

Kode>Nama Rumpun Ilmu: 428 /Teknik Informatika

LAPORAN HASIL KEMAJUAN PENGABDIAN



PENERAPAN B-STORE (BANGKINANG STORE) APLIKASI PENGEMBANGAN UKM DI BANGKINANG

TIM PENGUSUL

KETUA : Novi Yona Sidratul Munti, M.Kom /1015119301
ANGGOTA 1 : Safni Marwa, S.T., M.Sc /1026067802
ANGGOTA : Pangeran Otda Madani /1755201028
ANGGOTA : Yudi Faradila/1755201041

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI

2020/2021

HALAMAN PENGESAHAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Judul Pengabdian Masyarakat	:	PENERAPAN B-STORE (BANGKINANG STORE) APLIKASI PENGEMBANGAN UKM DI BANGKINANG
Kode/Nama Rumpun Ilmu	:	458/Teknik Informatika
Peneliti	:	
Ketua :	:	
a. Nama Lengkap	:	Novi Yona Sidartul Munti, S.Kom., M.Kom
b. NIDN/NIP	:	1015119301/096.542.170
c. Jabatan Fungsional	:	Lektor
d. Program Studi	:	S1 Teknik Informatika
e. No Hp	:	081374667372
f. email	:	sikumbang_ona@yahoo.com
Anggota Peneliti (1)	:	
a. Nama Lengkap	:	Safni Marwa, S.T., M.Sc
b. NIDN	:	1026067802
c. Program Studi	:	S1 Teknik Informatika
Biaya Penelitian	:	3.000.000

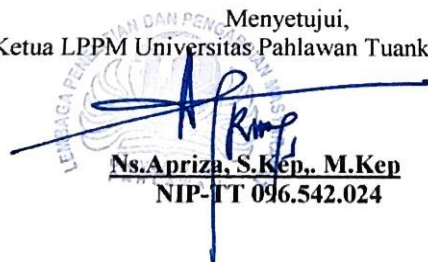
Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik
Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai


Emon Azriadi, S.T., M.Sc
NIP-TT 096.542.194

Bangkinang, 10 Juli 2021
Ketua Peneliti


Novi Yona Sidratul Munti, M.Kom
NIP-TT 096.542.170

Menyetujui,
Ketua LPPM Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai


Ns. Apriza, S.Kep., M.Kep
NIP-TT 096.542.024

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Pengabdian Masyarakat : **PENERAPAN B-STORE (BANGKINANG STORE) APLIKASI PENGEMBANGAN UKM DI BANGKINANG.**

2. Tim Peneliti :

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Program Studi
1.	Novi Yona Sidratul Munti, M.Kom	Ketua	E-Commerce	Teknik Informatika
2.	Safni Marwa, S.T., M.Sc	Anggota	Pemograman	Teknik Informatika

3. Objek Penelitian penciptaan :
(Penyuluhan E-Commerce)

4. Masa Pelaksanaan

Mulai : bulan Januari tahun 2021

Berakhir : bulan Juli tahun 2021

5. Lokasi Penelitian (lab/lapangan) : Bangkinang

7. Instansi lain yang terlibat (jika ada, dan uraikan apa kontribusinya)

Desa Rantau Merangin sebagai partner untuk sebagai uji coba dalam Pengabdian Masyarakat

8. Jurnal ilmiah yang menjadi sasaran (tuliskan nama terbitan berkala ilmiah internasional bereputasi, nasional terakreditasi, atau nasional tidak terakreditasi dan tahun rencana publikasi) ***Jurnal teragreditasi nasional***

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
IDENTITAS DAN URAIAN UMUM.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
Ringkasan	v
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1 Analisis Situasi.....	1
1.2 Prmasalahan Mitra.....	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	3
2.1 Pembuatan Apliaksi	3
BAB III METODOLOGI PELAKSANA	4
3.1 Analisis	4
3.1 Pengumpulan Data	4
BAB III BIAYA DAN PELAKSANAAN.....	5
4.1 Anggaran Biaya	5
4.2 Jadwal Kegiatan.....	5
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	6
DAFTAR PUSTAKA.....	22

RINGKASAN PROPOSAL

Seiring Perkembangan Zaman Diera Globalisasi Sekarang Ini, Sarana Belanja Menggunakan Aplikasi Dapat Memberikan Banyak Manfaat Bagi Pengguna. Dengan Kemajuan Zaman Dan Ditemukannya Teknologi-Teknologi Yang Mutakhir, Telah Banyak Cara Mempromosikan Barang Dan Menjual Nya Di Internet, Yang Dapat Membantu Mempercepat Penjualan Suatu Produk Secara Luas. Salah Satunya Adalah Menggunakan Aplikasi Berbasis Android Yang Lebih Interaktif Dan Efektif. Aplikasi Online Store Ini Bisa Digunakan Di Berbagai Kalangan Masyarakat, Seperti Mahasiswa, Pelajar, Anak Muda , Serta Masyarakat. Dengan Menggunakan, Diharapkan Dapat Membantu Membeli Dan Menjual Suatu Produk Secara Luas Dan Global, Membuat Gaya Aplikasi Yang Lebih Menarik, Dan Mengurangi Kejenuhan Pengunna Saat Menggunakan Aplikasi Ini. Serta Dapat Membantu Meningkatkan UKM Pada Suatu Daerah Yang Menggunakan Aplikasi Ini. Sebagai Contoh Aplikasi Online Store Berbasis Aplikasi Ini Sebagai Sarana Belanja Masyarakat Maupun Anak Mudah Yang Berjualan Di Internet Untuk Memasarkan Suatu Produk Dan Mendapatkan Penghasilan Secara Efektif, Mudah, Dan Efisien. Dengan Memanfaatkan Aplikasi Yang Diolah Dengan Menggunakan Program Java , C++ , Html Berbasis Android Minimal Jelly Bean 4.1. Berdasarkan Latar Belakang Di Atas, Penulis Ingin Merancang Suatu Aplikasi Belanja Online Dengan Menggunakan Media Aplikasi Khususnya Bangkinang . Karena Dirasa Aplikasi Tersebut Sangat Diperlukan Dalam Dunia E-Commerce. Pelaksanaan Kegiatan Ini Dibagi Menjadi

Beberapa Tahap Yaitu Analisis, Pengumpulan Data, Desain, Pembuatan Aplikasi, Pengujian, Implementasi Ke Mitra, Serta Evaluasi. Dengan Direalisasikan Usulan Ini, Penulis Berharap Ada Luaran Berupa Terciptanya Aplikasi Online Store Interaktif Sebagai Media Belanja Serta Menjual, Dan Artikel Ilmiah Penerapan Teknologi Interaktif Berbasis Aplikasi. Penulis Juga Berharap Luaran Ini Dapat Dijadikan Bahan Pertimbangan Atau Rujukan Bagi Setiap Masyarakat Di Bangkinang Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Serta Meningkatkan UKM Masyarakat Di Bangkinang, Referensi Komparasi Bagi Mahasiswa Lain Dalam Membuat Suatu Aplikasi Jual Beli Berbasis Android Serta Bahan Acuan Bagi Pengembangan Aplikasi Selanjutnya

BAB 1

PENDAHULUAN

Dalam perkembangannya, internet bukan hanya sebagai media informasi dan komunikasi. Namun internet mampu menambah pendapatan seseorang dalam perekonomian dan internet juga mampu memenuhi keinginan masyarakat dalam berbelanja. Dengan adanya online store, masyarakat bisa berbelanja dari rumah dan menghemat waktu serta tenaga. Kegiatan belanja Online ini merupakan bentuk komunikasi baru yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung, melainkan dapat dilakukan secara terpisah dari rumah ke seluruh daerah melalui media komputer dan smartphone.

