

**PENGEMBANGAN *E-COMMERCE* BERBASIS *WEBSITE* UNTUK
PERLUASAN PEMASARAN PRODUK PADA USAHA
BATIK TULIS TOGURAN SAMPANG**

***WEBSITE-BASED E-COMMERCE DEVELOPMENT
FOR PRODUCT MARKETING EXPANSION AT
THE TOGURAN SAMPANG BATIK TULIS BUSINESS***

**Hary Suswanto¹⁾, Achmad Hamdan²⁾, Wahyu Nur Hidayat³⁾, Mochammad Rizal
Ramadhan⁴⁾**

^{1,3}Fakultas Teknik, Universitas Negeri Malang

²Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Malang

⁴Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang

¹Email: hary.suswanto.ft@um.ac.id

Naskah diterima tanggal 10-03-2025, disetujui tanggal 05-05-2025, dipublikasikan tanggal 31-05-2025

Abstrak: Usaha Batik Tulis Toguran di Dusun Toguran, Sampang, merupakan penggerak utama ekonomi kerakyatan setempat. Namun, pemasaran produk masih dilakukan secara manual dan terbatas pada area lokal, hal tersebut menghambat potensi pertumbuhan usaha. Kurangnya pemanfaatan teknologi informasi menjadi kendala utama dalam perluasan jangkauan pasar. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan *e-commerce* berbasis *website* sebagai solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Metode yang digunakan meliputi identifikasi kebutuhan, perancangan sistem, implementasi *website e-commerce*, pelatihan penggunaan, dan evaluasi. Hasil dari kegiatan ini adalah *website e-commerce* untuk Usaha Batik Tulis Toguran yang mencakup fitur katalog produk, pemesanan *online*, pembayaran, dan informasi pengiriman. Hasil evaluasi menunjukkan respon positif terkait kemudahan penggunaan, efisiensi pengelolaan pesanan, visibilitas produk dan jangkauan pemasaran. Implementasi *website e-commerce* ini diharapkan pada akhirnya meningkatkan penjualan serta pendapatan usaha Batik Tulis Toguran.

Kata Kunci: *E-Commerce*, *Website*, Pemasaran, Usaha Batik Tulis.

Abstract : *Batik Tulis Toguran, located in Toguran Hamlet, Sampang, serves as a primary driver of the local grassroots economy. However, product marketing is still conducted manually and limited to the local area, hindering the business's growth potential. The lack of information technology utilization is a major obstacle in expanding market reach. This community service activity aims to develop a website-based e-commerce platform as a solution to address these issues. The methods used include needs identification, system design, e-commerce website implementation, user training, and evaluation. The outcome of this activity is an e-commerce website for Batik Tulis Toguran, which includes features such as product catalogs, online ordering, payment processing, and shipping information. The evaluation results demonstrated positive responses regarding ease of use, efficiency of order management, product visibility, and market reach. The implementation of this e-commerce website is expected to ultimately increase sales and revenue for Batik Tulis Toguran.*

Keywords: *E-Commerce, Website, Marketing, Batik Tulis Business.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran sentral dalam pergerakan perekonomian nasional Indonesia. Dengan kontribusi sebesar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, UMKM tidak hanya menjadi penyedia lapangan kerja, tetapi juga berfungsi sebagai agen yang membantu meratakan pendapatan di masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif (Utomo, *et. al.*, 2024; Sari & Fisabilillah, 2021).

Salah satu UMKM di tingkat daerah adalah usaha Batik Tulis Toguran yang berlokasi di Dusun Toguran, Kabupaten Sampang. Usaha ini bukan sekadar melestarikan warisan budaya luhur bangsa, melainkan juga menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat setempat. Namun, di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan persaingan global, usaha ini masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat potensi pertumbuhannya.

Berdasarkan hasil observasi, tantangan utama yang dihadapi oleh usaha Batik Tulis Toguran adalah keterbatasan dalam pemasaran produk. Selama ini, pemasaran dilakukan secara manual, mengandalkan jaringan lokal dan promosi dari mulut ke mulut. Metode ini tentu saja membatasi jangkauan pasar dan menghambat upaya untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Di era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi, khususnya internet, menjadi suatu keharusan bagi UMKM untuk dapat bersaing dan berkembang.

