

Development of e-commerce applications to increase sales turnover of agricultural products for Ibnu Al Mubarak Islamic Boarding School Pekanbaru

Guntoro✉, Lisnawita, Anto Ariyanto

Universitas Lancang Kuning, Pekanbaru, Indonesia

✉ guntoro@unilak.ac.id

🌐 <https://doi.org/10.31603/ce.7839>

Abstract

E-commerce is an internet-based technology that can be used to market products widely. Ibnu Al-Mubarak Islamic Boarding School is one of the agro-tourism boarding schools that has many products in the fields of agriculture, animal husbandry, and SMEs. However, in order to support economic independence, the range of product marketing is still limited. This service activity resulted in the Al-Mubarak Farm E-Commerce application. With this application, Al-Mubarak Islamic Boarding School Pekanbaru is able to increase promotion and sales turnover of agricultural products.

Keywords: *E-commerce; Islamic boarding school; Internet technology; Sales turnover*

Pengembangan aplikasi e-commerce untuk meningkatkan omset penjualan produk pertanian bagi Pesantren Ibnu Al Mubarak Pekanbaru

Abstrak

E-commerce merupakan teknologi berbasis internet yang dapat digunakan untuk memasarkan produk secara luas. Pondok Pesantren Ibnu Al-Mubarak merupakan salah satu pesantren agrowisata yang memiliki banyak produk di bidang pertanian, peternakan, dan UKM. Namun demikian, guna mendukung kemandirian secara ekonomi, jangkauan pemasaran produknya masih terbatas. Kegiatan pengabdian ini menghasilkan aplikasi e-commerce Al-Mubarak Farm. Dengan adanya aplikasi tersebut, Pondok Pesantren Al-Mubarak Pekanbaru mampu meningkatkan promosi maupun omset penjualan produk pertaniannya.

Kata Kunci: *E-commerce; Pondok pesantren; Teknologi internet; Omset penjualan*

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah mengubah gaya hidup maupun pemasaran dalam beberapa dekade ini. Metode komunikasi pemasaran yang sering kali digunakan adalah secara tradisional atau konvensional. Namun saat ini dapat terintegrasi secara digital (Nosieli & Agus, 2020). Kegiatan pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi internet sering disebut dengan teknologi e-commerce (Samsiana et al., 2020). Dengan adanya teknologi ini, para produsen dapat secara intensif memasarkan produknya, sehingga dapat meningkatkan omset penjualannya (Hidayah et al., 2019).

E-commerce merupakan teknologi yang menjadi kebutuhan mendasar setiap organisasi yang bergerak di bidang perdagangan (Irawan, 2019). *E-commerce* merupakan cara bagi konsumen untuk dapat membeli barang yang diinginkan dengan memanfaatkan teknologi internet (Febrilia et al., 2017; Sukmasetya et al., 2020). Pemanfaatan teknologi *e-commerce* dapat dirasakan oleh konsumen (*business to consumer*) maupun oleh pelaku bisnis (*business to business*) (Marjuni et al., 2015; Mumtahana et al., 2017).

Pondok Pesantren Al-Mubarak merupakan salah satu pesantren agrowisata yang terletak di Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru Riau. Pondok pesantren ini sudah beroperasi sekitar 3 tahun yang lalu. Namun seiring berjalannya waktu, pondok pesantren ini tidak hanya bergerak dalam bidang pendidikan, tetapi juga dalam bidang pertanian, peternakan, ukm dan lain-lain. Tujuan dari pengembangan bidang-bidang tersebut tidak lain untuk meningkatkan perekonomian bagi pesantren maupun masyarakat sekitar. Berikut ini adalah kondisi produk pertanian Pondok Pesantren Al-Mubarak Kota Pekanbaru yang tersaji pada Gambar 1.