Online store semakin berkembang melalui internet seperti website dan media sosial. Smartphone merupakan salah satu alat komunikasi yang sering digunakan kalangan masyarakat. Dengan menggunakan smartphone masyarakat semakin mudah mengakses internet untuk melakukan transaksi jual-beli secara online.

Online store merupakan toko untuk menawarkan barang dan jasa lewat Aplikasi sehingga pengunjung online store dapat melihat barang-barang di toko online terlebih dahulu sebelum membelinya. Berbagai kebutuhan masyarakat ada di Online store, seperti pakaian, cemilan, makanan, minuman, dan transportasi.

Media yang sering digunakan pebisnis online ialah media sosial Instagram. Penggunaan Instagram dapat dikatakan efektif bagi pemilik online shop karena memungkinkan untuk melakukan promosi dan penjualan yang menjangkau calon pembeli secara luas, tidak terbatas oleh jarak dan waktu. Karena pada dasarnya, Instagram merupakan aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto. Di samping itu penggunaan internet untuk media promosi dianggap cara yang paling efektif untuk menarik calon pembeli, terkadang pemilik online shop juga menggunakan jasa endorser untuk menarik perhatian calon pembeli.

Berbelanja secara online saat ini sudah menjadi trend modern yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat, karena mampu menarik perhatian bagi setiap masyarakat khususnya wanita. Karena berbelanja tidak bisa lepas dari wanita, tidak ada wanita yang tidak menyukai belanja, apalagi wanita modern yang tidak hanya menjadi ibu rumah tangga tapi juga menjadi wanita karir. Hal ini yang menjadi salah satu alasan mengapa semakin berkembangnya toko online yang ada di Indonesia.

Tidak hanya dengan menggunakan website, tetapi dengan media sosial pun masyarakat bisa melakukan bisnis online.

Berdasarkan dari permasalahan-permasalahan yang terjadi pada konsumen khususnya remaja dikota Bangkinang, dimana informan dalam penelitian ini dengan lokasi alamat tempat tinggal yang berbeda-beda dari daerah bangkinang kota , maka penting untuk meneliti lebih jauh mengenai perilaku konsumtif dalam berbelanja online melalui media sosial seperti Instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak pelambatan ekonomi dibangkinang akibat Covid-19 pada UKM?
2. Dengan minimnya pengetahuan masyarakat terhadap penggunaan teknologi digital dan adanya tuntutan pasar perlukah untuk membuat sistem aplikasi toko online?

1.3 Tujuan Pengabdian

Tujuan dari program Pengabdian ini adalah:

1. Media promosi untuk mengembangkan UKM masyarakat.
2. Meperluas lapangan kerja masyarakat.
3. Memperkenalkan teknologi kepada masyarakat.

1.4 Luaran yang Diharapkan

Luaran yang diharapkan dari pembuatan aplikasi jual dan beli ini, antara lain :

1. Mempermudah masyarakat untuk memperkenalkan suatu produk.
2. Menghemat waktu, tenaga, dan biaya bagi pengguna aplikasi.
3. Memberi pengetahuan kepada masyarakat dalam penggunaan teknologi digital.

1.5 Manfaat Pengabdian

Manfaat yang dapat diambil dari hasil pembelajaran menggunakan media berupa aplikasi online store berbasis andorid ini adalah sebagai berikut:

1. Bahan pertimbangan atau rujukan bagi masyarakat bangkinang dalam upaya meningkatkan UKM dalam proses jual beli sehingga dapat membuat membantu penjualan lebih efektif dan efisien.
2. Referensi komparasi bagi mahasiswa lain dalam membuat suatu media media aplikasi berbasis android.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pembuatan Aplikasi

Seiring dengan perkembangan zaman yang secara otomatis diikuti oleh perkembangan teknologi dan informasi, membuat manusia harus mengejar perkembangan tersebut dengan terus berusaha untuk menciptakan pemikiran-pemikiran dan karya-karya yang inovatif dan kreatif. Dari setiap karya yang dihasilkan tentunya disesuaikan dengan kebutuhan manusia. Kebutuhan hidup dan kepadatan penduduk yang terus meningkat meyakinkan manusia betapa pentingnya penggunaan teknologi.

Pada umumnya setiap manusia memiliki kemampuan dalam menggunakan aplikasi, baik itu orang dewasa, remaja maupun anak-anak. Bahkan banyak orang mengekspresikan setiap imajinasinya dalam sebuah karya. Seperti halnya dalam pembuatan media aplikasi yang pada dasarnya memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat yang melihat serta menggunakannya. Media aplikasi digunakan untuk masyarakat, dan universitas untuk mempermudah memperkenalkan menerapkan serta mengembangkan teknologi.

Dengan menggunakan aplikasi pada masyarakat umum, diharapkan dapat membantu media promosi serta UKM pada masyarakat sekitar, dengan begitu masyarakat dengan mudah mempromosikan suatu barang dan menaikkan UKM pada masyarakat.

2.2 Teknologi Multimedia

Aplikasi berbasis android ini merupakan media promosi bagi masyarakat untuk menaikkan jumlah penjualan suatu produk yang mudah digunakan oleh masyarakat secara efektif dan efisien, memanfaatkan aplikasi yang diolah menggunakan program multimedia aplikasi android yang berbasis jelly bean 4.1 ke atas , yang di susun melalui program Java, Css, Serta Html.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

Pembuatan aplikasi ini dilakukan selama 16 (enam belas) minggu dalam 5 (lima) tahap. Tahap pembuatan yang dimaksud adalah: analisis, pengumpulan data, desain, pembuatan aplikasi dan terakhir adalah pengujian aplikasi.

3.1 Analisis

Pada tahap ini dilakukan kajian pustaka dengan mengkaji berbagai literatur yang relevan dengan judul program PKM-T. Sumber yang digunakan antara lain adalah dari buku-buku, jurnal serta bantuan mesin pencari (*search engine*) internet.

3.2 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh bahan dan materi yang dibutuhkan guna membuat aplikasi online store. Dengan demikian dibutuhkan pengumpulan data. Data yang dikumpulkan ditentukan oleh kebutuhan yang diperlukan. Data itu dikumpulkan dari berbagai sumber telah ditentukan sebelumnya. Sumber-sumber tersebut sebagian besar berasal dari mitra dan masyarakat sekitar.

3.3 Desain

Desain biasa diterjemahkan sebagai seni terapan, arsitektur, dan berbagai pencapaian kreatif lainnya. Proses desain pada umumnya memperhitungkan aspek fungsi, estetik dan berbagai macam aspek lainnya, yang datanya biasa didapat dari riset, pemikiran, brainstorming, maupun dari desain yang sudah ada sebelumnya.

BAB IV

BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1 Anggaran Biaya

Total biaya yang diusulkan sebesar Rp.3.100.000,- (Tiga Juta Seratus Ratus Ribu Rupiah). Adapun ringkasan anggaran biaya dalam kegiatan ini dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1 Ringkasan Anggaran Biaya

No	Jenis Pengeluaran	Biaya yang Diusulkan (RP)
1	Gaji dan Upah	Rp. 1.100.000
2	Bahan habis pakai dan peralatan	Rp. 1.200.000
3	Lain-lain	Rp. 700.000
Jumlah		Rp. 3.000.000

4.2 Jadwal Kegiatan

Adapun jadwal pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

Penelitian direncanakan selama satu tahun yang pelaksanaannya mulai dari **Bulan Januari – Juli 2021**. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2 Bar Chart Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

No	Kegiatan	Tahun 2020-2021				
		1	2	3	4	5
1	Pengambilan data					
2	Pembuatan Proposal					
3	Seminar proposal					
4	Penelitian					
5	Evalusi program					
6	Analisis data					
7	Penyusunan laporan					
8	Presentase hasil					

BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Kegiatan

Hasil Kegiatan pengabdian masyarakat yang dicapai sebagai berikut.

