JPMP
(Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Penusa)
Volume 3, Nomor 2, Agustus 2026
Pp. 142-152
e-ISSN : 000-000
JPMP: is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

PERANCANGAN *WEBSITE E-COMMERCE* PENJUALAN *ONLINE* PT. MIKA MEDIA DIGITAL

Melkin Nadisa [1*], Windi Elvani Syahri [2], Penda Sudarto Hasugian [3], Ridho Juniarta[4], Rizky Ananta[5], Nur Rahmadana[6]

[1*] STMIK Pelita Nusantara

Jl. Iskandar Muda No. 1 Medan Sumatera Utara, Indonesia

[2,3,4,5,6] Program Studi Teknik Informatika, STMIK Pelita Nusantara

Jl. Iskandar Muda No. 1 Medan Sumatera Utara, Indonesia

melkinnadisa03@gmail.com[1], windielvani54@gmail.com [2], penda.hasugian@gmail.com [3], ridhojuniarta004@gmail.com[4], rizkyanantaajja2803@gmail.com[5], nurrahmadana86@gmail.com[6]

ABSTRAK

Bisnis *online* menjadi strategi utama bagi perusahaan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. PT. Mika Media Digital menghadapi tantangan dalam mempromosikan dan menjual produk Prysmic secara efektif melalui media sosial. Oleh karena itu, solusi yang diusulkan adalah perancangan dan pengembangan *website e-commerce* menggunakan WordPress. Tujuan dari proyek ini adalah membangun platform *e-commerce* yang dapat meningkatkan efektivitas promosi, memudahkan transaksi *online* , serta memberikan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman bagi pelanggan. Proses pengembangan *website* melibatkan analisis kebutuhan, perancangan tampilan, instalasi *plugin*, serta implementasi fitur-fitur utama. Hasilnya, *website e-commerce* yang dibangun dapat menjadi solusi bagi PT. Mika Media Digital dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan produk secara *online* , serta memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mengakses informasi produk dan melakukan transaksi dengan lebih aman dan efisien. Meskipun memiliki beberapa keterbatasan, *website* ini tetap menjadi langkah strategis dalam memperkuat kehadiran digital Prysmic di industri *fashion online* .
Kata Kunci : *E-commerce*, WordPress, digital marketing, bisnis *online* , pengembangan *website*

ABSTRACT

Online business has become the main strategy for companies to reach a wider market. PT. Mika Media Digital faced challenges in promoting and selling Prysmic products effectively through social media. Therefore, the proposed solution is the design and development of an e-commerce website using. The purpose of this project is to build an e-commerce platform that can increase the effectiveness of promotions, and provide a more comfortable shopping experience for customers. The website development process involves analyzing needs, designing displays, installing plugins, and implementing main features. As a result, the built e-commerce website can become a solution for PT. Mika Media Digital to increase product visibility and sales online , as well as provide convenience for customers to access product information and make transactions more safely and efficiently. Although it has several limitations, this website remains a strategic step in strengthening Prysmic's digital presence in the online fashion industry.
***Keywords** : E-commerce, WordPress, digital marketing, online business, website development.*

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin berkembang, bisnis *online* menjadi salah satu strategi utama bagi perusahaan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Salah satu bentuk transformasi ditigal yang semakin berkembang adalah *e-commerce*. *E-commerce* di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang luar biasa dalam beberapa tahun terakhir. *E-commerce* atau toko *online* telah menjadi bagian yang berkembang pesat di dunia internet. Sistem ini memberikan banyak manfaat bagi semua pihak yang terlihat, mulai dari konsumen, produsen, hingga penjual. Dengan adanya toko *online* , transaksi dapat dilakukan lebih cepat, dan biaya operasional pun bisa ditekan karena penjual tidak perlu memiliki toko fisik (Melisa & Sitanggang, 2022). Contoh platform *e-commerce* yang populer di Indonesia antara lain *marketplace* seperti Tokopedia dan Shoppe, serta retail *online* seperti Zalora dan Uniqlo. Perkembangan *e-commerce* didukung oleh aksesibilitas teknologi yang semakin luas. Pengguna dapat mengakses layanan *e-commerce* melalui berbagai perangkat seperti komputer, laptop, *smartphone*, dan tablet, yang memudahkan konsumen untuk berbelanja secara *online* kapan saja dan dimana saja (Aemanda & Putra, 2020).