Pengembangan *e-commerce* berbasis *website* adalah suatu strategi penting yang dapat mendukung perluasan pemasaran produk untuk usaha batik tulis di Toguran Sampang. *E-commerce* memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas, memanfaatkan infrastruktur teknologi informasi, dan merespons perubahan dalam perilaku konsumen yang semakin cenderung melakukan belanja secara daring (Hasan, *et. al.*, 2021; Hindrayani, 2019). Dalam konteks Indonesia, nilai pasar *e-commerce* diperkirakan mencapai sekitar USD 150 miliar pada tahun 2025 (Mahmuddin & Sirait, 2022), sehingga perkembangan ini menawarkan potensi yang signifikan untuk UMKM, termasuk usaha batik (Nurcahyo & Putra, 2021).

E-commerce memiliki potensi untuk mengoptimalkan proses pemasaran melalui pengurangan biaya transaksi dan eliminasi perantara, memberikan

keuntungan kompetitif bagi usaha seperti batik tulis (Khaskheli & Jun, 2016). Dengan memanfaatkan platform *e-commerce*, produk batik tulis bisa menjangkau pembeli dari berbagai daerah, memperbesar basis pelanggan. Di Indonesia, terdapat kecenderungan yang meningkat untuk belanja daring, yang dapat dimanfaatkan dengan membuka *website e-commerce* khusus untuk produk batik tulis (Hindrayani, 2019).

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan sebuah platform *e-commerce* berbasis *website* yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan usaha Batik Tulis Toguran. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam *e-commerce* dapat mendorong mereka untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut dan memanfaatkan peluang yang ada di pasar digital. Platform ini akan dilengkapi dengan fitur-fitur seperti katalog produk yang menarik, sistem pemesanan *online* yang mudah digunakan, opsi pembayaran yang beragam, dan informasi pengiriman yang transparan. Selain itu, kegiatan pengabdian ini juga akan mencakup pelatihan bagi para pelaku usaha Batik Tulis Toguran dalam mengelola dan memanfaatkan platform *e-commerce* tersebut.

Dampak positif yang diharapkan dari implementasi *website e-commerce* ini antara lain peningkatan visibilitas produk, perluasan jangkauan pasar, peningkatan kemudahan transaksi, dan pada akhirnya peningkatan penjualan dan pendapatan usaha. Kegiatan ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat Dusun Toguran secara keseluruhan, dengan meningkatkan perekonomian lokal dan melestarikan warisan budaya batik tulis.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui serangkaian tahapan yang sistematis dan terstruktur untuk mencapai tujuan pengembangan *e-commerce* berbasis *website* bagi usaha Batik Tulis Toguran. Metode yang digunakan meliputi beberapa tahapan utama, yaitu:

1. Identifikasi Kebutuhan

Tahap awal ini melibatkan proses pengumpulan informasi dan analisis mendalam mengenai kebutuhan spesifik dari usaha Batik Tulis Toguran terkait pemasaran produk secara *online*. Tim pengabdian melakukan wawancara langsung

dengan pemilik usaha dan observasi terhadap proses bisnis yang berjalan. Identifikasi kebutuhan ini mencakup aspek-aspek seperti jenis produk yang ditawarkan, target pasar, preferensi tampilan *website*, dan fitur-fitur yang diperlukan dalam platform *e-commerce*.

2. Perancangan Sistem

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, tim pengabdian merancang arsitektur sistem dan desain antarmuka (UI/UX) *website e-commerce*. Perancangan ini mempertimbangkan aspek kemudahan penggunaan, estetika, dan fungsionalitas. Fitur-fitur utama yang dirancang meliputi katalog produk, keranjang belanja, sistem pemesanan *online*, integrasi sistem pembayaran, dan fitur informasi pengiriman.

3. Implementasi Website E-commerce

Tahap ini adalah proses pengembangan *website e-commerce* berdasarkan rancangan sistem yang telah dibuat. Tim pengabdian menggunakan platform pengembangan *website* yang sesuai dan melakukan penyesuaian untuk memenuhi kebutuhan khusus usaha Batik Tulis Toguran. *Website e-commerce* dikembangkan dengan menggunakan model pengembangan *Waterfall*.

