



Implementasi Dan Pelatihan E-Commerce Berbasis *Content Management System* (CMS) Bagi Pengusaha Tas

Pratomo Setiaji *¹, Putri Kurnia Handayani ², Arif Setiawan ³

^{1,2,3} Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Muria Kudus, Indonesia

E-mail: pratomo.setiaji@umk.ac.id¹, putri.kurnia@umk.ac.id², arif.setiawan@umk.ac.id³

Abstract

Kudus Regency is the smallest regency in Central Java, covering an area of 42,516 hectares and divided into nine districts. Kudus is an industrial and commercial region, where these sectors are able to absorb a significant amount of labor and contribute greatly to the Regional Gross Domestic Product (RGDP). The entrepreneurial spirit of the people is recognized as tenacious, as evidenced by the local saying "jigang" (combining religious study and trade), which reflects the character of a people who prioritize both economic pursuits and seeking knowledge. The region's potential lies in tourism, local culture, and unique handicrafts, particularly bags and culinary specialties, all of which are Kudus Regency's flagship products.

A challenge faced by the bag industry is the limited marketing reach. The objective of this community service program is to expand the business and enhance the skills of bag artisans by leveraging the advancements of information and communication technology. Specifically, this program aims to address this issue through the implementation of an e-commerce platform based on a Content Management System (CMS) for bag products. The specific target is to improve the skills of bag artisans in utilizing and leveraging e-commerce information technology based on a Content Management System (CMS) to optimize promotion and marketing through online marketing media based on e-commerce.

The method employed in this community service program involves the implementation and training of e-commerce based on a Content Management System (CMS), as well as conducting training sessions for bag entrepreneurs..

Keywords: *Bags, Content Management System, E-commerce*

Abstrak

Kabupaten Kudus merupakan kabupaten terkecil di Jawa Tengah dengan luas wilayah mencapai 42.516 Ha yang terbagi dalam 9 kecamatan. Kudus merupakan daerah industri dan perdagangan, dimana sektor ini mampu menyerap banyak tenaga kerja dan memberikan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Jiwa dan semangat wirausaha masyarakat diakui ulet, semboyan jigang (ngaji dagang) yang dimiliki masyarakat mengungkapkan karakter dimana disamping menjalankan usaha ekonomi juga mengutamakan mencari ilmu. Potensi wisata, budaya setempat, kerajinan khas terutama kerajinan Tas dan kuliner, semua adalah produk unggulan kabupaten kudus.

Kendala yang muncul dalam industri Tas ini adalah area pemasaran yang masih belum luas. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah meluaskan usaha dan meningkatkan kemampuan para pengrajin industri Tas dengan adanya kemajuan ipteks permasalahan tersebut bisa diatasi menggunakan Ecommerce berbasis Content Management System (CMS) untuk produksi Tas yang akan dipasarkan, Dengan Target khususnya yaitu meningkatkan ketrampilan para pengrajin Tas dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi e-commerce berbasis Content Management System (CMS) untuk optimalisasi promosi dan pemasaran melalui penggunaan media pemasaran online berbasis e-commerce

Metode yang dipakai dalam program pengabdian ini adalah melakukan implemetasi serta pelatihan Ecommerce berbasis Content Management System (CMS) dan melakukan pelatihan yang dilakukan oleh pengusaha Tas.

Kata kunci: *Tas, Content Management System, Ecommerce*

©JPSITECH: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Sistem Informasi dan Teknologi 20xx Some Allrights reserved



1. PENDAHULUAN

Industri kerajinan tas merupakan salah satu industri kreatif yang berkontribusi besar terhadap tingkat pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini terbukti dari perkembangan sektor kerajinan tas di Kudus, yang selama lima tahun terakhir kontrak dagang mengalami pertumbuhan positif sebesar 2,8%. Hal ini sejalan dengan peningkatan ekspor produk kerajinan tas selama lima tahun terakhir yang tumbuh sebesar 4,6%. Pada tahun 2013, total ekspor produk kerajinan tas di Kudus mencapai USD 1,1 juta dengan negara tujuan ekspor utama ke Arab Saudi, Dubai dan Malaysia. Pembangunan industri tas sebagai upaya untuk meningkatkan nilai tambah, ditujukan untuk memperluas lapangan kerja dan kesempatan usaha, menyediakan produk tas yang bermutu dengan harga yang bersaing baik di pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri.

