

E-COMMERCE KUE BOLU “JIHAN” KOTA PAYAKUMBUH

Idwar¹⁾, Enny Arita²⁾, Faradika³⁾

^{1,2,3)} Universitas Dharma Andalas FEB Padang Sumatera Barat dan
Prodi Sistem Informasi UNIDHA

email : idwar68@unidha.ac.id

Abstrak

E-commerce (*Electronic Commerce*) dapat juga didefinisikan sebagai aktivitas penggunaan teknologi informasi dan komunikasi pengolahan digital dalam melakukan transaksi bisnis untuk menciptakan, mengubah, dan mendefinisikan kembali hubungan antara penjual dan pembeli.

E-commerce dapat diartikan sebagai aktivitas transaksi jual-beli barang, servis atau transmisi dana atau data dengan menggunakan elektronik yang terhubung dengan internet.

Usaha ini Kue Bolu Jihan ini masih melakukan penjualan secara tradisional yaitu pada pasar tradisional yang mana penjual dan pembeli ketemu langsung. Jadi UKM ini mengalami kendala bagaimana cara penjualan secara elektronik. Untuk ini kami team pengabdian merumuskan permasalahan agar penjualan dapat berkembang maka dibuatlah sistem e-commerce. Tujuan dari pengabdian ini mendesign/memcreate sebuah teknologi/aplikasi e-commerce kue bolu JIHAN. Metode yang dikembangkan dengan konsep transaksi di dalam e-commerce ini, antara lain bisnis ke bisnis, bisnis ke konsumen, konsumen ke konsumen atau konsumen ke bisnis. Hasil yang hendak dicapai adalah desain web e-commerce pada konsep transaksi on line. Luaran yang dicapai Web e-commerce, paten merek, dan publikasi ilmiah.

Kata Kunci : e-commerce, kue bolu, konsep transaksi, web

PENDAHULUAN

Diakui atau tidak, perkembangan e-commerce sekarang sudah jauh melampaui ekspektasi dan membentuk selera konsumen dalam berbelanja. Kecepatan akses, stok yang lebih banyak pilihan, hemat waktu dan uang menjadikan hal ini kebutuhan utama. Hanya saja ada sedikit gangguan dengan minimnya customer service yang tidak bisa bersentuhan langsung dengan produk real (untuk produk tertentu). Juga, kekurangan e-commerce akan selalu terkendala dengan jangka waktu pengiriman barang. Saat ini, E-commerce adalah bidang yang paling empuk untuk digeluti. Perubahan konsumen dalam negeri sudah semakin meliat dilihat dari kegemaran belanja online dan juga lahirnya startup di berbagai bidang.

Pada UKM ini masih melakukan transaksi penjualan dan pembelian secara tradisional yaitu pertemuan antara penjual dan pembeli disuatu pasar/ pabrik dengan melihat produk (lihat gambar 1) secara nyata serta pembayaran masih dilakukan secara tunai. Dalam proses transaksi seperti ini tentu untuk zaman sekarang sudah merasa tertinggal karena ada era teknologi yang harus kita kembangkan dan kita pacu untuk menyaingi pasar sehingga dapat meraih konsumen besar atau kecil untuk suatu transaksi dan tidak perlu juga harus membayar secara tunai, tetapi bisa dilakukan secara transfer bank, COD, atau autodebit serta kartu kredit bahkan dengan alat bayar yang bisa diakui dalam transaksi e-commerce.



Gambar 1 produk kue bolu

Dalam memulai memulai usaha dalam bidang apapun, maka yang pertama kali harus diketahui adalah peluang pasar (e-commerce) dan bagaimana menggaet minat para konsumen. Bagaimana peluang pasar (e-commerce) yang hendak kita masuki dalam bisnis kita dan bagaimana cara memperoleh pesanan tersebut, kedua yaitu kita harus mampu menganalisa keunggulan dan kelemahan pesaing kita dan sejauh mana kemampuan kita untuk bersaing dengan mereka baik dari produk (lihat gambar 2), sisi harga, pelayanan, dan kualitas. Yang ketiga adalah persiapan mental dan keberanian memulai usaha. Singkirkan hambatan psikologis, rasa malu, takut gagal antara berkeinginan dan keraguan.