4. Pelatihan Penggunaan

Setelah *website e-commerce* selesai dikembangkan, tim pengabdian memberikan pelatihan kepada pemilik dan staf usaha Batik Tulis Toguran mengenai cara penggunaan dan pengelolaan *website*. Pelatihan ini mencakup cara mengunggah dan mengelola produk, memproses pesanan, mengelola pembayaran, dan melacak pengiriman. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa pelaku usaha dapat secara mandiri mengoperasikan *platform e-commerce*.

5. Evaluasi

Tahap terakhir adalah evaluasi terhadap efektivitas implementasi *website e-commerce*. Evaluasi dilakukan dengan mengumpulkan data mengenai umpan balik dari *user*, diantaranya oleh admin dan pelanggan. Data dikumpulkan melalui angket dan wawancara. Hasil evaluasi digunakan untuk mengidentifikasi potensi perbaikan dan pengembangan lebih lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Kebutuhan

Tahap identifikasi kebutuhan dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik Usaha Batik Tulis Toguran dan observasi langsung terhadap proses bisnis yang berjalan. Hasil dari identifikasi kebutuhan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jenis Produk: Usaha ini menawarkan berbagai jenis produk batik tulis, termasuk kain batik, pakaian batik, dan aksesoris batik.
- 2) Target Pasar: Target pasar utama adalah konsumen lokal dan regional, dengan potensi perluasan ke pasar nasional.
- 3) Preferensi Tampilan *Website*: Pemilik usaha menginginkan tampilan yang sederhana, mudah digunakan, dan menampilkan estetika tradisional batik tulis.
- 4) Fitur *E-commerce*: Fitur yang diperlukan meliputi katalog produk, keranjang belanja, sistem pemesanan *online*, sistem pembayaran, dan informasi pengiriman yang jelas.

Perancangan Sistem

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, tim pengabdian merancang arsitektur sistem dan desain antarmuka (UI/UX) *website e-commerce*. Desain *website* dibuat responsif agar dapat diakses dengan baik melalui berbagai perangkat. Arsitektur sistem dirancang untuk mendukung fitur-fitur utama, yaitu:

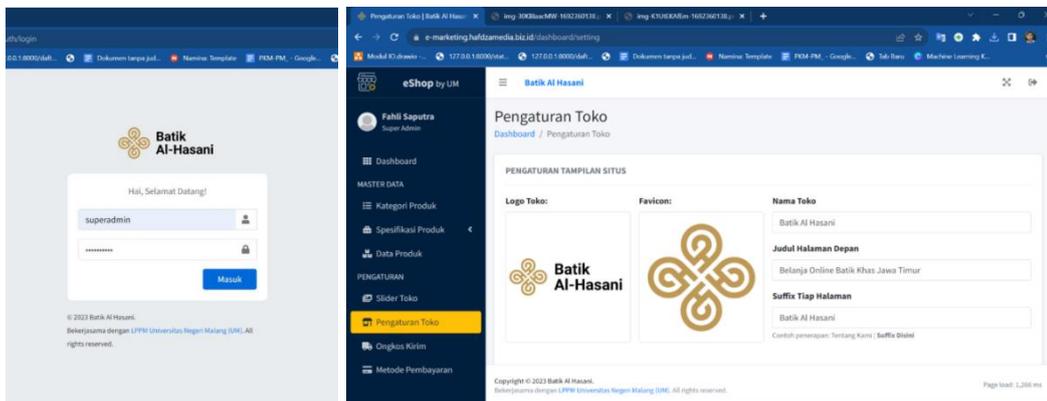
- 1) Katalog Produk: Menampilkan foto, deskripsi, dan harga produk batik tulis.
- 2) Keranjang Belanja dan Pemesanan *Online*: Memungkinkan konsumen untuk memilih produk, memasukkan jumlah pesanan, dan mengisi informasi pengiriman.
- 3) Sistem Pembayaran: Metode transfer bank atau *Cash on Delivery* (COD).
- 4) Informasi Pengiriman: Informasi biaya dan estimasi waktu pengiriman.
- 5) Halaman Informasi: Menyajikan informasi kontak usaha batik toguran.