1. Meningkatkan karya anak bangsa dengan Startup Business melalui Aplikasi B-Store.
2. Karya anak bangsa di Bangkinang menjadi terangkat dan terbantu.
3. Materi pelatihan E-Commerce.

5.2 Materi pada Sosialisasi

Materi yang disampaikan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut.

5.2.1 E-Commerce

E-commerce (Elektronik Commerce) atau dalam bahasa Indonesia Perdagangan Secara Elektronik adalah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya

Perusahaan yang mampu bersaing dalam sebuah kompetisi adalah yang mampu mengimplementasikan dan memanfaatkan teknologi ke dalam operasionalisasi perusahaan (Frissyalina, 2011). Penggunaan internet merupakan salah satu bentuk pemanfaatan teknologi yang dapat mendukung kegiatan usaha, antara lain dapat meningkatkan relasi dengan pelanggan, membangun aplikasi- aplikasi strategi baru dan dapat mengurangi biaya operasional (Eva, 2007). Adanya komersialisasi internet pada tahun 1990 mendorong hadirnya *electronic commerce (e-commerce)* untuk meningkatkan proses bisnis (Yulimar dan Setiawan, 2008).

Saat ini pemanfaatan *e-commerce* masih didominasi oleh perusahaan- perusahaan besar (Eva, 2007). Namun demikian sebenarnya pemanfaatan *e-commerce* juga dapat dilakukan oleh UMKM. Di Indonesia sendiri, sektor UKM masih tertinggal dalam pemanfaatan internet. Menurut data BPS (Badan Pusat Statistik) pada tahun 2012 jumlah UKM di Indonesia mencapai

55,3 juta, dimana 54 juta diantaranya merupakan pelaku usaha mikro. Dari sekian banyaknya. UMKM yang ada di Indonesia, baru sekitar 75 ribu UMKM yang menggunakan internet (<http://ekonomi.kompasiana.com/wirusaha/2012/07/08/ukm-goes-on-line/>). Hal ini sangat disayangkan mengingat UMKM berperan cukup signifikan dalam laju perekonomian Indonesia.

Meskipun UMKM memiliki peranan yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia, namun ada beberapa permasalahan yang membuat UKM ini sulit berkembang. Hendriani (2012) menyatakan bahwa UKM di Indonesia pada umumnya menghadapi beberapa permasalahan seperti masalah modal (baik modal awal, modal operasional, dan modal untuk kebutuhan investasi jangka panjang), kesulitan pemasaran, serta keterbatasan sumber daya manusia. Terkait permasalahan di atas, penerapan *e-commerce* diharapkan bisa membantu UMKM untuk mengatasi hal tersebut. Dengan *e-commerce*, modal operasional dapat diminimalkan. *E-commerce* juga memungkinkan UKM untuk memasarkan dan mempromosikan produknya, karena *e-commerce* merupakan media dengan daya jangkauan yang lebih luas dan murah. Hal ini dikarenakan *web* adalah media informasi yang dapat diakses dari mana saja selama jaringan internet tersedia (Yulimar dan Setiawan, 2008).

Mengingat bahwa *e-commerce* dapat membantu UKM mengatasi berbagai permasalahan seperti disebutkan di atas maka adopsi *e-commerce* menjadi hal yang perlu dilakukan. Oleh karena itu, faktor-faktor yang mendorong UKM untuk mengadopsi *E-commerce* merupakan masalah yang cukup penting untuk dikaji. Ada beberapa dasar teori untuk menjelaskan hal tersebut, salah satunya yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Theory Of Planned Behavior* dalam melakukan analisis terhadap penerapan *e-commerce* usaha mikro. Alasan pendipilihnya *Theory Of Planned Behavior* sebagai dasar analisis karena dapat menganalisis kondisi seseorang di saat orang tersebut dalam kondisi tidak mempunyai kontrol sendiri terhadap sumber daya yang

mereka perlukan, pengetahuan dan kesempatan yang mereka peroleh (Kinanti dan Baridwan, 2013). Secara umum kelebihan *Theory Of Planned Behavior* adalah karena teori ini.

E-commerce adalah penggunaan internet dan *web* untuk transaksi bisnis atau secara lebih formal didefinisikan sebagai transaksi perdagangan yang dimungkinkan secara digital antar organisasi dengan organisasi atau dengan individual serta antar individual dengan individual (Sarwono dan Prihartono, 2012). Terdapat sejumlah manfaat *e-commerce* bagi UMKM sebagaimana dikemukakan oleh Eva (2007) serta Amalia dan Robahi (2006), antara lain:

1. Memungkinkan perusahaan mengakses pasar global, menjangkau pelanggan dan pelanggan potensial dalam jumlah yang besar baik dalam maupun luar negeri, di mana saja dengan investasi dan biaya operasional yang relatif lebih rendah.
2. Pengadaan barang dapat dilakukan secara elektronik dengan supplier di seluruh dunia dengan waktu cepat dan biaya lebih murah daripada pengadaan dengan cara lain.
3. Rantai distribusi pemasaran dapat dieliminasi, dengan demikian harga produk bisa menjadi lebih murah dan profit yang diperoleh perusahaan lebih tinggi. Eliminasi rantai distribusi dan pemasaran membuat pemasaran dapat dilakukan secara *one to one marketing*.
4. *E-commerce* mengurangi biaya pembuatan, pemrosesan, distribusi, penyimpanan, dan pencarian informasi dibandingkan penggunaan dokumen.
5. *E-commerce* memungkinkan pengurangan jumlah persediaan yang harus disimpan.
6. Relasi konsumen ditingkatkan dengan fasilitas interaktif.
7. *E-commerce* mengurangi biaya pembuatan, pemrosesan, distribusi, penyimpanan, dan pencarian informasi dibandingkan penggunaan dokumen.
8. *E-commerce* memungkinkan pengurangan jumlah persediaan yang harus disimpan.
9. Relasi konsumen ditingkatkan dengan fasilitas interaktif.
10. *E-commerce* mengurangi biaya telekomunikasi.

11. Media iklan menjadi lebih banyak, bisa mencakup audience yang lebih luas sehingga baik digunakan untuk promosi merek/membangun merek.

Meskipun penerapan *e-commerce* dapat mendukung pengembangan pemasaran produk UMKM, tetapi penerapan tersebut tidak selalu berjalan lancar dan penggunaannya dapat menemui beberapa hambatan. Almalia dan Robahi (2006) mengidentifikasi ada empat faktor yang menghambat UMKM dalam menerapkan *e-commerce*, yaitu: (1) sumber daya yang ada kurang mampu untuk bersaing dalam dunia teknologi, (2) masalah perijinan yang sulit, (3) kurangnya informasi mengenai *e-commerce*, (4) koneksi internet yang belum memadai.

Selain empat faktor di atas masih ada beberapa lagi hambatan penerapan *e-commerce* di Indonesia. Adapun hal-hal yang menjadi permasalahan dan menghambat perkembangan *e-commerce* di Indonesia antara lain kebiasaan masyarakat Indonesia yang belum terbiasa untuk melakukan transaksi internet. Masyarakat Indonesia terbiasa untuk melihat dan merasakan secara langsung apa yang akan mereka beli. Hal lain yang menyebabkan masyarakat Indonesia enggan bertransaksi melalui internet adalah masalah keamanan transaksi serta kejelasan hukum di dunia digital, seperti bagaimana itu uang digital, tanda tangan digital dan bagaimana hukum yang berlaku jika terjadi kejahatan (<http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2010/06/peluang-dan-hambatan-e-commerce-di-indonesia/>).

