JACS (Journal of Applied Comunity Service)
https://ejournal.gws-tech.id/index.php/jacs
Vol. 1, No. 1, 2025, Hal. 14-21

DIGITALISASI PENJUALAN TANAMAN MELALUI PEMBUATAN E-COMMERCE BERBASIS WEBSITE UNTUK UMKM

DIGITALISATION OF PLANT SALES THROUGH THE DEVELOPMENT OF A WEBSITE-BASED E-COMMERCE PLATFORM FOR UMKM

Nissa Zahra Zhafirah[1*], Wildan Haifan Jadid[2], Abdel Muwaffaq Nouri [3] , Mohammad Rizqi Yanuarta [4] , Taufiq Abidin [5]
[1,2,3,4,5]D4 Teknik Informatika, Universitas Harkat Negeri, Indonesia
nissazahra.212@gmail.com, boyblaco77@gmail.com, abdellmuwaffaq@gmail.com, yantaaa0@gmail.com, taufiq.abidin@harkatnegeri.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: UMKM Rumah Hijau Nursery masih mengandalkan metode promosi dan penjualan konvensional sehingga jangkauan pasar terbatas dan kurang adaptif terhadap perkembangan digital. Kegiatan pengabdian ini bertujuan mendukung digitalisasi penjualan melalui pengembangan website e-commerce serta meningkatkan kapasitas mitra dalam pemanfaatan teknologi digital. Metode pelaksanaan meliputi survei kebutuhan, pembuatan produk, pelatihan, dan evaluas. Pelatihan difokuskan pada pengelolaan website dan pemanfaatan fitur penjualan daring, sedangkan evaluasi dilakukan melalui observasi dan diskusi pasca kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa website e-commerce mampu meningkatkan efektivitas promosi dan pengelolaan produk secara digital. Selain itu, terjadi peningkatan hardskill mitra dalam pengelolaan website sebesar 70% serta peningkatan softskill berupa kesiapan dan kepercayaan diri dalam mengadopsi teknologi digital sebesar 65%. Capaian ini menunjukkan bahwa pengabdian berkontribusi positif terhadap penguatan kapasitas dan daya saing UMKM.

Kata Kunci: *UMKM; digitalisasi; e-commerce; website; pengabdian masyarakat*

Abstract: *Rumah Hijau Nursery MSMEs still relies on conventional promotion and sales methods, resulting in limited market reach and low adaptability to digital developments. This community service activity aimed to support sales digitalization through the development of an e-commerce website and to enhance the partner's capacity in utilizing digital technology. The implementation methods included needs assessment, product development, training, and evaluation. The training focused on website management and the use of online sales features, while the evaluation was conducted through observation and post-activity discussions. The results indicate that the e-commerce website improved the effectiveness of digital promotion and product management. Furthermore, the partner's hard skills in website management increased by 70%, while soft skills related to readiness and confidence in adopting digital technology increased by 65%. These outcomes demonstrate that the activity contributed positively to strengthening the capacity and competitiveness of MSMEs.*

Keywords: *Micro Small and Medium Enterprise; e-commerce; website; community service*

Article History:
Received: 18-12-2025
Revised : 19-12-2025
Accepted: 19-12-2025
Online : 19-12-2025

This is an open access article under the CC–BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Pemanfaatan platform digital untuk menyediakan informasi mengalami pertumbuhan pesat, terutama dalam pola penjualan yang saat ini bergeser dari sistem konvensional ke arah digitalisasi. Perkembangan teknologi yang semakin mudah digunakan dan penetrasi internet secara global menyebabkan bisnis *e-commerce* berkembang secara pesat (Rosidah & Harefa, 2023). Adanya platform *e-commerce* membantu para pelaku usaha dapat memperjualkan barangnya secara *online* atau secara jarak jauh. Selain itu, peran e-commerce yang maksimal dapat memperluas akses pasar pada pelaku UMKM dalam meningkatkan pendapatan (Kamil & Miranda, 2024). Meskipun telah banyak UMKM yang berhasil mengembangkan bisnis dengan memanfaatkan teknologi digital, tetapi masih lebih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan bisnisnya (Ni Putu Novy Candra Dewi1, 2023). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha milik perorangan atau badan usaha yang berdiri secara mandiri dengan kriteria permodalan dan skala usaha sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan (Aftitah et al., 2025). Tantangan yang dialami bagi para pelaku UMKM yang belum menerapkan digitalisasi penjualan atau pemakaian E-Commerce diantaranya kurangnya wawasan dan adaptasi terhadap perkembangan dunia digital dan tidak memiliki SDM potensial yang bisa masuk dunia digital (Ilyas & Hartono, 2023).