E-commerce telah mengubah kebiasaan belanja masyarakat dari konvensional ke *online* . Kemudahan akses dan berbagai pilihan produk membuat konsumen lebih memilih berbelanja secara digital (Lubis et al., n.d.). Dengan akses internet yang meningkat dan perubahan kebiasaan belanja masyarakat, nilai transaksi *e-commerce* terus meningkat, mencapai lebih dai USD 62 miliar pada 2023. Jumlah pengguna juga meningkat signifikan, dari 58,63 juta pada 2023 dan diperkirakan akan mencapai 99,1 juta pada 2029 (Perdagangan, PDSI Kementrian 2024).

PT. Mika Media Digital, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang digital *marketing*, melihat peluang besar dalam dunia *e-commerce* dan memutuskan untuk memperluas bisnisnya ke sektor penjualan *online* . Dan langkah ini dimulai dengan peluncuran *brand* pakaian bernama Prysmic, yang dipasarkan melalui media sosial sebagai kanal utama untuk menarik perhatian konsumen.

Pada saat ini, *brand* Prysmic menghadapi tantangan dalam mempromosikan dan menjual produknya. Meskipun telah menggunakan media sosial untuk promosi, Prysmic masih mengalami beberapa masalah, seperti keterbatasan dalam mengukur efektivitas promosi dan penjualan serta kesulitan dalam menginformasikan produk terbaru kepada konsumen. Oleh karena itu. Prysmic

membutuhkan sebuah *website e-commerce* yang dapat membantu meningkatkan penjualannya secara *online* .

Dalam rangka meningkatkan penjualan baju *brand* Prysmic secara *online* , kami akan merancang sebuah *website e-commerce* menggunakan WordPress. Salah satu platform yang populer dan efisien untuk membangun *website e-commerce*. WordPress merupakan *Content Manajement System* (CMS) yang flesibel dan *user-friendly* memungkinkan pengembangan *website* dengan berbagai fitur yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan bisnis. Selain itu dengan dukungan berbagai *plugin* seperti *WooCommerce*. WordPress menjadi solusi yang ideal untuk membangun platform *e-commerce* yang komprehensif (Mardhiyya et al., 2023).

Dengan permasalahan yang ada di atas maka kami memberikan solusi untuk membangun *website e-commerce* menggunakan WordPress sebagai *Framework* dimana dengan menggunakan WordPress akan lebih mudah untuk digunakan dan dapat diintegrasikan dengan berbagai *plugin* serta tema yang menyesuaikan *owner* untuk menyebarkan informasi terkait produk yang ditawarkan. Tujuannya untuk membantu *brand* Prysmic meningkatkan penjualan dan memperluas pasar.