Gambar 2 bentuk produk kue bolu lainnya

Permasalahan yang dihadapi mitra; Usaha kue bolu JIHAN ini sudah banyak mempunyai karyawan dan produksi sehingga pihak mitra (pemilik) harus melakukan terobosan pasar yang

lebih luas, sementara pasar yang ditempuh masih masuk pasar-pasar tradisional dan ini merupakan ancaman, kendala kedepan untuk bersaing di era teknologi informasi yang pesat sekarang. Sedangkan harga juga masih relatif murah terjangkau oleh konsumen menengah kebawah (8000 per bungkus) dan (10000 per bungkus). Pemasaran masih dilakukan dari person ke person atau pedagang-pedagang di pasar yang ada di Sumatera Barat, khusus kota Bukittinggi, Batusangkar dan Padang Panjang. www.pkm-csr.org

Tujuan pengabdian ini adalah sebagai salah satu bagian dari tri dharma perguruan dan mendukung aktifitas penjualan dan pembelian usaha kue bolu Jihan. Dan bisa mendapatkan pengalaman langsung dan mengaplikasikan ilmu e-commerce ke dalam praktik dunia usaha/mitra. Karena dengan melalui penjualan dan pemasaran ini secara tidak langsung dituntut untuk berinteraksi dengan dunia maya (internet), bagaimana cara menawarkan kemasan produk yang professional sehingga tampilan di internet memang suatu wujud nyata dapat mengiurkan selera konsumen ingin rasa membeli serta menarik selera untuk makan sebagai makanan ringan/pendukung cemilan pagi atau sore. Dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang menyebabkan masyarakat/mitra masih menggunakan sistem tradisional antara lain :

1. Masih senang dengan sistem tradisional/manual (lihat gambar 3)
2. Tidak mampu menggunakan teknologi informasi
3. Tidak tahu menggunakan e-marketing mix dan metode e-commerce
4. Merepotkan karena gaptek
5. Belum biasa menggunakan perdagangan online
6. Belum memahami metode e-commerce
7. Kurangnya sosialisasi terhadap mitra untuk teknologi informasi
8. Minimumnya pelatihan IT
9. Kurang memahami aplikasi e-commerce

Pengabdian yang akan dilaksanakan ini diharapkan dapat membawa wawasan pengetahuan teknologi e-commerce dan metode

bagi masyarakat, sehingga kedepan masyarakat dapat menggunakan internet sebagai penjualan

dan pembelian modern saat sekarang



Gambar 3 kunjungan tim pengabdian ke lokasi

Justifikasi pengusul bersama mitra , Pelaksanaan ini dilakukan di kota Payakumbuh Sumatera Barat yang mana nanti akan dilakukan dengan metode-metode teknologi e-commerce yang otomatis. Pelaksanaan pada mitra Kue Bolu Jihan. Diharapkan pembungkusan dengan secara mesin otomatis agar lebih cepat, bersih dan rapi serta higienis. Pada gambar 4 dibawah ini adalah pasar tradisonal bukittinggi dan payakumbuh tempat jualan oleh-oleh khas daerah dan juga ada kue bolu. E_commerce akan membantu pemasaran produk kue bolu jihan sampai ke seluruh pelosok dunia, karena dibantu dengan bantuan IT dan SI berbasisan web. Adapun nama domain name yang akan tampil pada internet dengan URL : bolu.tokotaki.com. lihat gambar 5.