Gambar 1. Kondisi produk pertanian di Pesantren Ibnu Al-Mubarak

Berdasarkan hasil diskusi dengan pemilik pondok pesantren, bahwa produk-produk yang ada hanya dijual kepada masyarakat sekitar, padahal dapat dipasarkan secara luas, sehingga dapat meningkatkan omset maupun kesejahteraan bagi pondok pesantren. Untuk meningkatkan omset penjualan, pada pengabdian ini kami akan mengembangkan sebuah sistem *e-commerce* bagi pondok pesantren Al-Mubarak. Dengan pengembangan sistem ini maka dapat memasarkan produknya secara luas.

2. Metode

Kegiatan pengabdian diawali dengan observasi lapangan dengan cara mengunjungi Pondok Pesantren Ibnu Al-Mubarak Pekanbaru. Hasil observasi dan wawancara yang diperoleh adalah pengelolaan manajemen penjualan masih manual serta belum adanya media *e-commerce* untuk memasarkan produknya. Kondisi inilah yang menjadi pertimbangan untuk melakukan pendampingan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Selanjutnya tim melakukan telaah pustaka untuk menjadi acuan materi yang digunakan selama kegiatan pengabdian. Kemudian memilih materi yang tepat agar benar-benar sesuai harapan Pondok Pesantren Ibnu Al-Mubarak Pekanbaru.

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan *Forum Group Discussion* (FGD). Adapun untuk kegiatan ini dilaksanakan melalui dua tahapan, yaitu pertama penyampaian materi secara teoritis tentang sistem manajemen penjualan dan pemasaran *online* menggunakan

e-commerce, dan yang kedua yaitu simulasi sistem manajemen penjualan, foto produk, membuat konten, promosi di media sosial serta menerima orderan.

3. Hasil dan Pembahasan

Adapun hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat dalam pengembangan aplikasi *e-commerce* yaitu sebagai berikut

3.1. Observasi mitra

Diskusi dengan pemilik Pondok Pesantren Ibnu Al-Mubarak Pekanbaru dimaksudkan untuk menggali kebutuhan produk apa saja yang akan dipasarkan secara online sebagaimana yang terlihat pada [Gambar 2](#). Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada mitra yaitu Pondok Pesantren Ibnu Al-Mubarak mengenai cara pemasaran produk yang efektif dan meningkatkan pemahaman UMKM khususnya mitra akan pentingnya strategi penjualan dengan *e-commerce*. Program pengabdian kepada masyarakat ini juga bertujuan untuk membantu dalam peningkatan kualitas produk dengan adanya kemasan yang terbaru seperti terlihat pada [Gambar 3](#) dan pengolahan data penjualan yang sudah terkomputerisasi.



Gambar 2. Kegiatan observasi dan diskusi



Gambar 3. Produk Al-Mubarak Farm

3.2. Forum Group Discussion (FGD)

Tahap selanjutnya setelah observasi adalah melakukan FGD dengan para pakar di bidang pertanian maupun IT. Kegiatan ini dimaksudkan untuk menggali bagaimana cara menghitung harga jual produk dan teknologi apa saja yang akan dikembangkan nantinya. Adapun kegiatannya terlihat pada [Gambar 4](#).



Gambar 4. Kegiatan FGD pengembangan aplikasi *e-commerce* Al-Mubarak Farm

3.3. Hasil Pengembangan Aplikasi E-Commerce Al-Mubarak Farm

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil mengembangkan *e-commerce* bagi Pondok Pesantren Al-Mubarak Pekanbaru yang dapat diakses pada link www.almubarakfarm.com. Tampilan *e-commerce* seperti yang terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Tampilan aplikasi Al-Mubarak farm

Terdapat beberapa fitur yang terdapat pada aplikasi *e-commerce* Al-Mubarak Farm diantaranya adalah:

- Profil. Merupakan fitur yang menampilkan visi dan misi, sejarah, pimpinan pesantren, struktur organisasi dan majelis guru.
- Kategori produk. Merupakan fitur yang menampilkan kategori produk seperti sayuran, makanan, buah-buahan, pupuk dan pakan. Seperti yang terlihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Kategori produk

- c. Cek ongkir. Merupakan fitur yang digunakan untuk pengecekan biaya ongkos kirim produk.
- d. Cek resi. Merupakan fitur yang digunakan untuk melakukan pengecekan produk yang telah dikirimkan melalui no resi.
- e. Konfirmasi pembayaran. Merupakan fitur yang digunakan untuk melakukan konfirmasi pembayaran oleh pembeli produk.