Usaha Kecil Menengah (UKM) tas tergabung dalam klaster industri kerajinan tas. Dua klaster industri tas terbesar berada di kecamatan Jati meliputi tiga desa yaitu Loram, Jepang Pakis, dan Jati serta Kecamatan Gebog meliputi desa Pedurenan dan Peganjaran. Tas merupakan suatu produk kontinuitas kultural yang terus dikembangkan dan dilestarikan serta telah menjadi salah satu sektor ekonomi unggulan Kabupaten Kudus yang mampu memberikan kontribusi besar dalam pembukaan lapangan kerja.

Namun pandemic Covid-19 turut mempengaruhi pasar tas secara nasional. Penurunan jumlah penjualan membuat pengusaha tas berusaha tetap bertahan di tengah pandemic. Pengusaha tas berusaha untuk tetap memproduksi tas dan tidak mengurangi jumlah karyawan di saat kondisi ekonomi yang sulit. Pengusaha berusaha mencari cara agar penjualan tas kembali stabil.

Content Management System (CMS) merupakan sebuah sistem berbasis bahasa pemrograman HTML yang memberikan kemudahan kepada pengguna dalam mengelola dan mengupdate sebuah website dinamis. CMS relatif mudah digunakan walaupun pengguna belum ada bekal teknis tentang pemrograman. Fitur-fitur yang terdapat pada CMS juga sangat bervariasi, mulai dari manajemen layout, fitur pencarian, editing berita, foto, produk dan lain sebagainya. Dewasa ini telah banyak industri yang memanfaatkan teknologi CMS dan *software as a services* (SaaS) sebagai alat untuk memudahkan aplikasi bisnisnya, dengan teknologi ini biaya dapat dibuat sangat minim dan meningkatkan kualitas operasional dalam industri yang mana berakibat inovasi meningkat dengan mudah cepat serta murah. (Loukis dkk., 2019)

E-commerce berbasis CMS dapat digunakan sebagai salah satu solusi untuk permasalahan yang dihadapi pengusaha tas di tengah pandemic Covid-19. Kemudahan penggunaan serta perawatan serta jangkauan e-commerce yang luas diharapkan dapat kembali memulihkan pangsa pasar tas secara nasional maupun global. Penyempurnaan desain *Software-as-a-Service* (SaaS) terus ditingkatkan. Tujuan dari penyedia cloud adalah untuk mengurangi biaya dengan menjaga kualitas layanan dan efisiensi, yang merupakan topik terpenting dalam teknologi cloud dan biaya dapat dikurangi hingga 40% per jam (Liao dkk., 2017).

2. METODE

Kegiatan Implementasi dan pelatihan E-Commerce berbasis *Content Management System* (CMS) dilakukan dengan bekerjasama dengan UMKM kerajinan Tas Kudus, kegiatan yang dilaksanakan melalui mengetahui permasalahan dan Solusinya menyoroti tantangan yang dihadapi oleh para pengrajin tas di Kabupaten Kudus, yaitu keterbatasan jangkauan pasar yang masih terpusat di sekitar wilayah Pati dan Jawa Tengah. Untuk mengatasi permasalahan ini, dibuat sebuah solusi inovatif, yakni pemanfaatan teknologi e-commerce. Dengan memberikan pelatihan mengenai penggunaan Content Management



System (CMS) kepada para pengrajin, diharapkan mereka dapat mengembangkan kemampuan dalam memasarkan produknya secara online. Pelatihan ini tidak hanya sebatas pengenalan, namun juga mencakup pendampingan yang intensif agar para pengrajin mampu memanfaatkan platform e-commerce secara efektif. Tujuan akhir dari solusi ini adalah untuk memperluas pasar produk tas khas Kudus, meningkatkan pendapatan para pengrajin, serta memperkenalkan produk lokal ke kancah yang lebih luas.