MASALAH

Keterbatasan dalam mengukur efektivitas promosi dan menjangkau target pasar secara optimal. Media sosial memang menyediakan akses luas kepada pelanggan, tetapi tidak memiliki fitur khusus untuk pengelolaan katalog produk, sistem yang terintegrasi, serta analitik penjualan yang mendalam. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam menyediakan informasi produk terbaru kepada konsumen secara terstruktur dan memudahkan proses transaksi. Selain itu pelanggan membutuhkan akses yang lebih fleksibel dan aman dalam melakukan pembelian produk secara *online* . Tanpa adanya platform yang dirancang secara khusus untuk *e-commerce*, transaksi dapat menjadi kurang efisien, kurang aman serta sulit untuk dikelola dalam sekala yang lebih besar.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Dalam merancang *website e-commerce* ini, kami menggunakan metode *Agile Development* yang memprioritaskan masukan dari pengguna. Kami mengumpulkan informasi internal perusahaan, seperti profil perusahaan, informasi produk, sistem pemesanan dan pembelian, serta informasi pendukung lainnya. Tujuan dari pengumpulan data ini adalah untuk menciptakan *website e-commerce* yang efektif (Firidzky et al., 2020). *Agile Development* memungkinkan tim keputusan cepat dan fleksibel, meningkatkan kualitas dan prediksi, serta menangani perubahan dengan efektif. Dengan menggunakan literasi atau perulangan, *Agile Development* mengurangi waktu pengerjaan proyek dan meningkatkan kepuasan klien (Hikmah et al., 2021). Dalam perancangan ini, kami memasukkan berbagai fitur, seperti tampilan menu, konten, dan fasilitas yang memudahkan pengguna. Setelah pengguna selesai melakukan transaksi, mereka dapat memberikan umpan balik kepada kami untuk meningkatkan kualitas layanan transaksi *e-commerce*.

HASIL YANG DICAPAI

Perancangan dan pengembangan *website e-commerce* untuk PT. Mika Media Digital telah berhasil diselesaikan menggunakan platform WordPress. *Website* ini bertujuan untuk membantu *brand* pakaian Prysmic dalam meningkatkan efektivitas promosi, mempermudah transaksi *online* , dan memberikan pengalaman belanja yang lebih nyaman bagi pelanggan. Sistem yang diabangun menyediakan berbagai fitur utama seperti katalog produk, sistem *checkout*, integrasi metode pembayaran, serta dukungan *plugin* untuk meningkatkan fungsionalitas *website*. Dengan adanya ini, pelanggan dapat dengan mudah mengakses informasi secara aman, dan menikmati layanan 24/7. Adapun kelebihan dan kekurangan sebagai berikut :

Kelebihan sistem :

a. *Website* ini menyediakan katalog produk lengkap dengan deskripsi jelas dan gambar kualitas untuk membantu keputusan pembelian.
b. *Website* ini mendukung pembayaran *online* via transfer bank dengan *WooCommerce* untuk mempermudah transaksi.
c. *Website* ini terhubung ke media sosial, memungkinkan pelanggan dapat membagikan produk atau mendapat info terbaru dari akun resmi PRYSMIC.

 e-ISSN: 000-000

Kekurangan Sistem :

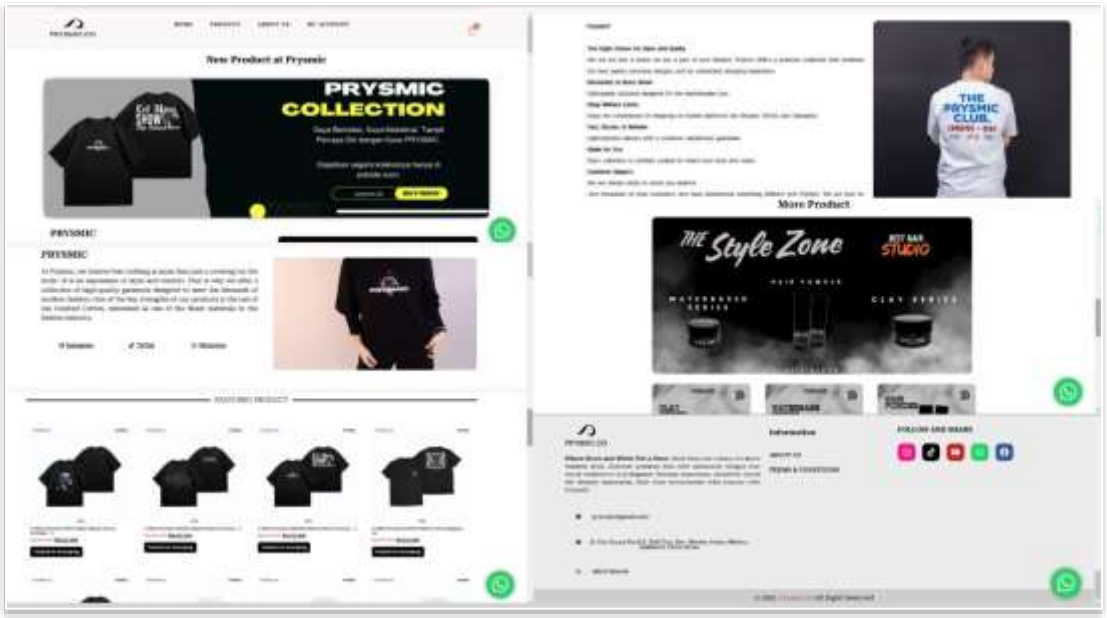
a. *Website* ini belum mendukung *chatbot* otomatis, sehingga pelanggan harus menunggu balasan manual dari admin.
b. Opsi pengiriman terbatas, belum tersedia layanan ekspres atau pengiriman ke luar negeri.
c. Belum memiliki fitur loyalitas, seperti poin *reward* atau diskon untuk pelanggan tetap.