Gambar 5. Hasil web <http://Bolu.tokotaki.com>

METODE

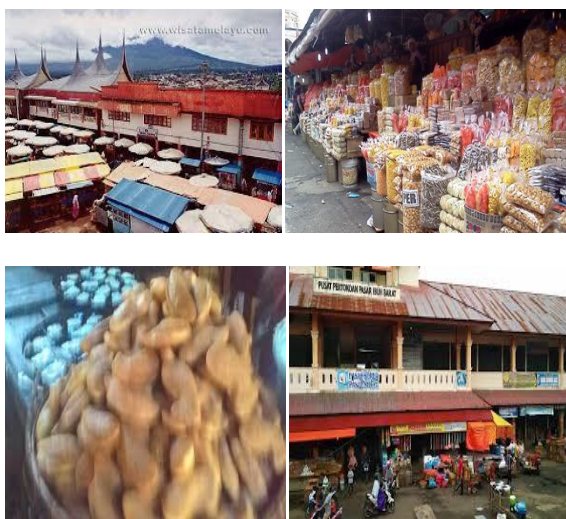
Pengertian E-Commerce adalah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet dan jaringan komputer. Arti E-commerce (*Electronic Commerce*) dapat juga didefinisikan sebagai aktivitas penggunaan teknologi informasi dan komunikasi pengolahan digital dalam melakukan transaksi bisnis untuk menciptakan, mengubah, dan mendefinisikan kembali hubungan antara penjual dan pembeli. Secara sederhana pengertian E-commerce dapat diartikan sebagai aktivitas transaksi jual-beli barang, servis atau transmisi dana atau data dengan menggunakan elektronik yang terhubung dengan internet. <https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-e-commerce.html>.

Jenis-Jenis E-commerce

Ada beberapa jenis transaksi di dalam e-commerce ini, antara lain bisnis ke bisnis, bisnis ke konsumen, konsumen ke konsumen atau konsumen ke bisnis. Maka, e-commerce dan e-business selalu dikaitkan :

1. E-Commerce Business to Business (B2B)

Transaksi e-commerce ini dilakukan oleh dua belah pihak yang sama-sama memiliki kepentingan bisnis. Dua belah pihak ini saling mengerti dan mengetahui bisnis yang dijalankan. Umumnya bisnis tersebut dilaksanakan secara berkesinambungan, atau secara sederhana berlangganan. Contoh sederhana dari B2B ini



Gambar 4, pasar tradisional Bukittinggi dan Payakumbuh

yaitu produsen dan supplier yang saling bertransaksi secara online baik untuk konsultasi.

2. E-commerce Business to Consumer (B2C)

Business to consumer dilakukan oleh pelaku bisnis dan konsumen. Transaksi e-commerce ini terjadi layaknya jual-beli biasa. Konsumen mendapatkan penawaran produk dan melakukan pembelian secara online.

3. E-commerce C2C (Konsumen Ke Konsumen)

Untuk C2C, transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen. Kalau Anda sering menggunakan Tokopedia, Bukalapak, OLX dan sejenisnya, maka inilah yang dinamakan B2C e-commerce. Transaksi jual beli dilakukan secara online melalui marketplace. Jadi C2C disini menjadi perantara antara penjual dan pembeli.

4. Consumer to Business (C2B)

C2B adalah kebalikan B2C yang mana konsumen terakhir bertindak sebagai penjual dan perusahaan bertindak sebagai pembeli.

5. Media atau Aplikasi E-commerce

Seperti yang dijelaskan dalam pengertian e-commerce diatas, transaksi bisnis ini bergantung pada sejumlah aplikasi dan media online (baca: pengertian media online) lainnya, misalnya katalog, email, shopping carts, eb service, EDI dan file transfer protocol. Hal ini tentunya melibatkan kegiatan B2B (business to business).

Komponen E-Commerce

Pada praktiknya, di dalam e-commerce terdapat beberapa komponen standar yang mendukung proses operasionalnya, diantaranya adalah:

1. Produk

E-commerce mendukung penjualan berbagai jenis produk, mulai dari produk fisik hingga produk digital

- Produk digital: ebook (baca: pengertian ebook), membership, software, musik, dan lain-lain
- Produk fisik: buku, pakaian, gadget, makanan, dan lain-lain

2. Tempat Menjual Produk

Kegiatan e-commerce dilakukan di internet, maka dibutuhkan domain dan hosting untuk membuat website sebagai media pemasaran (baca: pengertian pemasaran)

kebutuhan barang, hingga proses pembayarannya

3. Cara Menerima Pesanan

Ada banyak cara yang bisa dilakukan untuk menerima pesanan. Diantaranya adalah dengan memanfaatkan email, telepon, SMS, Chatting (baca pengertian chatting), dan lain-lain.