5.3 Adopsi *E-Commerce*

Adopsi adalah perilaku baru seseorang sesuai dengan latar belakang pengetahuan, kesadaran dan sikapnya terhadap rangsangan/stimulus (Notoatmodjo, 2003). Apabila penerimaan perilaku baru atau adopsi telah melalui proses yang didasari oleh pengetahuan, kesadaran dan sikap yang positif, maka perilaku tersebut akan bersifat langgeng (*long lasting*). Sebaliknya apabila perilaku itu tidak didasari oleh pengetahuan dan kesadaran tidak akan berlangsung lama. Adopsi *e-commerce* menurut Pavlou dan Fygenson (2006) adalah perpaduan antara adopsi teknologi dengan unsur-unsur pemasaran. Secara luas digambarkan sebagai keterlibatan konsumen dalam hubungan pertukaran *online* dengan *vendor web*

Manfaat dalam menggunakan *e-commerce* sebagai sistem transaksi adalah:

- a. Dapat meningkatkan market *exposure* (pangsa pasar).

Transaksi *on-line* yang membuat semua orang di seluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media komputer dan tidak terbatas jarak dan waktu.

- b. Menurunkan biaya operasional (*operating cost*).

Transaksi *e-commerce* adalah transaksi yang sebagian besar operasionalnya diprogram di dalam komputer sehingga biaya-biaya seperti *showroom*, beban gaji yang berlebihan, dan lain-lain tidak perlu terjadi.

- c. Meningkatkan *customer loyalty*.

Ini disebabkan karena sistem transaksi *e-commerce* menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu selain itu dalam hal pembelian juga dapat dilakukan setiap waktu bahkan konsumen dapat memilih sendiri produk yang dia inginkan.

5.4 Aplikasi E-Commerce

Beberapa aplikasi umum yang berhubungan dengan *e-commerce* adalah:

- * E-mail dan Messaging
- * Content Management Systems
- * Dokumen, spreadsheet, database
- * Akunting dan sistem keuangan
- * Informasi pengiriman dan pemesanan
- * Pelaporan informasi dari klien dan enterprise
- * Sistem pembayaran domestik dan internasional
- * Newsgroup
- * On-line Shopping
- * Conferencing
- * Online Banking

Perusahaan yang terkenal dalam bidang ini antara lain: eBay, Yahoo Amazon.com, Google, dan Paypal. Untuk di Indonesia, bisa dilihat tradeworld.com, bhineka.com, fastncheap.com, dll.

5.5 Permasalahan Dalam E-Commerce

1. Penipuan dengan cara pencurian identitas dan membohongi pelanggan.
2. Hukum yang kurang berkembang dalam bidang e-commerce ini.

Selain dua hal diatas dalam e-commerce waspadailah adanya cybercrime dengan pola phishing atau pengelabuhan. Hal itu terjadi, karena pelaku seringkali berada di luar kawasan Indonesia sehingga keberadaannya sulit terdeteksi. Phishing merupakan salah satu bentuk cybercrime berupa penipuan untuk mendapatkan informasi, seperti kata sandi atau password kartu kredit. Kata tersebut diambil dari bahasa inggris fishing. Dimana dalam konteks cybercrime, diartikan sebagai memancing informasi keuangan seseorang

5.6 Website

1. Pengertian Website

Website adalah sebuah kumpulan halaman pada suatu domain di internet yang dibuat dengan tujuan tertentu dan saling berhubungan serta dapat diakses secara luas melalui halaman depan (home page) menggunakan sebuah browser menggunakan URL website. Sebagai contoh, untuk alamat website Niagahoster adalah <https://irfanalfajri12.wixsite.com/B-Store-1>.

2. Unsur-Unsur Website

Terdapat 3 unsur yang sangat vital pada website. Tanpa adanya semua unsur ini, website anda tidak akan pernah ditemukan dan diakses oleh pengguna di internet. Ketiga unsur yang dimaksud adalah:

- Domain.

Jika website diibaratkan sebagai produk, maka domain adalah merk. Penggunaan domain yang menarik akan membuat orang tertarik untuk memasuki suatu website. Dengan pemilihan nama domain yang unik juga membuat orang mudah mengingatnya untuk nantinya dikunjungi kembali.

- Hosting.

Tidak kalah pentingnya dengan domain, hosting memiliki peran untuk menyimpan semua database (script, gambar, video, teks dan lain sebagainya) yang diperlukan untuk membentuk suatu website. Banyak sekali penyedia jasa hosting di Indonesia, salah satunya Niagahoster yang menyediakan hosting terbaik untuk kecepatan akses website Anda.

- Konten.

Tanpa adanya konten pada website, maka website bisa dikatakan tidak memiliki tujuan yang jelas. Konten pada website dapat berupa teks, gambar atau video. Jika dilihat dari

konten yang disuguhkan, terdapat beberapa macam website. Misalnya saja, sosial media, website berita, website jual beli atau website yang berisi konten yang berdasarkan minat, bakat serta hobi.

3. Jenis- Jenis Website

Website merupakan media untuk menampilkan informasi. Awal kemunculannya, informasi yang ditampilkan pada website hanya berupa tulisan. Saat ini berbagai jenis website dapat Anda temukan dengan mudah, tidak hanya menampilkan informasi berupa tulisan saja. Berikut beberapa diantaranya:

- Website Pribadi

Website pribadi atau personal web adalah jenis web yang dimiliki oleh seorang individu, walaupun berupa website pribadi tetapi tidak melulu kontennya berisi hal yang bersifat pribadi dari pemilik website tersebut. Website pribadi di desain dengan tampilan menarik dan ciamik.

- Website Toko Online (E-Commerce)

Website toko online ini sudah tidak asing didengar lagi, *e-commerce* yang merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan transaksi antara penjual dan pembeli yang dilakukan melalui media elektronik. Media elektronik disini dapat berupa internet, televisi, smartphone, dll, sehingga banyak jasa pembuat website ini menyediakan website untuk toko onlie.

- Blog

Bog merupakan website yang memuat berbagai informasi, foto, maupun video yang di tuliskan di halaman website sebagai bentuk buku harian.

A. Kilas Pandang Website E-Commerce

Website e commerce adalah perdagangan yang juga dikenal sebagai perdagangan elektronik atau perdagangan internet yang mengacu pada pembelian dan penjualan barang atau jasa menggunakan situs web di internet, dan transfer uang dan data untuk melakukan transaksi ini.

Ada empat jenis utama model e-niaga atau e-commerce yang dapat menggambarkan hampir setiap transaksi yang terjadi antara konsumen dan bisnis di masyarakat. Dan berikut ini adalah ulasannya.

- Model Bisnis ke Konsumen (B2C)

Model ini berlaku ketika bisnis atau perusahaan menjual barang atau jasa yang disediakan kepada konsumen individu (mis. Anda membeli sepasang sepatu dari pengecer online).

- Bisnis ke Bisnis (B2B)

Seperti namanya, model ini terjadi saat bisnis atau perusahaan menjual barang atau layanan ke bisnis lain (mis. Bisnis perusahaan yang menjual perangkat lunak sebagai layanan untuk digunakan oleh perusahaan lain yang memerlukannya)

- Konsumen ke Konsumen (C2C)

Ketika seorang konsumen menjual barang atau jasa ke konsumen lain (mis. Anda menjual furnitur lama Anda di eBay ke konsumen lain).

