasuk berbelanja [3]. Pertumbuhan e-commerce tidak hanya menguntungkan bagi konsumen yang dapat menikmati kemudahan belanja online, tetapi juga bagi pelaku bisnis yang mampu memanfaatkan potensi internet untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan membangun merek mereka secara online [4].

Menurut Mustajibah [5], perkembangan e-commerce yang begitu pesat di Indonesia mengakibatkan beberapa permasalahan terutama pada toko-toko atau retail besar yang masih menjual barang atau produk mereka secara langsung di toko. Peralihan minat masyarakat ini berdampak pada pemanfaatan platform online sebagai sarana untuk memasarkan produk dan layanan kepada konsumen yang lebih luas, termasuk di sektor industri yang mungkin tidak secara tradisional terkait dengan perdagangan elektronik. Salah satu sektor yang mulai memperhatikan potensi e-commerce adalah industri cat.

PT Warna Agung, sebagai salah satu perusahaan terkemuka di industri cat di Indonesia, telah lama dikenal dengan produk-produk cat berkualitas tinggi dan layanan yang baik. Namun, dengan semakin ketatnya persaingan di pasar dan perubahan perilaku konsumen yang semakin cenderung berbelanja secara online, PT Warna Agung perlu menyesuaikan strategi bisnisnya untuk tetap relevan dan kompetitif di era digital ini [6].

Dalam konteks ini, PT Warna Agung Kantor Cabang Palembang menyadari pentingnya mengeksplorasi potensi e-commerce sebagai tambahan strategi pemasaran dan penjualan mereka. Dengan meluncurkan platform e-commerce berbasis website, PT Warna Agung Kantor Cabang Palembang bertujuan untuk memberikan pengalaman berbelanja yang lebih praktis, nyaman, dan aman bagi pelanggan mereka [7]. Berdasarkan urgensi dan relevansi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan menerapkan aplikasi e-commerce berbasis website di PT Warna Agung Kantor Cabang Palembang. Dengan demikian, akan dianalisis bagaimana adopsi teknologi e-commerce dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan kepuasan pelanggan di lingkungan bisnis lokal [8].

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk membangun suatu Aplikasi E-Commerce Berbasis Website Pada PT. Warna Agung Kantor Cabang Palembang dan dilakukan sosialisasi beserta diskusi agar dapat memaksimalkan dalam penggunaan beserta implementasi pada aplikasi tersebut sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diberikan judul *Sosialisasi dan Diskusi Aplikasi E-Commerce Berbasis Website Pada PT. Warna Agung Kantor Cabang Palembang*.

2. IDENTIFIKASI MASALAH

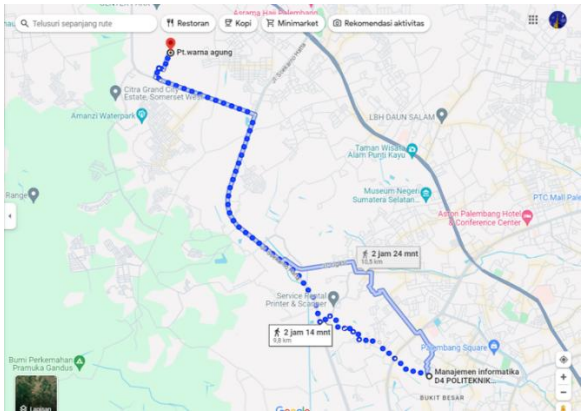
Berdasarkan pendahuluan diatas, ada beberapa permasalahan yang dapat dirumuskan antara lain:

1. Belum adanya *platform e-commerce* berbasis *website* yang memungkinkan PT Warna Agung Kantor Cabang Palembang untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan penjualan secara efektif.
2. Perubahan perilaku konsumen yang cenderung berbelanja secara *online* belum diimbangi dengan strategi pemasaran digital yang memadai oleh PT Warna Agung, sehingga mengurangi daya saing perusahaan di pasar.
3. Keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi informasi dan *e-commerce* oleh manajemen dan staf PT Warna Agung yang dapat menghambat proses operasional dan pengelolaan data penjualan.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan beserta permasalahan dan peluang pengembangan yang ada, maka kami ingin mengadakan pengabdian masyarakat

Volume 7, Nomor 4, (2024)
http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix
pp 91-95