Implementasi *Website E-commerce*

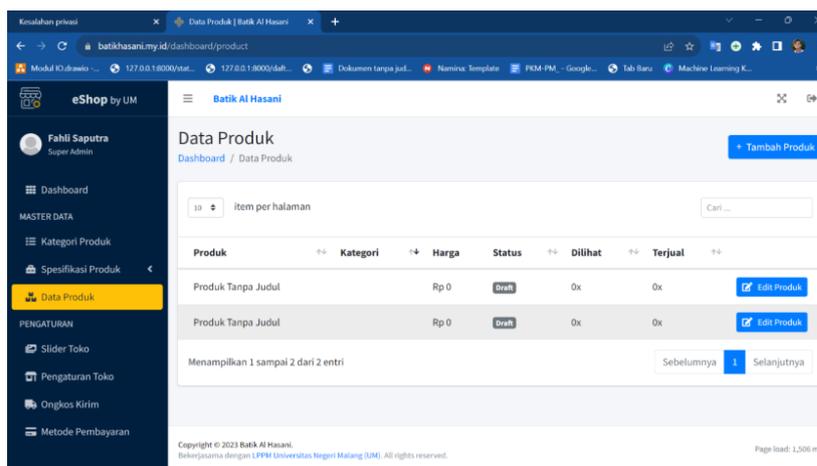
Website e-commerce dikembangkan menggunakan framework Bootstrap dan Laravel dengan mengikuti model pengembangan Waterfall. Tahapan yang dilakukan diantaranya 1) pengembangan *front-end* atau tampilan web sesuai dengan desain UI/UX yang telah dirancang, 2) pengembangan *back-end* atau pembuatan sistem yang mendukung proses bisnis *e-commerce*, seperti pengelolaan produk,

pesanan, dan pembayaran, 3) sistem pembayaran, 4) pengujian *website* untuk memastikan semua fitur berfungsi dengan baik.

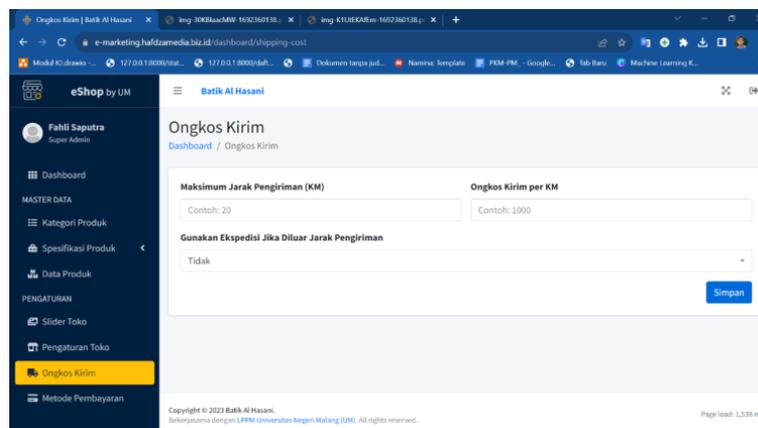
Adapun hasil dari pengembangan *website e-commerce* tersebut adalah sebagai berikut:



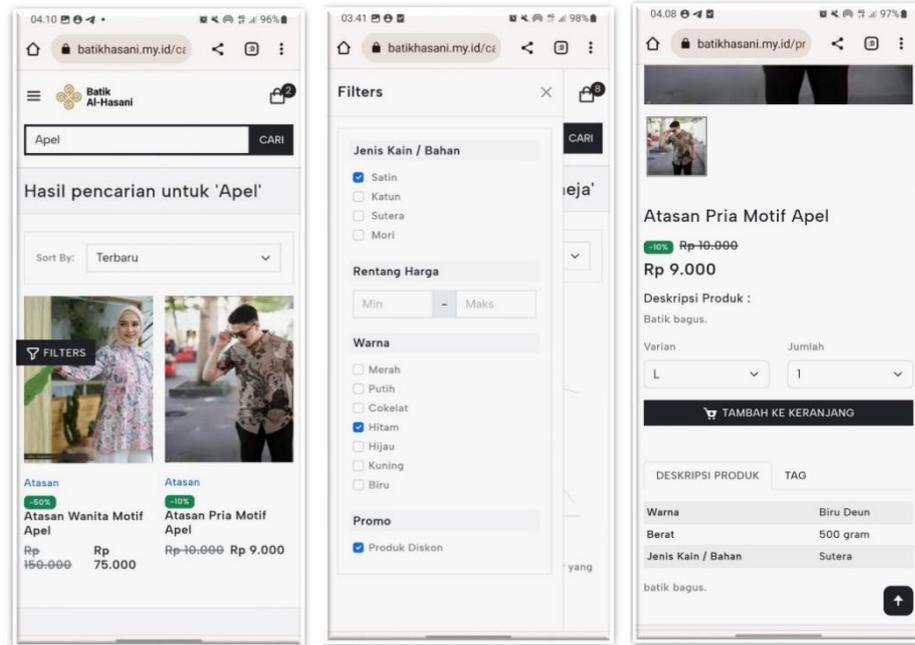
Gambar 1. Tampilan Halaman *Login* dan Pengaturan Informasi Toko oleh Admin