- Konsumen ke Bisnis (C2B)

Ketika seorang konsumen menjual produk atau layanan mereka sendiri ke bisnis atau organisasi (mis. Influencer menawarkan pemaparan kepada pemirsa daring mereka dengan imbalan biaya, atau seorang fotografer melisensikan foto mereka untuk digunakan oleh suatu bisnis).

B. Contoh Dari Website E-Commerce

1. B-Store

B-Store merupakan contoh website e-commerce sederhana dengan alamat link <https://irfanalfajri12.wixsite.com/B-Store-1> ini dibuat untuk memenuhi tugas yang telah diberikan oleh dosen. B-Store merupakan sebutan nama toko online seperti toko online lainnya.

Model Bisnis B-Store ini berbbentuk:

- B2C eCommerce

Sektor ecommerce B2C (business to consumer) adalah model bisnis yang lazim dilakukan di pasar e-commerce. Bahkan sektor B2C adalah model bisnis yang selalu ada dipikiran orang saat mendengar kata 'ecommerce'. Transaksi ecommerce B2C menyerupai model ritel tradisional, di mana bisnis menjual jasa/produk kepada individu, namun bisnis dijalankan dengan platform online alih-alih dengan toko fisik.

Contoh pemain ecommerce B2C di Indonesia adalah Blibli, Jd.id, dan Lazada. Namun, dari laporan DailySocial mengindikasikan adanya peleburan batas antara ecommerce B2C dan C2C yang dilihat dari penilaian reputasi. Penilaian terhadap reputasi umumnya didasarkan pada kepercayaan konsumen yang terbentuk dari beberapa faktor, diantaranya jaminan produk, kualitas layanan, hingga efektivitas sistem yang disajikan.

Dari penilaian reputasi, masing-masing memiliki angka yang cukup berimbang, Blibli dan Tokopedia mendapati angka tertinggi. Dari tabel penilaian di atas, Shopee memiliki peringkat teratas dalam urusan produk murah dan biaya pengiriman gratis. Sedangkan JD.id menguatkan brand dengan jaminan produk jualannya asli.

B-Store sendiri menggunakan Model e-commerce B2C (business to consumer), dimana ini sangat mencerminkan dari bidang iritel sendiri agar dapat bersaing di masyarakat dan mengenalkan Online Store Sendiri secara langsung.

Dalam transaksi jual beli B-Store ini, penjual dan pembeli tidak bertemu langsung dalam satu tempat melainkan melalui dunia maya. Di situs website B-Store ini, proses transaksi yang dilakukan tidak jauh berbeda dengan proses transaksi yang kita lakukan di toko biasa. Jika di toko kita dilayani oleh manusia, sedangkan melalui situs belanja online kita dilayani oleh mesin. Situs belanja online memiliki fungsi untuk melakukan transaksi penjualan langsung di internet. Transaksi pada website B-Store ini menggunakan form atau aplikasi yang dibuat sedemikian rupa pada situs belanja online tersebut. Secara garis besar situs website e-commerce ini memiliki fitur sebagai berikut :

1. Akun
2. Daftar Keinginan
3. History
4. Pelayanan Pelanggan
5. Pengaturan
6. Tentang

C. Metode Pembayaran E-Commerce

Untuk masalah pembayaran, ada beberapa metode yang sering digunakan dalam E-Commerce, yaitu :

Pembayaran Elektronik

Pembayaran dengan metode ini menggunakan internet banking, kartu kredit/debit, atau dengan uang digital yang sudah beredar seperti Go-Pay, Ovo, Link aja, Dana, Dan lainnya.

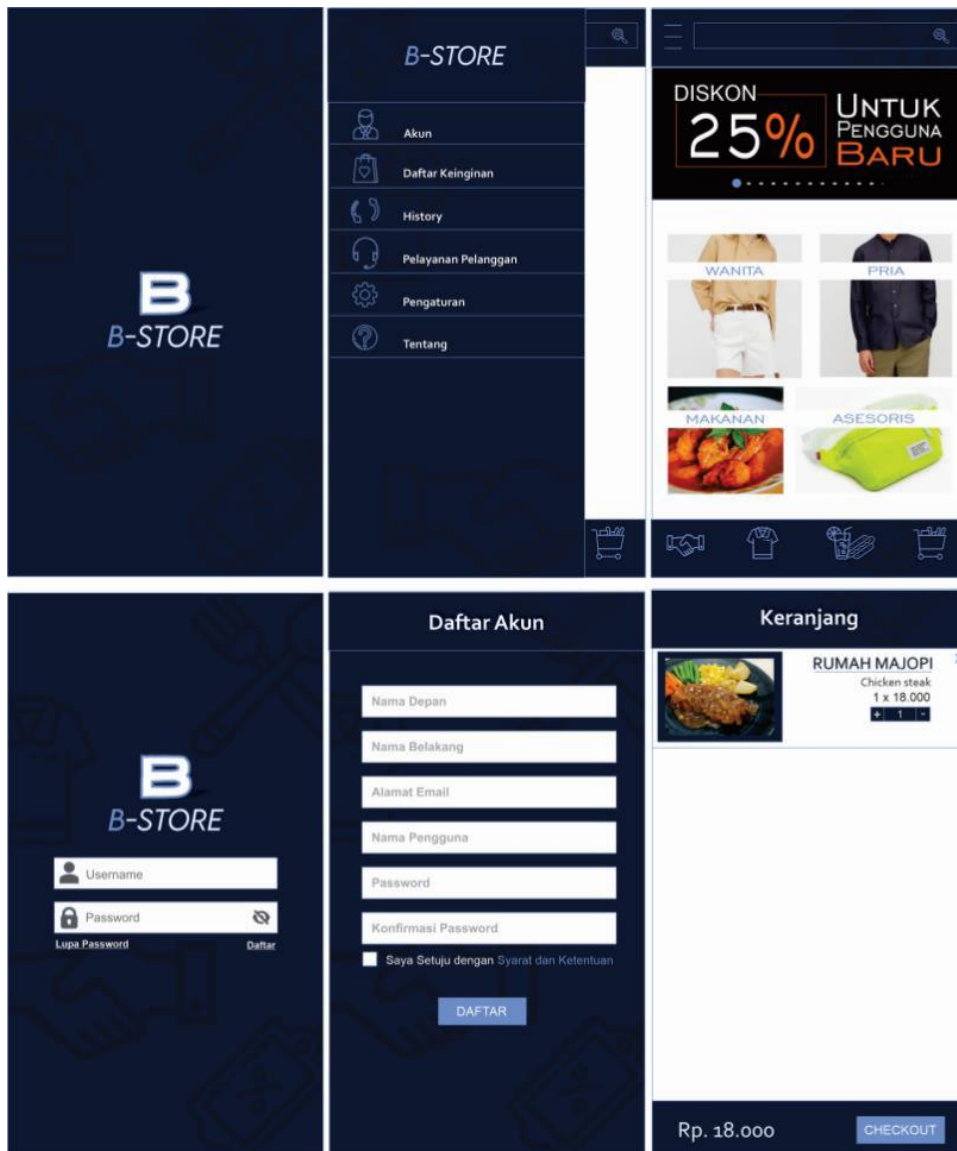
Pembayaran Cash On Delivery (Cash On Delivery)

Transaksi pembayaran dengan metode ini dilakukan secara langsung. Jadi Penjual dan Pembeli akan bertemu sesuai dengan kesepakatan (bisa juga dengan bantuan perantara kurir), setelah menerima barang, pembeli membayarkan uang secara tunai kepada pihak Penjual. Pembayaran menggunakan metode ini juga dapat meminimalisir terhadap penipuan secara online.