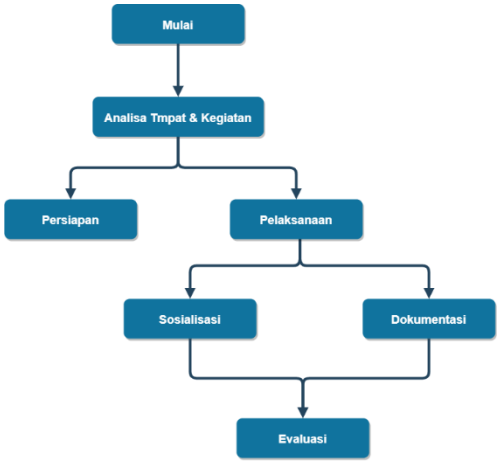
berupa Sosialisasi Dan Diskusi Aplikasi *E-Commerce* Berbasis *Website* Pada Pt. Warna Agung Kantor Cabang Palembang yang beralamatkan di Pergudangan, Talang Klp., Kec. Sukarami, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30961.



Gambar 1 Lokasi Pengabdian Masyarakat

3. METODELOGI PELAKSANAAN

3.1 Alur Kegiatan Sosialisi



Gambar 2. Rancangan Kegiatan

3.2 Analisa Tempat dan Kegiatan

1. Analisa Tempat
   Sosialisasi ini dilakukan di Pergudangan, Talang Klp., Kec. Sukarami, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30961. Kawasan ini dapat dibilang sebagai kawasan padat industri dan letaknya kurang terjangkau dari daerah perkotaan, sehingga kurang terjangkau konsumen umum.
2. Bentuk Kegiatan
   Kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh tim penelitian ini memiliki beberapa tahapan, tahapan-tahapan kegiatan tersebut berupa:
   a. Tahap Persiapan
      Pada tahapan ini dibentuk tim untuk penelitian, lalu dilakukannya analisis kebutuhan mitra dan perumusan solusi permasalahan yang dihadapi mitra.
   b. Tahap Pelaksanaan
      Pada tahap ini, tim melakukan kegiatan sosialisasi berupa pemaparan tentang kemudahan digitalisasi, demonstrasi dan penjelasan tentang penggunaan aplikasi *e-commerce* pada staf dan penjelasan mengenai penyimpanan data.
   c. Tahap Evaluasi
      Ini merupakan tahapan akhir dari kegiatan yang merupakan diskusi atau proses tanya jawab dari hasil pemaparan materi yang diberikan antara pihak mitra dan tim peneliti.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

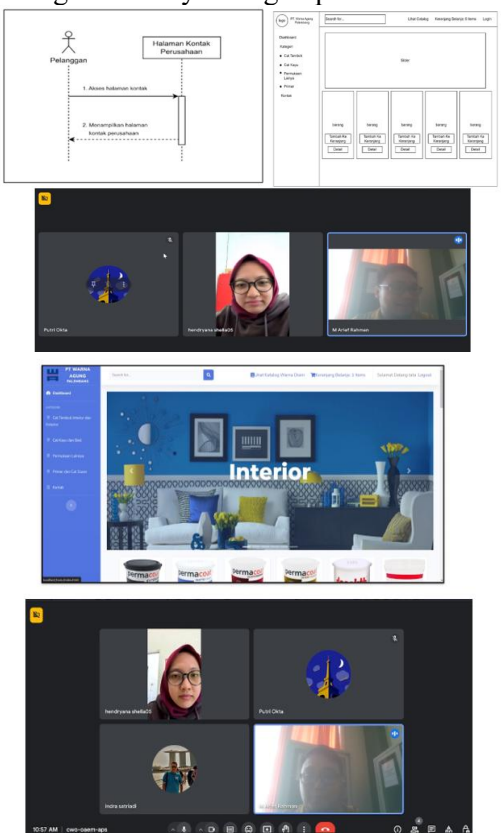
Kegiatan pengabdian ini menghasilkan desain *web e-commerce* untuk penjualan PT Warna Agung. Desain ini bertujuan untuk memberikan platform yang praktis dan efisien bagi pelanggan untuk menjelajahi berbagai produk cat yang ditawarkan. Proses pengembangan dimulai dengan diskusi awal antara tim pengabdian dan pihak PT Warna Agung Kota Palembang, yang mencakup pemaparan mengenai kebutuhan dan tujuan dari aplikasi *e-commerce* yang akan dibangun.