4. Metode Pembayaran

Beberapa metode pembayaran e-commerce pada umumnya menggunakan transfer via ATM, kartu kredit, COD, e-payment (baca: pengertian e-payment).

5. Metode Pengiriman

Cara pengiriman barang e-commerce di Indonesia biasanya menggunakan jasa pengiriman barang (JNE, TIKI, Pos Indonesia, dan lain-lain). Namun, ada juga yang menggunakan jasa antar dari Ojek Online.

6. Customer Service

Layanan pelanggan merupakan komponen yang sangat penting dalam operasional e-commerce. Aktivitas ini umumnya dilakukan melalui email, formulir online, FAQ, telepon, chatting, dan social media.

E-Commerce : Memilih Sistem Pembayaran Online untuk Memudahkan Transaksi

Memilih sistem pembayaran E-commerce merupakan salah satu hal yang penting untuk para start-up bisnis di dunia digital. Karena sematang apa pun plan bisnis yang sudah kita siapkan, semua transaksi jual beli bisa terhambat jika kita salah memilih sistem pembayaran E-commerce. Persaingan yang ketat dalam E-commerce mendesak Anda untuk menggunakan sistem pembayaran terbaik, tujuannya agar para customer nanti mendapatkan kenyamanan dalam transaksi.

Kalau dalam transaksi di dunia offline atau secara langsung, sistem pembayaran ini sama seperti kasir. Beruntungnya semua transaksi dalam dunia digital sudah dipermudah karena sudah banyak sistem pembayaran E-commerce dengan fitur dan fungsi yang berbeda. Artikel kali ini akan membahas berbagai jenis sistem dan pastinya akan membantu kita dalam memilih sistem pembayaran E-commerce yang tepat untuk bisnis kita. <https://digitalmarketer.id/>

toko-online/memilih-sistem-pembayaran-e-

commerce-untuk-memudahkan-transaksi-bisnis

Memilih Sistem Pembayaran E-commerce yang Tepat untuk Bisnis kita

Sebelum masuk pada jenis-jenis sistem pembayarannya, ada hal penting yang perlu dipahami oleh para start-up bisnis online.

Benefit dari pembayaran dengan CC (Credit Card)

- Lebih mudah dan cepat, pembayaran langsung terjadi pada saat penjualan.
- Jelas lebih aman jika dibandingkan dengan tunai.
- Transaksi kredit maupun debit sifatnya transparan.
- Customer merasa nyaman dan mudah dalam bertransaksi.
- Bisa menerima customer dari berbagai daerah sampai global.

Ada 3 hal yang kita perlukan dalam menerima dalam pembayaran secara online :

- Website E-Commerce
- Akun Penjualan
- Sistem Pembayaran

Hal pertama yang harus kita pikirkan untuk memulai plan jangka panjang adalah Call to Action. Kita juga perlu belajar tentang kunci utama dari website E-commerce yang sudah besar. Keputusan Kita dalam penggunaan platform hosting dan fungsi pembayaran merupakan hal yang crucial karena akan memberikan dampak pada pertumbuhan bisnis kita

Memilih web hosting bukanlah hal yang sulit, jika kita tahu jenis apa yang kita butuhkan.

Free Stastic

Merupakan solusi yang paling efektif. Biasanya, hosting website Anda merupakan paket lengkap yang didapatkan dengan cara pra bayar dari seorang desainer website.

Open Source

Ada platform open source bisa digunakan secara gratis untuk mengembangkan website E-commerce. Mulai dari WooCommerce sampai Drupal. Tapi kalau Anda menggunakan pilihan ini, Anda harus meng-hire web developer. Mereka yang nantinya akan medesign dan mengurus perkembangan web Anda.

Custom Made

Kita bisa merancang dan membuat sebuah web dengan cara dipesan terlebih dulu. Web dipesan dan dikembangkan dulu oleh agensi web mulai dari awal. Sudah pasti untuk web jenis ini kita harus mengocek dana lebih dalam dibandingkan jenis lainnya. Setelah menyesuaikan jenis web sesuai dengan kebutuhan, kini saatnya kita masuk ke bagian selanjutnya, memilih sistem pembayaran E-commerce.