Pembayaran lewat Transfer

Pihak pembeli akan mentransfer sejumlah uang ke nomor rekening penjual. setelah membayar, barang baru akan dikirim oleh penjual melalui jasa pengiriman.

C. Rancangan Website E-Commerce B-Store



D. Analisis SWOT dari Website E-Commerce B-Store

1. Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Analisis SWOT mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama website ke dalam daftar yang terorganisir dan biasanya disajikan

dalam bilah kisi-kisi yang sederhana.

2. B-Store

B-Store adalah Website E-commerce sederhana yang menawarkan beberapa produk. Memenuhi segala kebutuhan dengan menawarkan berbagai pilihan produk dari segala kategori, mulai dari elektronik, pakaian, perhiasan dan lain- lain.

➤ Strenght / Kelebihan

1. Beraneka Ragam Produk Tersedia

Di B-Store barang yang di jual sangat beraneka macam, mulai dari barang elektronik, peralatan rumah tangga, perlengkapan bayi, pakaian, perhiasan, mainan, alat musik, alat olahraga, buku, tas, alat kecantikan, makanan dan lain-lain

2. Banyak Diskon Menarik Yang Di Tawarkan

B-Store sangat sering memberikan diskon-diskon terhadap produk yang dijualnya. Diskon yang diberikan pun bervariasi, mulai dari 2% sampai dengan diatas 30%.Website yang user friendly.

3. Website di B-Store

memiliki tampilan yang user friendly. Navigasinya sangat mudah dan tampilannya pun menarik sehingga orang yang awam pun bisa menggunakannya dengan mudah. Menyediakan daftar keranjang seperti E-Commerce lainnya. Menyediakan fitur untuk membuat akun E-commerce dalam B-Store.

4. Pengiriman Barang Cepat.

Sebagai pembeli pasti mengharapkan barang yang ia beli cepat sampai dan tidak terjadi kerusakan ataupun cacat, B-Store sepertinya tahu persis kebutuhan konsumen itu oleh karena itu mereka melakukan pengiriman barang yang cepat setelah pembayaran diterima.Jangkauan global

5. Kecepatan menjangkau pasar
6. Efisiensi pengadaan produk
7. Biaya Promosi Kecil
8. Berbasis data dan email sehingga lebih terorganisir
9. Sistem Pembayaran yang memberi kemudahan Berjalan Otomatis
10. Informasi yang up-to-date

➤ Weakness / Kelemahan

1. Konfirmasi Pembayaran Cukup Lama
2. Fasilitas COD masih belum bisa Sangat rawan terjadi penipuan
3. Kadang barang tersebut tidak sesuai dengan yang kita inginkan
4. Kepercayaan dan resiko
5. Akses Internet yang lambat
6. Tidak bisa Memegang & Mencoba produk
7. Pasar Seluruh Dunia Tapi Terbatas Pada Pengguna Internet
8. Permasalahan hukum/legalitas
9. Nama domain masih gratis

➤ Opportunities / Peluang :

1. Menjadi top website pengunjung dari B-Store
2. Rata-rata waktu yang dihabiskan pengunjung untuk mengunjungi website ini adalah sekitar 7 menit
3. Bisa diakses dimana saja –kapan saja
4. Kesempatan berpartisipasi
5. Tidak dikenai pajak penjualan

6. Dapat membuka lapangan usaha bagi UMKM
7. Memajukan siklus perekonomian Indonesia di bidang bisnis

➤ Threats / Ancaman :

1. Semakin banyak muncul pesaing yang menyediakan layanan yang sama
2. Munculnya penipuan Dikhawatirkan adanya pembuatan website palsu
3. Persaingan harga, kualitas, persaingan secara global
4. Tidak adanya jaminan bahwa transaksi e-commerce terbebas dari upaya perusakan/pemanipulasian data dan tentu akan berdampak pada berkembangnya aktivitas ekonomi
5. Pencurian data oleh hacker
6. Website yang masih rentan

DAFTAR PUSTAKA

- Safaat, Nazruddin.** 2012. Pemrograman Aplikasi Mobile Smartphone Dan Tablet PC Berbasis Android. Bandung. Informatika Bandung.
- Wahana Komputer. 2013. Android Programming With Eclipse. Semarang **Penerbit Andi.**
- Mudyahardjo,** Redja. 2001. Pengantar Pendidikan Komputer. Jakarta: Rajawali Pers Tirtarahardja.
- Edi S, M.** (2006). Menjadi Desainer Layout Andah Adobe In Design CS. Jakarta : Penerbit Andi.
- Supriyanto** , 2005, Pengantar Teknologi Informasi, Salemba Infotek, Jakarta.
- Supardi,** Semua Bisa Menjadi Programmer Java Basic Programming, Jakarta: PT.Elex Media Computindo, 2010.
- Hariyanto,** Esensi-esensi Bahasa Pemrograman Java, Bandung: Informatika, 2003.
- Supriyatno,** Menggunakan Java dan MySQL untuk Pemula, Jakarta: mediakita, 2010.
- M. Huda** and B. Komputer, Membuat Aplikasi Database dengan Java, MySQL, dan NetBeans, Jakarta: PT Elex Media Computindo.
- J. W. Satzinger, R. Jackson and S. D. Burd,** System Analysis and design in Changing World.
- R. V. Imbar and B. R. Suteja,** Pemrograman Web-Commerce dengan ORACLE & SAP, Bandung: Informatika, 2006.
- Karuniawan,** Sistem Informasi Manajemen dengan Visual Basic 6, Yogyakarta: Andi, 2002.
- H. Sismoro,** Pengantar Logika Informatika Algoritma dan Pemrograman Komputer, Yogyakarta: ANDI, 2005.
- Avello, Glavilan, Balsco and Abril.** (2010). Hedonic Buying Motivation and Time Style. Journal of Management and Business, Vol 1 Iss 1.
- Guido, Gianluigi.** (2006). Shooing Motives, Big Five Factors, and The Hedonic/Utilitarian Shopping Value:An Integration and Factorial Study. Journal Of Innovative Marketing, Vol 2.

Lampiran 1

Biodata Diri, Riwayat Penelitian, PkM dan Publikasi

A. Identitas

1	Nama	:	Novi Yons Sidratul Munti, M.Kom
2	Jenis Kelamin	:	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	:	Asisten Ahli
4	NIP	:	096.542.170
5	NIDN	:	1015119301
6	Tempat dan Tanggal Lahir	:	Talang, 15 November 1993
7	Email	:	sikumbang_ona@yahoo.com
8	No Telepon/ Hp	:	081374667372
9	Alamat Kantor	:	Jl.Tuanku Tambusai No 23 Bangkinang
10	NoTelpon/ Fax	:	(0762) 21677
11	Lulusan yang telah dihasilkan	:	
12	Mata Kuliah yang diampu	:	Dasar Pemograman

B. Riwayat Pendidikan

	S-I	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Putra Indonesia YPTK Padang	Universitas Putra Indonesia YPTK Padang	
Bidang Ilmu	Teknik Informatika	Ilmu Komputer	
Tahun Masuk - Lulus	2011-2015	2015-2016	

C. Pengalaman Penelitian dalam 3 tahun terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (juta Rp)
1	2017	Perancangan Aplikasi Sistem Pakar Diagnosa Penyakit Ginekologi Menggunakan Forard Chaining Berbasis Web Mobile	Mandiri	6.000.000