Ciri-ciri sistem informasi dijelaskan (Lahmidani & Beqqali, 2014) dengan membuat pendekatan baru berdasarkan permasalahan pelanggan, sistem yang dibuat merupakan masalah nyata yang dialami oleh masyarakat sehingga arus logistik menjadi optimal. Pelaksanaan program ini terbagi menjadi tiga tahap utama yang akan dilaksanakan dalam kurun waktu tiga bulan. Pada tahap pertama, fokus utama adalah pada persiapan awal. Kegiatan yang dilakukan meliputi koordinasi dengan mitra, yaitu industri tas Elva Jaya, pengumpulan data yang relevan, serta sosialisasi program kepada mitra. Hal ini bertujuan untuk membangun pemahaman bersama dan kesiapan mitra dalam mengikuti program.

Memasuki tahap kedua, program akan memasuki fase implementasi teknologi. Pelatihan penggunaan internet akan diberikan kepada para pekerja di industri tas sebagai bekal untuk melakukan promosi dan penjualan produk secara online. Selain itu, tahap ini juga akan melibatkan pembangunan dan penerapan platform e-commerce berbasis Content Management System (CMS). Platform ini akan menjadi sarana utama bagi industri tas untuk memasarkan produknya secara lebih luas. Fase implementasi teknologi akan menjaga kemungkinan proses pemulihan sistem di perusahaan yang terjadi jika kejadian yang tidak terduga dan membuat sistem kritis yang dapat mempengaruhi *Recovery Time Effort* (RTE) dapat dilakukan dengan langkah-langkah yang dijelaskan dalam *Business Continuity Plan*, masalah yang merupakan Pertimbangan yang sangat penting salah satunya memperhitungkan bagaimana memperkirakan deviasi yang dibutuhkan dalam suatu waktu dibandingkan dari pemulihan waktu saat awal yang telah direncanakan oleh sebuah fungsi dalam bisnis. Pemodelan yang dikembangkan merupakan dasar teori *Risk Management Risk Composite Index* (Podaras, 2014).

Pada tahap akhir, program akan berfokus pada keberlanjutan. Pelatihan manajemen pengelolaan website dan maintenance akan diberikan kepada mitra. Hal ini bertujuan agar mitra mampu mengelola dan mengembangkan platform e-commerce yang telah dibangun secara mandiri setelah program selesai. Dengan demikian, diharapkan platform e-commerce ini dapat terus digunakan untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar produk tas Elva Jaya.

Secara keseluruhan, rencana pelaksanaan program ini dirancang secara sistematis untuk membantu industri dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing bisnisnya. Mulai dari persiapan awal, implementasi teknologi, hingga upaya untuk memastikan keberlanjutan, setiap tahap memiliki peran yang penting dalam mencapai tujuan program. *Content Management System* berbasis *Software as a services* (SaaS) di suatu perusahaan menjadi topik yang menarik untuk mengukur kinerja perusahaan dan kemampuan dalam menggunakan suatu aplikasi (Rodrigues dkk., 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan memerlukan perencanaan yang baik karena penggunaan sistem yang akan diterapkan akan di pakai tidak hanya dalam jangka pendek saja tetapi akan digunakan dengan jangka panjang, perancangan yang baik tentunya akan mempengaruhi proses dan hasil yang akan menjadi tujuan utamanya yang berkaitan dengan sistem informasi, yang didalamnya ada terdapat perancangan baik itu database maupun desain input, proses dan output yang mana sistem tersebut harus bisa dipakai oleh pengguna dengan baik, perubahan sistem secara tiba – tiba dan banyak akan menimbulkan banyak faktor.