Berdasarkan hasil implementasi aplikasi *e-commerce* terdapat peningkatan penjualan terhadap produk Pondok Pesantren Ibnu Al-Mubarak. Dalam uji kelayakan sistem aplikasi didapatkan hasil bahwa tingkat penjualan produk Pondok Pesantren Ibnu Al-Mubarak mengalami peningkatan yang signifikan. Peningkatan ini diketahui dengan meningkatnya jumlah permintaan oleh konsumen terhadap produk-produk yang dihasilkan. Berdasarkan peningkatan itu bisa dinyatakan bahwa pemanfaatan aplikasi *e-commerce* memiliki dampak baik bagi peningkatan pemasaran produk-produk Pondok Pesantren Ibnu Al-Mubarak Pekanbaru.

4. Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang penulis lakukan di Pondok Pesantren Ibnu Al-Mubarak Pekanbaru, pengembangan aplikasi *e-commerce* membantu pihak Pondok Pesantren Ibnu Al-Mubarak untuk mempromosikan produknya secara online. Dengan mempertimbangkan pentingnya pemutakhiran konten dari aplikasi *e-commerce*, penulis menyediakan fasilitas sistem manajemen konten, yang dapat dipergunakan oleh web admin untuk melakukan perubahan berbagai jenis konten yang tampil di website, sehingga pengunjung akan selalu mendapatkan informasi terbaru ketika mengunjungi website. Dengan adanya aplikasi *e-commerce* ini juga dapat meningkatkan penjualan produk-produk Pondok Pesantren Al-Mubarak Pekanbaru.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kemendikbudristek RI yang telah memberi dukungan finansial terhadap pengabdian dalam Skema Kemitraan Masyarakat.

Daftar Pustaka

- Febrilia, I., Nasution, H., & Handarini, D. (2017). Pelatihan Penggunaan Jejaring Sosial Instagram Dalam Memasarkan Barang pada Ibu-Ibu PKK di Kelurahan Rawamangun Jakarta Timur. *Sarwahita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 14(02), 108-113. <https://doi.org/10.21009/sarwahita.142.04>
- Hidayah, D. U., Ayu, D., Utami, B., & Yunita, I. R. (2019). Pelatihan Penjualan Online Untuk Masyarakat. *Abdimas Altruus: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 31-37.
- Irawan, Y. (2019). Aplikasi E-Commerce Untuk Pemasaran Kerajinan Tangan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Riau Menggunakan Teknik Dropshipping. *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology*, 7(1), 13-20.
- Marjuni, A., Syukur, A., & Hastuti, K. (2015). Model Pendampingan Pengembangan E-Commerce bagi UKM. *CITEE UGM*, 49-53.

- Mumtahana, H. A., Nita, S., & Tito, A. W. (2017). Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. *Khazanah Informatika*, 3(1), 6-15.
- Nosiel, & Agus, I. (2020). E-Commerce Pada UMKM Desa Wiralaga di Mesuji. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian 2020*, 115-121.
- Samsiana, S., Herlawati, Nidaul Khasanah, F., Trias Handayanto, R., Setyowati Srie Gunarti, A., Irwan Raharja, Maimunah, & Benrahman. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 51-62. <https://doi.org/10.31599/jstpm.v1i1.255>
- Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran Global untuk Meningkatkan Penjualan Produksi pada Home Industry. *Community Empowerment*, 05(02), 28-35. <https://doi.org/10.4324/9781315175737>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License