1	2017	Perancangan Aplikasi Sistem Pakar Diagnosa Penyakit Ginekologi Menggunakan Forard Chaining Berbasis Web Mobile	Mandiri	6.000.000
2	2018	Penerapan Costumer Relationship Management Gorden Berbasis Web Indah Gorden Dengan Menggunakan PHP dan MySQL https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jiti/article/view/892	Mandiri	8.000.000
3	2018	Perancangan Sistem Pakar Diagnosa Penyakit Lupus Eritmatosus Sistem (LES) dengan Metode Forward Chaining Menggunakan Pemograman PHP dan MySQL http://ejurnal.umri.ac.id/index.php/JIK/article/view/1404	Mandiri	6.000.000
4	2019	Electronic Modwife Registry : Upaya untuk Menurunkan Angka Kematian Ibu di Indonesia	DIKTI	15.155.000

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat 3 tahun terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (jutaRp)
1	2020	Workshop Penggunaan Moodle Bagi Guru Kelas X SMA N 10 Pekanbaru	Mandiri	2.500.000
2	2019	Sosialisasi Pemanfaatan E-Commerce Pada Bisnis Online Zaman Now Di SMA 2 Bangkinang Kota	Mandiri	2.500.000
3	2018	Pelatihan Penggunaan E-Learning untuk Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi	Mandiri	2.500.000
4	2018	Penyuluhan Information Computer Technology (ICT) Di Kalangan Pelajar SMK N 1 Bangkinang	Mandiir	2.450.000
5	2017	Penyuluhan Pemanfaatan Free	Mandiri	2.300.000

		Domain Program GIBO (GIBO Indonesia Business Online) Untuk Pembuatan Website Usaha Kecil Menengah (UKM) Pada Pengrajin Tanjak Dalam Rangka Melestarikan Hukum Adat di Kabupaten Kampar		
5	2017	Penyuluhan Pemanfaatan Free Domain Program GIBO (GIBO Indonesia Business Online) Untuk Pembuatan Website Usaha Kecil Menengah (UKM) Pada Pengrajin Tanjak Dalam Rangka Melestarikan Hukum Adat di Kabupaten Kampar	Mandiri	2.300.000
6	2017	PKM Kupuk Obung	Mandiri	2.150.000

E.Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal 3 tahun terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/Tahun
1	Perancangan Aplikasi Sistem Pakar Diagnosa Penyakit Ginekologi Menggunakan Forard Chaining Berbasis Web Mobile	Jurnal Media Infotama	https://jurnal.unived.ac.id/index.php/jmi/article/view/454
2	Penerapan Costumer Relationship Management Gorden Berbasis Web Indah Gorden Dengan Menggunakan PHP dan MySQL	Jurnal Inovasi Teknik Informatika	https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jiti/article/view/892
3	Perancangan Sistem Pakar Diagnosa Penyakit Lupus Eritmatusus Sistem(LES) Dengan Metode Forward Chaining Menggunakan Pemrograman PHP dan MySQL	Jurnal Fasilkom	http://ejurnal.umri.ac.id/index.php/JIK/article/view/1404

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (Oral Presentation) dalam 3 tahun terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah/ Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat

G. Karya Buku dalam 3 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun Penerbitan	ISBN	Penerbit	URL (jika ada)

H. Perolehan HKI dalam 5 tahun terakhir

No	Judul /Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1	Analisis Dan Penerapan Data Mining Untuk Menentukan Gaji Karyawan Tetap Dan Karyawan Kontrak Menggunakan Algoritma K-Means Clustering (Studi Kasus Di PT.Indomex Dwijaya Lestari	2019	HKI	000138013
2	ELECTRONIC MIDWIFE REGISTRY INDONESIA (COME)	2019	Program Komputer	000163946
3	Manual Book, Electronic Midwife Registry Indonesia (Come)	2019	Buku Panduan/Petunjuk	000165047

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 10 tahun terakhir

No	Judul/ tema/ jenis rekayasa yang telah diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat

J. Penghargaan dalam 5 tahun terakhir (Pemerintah, Asosiasi Atau Institusi)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun

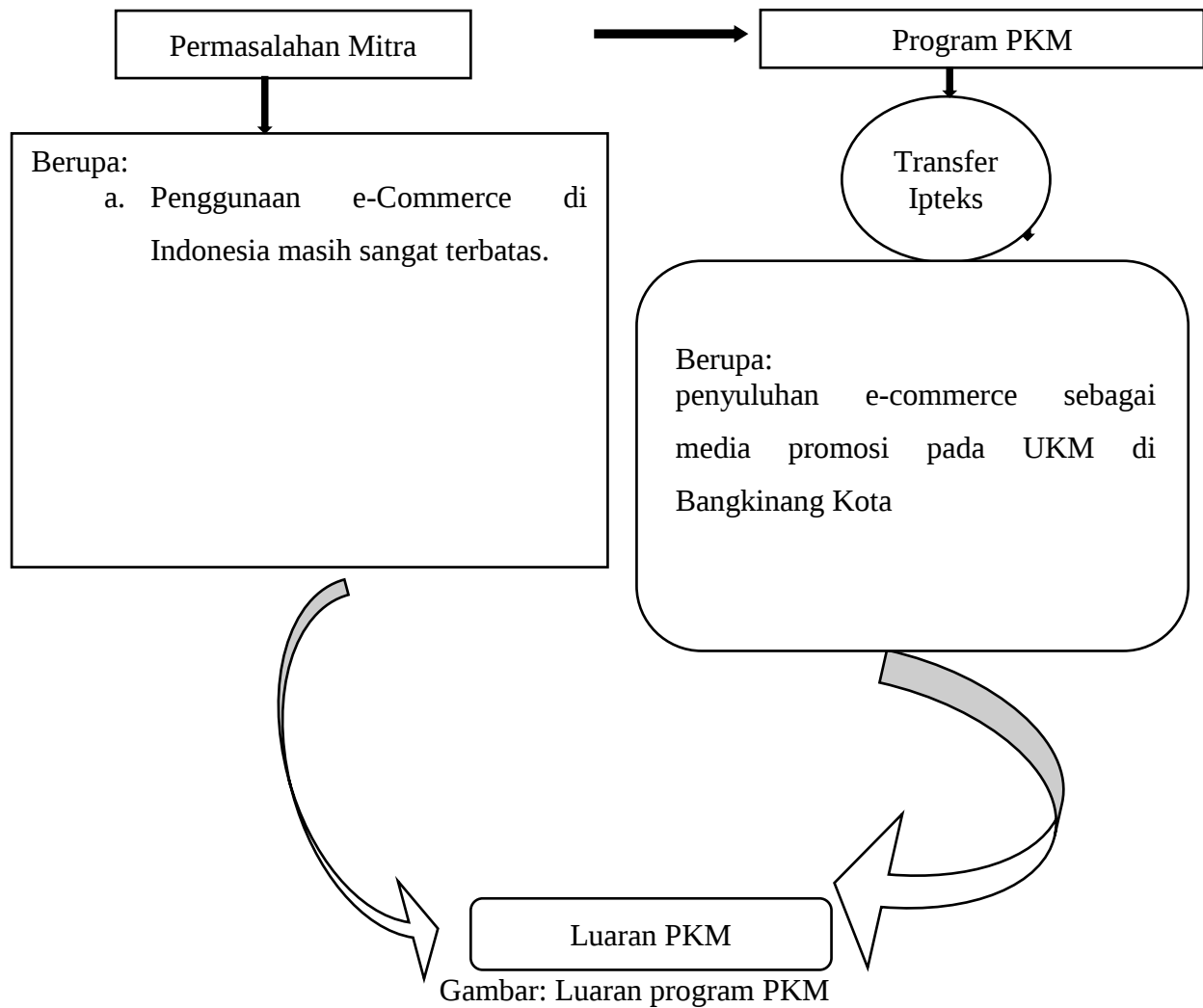
Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya sebagai syarat dalam pengajuan proposal pengabdian masyarakat Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

Bangkinang, 3 Juni 2021
Pengusul,

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'N' followed by a smaller 'Y' and some additional strokes.

