

Pelatihan *E-Commerce* untuk Peningkatan Kemandirian Ekonomi Masjid Al Huda Denpasar

^{1*}Indrianto, ²Edwar, ³Affan Irfan Fauziawan, ⁴Agus Purwanto, ⁵Muhamad Samsudin
^{1*,2,3,4,5} Institute Teknologi Dan Bisnis STIKOM BALI
*Email: indrianto@stikom-bali.ac.id

ABSTRAK

Masjid Al Huda, sebagai pusat spiritual dan sosial, memainkan peran krusial dalam kehidupan umat dan masyarakat sekitarnya. Selain menjadi tempat ibadah, masjid ini juga menjadi fondasi bagi perkembangan sosial, intelektual, dan ekonomi komunitasnya, dengan fokus yang semakin relevan pada peningkatan kemandirian ekonomi. Implementasi *e-commerce* telah menjadi solusi modern yang menjanjikan untuk mengoptimalkan potensi ekonomi masjid dan komunitasnya, terutama dalam era digital di mana pergeseran perilaku konsumen menuju platform *online* menjadi tren yang tak terelakkan. Pemanfaatan *e-commerce* memberikan masjid Al Huda kesempatan untuk memperluas jangkauan bisnisnya, menjangkau lebih banyak umat, serta memperkuat basis keuangan guna mendukung kegiatan sosial dan kemanusiaan. Solusi yang ditawarkan mencakup pembuatan portal *e-commerce* dan pelatihan penggunaannya bagi takmir dan jamaah masjid Al Huda, dengan hasil akhir berupa platform *e-commerce* yang sesuai kebutuhan, peningkatan sumber daya keuangan masjid, tidak hanya mengandalkan donasi jamaah. Meskipun hasil pengembangan *e-commerce* untuk Al Huda belum menghasilkan pendanaan dalam jumlah besar, namun setidaknya sudah memberikan alternatif sumber pendanaan bagi masjid Al Huda.

Kata kunci : *E-Commerce*, Sumber Keuangan, Aktivitas Sosial

ABSTRACT

Masjid Al Huda, as a spiritual and social center, has a crucial role in the lives of the community and its surrounding society. In addition to being a place of worship, this mosque also serves as a foundation for the social, intellectual, and economic development of its community, with an increasingly relevant focus on enhancing economic self-sufficiency. The implementation of e-commerce has become a promising modern solution to optimize the economic potential of the mosque and its community, especially in the digital era where consumer behavior is shifting towards online platforms as an inevitable trend. The utilization of e-commerce provides Al Huda with the opportunity to expand its business reach, engage more community members, and strengthen its financial base to support social and humanitarian activities. The offered solution includes the creation of an e-commerce portal and training for its use by the administrators and congregation of Al Huda, with the final result being an e-commerce platform that meets their needs, increases the mosque's financial resources, and reduces dependence on congregational donations. Although the development of e-commerce for Al Huda has not yet yielded significant profits, it has at least provided an alternative funding source for Al Huda.

Key words: *E-Commerce, Financial Resources, Social Activities*

PENDAHULUAN

Masjid Al Huda Gunung Gede Denpasar, berlokasi di Jl. Gunung Gede no.9 Denpasar, merupakan mitra kegiatan pengabdian dalam usulan ini. Sebagai salah satu tempat ibadah masyarakat Muslim di sekitar Perumnas Monang-Maning, masjid ini berada di bawah naungan Yayasan Al Huda Gunung Gede Denpasar dan berkomitmen untuk meningkatkan kemandirian ekonomi sebagai sumber dana utama operasional masjid. Berdiri sejak tahun 2010, Masjid Al Huda mampu menampung hingga 200 jamaah dalam setiap kegiatan kajian meskipun luas areanya terbatas, menunjukkan tingginya partisipasi masyarakat.

Selain sebagai tempat ibadah, Masjid Al Huda juga memberikan layanan Fardu Kifayah, yakni pelayanan pemulasaran jenazah bagi warga yang tergabung di RWM Al Huda. Layanan ini sangat penting untuk membantu warga yang tidak memiliki tempat tinggal permanen, sehingga masjid ini dapat menjadi tempat pelaksanaan pemulasaran jenazah ketika terjadi musibah.

Untuk mendukung layanan Fardu Kifayah, Masjid Al Huda berencana mengadakan mobil ambulans yang membutuhkan dana sekitar 200 juta, namun hingga saat ini baru terkumpul 40 juta. Seluruh dana operasional masjid selama ini didapatkan dari donasi para jamaah, sehingga kebutuhan besar seperti pengadaan ambulans menjadi kendala.

Melihat besarnya biaya operasional, para pengurus Yayasan Al Huda berinisiatif meningkatkan sumber dana operasional dengan membentuk amal usaha yang dikelola secara profesional. Usaha ini memproduksi pakaian Muslim pria dan wanita dengan *brand* baru, Alhuda Muslim Wear. Selain itu, terdapat empat jamaah yang memiliki produk unggulan seperti kerajinan tangan, produk kulit (tas, sepatu, baju), produk daging segar (sapi, ayam, kambing), serta jasa pengiriman paket baik domestik maupun internasional, yang ingin

bergabung dalam pemasaran yang dikembangkan oleh Al Huda.