Selama implementasi, pemantauan dan pengevaluasian sistem harus dilaksanakan secara terus menerus hal ini disebabkan karena memungkinkan adanya perubahan dan penyesuaian dari pengguna jika sistem diharapkan bisa berjalan dengan baik dan bisa berkesinambungan. Kunci utama dalam pengembangan sistem adalah fleksibilitasnya karena dalam sistem yang berjalan bisa terjadi perubahan yang cukup banyak atau sedikit tergantung dari kebutuhan penggunanya.

3.1 Desain

Permasalahan yang telah dikumpulkan melalui observasi dan pengamatan ditemukan beberapa permasalahan yang terkait dengan perencanaan sistem yang berkaitan dengan pemasaran pisau diantaranya adalah:

1. Produk yang dikelola oleh para pengrajin yang selama ini dilaksanakan masih bersifat lokal daerah dan terbatas dalam wilayah Jawa Tengah dengan demikian diperlukan sebuah metode dalam memasarkan produknya menjadi lebih luas
2. Mengelola banyaknya order yang datang dari luar daerah masih sangat sulit
3. Kurangnya pemasaran di daerah potensial karena tidak ada agen di daerah yang memiliki potensi dalam penjualan produk

3.2 Identifikasi Kebutuhan Informasi

Permasalahan dari observasi yang telah dikumpulkan dapat disimpulkan untuk mendapatkan solusi permasalahan tersebut perlu adanya sebuah sistem informasi yang dapat menjangkau dan melayani pembeli dan tidak terbatas dalam jarak dan waktu sehingga pembeli tidak perlu ke toko atau tempat produksi selain itu dengan adanya sistem informasi akan lebih mudah dalam melakukan promosi produk bahkan sampai ke luar negeri dengan biaya yang relatif lebih murah.

Hasil penjualan setiap saat dapat diketahui dengan adanya sistem informasi ini baik itu dari area Kudus, Jawa Tengah, Nasional bahkan Internasional, dan dapat diketahui juga produk apa saja yang paling diminati oleh pengguna sehingga bisa dioptimalkan lagi untuk melakukan promosi ke daerah yang masih sedikit peminatnya sehingga pemilik dapat melakukan pemetaan dan pengambilan keputusan berdasarkan data yang disajikan oleh sistem informasi.

3.3 Solusi yang ditawarkan

Informasi dan permasalahan yang telah dikumpulkan menghasilkan alternatif solusi dengan membuat sistem informasi berbasis web yang dapat digunakan oleh pengrajin, sistem ini memiliki kelebihan semua pengguna dapat menggunakannya sesuai dengan aturan oleh sistem.

Perancangan sistem merupakan awal dari implementasi sistem informasi ini sehingga dapat berjalan dengan baik selain itu perlu adanya infrastruktur yang sesuai dengan kebutuhan sistem sehingga dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan pengguna, desain web dalam sistem.

Kegiatan implementasi dan pelatihan E-Commerce berbasis CMS dilakukan dengan bekerja sama dengan industri kerajinan tas dilaksanakan berdasarkan permasalahan dan diselesaikan menggunakan solusi pada Tabel 1. Kegiatan penerapan Ipteks ke mitra dilaksanakan secara bertahap (Tabel 2), dimana dosen yang terlibat adalah 2 orang sesuai dengan bidang keahlian. Berdasarkan kebutuhan mitra maka tahapan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut

Tabel 1. Permasalahan dan Solusi

Aspek	Permasalahan	Permasalahan yang akan diselesaikan	Solusi yang ditawarkan
Teknologi	Penjualan tas yang menurun akibat pandemic serta promosi.	Pelatihan E-Commerce bagi Produsen Tas Elva Jaya.	Pendampingan mitra dalam proses pelatihan dan penggunaan E-Commerce.