Tentang Payment Gateway

Kita sering mendengar istilah payment gateway? Payment gateway merupakan penyedia layanan aplikasi E-commerce yang mengutamakan credit card dan debit dalam pembayaran pada bisnis online.

Kita tidak perlu cemas karena payment gateway ini mengamankan web E-commerce dengan merchant bank kita. Payment gateway juga akan memastikan keamanan serta melindungi informasi mengenai credit card serta debit yang digunakan oleh customer. Lihat gambar 6 Ada beberapa benefit dapatkan dari menggunakan payment gateway dibandingkan dengan metode lain :

- Lebih cepat dan mudah daripada proses memeriksai pembayaran manual untuk credit card.
- Lebih aman daripada pengolahan manual credit card.
- Customer tidak perlu membuka web Anda dan web pihak ketiga untuk transaksi.



Gambar 6 Payment gateway

Jenis Channel Pembayaran

Sekarang kita masuk pada pembahasan beberapa channel pembayaran yang paling populer dan banyak digunakan di Indonesia.

1. DOKU

Banyak bisnis di dunia digital memilih sistem pembayaran E-commerce dari channel ini. DOKU merupakan jasa pemrosesan pembayaran online melalui aplikasi online. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2007. TechinAsia mendapatkan laporan bahwa DOKU telah memiliki merchant lebih dari 2.000.

DOKU menawarkan solusi sistem pembayaran online yang beragam, seperti VISA, MasterCard, Paypal, BNI Debit *online*, E-Pay BRI, dll.

DOKU juga dinilai baik dalam kegiatan merancang, mengintegrasikan dan mengoptimalkan sistem transaksi perdagangan untuk pedagang lokal dan internasional dalam berbagai industri. Lebih dari 800 platform bisnis di Indonesia seperti Garuda Indonesia, AirAsia, Guvera, Unicef, WWF, Java Jazz Production, RajaKarcis, Mulia Hotel, dan Bank of South Pacific telah bekerja sama dengan DOKU.

2. FinPay

Finpay adalah anak perusahaan Telkom Indonesia dan merupakan platform pembayaran online. Sudah ada dari tahun 2012, Finpay sudah bekerja sama dengan banyak bank di Indonesia. Sistem online payment gateway yang sudah berhubungan dengan credit card VISA dan Mastercard.

3. Mimopay

Apa yang membedakan Mimopay dengan channel lainnya? Bukan hanya untuk pembayaran secara online, perusahaan ini mengerti akan kebutuhan masyarakat yang suka bermain game online. Kegemaran orang-orang akan game online tentu menciptakan target pasar baru bagi penjualan voucher game online.

Mimopay sudah memiliki 4 metode pembayaran

- Melalui perusahaan telekomunikasi
Menjalin kerjasama dengan beberapa perusahaan telekomunikasi seperti Telkomsel, XL Axiata dan Smartfren, Mimopay memberi kemudahan bagi customer kedua provider tersebut untuk membeli voucher top up kredit online atau melakukan pembayaran via pulsa.

- Bank

Kerjasama dengan bank membuat pebisnis maupun customer bisa melakukan transaksi dengan memanfaatkan bank atau produk e-banking.

- Kerjasama dengan Merchant

Kerjasama yang dijalin dengan lebih dari 180 gerai Seven Eleven membuat Mimopay bebas menjual kartu untuk top up game online. Kini sudah ada puluhan publisher game online yang masuk dalam jaringan Mimopay seperti diantaranya Garena, Iah Game, Orange Game, Prodigy dan lain-lain.

- E-wallet

Metode pembayaran terakhir adalah metode yang paling modern karena proses pembayaran bisa dilakukan dengan menggunakan Mimo Wallet dan Mandiri E-cash.