Tampilan *website* yang dibangun

Ada pun tampilan *website* yang dibangun seabagai berikut:

1. Tampilan *Home*

   Halaman *Home* dirancang dengan tampilan yang sederhana namun tetap menarik. Pada bagian atas, terdapat *banner* yang menampilkan produk terbaru untuk menarik perhatian pengunjung. Dibawahnya, terdapat deskripsi singkat mengenai *brand* serta visi dan misinya. Produk unggulan disusu dalam bentuk *grid*, sehingga memudahkan pelanggan dalam melihat dan memilih produk yang diinginkan.

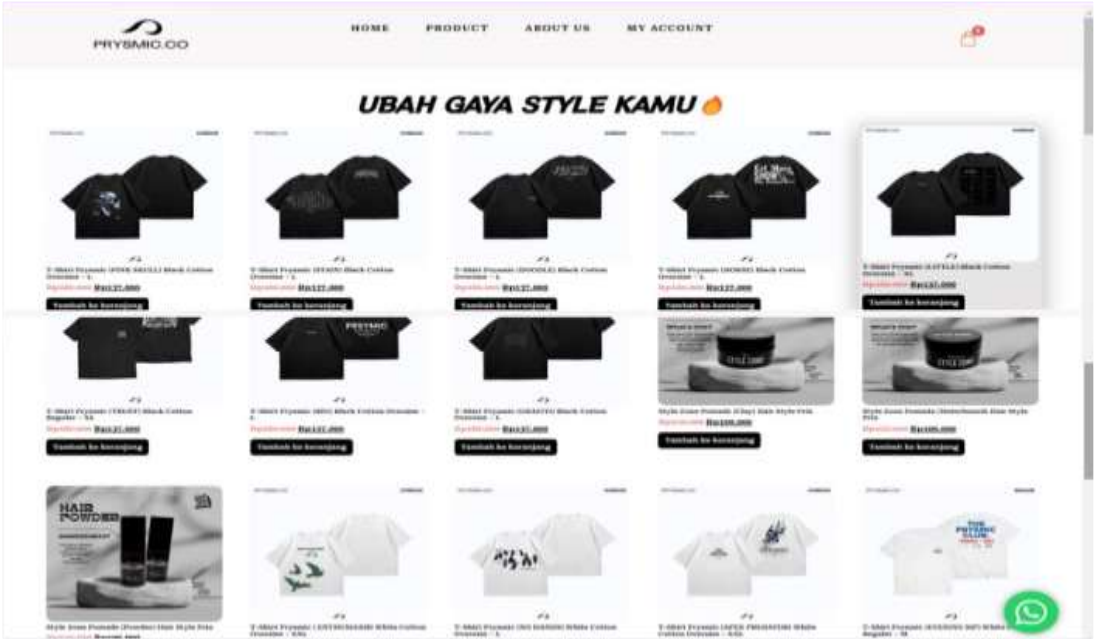


Gambar 1. Tampilan *Home*

 e-ISSN: 000-000

2. Tampilan *PRODUCT*

   Halaman *produk* menampilkan berbagai pilihan barang dalam tampilan *grid* yang rapi. Setiap produk dilengkapi gambar, nama, harga, dan tombol tambah ke keranjang untuk memudahkan belanja.