Rencana pelaksanaan program ditempuh dalam 3 bulan (12 minggu), yang terbagi dalam beberapa tahap, yaitu:

Tabel 2. Rencana Kegiatan

No.	Tahapan	Penerapan Teknologi
1.	Bulan 1	Koordinasi dengan mitra, pengumpulan data, dan sosialisasi kepada mitra (industri tas Elva Jaya)
2.	Bulan 2	Penerapan teknologi internet di mitra, dan pelatihan penggunaan internet untuk para pekerja sebagai media promosi dan penjualan Pembuatan dan penerapan e-commerce berbasis Content Management System (CMS) untuk meningkatkan promosi dan penjualan
3.	Bulan 3	Memberikan pelatihan manajemen pengelolaan website dan maintenance untuk keberlanjutannya

Pelaksanaan bekerjasama dengan pemilik industri tas Kudus dengan menyediakan waktu dan tempat untuk dapat berdiskusi bersama dengan Tim Pengabdian UMK mengenai segala permasalahan, kebutuhan dan kemampuan serta ketrampilan mereka berhubungan dengan media promosi/pemasaran mereka saat ini.

Pemilik Industri tas Kudus diharapkan dapat meningkatkan promosi produk di daerah Kudus dapat memanfaatkan kegiatan pengabdian sebagai sarana untuk memperluas wilayah pemasaran produk unggulan di Kudus. Pelaksanaan dapat di lihat pada Gambar 1



(a)

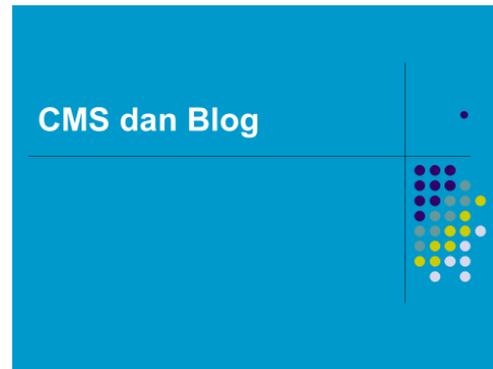


(b)

Gambar 1. Pelaksanaan pelatihan



(a)



(b)

Gambar 2. Materi Pelatihan

4. KESIMPULAN

Pelatihan *E-Commerce* Berbasis *Content Management System* (CMS) Bagi Pengusaha Tas di kabupaten Kudus telah dilaksanakan, hasil Pelatihan *E-Commerce* Berbasis *Content Management System* (CMS) Bagi Pengusaha Tas di kabupaten Kudus ini dapat membantu pengrajin dalam memperluas wilayah pemasaran produk pisau melalui layanan pemasaran dan penjualan online melalui internet.

DAFTAR PUSTAKA

- Lahmidani, H., & Beqqali, O. E. L. (2014). *Improving supply chain management information systems in public administration using a new theory*. 11(6), 102–108.
- Liao, W. H., Chen, P. W., & Kuai, S. C. (2017). A Resource Provision Strategy for Software-as-a-Service in Cloud Computing. *Procedia Computer Science*, 110, 94–101. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.06.123>
- Loukis, E., Janssen, M., & Mintchev, I. (2019). Determinants of software-as-a-service benefits and impact on firm performance. *Decision Support Systems*, 117(October 2018), 38–47. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2018.12.005>
- Podaras, A. (2014). *Calculation of Unpredictable Time Deviation from Defined Enterprise Information System Recovery Effort in Emergency Situations*. 11(4), 80–83.
- Rodrigues, J., Ruivo, P., & Oliveira, T. (2020). Mediation role of business value and strategy in firm performance of organizations using software-as-a-service enterprise applications. *Information and Management*, September 2017, 103289. <https://doi.org/10.1016/j.im.2020.103289>