4. iPaymu

Saat ini iPaymu mengklaim telah memiliki lebih dari 30.000 merchant. iPaymu juga menyediakan integrasi pembayaran *online* ke ratusan Bank di Indonesia. Hal itu memungkinkan pengguna menerima pembayaran dari berbagai ATM di seluruh Indonesia. iPaymu menyediakan 3 layanan utama yaitu Personal, Bisnis, dan Enterprise. Yang membedakannya adalah besar penarikan uang perharinya. Personal maksimal 5 juta, Bisnis maksimal 10 juta, sedangkan Enterprise tidak terbatas

5. Veritrans

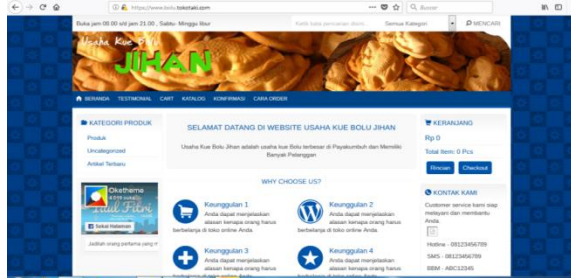
Muncul pada tahun yang sama 2012 dengan iPaymu, Veritrans mendukung berbagai saluran pembayaran menggunakan credit card, debit card, Mandiri Clickpay, CIMB Clicks, BCA Klikpay, XL Tunai, T-Cash, bank transfer dan pembayaran melalui minimarket.

Produk dari Veritrans ada 3 macam, yaitu

- Link, sebuah tautan yang dibuat khusus untuk dikirim ke pembeli agar pembayaran dapat dilakukan di page Veritrans.
- Web, pembayaran yang dilakukan di page Veritrans dengan desain dan *layout* yang telah disediakan
- Direct, proses pembayaran yang dilakukan di situs *merchant*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari team pengabdian kami melakukan rancangan metode pembayaran yang dijelaskan pada metode diatas dan web e-commerce untuk UKM ini namun nantinya tergantung pada saat launching nanti sangat perlu dukungan kuat dari UKM baik dari hardware, software, brainware serta Networking. Lihat gambar 7 design web e-commerce. <http://bolu.tokotaki.com>



gambar 7 design web e-commerce
<http://bolu.tokotaki.com>

Dunia internet sekarang ini tidak hanya untuk mencari informasi saja, namun juga bisa dijadikan sarana berbisnis. Bisnis didalam dunia internet sering disebut dengan Ecommerce. Selayaknya berbisnis didunia nyata, e-commerce juga tetap memiliki peluang dan resiko, tinggal bagaimana anda menentukan strategi dalam usaha kita. Tentu saja strategi yang digunakan berbeda dengan berbisnis didunia nyata.

Untuk bisa memulai bisnis e-commerce dibutuhkan keberanian dan strategi yang matang. Karena persaingan di dunia internet tidak kalah kejam dengan dunia nyata. Mungkin anda yang baru ingin memulai usaha e-commerce bisa membaca Contoh Website E-Commerce dibawah ini sebagai bahan referensi untuk anda bisa membangun bisnis yang akan kita jalani. Contoh website e-commerce dan sedikit review: Lihat gambar 8 ,

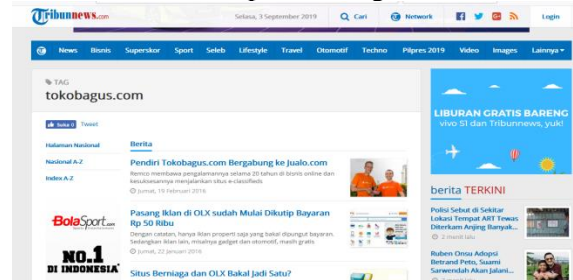
<https://www.babastudio.com/blog/contoh-website-e-commerce>



Gambar 8 contoh e-commerce

1. Tokobagus.com

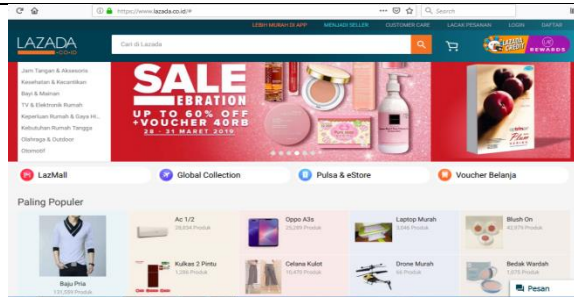
Situs jual beli Indonesia yang paling awal dikenal oleh masyarakat Indonesia, domain situs tersebut sudah terdaftar sejak 24 oktober 2013 lalu. Jadi sudah hamper 10 tahun. Untuk memasang iklan gratis, tidak dipungut biaya. Dan penjual dan pembeli bias saling negoisasi secara langsung tanpa ada campur tangan pihak tokobagus, jadi took bagus hanyalah menyediakan fasilitas website untuk memasarkan produk para penjual. Lalu darimana team tokobagus memperoleh *income* , untuk masalah itu adalah rahasia dapur. Lihat gambar 9.