Gambar 2. Halaman *Product*

3. Tampilan *ABOUT US*

   Halaman *about us* menjelaskan visi, misi dan komitmen *brand* terhadap kreativitas, kualitas, serta kenyamanan pengguna. Dengan desain sederhana namun informatif, halaman ini menampilkan material berkualitas, tahun berdiri, produk yang tersedia, dan tautan media sosial untuk membangun kredibilitas.

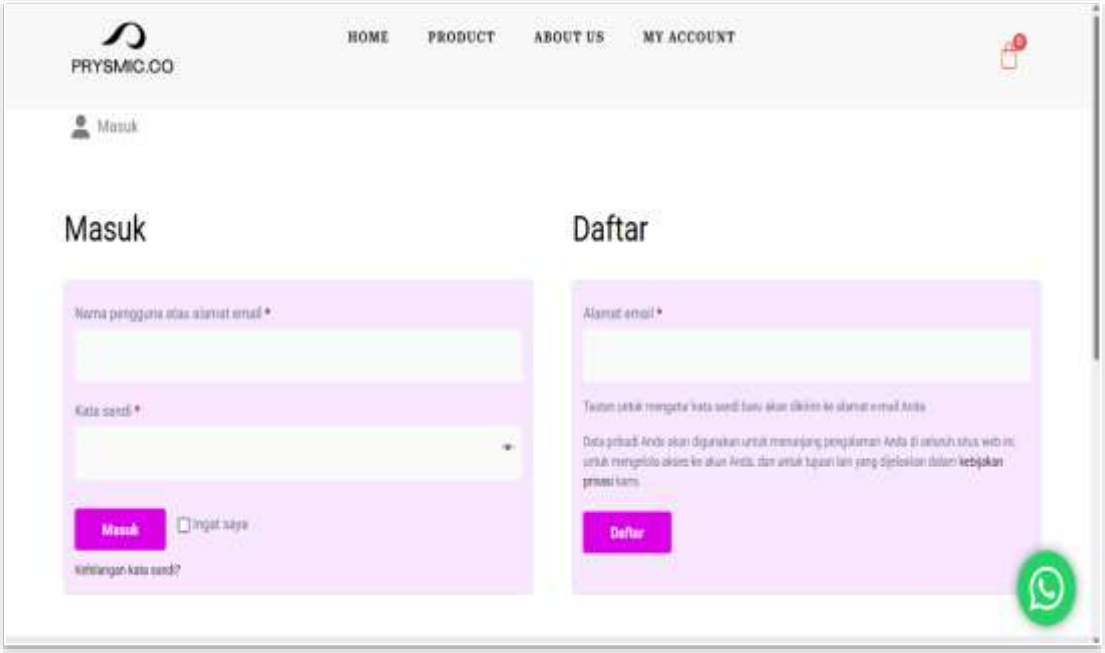
 e-ISSN: 000-000



Gambar 3. Tampilan *ABOUT US*

4. Tampilan *My Account*

Pada tampilan halaman *My Account* di rancang untuk mempermudah pengguna mengakses akun mereka. Terdiri dari dua bagian utama, yaitu masuk bagi yang sudah memiliki akun dengan email dan kata sandi, serta daftar bagi pengguna baru dengan memasukkan email.