Salah satu contohnya adalah UMKM yang berfokus dalam penjualan tanaman di Kabupaten Brebes, Jawa Tengah masih mengandalkan promosi tradisional seperti penjualan langsung, dari mulut ke mulut, dan pameran lokal, sehingga jangkauan pasarnya terbatas. Pola pemasaran konvensional tersebut umum dijumpai pada UMKM dan dinilai kurang efektif dalam menjangkau konsumen secara luas di era digital (Karinda & Azizah, 2023). Di tengah perubahan perilaku masyarakat yang kini lebih memilih transaksi online serta meningkatnya penggunaan e-commerce oleh pelaku usaha, metode pemasaran konvensional milik mitra menjadi kurang relevan dan tidak mampu mengikuti dinamika pasar digital (Bungsu et al., 2021). Kondisi ini menyebabkan mitra berpotensi tertinggal dalam persaingan, sulit memperluas pasar, dan kurang optimal dalam memanfaatkan peluang ekonomi digital. Oleh karena itu, pengabdian diperlukan untuk membantu mitra bertransformasi melalui strategi pemasaran digital yang lebih efektif, efisien, dan mampu memperluas jangkauan konsumen.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi dan penggunaan platform berbasis web mampu menjadi solusi efektif bagi UMKM dalam mengatasi keterbatasan pemasaran tradisional dan memperluas jangkauan pasar. Yang pertama adalah UMKM Daksastore yang memasarkan produk melalui website penjualan atau e-commerce; teknologi pencatatan dan penjualan berbasis aplikasi web menggunakan UML, PHP, dan MySQL terbukti mendorong peningkatan pasar digital

karena masyarakat kini banyak berbelanja via internet. Sistem tersebut memudahkan penjualan produk dan memungkinkan konsumen membeli tanpa harus datang langsung (Rohman et al., 2022).

Yang kedua adalah solusi UMKM Go Digital berbasis website untuk UMKM Keluarga Khatulistiwa di Pontianak. Penelitian ini menghasilkan sebuah website yang memudahkan UMKM untuk mempromosikan produk mereka, menerima pesanan, dan berkomunikasi dengan pelanggan. Integrasi fitur-fitur seperti e-commerce, informasi produk. Pembuatan sistem dalam penelitian ini dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP framework Laravel, dilengkapi dengan CSS PHP MyAdmin sebagai basis datanya, menggunakan aplikasi XAMPP sebagai server untuk mengelola data pada database. Hasil implementasi diharapkan dapat meningkatnya jumlah pesanan dan interaksi pelanggan. Dengan menggunakan platform digital, UMKM Keluarga Khatulistiwa dapat bersaing secara lebih efektif di pasar modern yang semakin terdigitalisasi (Saputra et al., 2024).

Yang ketiga adalah sebuah platform perdagangan elektronik (*e-commerce*) bernama MudokuFood untuk membantu UMKM di pasar wilayah Kabupaten Indragiri Hilir. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, yang dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian. Kesimpulan dari penelitian ini adalah website E-Commerce UMKM Mudokufood Tembilahan dapat membantu memperluas pemasaran barang-barang makanan sekaligus juga mudah diakses bagi masyarakat Tembilahan. Website *e-commerce* UMKM Mudokufood Tembilahan ini dapat mempermudah pemesanan, pemilihan produk, dan informasi lainnya bagi pelanggan (Prasetyo et al., 2022).