Gambar 9 contoh hasil web commerce tokobagus.com

2. Lazada.co.id (lihat gambar 10)

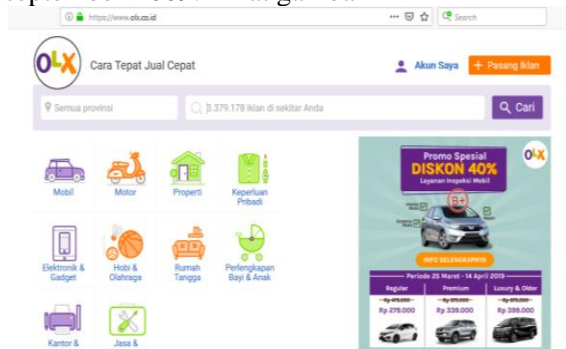
Ini adalah situs jual beli pendatang baru dan masih memiliki 47.700 index google namun langsung melejit namanya di dunia maya maupun di masyarakat, domain lazada.co.id terdaftar baru sejak 6 maret 2012 lalu, jadi baru sekitar 1,5 tahun namun peringkat websitenya di searengine mengalahkan situs jual beli yang dating lebih awal seperti zalora.co.id yang start 2 bulan lebih awal yaitu tanggal 27 januari 2012. Lazada.co.id ini sudah bagus sistem kerjanya, sudah mirip dengan website jual beli kelas internasional yaitu Amazon.com.



Gambar 10 contoh hasil web commerce lazada.co.id

3. Tokopedia.com

Situs jual beli yang sudah berdiri sejak 30 Mei 2008 dan memiliki 5.330.000 index di google, sistem kerjanya mirip dengan tokobagus.com namun lebih terpercaya karena antara penjual dan pembeli tidak langsung bertransaksi langsung, namun melalui pihak tokopedia (jadi semacam rekber kalau di kaskus), pihak pembeli mengirim uang ke rekening tokopedia, dan kalau barang sudah dikirim oleh penjual dan sampai ke pembeli maka pihak tokopedia mengirim uang dari pembeli ke penjual, sistem situs ini juga dicontoh oleh bukalapak.com yang berdiri sekitar 1,5 tahun setelah tokopedia yaitu pada 9-september-2009. Lihat gambar 11

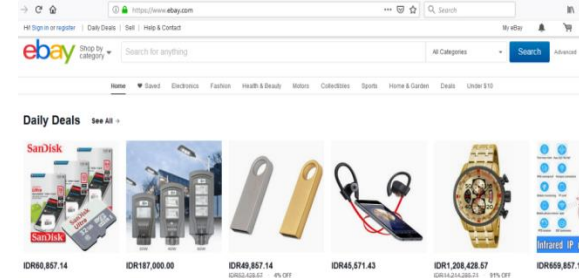


Gambar 11 contoh hasil web commerce tokopedia.com

4. Ebay.com

Kalau situs yang di atas tadi adalah situs jual beli di Indonesia, ebay ini adalah situs jual beli internasional, sistemnya juga hampir sama dengan tokobagus.com yaitu meskipun di situs ebay terdapat banyak barang yang dijual tapi itu berasal dari banyak penjual juga, dan untuk pembayaran dari penjual ke pembeli secara langsung/tidak melalui ebay. Karena sudah berkelas internasional, untuk alat