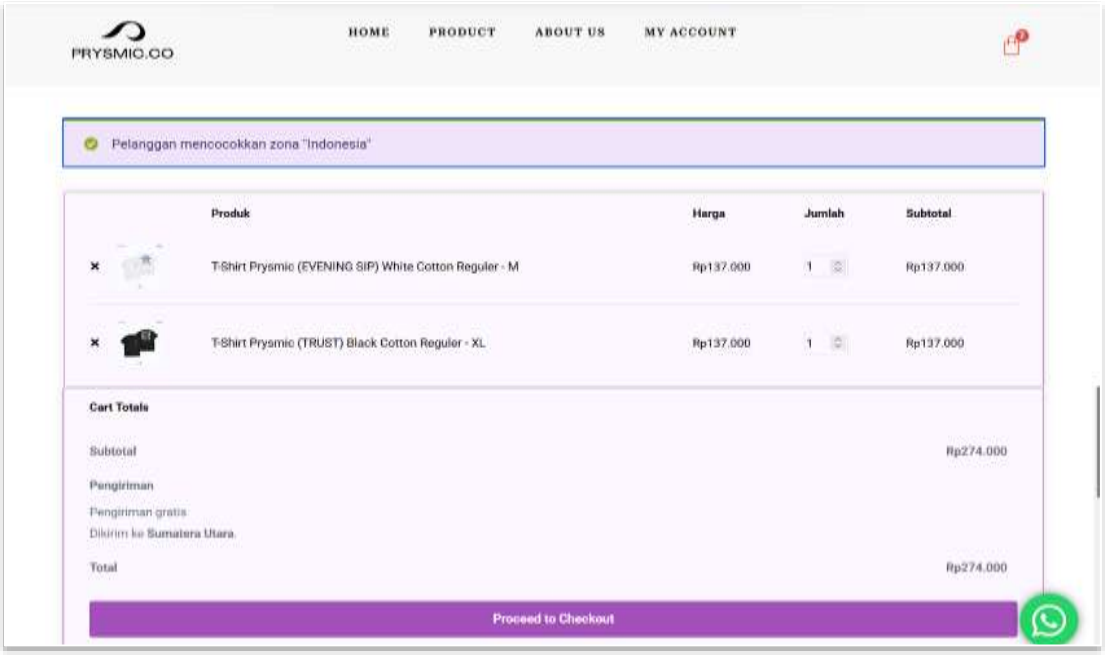


Gambar 4. Tampilan *My Account*

 e-ISSN: 000-000

5. Tampilan Keranjang

Halaman keranjang menampilkan produk yang dipilih sebelum pembayaran. Pengguna dapat melihat detail, mengubah jumlah, atau menghapus barang. Dibagian bawah, terdapat ringkasan total belanja dan tombol *Checkout* untuk mempermudah proses pembelian.