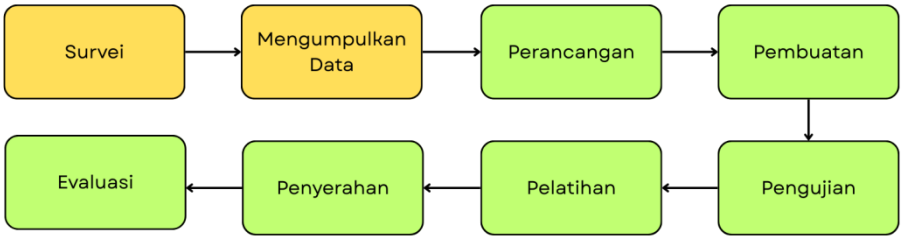
Berdasarkan permasalahan mitra dan temuan penelitian sebelumnya, solusi yang ditawarkan dalam pengabdian ini adalah pengembangan dan pendampingan pemanfaatan website pemasaran berbasis *e-commerce* bagi mitra, meliputi pembuatan sistem informasi penjualan, integrasi katalog produk, fitur pemesanan online, serta pelatihan pengelolaan konten digital agar mitra mampu mengoperasikan sistem secara mandiri. Melalui solusi ini, pengabdian bertujuan untuk membantu mitra meningkatkan visibilitas usahanya di ranah digital, memperluas jangkauan pasar, mempermudah transaksi penjualan, serta meningkatkan daya saing UMKM di tengah ekosistem bisnis yang semakin terdigitalisasi. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat berkontribusi langsung pada penguatan kapasitas digital mitra dan mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat dilaksanakan melalui keterlibatan empat mahasiswa sebagai pelaksana utama dengan satu dosen bertindak sebagai pendamping akademik untuk memastikan ketepatan proses dan capain kompetensi. Metode pelaksanaan memadukan beberapa

pendekatan, yaitu survei kebutuhan, pembuatan produk, pelatihan, serta evaluasi. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa solusi yang dikembangkan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan mitra.

Mitra kegiatan ini adalah Rumah Hijau Nursery yang berlokasi di Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. UMKM ini telah memfokuskan pada sektor penjualan berbagai jenis tanaman, mulai dari tanaman hias, buah, hingga tanaman penghijauan. Rumah Hijau Nursery hanya memiliki dua karyawan saja dan ruang lingkup penjualan di dalam kota. Pemilihan mitra didasarkan pada kebutuhan UMKM terhadap digitalisasi sistem penjualan dan pemasaran untuk memperluas jangkauan pasar.



Gambar 1. Alur Metode Pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat

Alur pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini disusun secara sistematis mulai dari tahap awal hingga evaluasi akhir, sebagaimana ditunjukan pada Gambar 1. Tahapan kegiatan diawali dengan survei dan pengumpulan data untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra, dilanjutkan dengan perancangan dan pembuatan produk berupa website *e-commerce*. Produk yang telah dikembangkan kemudian melalui tahap pengujian sebelum digunakan oleh mitra. Selanjutnya, dilakukan pelatihan kepada mitra untuk memastikan pemanfaatan sistem berjalan optimal, diakhiri dengan penyerahan produk dan evaluasi guna menilai efektivitas pelaksanaan kegiatan secara keseluruhan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan rangkaian kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat menghasilkan capaian yang sejalan dengan metode pelaksanaan yang telah dirumuskan sebelumnya.

1. Survei Mitra

Tahap awal kegiatan difokuskan pada survei mitra untuk mengidentifikasi kondisi awal mitra serta permasalahan yang dihadapi dalam proses penjualan dan pemasaran produk. Kegiatan ini dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara dengan pemilik UMKM Rumah Hijau Nursery. Hasil survei menunjukkan bahwa proses penjualan masih dilakukan secara konvensional dan belum didukung oleh sistem digital yang terintegrasi, sehingga jangkauan pemasaran menjadi terbatas.