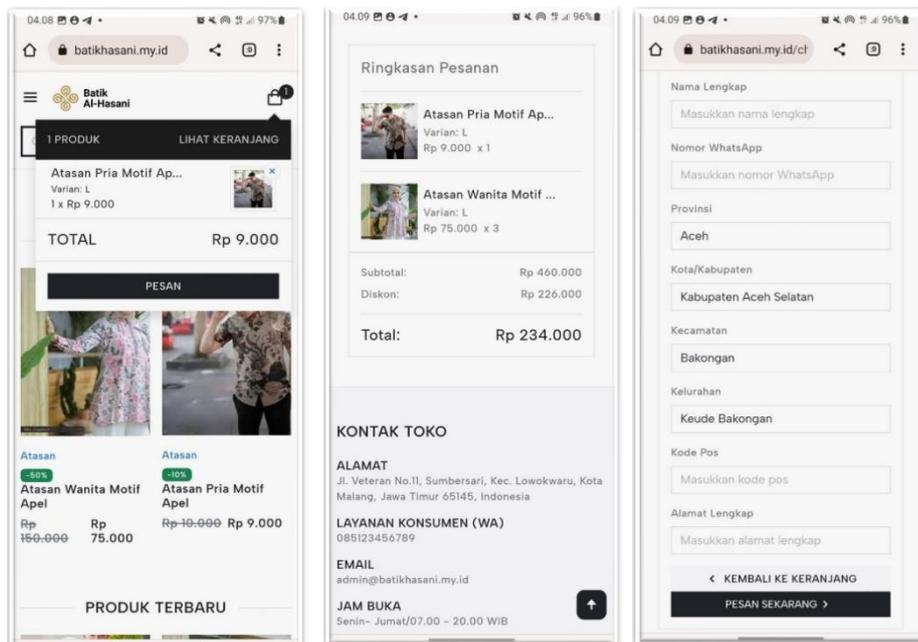
Gambar 2. Tampilan Halaman Pengelolaan Data Produk oleh Admin



Gambar 3. Tampilan Halaman Sistem Pembayaran oleh Admin



Gambar 4. Tampilan Katalog Produk dari Sisi User Pelanggan



Gambar 5. Tampilan Keranjang dan Checkout Produk

Pelatihan Penggunaan

Pelatihan penggunaan *website e-commerce* diperuntukkan untuk pemilik usaha, staf admin, serta pelanggan. Materi pelatihan meliputi cara 1) mengunggah dan mengelola produk di katalog *online*; 2) memproses pesanan dan mengelola pembayaran; 3) melacak pengiriman dan memberikan informasi kepada konsumen; 4) memperbaharui informasi pada halaman informasi *website*.



Gambar 6. Kegiatan Pelatihan Penggunaan *Website E-Commerce*



Gambar 7. Pemberian Cenderamata oleh Tim Pelaksana kepada Pemilik Usaha

Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan mengumpulkan data melalui kuesioner dan wawancara dengan pemilik usaha, 3 orang *user* admin, dan 10 orang perwakilan pelanggan. Kuesioner dirancang untuk menilai aspek kemudahan penggunaan *website*, efisiensi pengelolaan pesanan, dan visibilitas produk.

Tabel 1. Hasil Kuesioner Evaluasi

Aspek Evaluasi	Responden	Rata-rata (Skala 1-5)	Persentase
Kemudahan Penggunaan <i>Website</i>	Pemilik Usaha & Admin	4.8	96%
	Pelanggan	4.6	92%
Efisiensi Pengelolaan Pesanan	Pemilik Usaha & Admin	4.7	94%
Visibilitas Produk	Pemilik Usaha & Admin	4.8	96%
	Pelanggan	4.5	90%

Hasil Wawancara:

- Pemilik usaha menyatakan bahwa *e-commerce* yang diimplementasikan akan sangat membantu dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Mereka juga mengapresiasi kemudahan pengelolaan pesanan dan inventaris.
- *User* admin merasa bahwa pelatihan yang diberikan sangat bermanfaat dan mereka dapat dengan mudah mengelola *website*. Mereka juga mencatat adanya penurunan waktu yang signifikan dalam memproses pesanan.
- Pelanggan memberikan umpan balik positif mengenai tampilan *website* yang menarik dan kemudahan dalam melakukan pembelian. Mereka juga mengapresiasi informasi produk yang lengkap dan proses pembayaran yang aman.