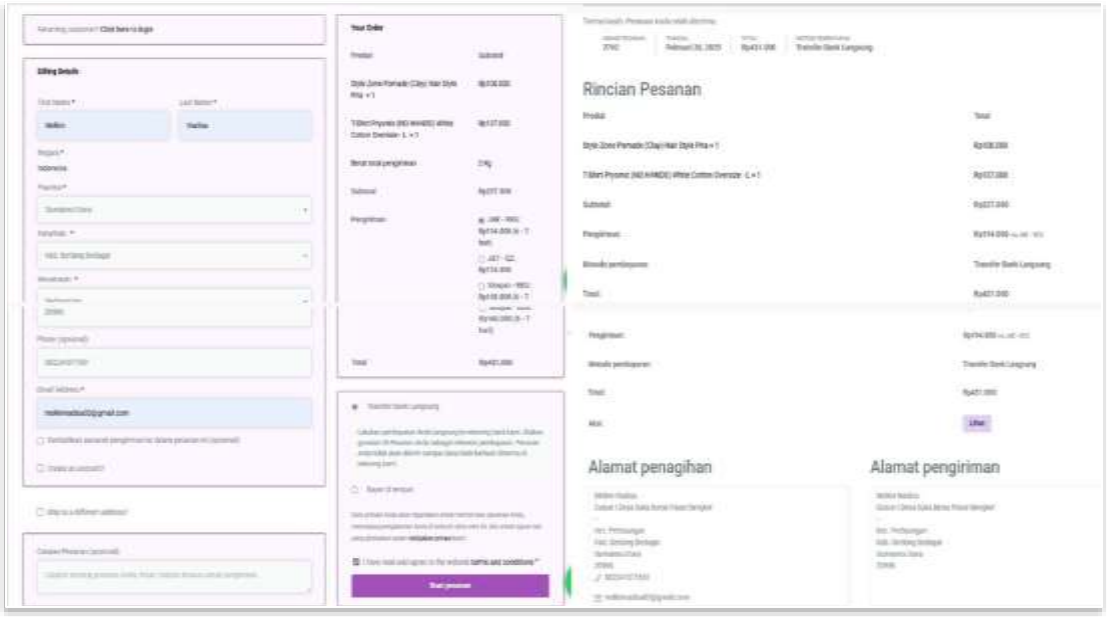


Gambar 5. Tampilan Keranjang

6. Tampilan *Checkout*

Pada tampilan halaman *checkout* dirancang untuk mempermudah pengguna menyelesaikan pembelian. Mereka mengisi info pengiriman, memilih metode pembayaran, dan meninjau pesanan sebelum konfirmasi. Tersedia ringkasan total harga, termasuk biaya produk, pengiriman dan pembayaran.

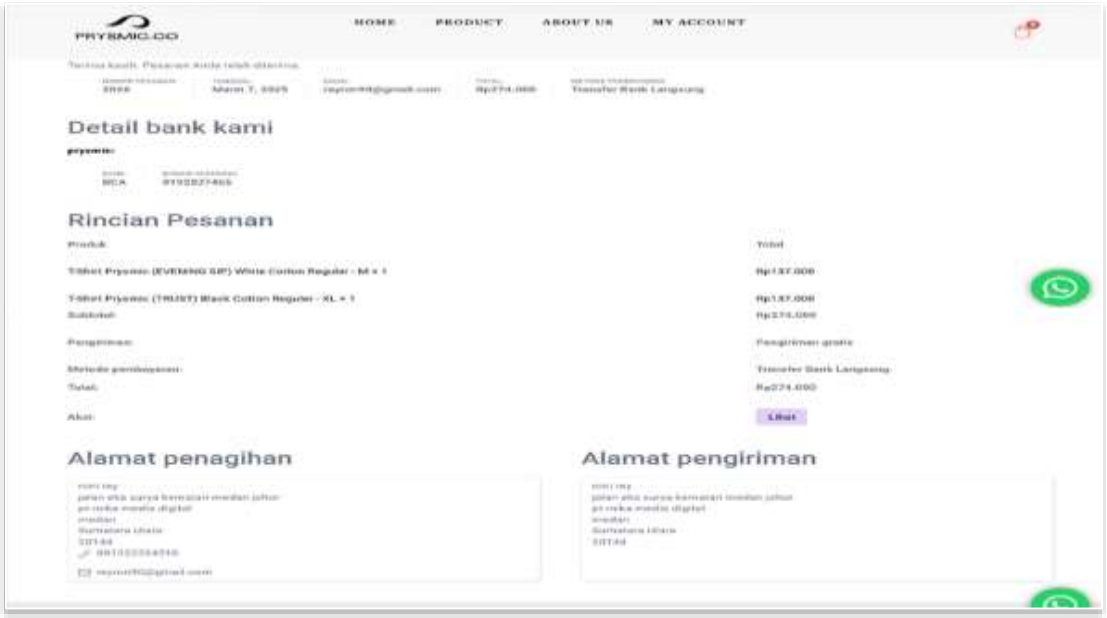
 e-ISSN: 000-000



Gambar 6. Tampilan *Checkout*

7. Tampilan halaman detail pemesanan

   Halaman detail pesanan menampilkan ringkasan pembelian, termasuk produk, total harga, metode pembayaran, serta alamat pengiriman dan penagihan. Pelanggan dapat memverifikasi pesanan sebelum melanjutkan pembayaran.