Novi Yona Sidratul Munti, S.Kom., M.Kom
NIP.TT 096 542 170

LAMPIRAN 2



- a. Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN
- b. Pengelolaan yang berorientasi pada pelayanan, kombinasi konsepsi pelayanan konvensional dan virtual : Responsif (respon yang cepat dan ramah), Dinamis, Informatif dan komunikatif
- c. Informasi yang up to date, komunikasi multi-arah yang dinamis

Lampiran 3

Foto Kegiatan

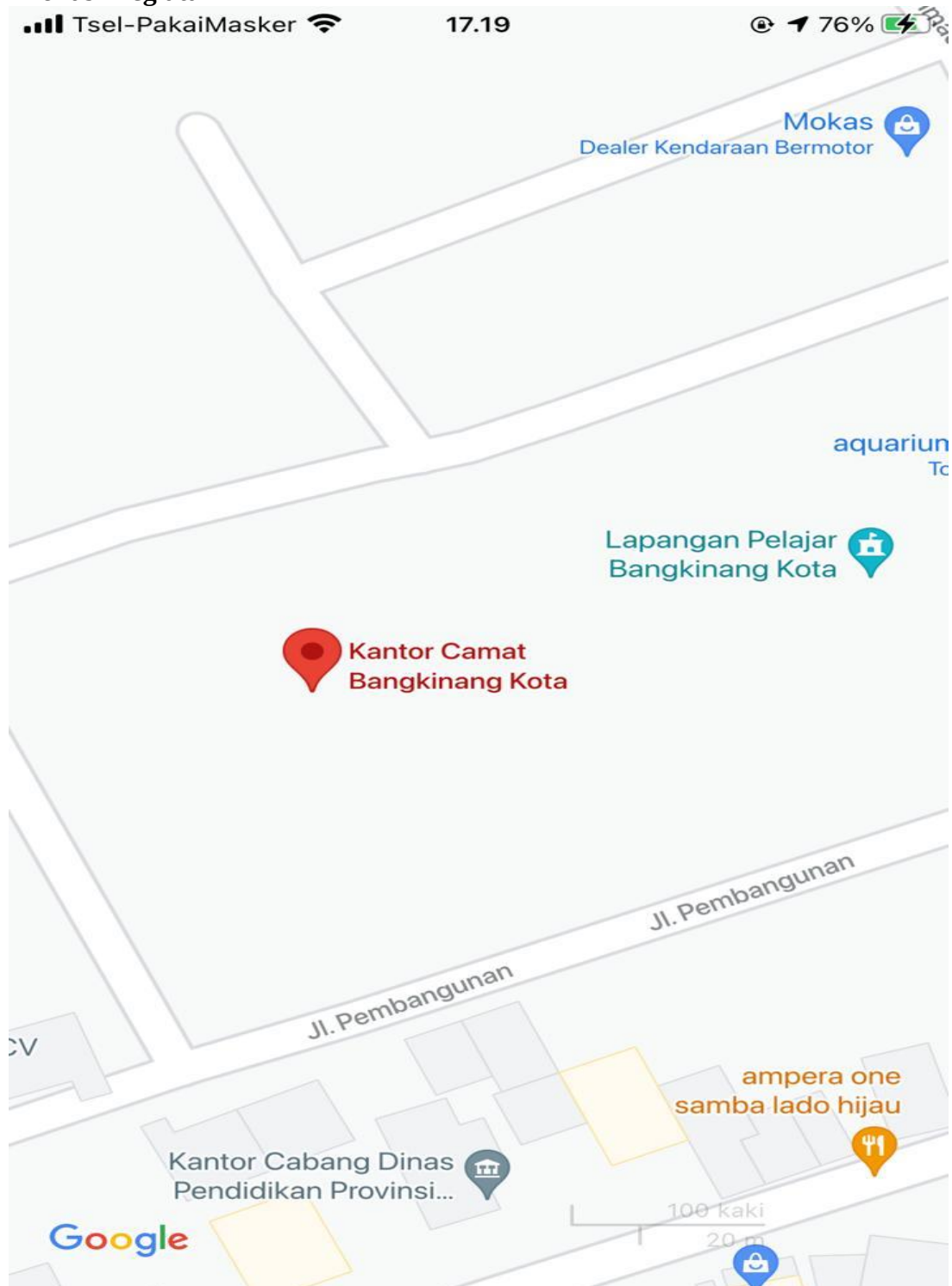


Koordinasi dengan Bagian IT Bangkinang



Lampiran 4

Lokasi Kegiatan





UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

e-mail : lppm.tambusai@yahoo.co.id

Alamat : Jl. Tuanku Tambusai No. 23 Bangkinan, Kampar - Riau Kode Pos. 28412

Telp. (0762)21677, 085278005611, 085211804568

SURAT PERINTAH TUGAS

Nomor 312/LPPM/UPTT/VII/2021

Ketua Lembaga Pengabdian dan Pengembangan Masyarakat Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, dengan ini menugaskan kepada:

Nama : 1. Novi Yona Sidratul Munti, S.Kom., M.Kom
2. Safni Marwa, S.T., M.Sc
3. Pangeran Otda Madani
4. Yudi Faradilla
Jabatan : Dosen Prodi Teknik Informatika

Melaksanakan kegiatan Pengabdian Masyarakat di Bangkinang dengan kegiatan “ Penerapan B-Store(Bangkinang Store) Aplikasi Pengembangan UKM di Bangkinang” pada Bulan Juni – September. Dengan dikeluarkannya surat tugas ini, maka yang bersangkutan wajib melaksanakan tugas dengan sebenarnya dan bertanggungjawab kepada Ketua LPPM Tuanku Tambusai.

Demikian surat tugas ini dibuat, untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Bangkinang, 29 Mei 2021

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
Ketua,

Ns. Apriza, S.Kep, M.Kep
NIP-TT. 096.542.024

Tembusan disampaikan kepada Yth :

Rektor Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

KETERANGAN

DARI PEJABAT YANG MEMBERI TUGAS

Tempat Kedudukan Pegawai Yang Memberi Tugas	Berangkat	Tiba kembali
	Tanggal, tanda tangan	Tanggal, tanda tangan
	 Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Ketua,  <u>Ns. Apriza, M. Kep</u> NIP-TT : 096.542.024	 Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Ketua,  <u>Ns. Apriza, M. Kep</u> NIP-TT : 096.542.024

DARI PEJABAT DI TEMPAT YANG DIKUNJUNGI

Tempat kedudukan Pegawai Yang Dikunjungi	Tiba	Berangkat
	Tanggal, tanda tangan	Tanggal, tanda tangan
	 <u>ARIZON, SE</u>	 <u>ARIZON, SE</u>

BERITA ACARA PENGABDIAN MASYARAKAT

Pada hari ini, Sabtu Tanggal Lima Bulan Juni Tahun Dua Ribu Dua Puluh Satu telah dilakukan Pengabdian Masyarakat di Bangking dengan judul sebagai berikut:

“Penerapan B-Store(Bangkinang Store) Aplikasi Pengembangan UKM di Bangkinang”

Pemberi Materi



Novi Yona Sidratul Munti, M.Kom

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
Ketua,



Ns. APRIZA, S.Kep, M.Kep

Mengetahui
KEPALA



ARIZON SE
NIP. 196508021991031010