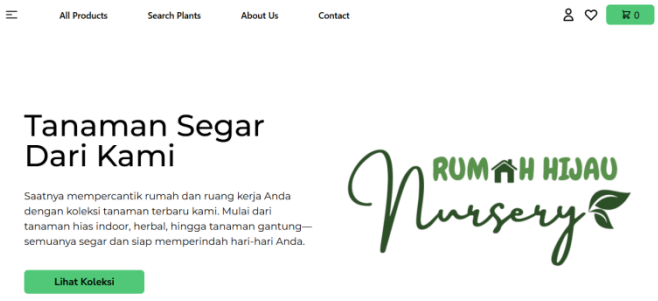
2. **Pengumpulan Data**
   Proses pengumpulan data meliputi pendataan jenis produk tanaman, harga, stok, serta dokumentasi visual yang akan digunakan sebagai konten website.



Gambar 2. Survei Mitra dan Pengumpulan Data

   Dokumentasi kegiatan survei dan pengumpulan data ditunjukkan pada Gambar 2. Data yang diperoleh pada tahap ini menjadi dasar dalam perancangan sistem *e-commerce* yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik usaha mitra.

3. **Perancangan dan Pembuatan Website**
   Tahap perancangan dan pembuatan website e-commerce dilakukan dengan mengimplementasikan arsitektur MERN (MongoDB, Express.js, React.js, dan Node.js) untuk mendukung pengembangan sistem yang efisien dan terstruktur. Setelah desain diterapkan ke dalam antarmuka React, website menyertakan beberapa fitur utama seperti halaman daftar produk, detail produk, sistem keranjang belanja, checkout, serta halaman login dan dashboard admin. Selain itu, konten dinamis seperti manajemen produk, status pesanan, dan data pengguna juga telah diintegrasikan melalui backend Express dan database MongoDB, menjadikan aplikasi ini fungsional dan siap digunakan oleh mitra.



Gambar 3. Tampilan Halaman Utama Website

   Tampilan halaman utama (homepage) website *e-commerce* Rumah Hijau Nursery dirancang dengan antarmuka yang sederhana dan informatif untuk memudahkan pengguna dalam mengakses informasi produk dan navigasi sistem. Homepage menampilkan katalog produk unggulan, menu navigasi, serta elemen visual pendukung yang mencerminkan identitas usaha, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3.

4. **Pengujian**
   Setelah website selesai dikembangkan, dilakukan pengujian sistem untuk memastikan seluruh fitur berjalan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan mitra. Pengujian mencakup fungsi tampilan, proses

pemesanan, serta pengelolaan data melalui halaman admin. Hasil pengujian menunjukkan bahwa sistem dapat berfungsi dengan baik dan siap digunakan oleh mitra.

5. **Pelatihan**
   Pelatihan ini bertujuan agar pemilik dapat mengelola website dengan baik, termasuk dalam menambah produk, memantau pesanan, dan menggunakan fitur-fitur yang tersedia. Dokumentasi kegiatan pelatihan ditampilkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Pelatihan Menggunakan Website

6. **Penyerahan Produk**
   Dilakukan penyerahan produk secara resmi agar website dapat dikelola secara mandiri oleh mitra sebagai sarana penjualan dan promosi digital, seperti pada Gambar 5.



Gambar 5. Penyerahan Produk kepada Mitra

   Proses serah terima dilakukan secara resmi dengan penandatanganan surat serah terima oleh pemilik Rumah Hijau dan dosen pembimbing.