Gambar 7. Halaman detail pemesanan

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Perancangan *website e-commerce* untuk PT. Mika Media Digital dengan metode *Agile Development* telah mencapai target yang ditetapkan. *Website* yang dikembangkan mampu meningkatkan efektivitas promosi, mempermudah transaksi, dan memberikan pengalaman belanja yang lebih nyaman bagi pelanggan. Metode yang digunakan terbukti sesuai dengan tantangan yang dihadapi, terutama dalam membangun platform yang fleksibel dan mudah dikelola. Dampak positif dari proyek ini terlihat dalam meningkatnya visibilitas *brand* Prysmic serta kemudahan pelanggan dalam mengakses produk dan melalukan transaksi dengan lebih aman.

Saran

Agar *website* lebih optimal, disarankan untuk menambahkan sistem keanggotaan dengan diskon atau poin *reward* bagi pelanggan setia. Selain itu, pilihan pembayaran perlu diperluas dengan *e-wallet* seperti OVO, GoPay, Dana, serta kartu kredit untuk meningkatkan kenyamanan transaksi. Mengingat *website* masih dalam tahap awal, pengembangan lebih lanjut diperlukan agar fitur dan fungsionalitasnya semakin lengkap. Kami juga membuka diri untuk saran dan masukan guna meningkatkan kualitas sistem di masa depan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan hormat, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam penyelesaian proyek ini. Dedikasi, bantuan serta kerja sama yang diberikan sangat berarti bagi kami. Bimbingan dan masukan yang berharga turut membantu kami mencapai hasil terbaik. Tanpa dukungan tersebut, pencapaian ini tidak akan terwujud. Semoga kerja sama ini dapat terus berlanjut di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Aemanda, T., & Putra, A. D. (2020). Rancang bangun aplikasi. *Si Informasi ,Universitas Teknologi Indonesia*, *7*(1), Frieyadie, Kristiana, T. (2016). Rancang Bangun. http://dx.doi.org/10.1016/bs.ampbs.2017.04.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.arabjc.2013.08.010%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.chemosphere.2013.01.075%0Ahttp://www.pnas.org/cgi/doi/10.1073/pnas.0308555101%0Ahttp://www.treemediation.com/technical/phytoremed

Firidzky, S. M. R., Praptono, B., & Hadi, R. M. El. (2020). Perancangan Aplikasi E-Commerce

Untuk Meningkatkan Sarana Pemasaran Dan Penjualan Kaos Oblong (Studi Kasus : Diponegoro Kaos Oblong). *E-Proceeding of Engineering*, *7*(2), 5616–5629.

Hikmah, N., Suradika, A., & Ahmad Gunadi, R. A. (2021). Metode Agile Untuk Meningkatkan Kreativitas Guru Melalui Berbagi Pengetahuan (Knowledge Sharing) (Studi Kasus: Sdn Cipulir 03 Kebayoran Lama, Jakarta. *Instruksional*, *3*(1), 30. https://doi.org/10.24853/instruksional.3.1.30-39

Lubis, N., Harahap, A. Y., Tantawi, R., Aslami, N., Sitanggang, T. N., Samudra, U., Islam, U., Sumatera, N., & Indonesia, U. P. (n.d.). *Dampak Perkembangan Ekonomi Digital terhadap Pertumbuhan Sektor E-Commerce di Indonesia : Perspektif*. 348–359.

Mardhiyya, A., Fauzy, A. N., Sungkowati, S., Borobudur, U., Yogyakarta, U. A., & Yogyakarta, D. I. (2023). *RANCANG BANGUN WEBSITE BERBASIS WORDPRESS SEBAGAI*. *9*(1), 14–21.

Melisa, G., & Sitanggang, I. A. (2022). *PERANCANGAN WEBSITE E-COMMERCE INEED* . *ID*. *14*(1), 19–23.

Perdagangan, P. K. (2024). *Perdagangan Digital (E-Commerce) Indonesia Periode 2023*. 1–8.