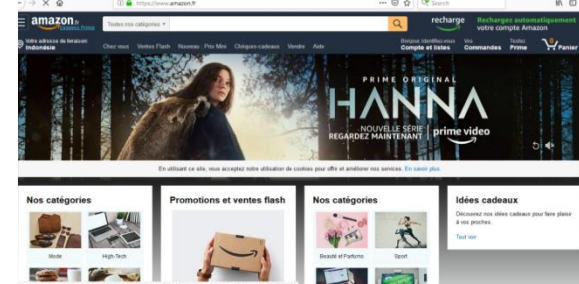
pembayarannya menggunakan kartu kredit atau Paypal. Dan untuk biaya pengiriman tergantung dari pihak seller, kadang biaya kirim lebih mahal daripada harga produknya, tapi kadang juga free shipping / gratis biaya kirim meski kirim dari Singapura ke Indonesia. Saya sendiri sudah mencoba 2 kali beli di situs ebay ini menggunakan Paypal dan biaya kirim gratis. Lihat gambar 12



Gambar 12 contoh hasil web commerce ebay.com

5. Amazon.com

Bagi pemain online marketer mungkin sudah tidak asing lagi dengan yang namanya situs jual beli ini, situs jual beli paling besar di dunia mungkin, register sejak 1 november 1994 dan sudah memiliki banyak cabang seperti amazon.co.uk dan amazon.co.jp (amazonnya jepang). Amazon mempunyai banyak marketing atau dalam dunia nyata disebut makelar. affiliate-program.amazon.com disana kita bisa menjadi penjual tanpa mempunyai produk (bukan dropship tapi affiliate), kita akan dapat bayaran sekitar 4-8% dari harga barang yang berhasil kita jual. Program ini terpercaya, saya sudah pernah payout dari program ini dengan bayaran dollar. Lihat gambar 13



Gambar 13 contoh hasil web commerce amazone.com

KESIMPULAN

UKM Usaha kue bolu Jihan sudah 10 tahun melakukan produksi, namun dalam perjalanan usaha ini sulit untuk melakukan terobosan pasar/perdagangan yang lebih luas dan hanya berjalan pada pasar-pasar tradisional, maka tim pengabdian melakukan ekspansi pasar dengan cara e-commerce

Electronic Commerce dapat juga didefinisikan sebagai aktivitas penggunaan teknologi informasi dan komunikasi pengolahan digital dalam melakukan transaksi bisnis untuk menciptakan, mengubah, dan mendefinisikan hubungan antara penjual dan pembeli mitra kue bolu jihan Payakumbuh.

Ada beberapa jenis transaksi di dalam e-commerce ini, antara lain bisnis ke bisnis, bisnis ke konsumen, konsumen ke konsumen atau konsumen ke bisnis.

Payment gateway merupakan penyedia layanan aplikasi E-commerce yang mengutamakan credit card dan debit dalam pembayaran pada bisnis online yang akan diterapkan.

Namun tetap diperlukan suatu strategi e-commerce yang tepat untuk membuatnya menjadi semakin terarah dan tepat sasaran. Dengan adanya website [http:// Bolu.tokotaki.com](http://Bolu.tokotaki.com)

SARAN

pengabdian lebih lanjut untuk mengembangkan e-commerce atau *go-cake* yang lengkap yaitu E-Commerce Business to Business (B2B), E-commerce Business to Consumer (B2C) , E-commerce C2C (Konsumen Ke Konsumen), Consumen to Busines (C2B), Media atau Aplikasi E-commerce dan melakukan *link Payment*

DAFTAR PUSTAKA

Rob Stokes, 2008, *eMarketing: The essential guide to digital marketing* fourth edition, Quirk eMarketing (Pty) Ltd.

Janice Reynolds , 2004, *The Complete E-Commerce Book: Design, Build, & Maintain a Successful Web-based Business*, Second Edition, Published by CMP Books

<http://www.prosiding-pkmsr.org/index.php/pkmsr/article/view/126> tanggal akses 25 Februari 2019 jam 20.12 Vol 1 (2018):
[Prosiding PKM-CSR Konferensi Nasional Pengabdian kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility](#) ISSN: 2655-3570

<https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-e-commerce.html>, tanggal akses 4 maret 2019, jam 20.45

<https://www.babastudio.com/blog/contoh-website-e-commerce> diakses 30 maret 2019 jam 22.30

<https://digitalmarketer.id/toko-online/memilih-sistem-pembayaran-e-commerce-untuk-memudahkan-transaksi-bisnis/> diakses 27 Maret 2019 jam 22.10