Selama diskusi, peserta yang terdiri dari staf PT Warna Agung menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap topik yang dibahas. Kami memberikan penjelasan mendalam mengenai pentingnya memiliki platform *online* dalam menjangkau pelanggan yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi penjualan. Ilustrasi gambaran *website e-commerce* juga ditampilkan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana aplikasi ini akan berfungsi dan tampil di platform digital.

Diskusi berlangsung dengan sangat interaktif, di mana staf PT Warna Agung sangat kooperatif dan aktif bertanya mengenai

Volume 7, Nomor 4, (2024)
http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix
pp 91-95

berbagai aspek desain dan implementasi aplikasi. Rasa ingin tahu yang tinggi dari peserta menunjukkan komitmen mereka untuk memahami dan mengelola aplikasi *e-commerce* ini. Melalui kegiatan ini, diharapkan PT Warna Agung dapat lebih siap dalam mengadopsi teknologi *e-commerce* dan meningkatkan daya saing di pasar.



Gambar 3 Pelaksanaan Sosialisasi dan Diskusi

Gambar 3 diatas menunjukkan pelaksanaan sosialisasi dan diskusi mengenai aplikasi e-commerce berbasis website di PT Warna Agung Kantor Cabang Palembang. Kegiatan ini dihadiri oleh tim peneliti dan staf PT Warna Agung yang terlihat antusias mengikuti jalannya sosialisasi. Tim peneliti memaparkan materi terkait pentingnya digitalisasi dalam pemasaran serta demonstrasi penggunaan aplikasi e-commerce yang telah dikembangkan. Diskusi berlangsung interaktif, dengan peserta yang aktif bertanya mengenai berbagai fitur dan manfaat platform tersebut. Antusiasme ini menunjukkan keseriusan PT Warna Agung dalam mengadopsi teknologi untuk meningkatkan penjualan dan efisiensi operasional mereka.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian ini, dapat disimpulkan bahwa pihak PT Warna Agung Kota Palembang merasa terbantu dengan adanya desain web e-commerce yang dikembangkan oleh tim peneliti. Desain ini diharapkan dapat mempermudah PT Warna Agung dalam mengelola penjualan dan memberikan pengalaman belanja yang lebih efisien bagi pelanggan. Diskusi yang dilakukan bersama mitra juga menunjukkan antusiasme dan kesiapan pihak PT Warna Agung untuk mengadopsi platform e-commerce ini demi meningkatkan daya saing dan pelayanan kepada pelanggan

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Sriwijaya atas dukungan pendanaan yang memungkinkan terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan lancar

Ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada pihak Puskesmas Alang – Alang Lebar atas kerjasamanya yang luar biasa, serta seluruh tenagakesehatan yang dengan antusias mengikuti kegiatan ini

7. REFERENSI

[1] Amalia, R., & Huda, N. (2020). Implementasi Sistem Informasi Pelayanan Kesehatan Pada Klinik Smart Medica. Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer), 9(3), 332-338.

[2] S. Nugroho, "Pengembangan aplikasi berbasis web untuk pengolahan data pada instansi pemerintah," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Teknologi Informasi*, vol. 4, no. 1, pp. 77–84, 2022.

[3] M. Kurniawan and A. Puspitasari, "Tren e-commerce dan perubahan perilaku konsumen di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, vol. 3, no. 2, pp. 101–110, 2020.

Volume 7, Nomor 4, (2024)
http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix
pp 91-95

[4] R. Astuti and B. Pratama, "Strategi pemanfaatan e-commerce dalam meningkatkan daya saing UMKM," *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Inovasi Bisnis*, vol. 5, no. 3, pp. 221–229, 2021.

[5] Mustajibah, "Dampak perkembangan e-commerce terhadap sektor retail di Indonesia," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, vol. 6, no. 1, pp. 55–64, 2021.

[6] T. Suryani and D. Rachmawati, "Analisis strategi perusahaan cat dalam menghadapi persaingan pasar digital," *Jurnal Teknologi Industri dan Bisnis*, vol. 8, no. 2, pp. 134–142, 2022.

[7] A. Widodo, "Implementasi e-commerce berbasis website untuk mendukung pemasaran produk industri," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Teknologi Informasi*, vol. 5, no. 2, pp. 145–152, 2023.

[8] R. Fadilah and H. Santoso, "Penerapan aplikasi e-commerce dalam meningkatkan kepuasan pelanggan," *Jurnal Sistem Informasi dan Pengabdian Masyarakat*, vol. 7, no. 1, pp. 89–96, 2023.