7. **Evaluasi**
   Evaluasi dilakukan untuk mengevaluasi kinerja dan keberhasilan website yang telah dibuat serta untuk mengidentifikasi area yang perlu perbaikan atau pengembangan lebih lanjut. Hasil evaluasi menunjukakan adanya peningkatan pemahaman mitra dalam mengelola penjualan secara digital. Berdasarkan hasil diskusi pasca kegiatan, mitra menyatakan bahwa penggunaan website e-commerce mempermudah proses promosi dan pengelolaan produk. Secara umum, terdapat peningkatan kesiapan mitra sebesar 70% dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung aktivitas usaha dibandingkan sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengadian Pada Masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM Rumah Hijau Nursery berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Website yang dikembangkan mampu menyediakan informasi produk secara lengkap dan mudah diakses, sehingga mempermudah calon pelanggan dalam memperoleh referensi terkait jenis tanaman dan ketersedian produk. Selain itu, pelaksanaan pelatihan dan pendampingan memberikan dampak positif terhadap peningkatan hardskill mitra dalam pengelolaan website sebesar 70%, serta peningkatan softskill berupa kesiapan dan kepercayaan diri dalam mengadopsi teknologi digital sebesar 65%, yang mendukung keberlanjutan pengelolaan platform secara mandiri.

Untuk mengoptimalkan pemanfaatan website *e-commerce* yang telah dikembangkan, disarankan agar pengelola UMKM Rumah Hijau Nursery melakukan pembaruan konten secara berkala, meliputi informasi produk, harga, stok, promosi, serta konten edukatif terkait perawatan tanaman. Kegiatan pengabdian selanjutnya juga dapat dikembangkan pada bidang lain, seperti manajemen keuangan digital atau analisis data penjualan, guna mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih diucapkan kepada Program Studi D4 Teknik Informatika Universitas Harkat Negeri yang sudah memungkinkan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dapat diselenggarakan dengan baik. Serta, UMKM Rumah Hijau Nursery yang sudah berkenan turut berpartisipasi aktif sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Aftitah, F. N., K, J. L., Hasanah, K., Lailatul, N., Bina, U., & Informatika, S. (2025). *Pengaruh UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023 Pemerintah mendukung UMKM melalui program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), meskipun penyalurannya tahun 2023 belum memenuhi target . UMKM kini terus*. *3*, 32–43.

Bungsu, A. R., Wardhanie, A. P., & Wahyuningtyas, N. (2021). *Rancang Bangun Aplikasi E Commerce Berbasis Website Pada UMKM Batu Cincin Mandiri Surabaya 3)*. *10*(4), 1–8.

Ilyas, R., & Hartono, R. (2023). *Digitalisasi UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi Digitalisasi UMKM*.

Kamil, I., & Miranda, T. (2024). *LITERATURE REVIEW PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP UMKM PADA ERA NEW NORMAL*. *1*(1), 35–43.

Karinda, I. I., & Azizah, N. (2023). *MEMBANGUN STRATEGI PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING PADA UMKMSEBLAK KEKINIAN (SEBLAX)*. *2*(2), 97–111.

Ni Putu Novy Candra Dewi1, D. A. D. N. (2023). *PENTINGNYA PENERAPAN E-COMMERCE BAGI UMKMSEBAGAI SALAH SATU BENTUK PEMASARAN DIGITALDALAM MENGHADAPI REVOLUSI INDUSTRI 4.0*. *1*(3), 566–577.

Prasetyo, D. Y., Yunita, F., Bindas, A., Abdullah, & Samsudin. (2022). *PELATIHAN DAN PEMBUATAN WEBSITE E-COMMERCE PADA UMKM MUDOKUFOOD TEMBILAHAN*. *3*(2), 626–637.

Rohman, A., Julianti, M. R., & Amri, M. (2022). *Implementasi E-Commerce Berbasis Web Dalam Memudahkan Penjualan Pada UMKM Daktastore*. *1*(2).

Rosidah, & Harefa, H. Y. (2023). *PENERAPAN E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA*

TRANSFORMASI DIGITAL DI KOTA MAKASSAR. *13*(1), 414–426.

Saputra, D., Iqbal, M., & Handayani, K. (2024). (2024). *DESAIN DAN IMPLEMENTASI UMKM GO DIGITAL BERBASIS WEBSITE UNTUK UMKM KELUARGA KHATULISTIWA PONTIANAK*. *6*(1), 90–97.