Pembahasan

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa implementasi *website e-commerce* memberikan dampak positif yang signifikan bagi Usaha Batik Tulis Toguran. Data kuesioner menunjukkan tingkat kepuasan yang sangat tinggi dari pemilik usaha, *user* admin, dan pelanggan pada aspek-aspek yang diukur.

Beberapa poin penting dari hasil evaluasi:

- 1) Peningkatan Efisiensi: Pengelolaan pesanan dan inventaris menjadi lebih efisien, memungkinkan pemilik usaha dan admin untuk fokus pada aspek lain dari bisnis. Terjadi penurunan waktu proses pemesanan.
- 2) Perluasan Jangkauan Pasar: *Website e-commerce* dirasa akan sangat membantu dalam menjangkau pelanggan di luar area lokal, meningkatkan visibilitas produk dan potensi penjualan.
- 3) Kemudahan Penggunaan: *Website* sangat mudah digunakan untuk pengelola, maupun pelanggan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini telah mencapai tujuan yang diharapkan, yaitu untuk membuat *website e-commerce* yang dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi pengelolaan pesanan Usaha Batik Tulis Toguran. Kegiatan pengabdian ini juga memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan ekonomi lokal dan pelestarian warisan budaya batik tulis.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil mengembangkan *website e-commerce* yang efektif bagi Usaha Batik Tulis Toguran untuk dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi pengelolaan pesanan. Evaluasi menunjukkan respon positif dari pemilik usaha, admin, dan pelanggan. *Website e-commerce* tidak hanya memudahkan pengelolaan bisnis secara internal, tetapi juga meningkatkan akses pasar, menjangkau konsumen di luar wilayah lokal. Respon dari pengguna, baik internal maupun eksternal sangat positif, mencerminkan kemudahan penggunaan dan manfaat praktis dari platform *e-commerce* yang dikembangkan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya mendukung perkembangan bisnis Usaha Batik Tulis Toguran, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian warisan budaya dan penguatan ekonomi lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis dan segenap tim pelaksana pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Universitas Negeri Malang (UM) yang telah memberi dukungan finansial terhadap kegiatan ini, sehingga pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasan, A. and Mardhani, M. (2021). An overview of e-commerce adoption in Indonesian smes. *Journal of Physics Conference Series*, 1811(1), 012104. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1811/1/012104>
- Hindrayani, A. (2019). How does electronic payment systems affect the development of e-commerce business in Indonesia?. *Economica*, 8(1), 12-19. <https://doi.org/10.22202/economica.2019.v8.i1.3604>
- Khaskheli, A. and Jun, Y. (2016). A review on the importance of e-commerce for smes in Pakistan. *Journal on Innovation and Sustainability Risus*, 7(1), 11. <https://doi.org/10.24212/2179-3565.2016v7i1p11-17>
- Mahmuddin, M. and Sirait, N. (2022). E-commerce growth and development, impact, and challenges in Indonesia. *Neoclassical Legal Review Journal of Law and Contemporary Issues*, <https://doi.org/10.32734/nlr.v1i1.9603>

Nurchahyo, R. and Putra, P. (2021). Critical factors in indonesia's e-commerce collaboration. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(6), 2458-2469. <https://doi.org/10.3390/jtaer16060135>

Sari, L. and Fisabilillah, L. (2021). Pengaruh pertumbuhan umkm dan tingkat pengangguran terhadap pertumbuhan ekonomi di indonesia. *Independent Journal of Economics*,. <https://doi.org/10.26740/independent.v1i3.43584>

Utomo, S., Dewi, M., Sidharta, R., Suprihhadi, H., & Widiarma, I. (2024). Pendampingan legalitas dan perancangan ekosistem koperasi jasa. *Proficio*, 5(2), 51-56. <https://doi.org/10.36728/jpf.v5i2.3366>