Dengan demikian, pengembangan *e-commerce* menjadi langkah strategis untuk mengoptimalkan potensi ekonomi masjid dan komunitasnya, memperluas jangkauan bisnis, meningkatkan keuangan, dan mendukung kegiatan sosial serta kemanusiaan.

RUMUSAN MASALAH

Berkenaan dengan uraian permasalahan yang dialami oleh mitra, maka tim pengusul telah mengidentifikasi beberapa permasalahan yang dialami oleh mitra berkaitan dengan sumber dana operasional masjid. Permasalahan tersebut antara lain:

- a. Sumber pendanaan hanya berasal dari infaq, shodaqoh para jamaah, dengan jumlah berkisar 4 s.d 6 juta per bulan. Biaya operasional bulanan masjid mencapai 5-6 juta per bulan. Saldo akhir bulanan di masjid rata-rata di bawah 1 juta. Hal ini mengakibatkan kesulitan masjid untuk mengadakan kegiatan lebih luas lagi.
- b. Kendala dalam pengadaan sarana-prasarana, karena kurangnya dana yang dimiliki yayasan. Sampai saat ini dana yang terkumpulkan hanya sekitar 20% dari target dana yang dibutuhkan.

METODE

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Masjid Al Huda Gunung Gede Denpasar, Jl. Gunung Gede no.9, Kelurahan Padangsambian, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar. Kegiatan pengabdian akan dilaksanakan selama 8 bulan dengan tahap kegiatan yang dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Gambaran Metodologi

PEMBAHASAN

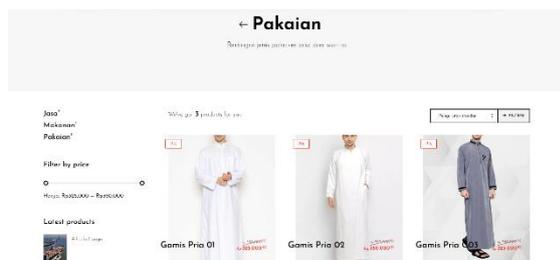
Masjid Al Huda, memiliki beberapa produk yang dijual secara *online* ataupun secara *offline*. Antara lain baju gamis, kaos, air kemasan, jasa kargo, jasa pemasangan plafon.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan adalah pembuatan platform *e-commerce* dengan alamat <https://shop.alhuda-smart.com>.



Gambar 2. Halaman depan <https://shop.alhuda-smart.com>

Di dalam platform ini, pengguna bisa melakukan transaksi pembelian barang yang dijual oleh Masjid Al-Huda.



Gambar 3. Halaman Produk

Pembeli diarahkan ke halaman produk, sebagaimana tampilan gambar 3.

Kemudian memilihnya dan bisa menampilkan detail produk seperti pada gambar 4.



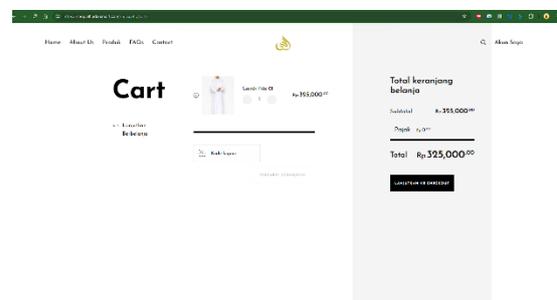
Gambar 4. Halaman detail produk

Selanjutnya bisa menambahkan produk yang dipilih ke keranjang belanja, sebagaimana tampilan gambar 5.



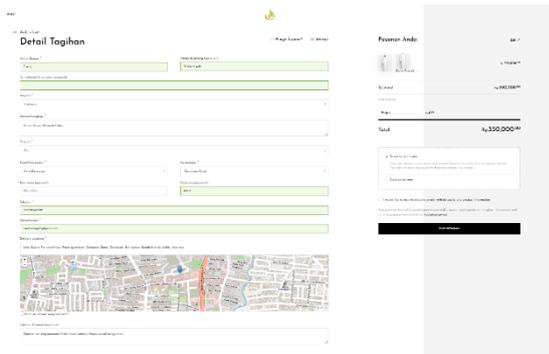
Gambar 5. Menambahkan produk ke keranjang belanja

Pembeli juga bisa melihat keranjang belanja yang sudah diisinya, sebagaimana tampilan gambar 6.



Gambar 6. Halaman Keranjang Belanja

Selanjutnya pembeli memilih tombol pembayaran, untuk mengisi alamat pengiriman, dan akan dimunculkan detail biaya yang harus dibayarkan, sebagaimana tampilan gambar 7. Setelah mengisi semua isian, pembeli menekan tombol Buat Pesanan untuk memproses pemesanan barang.



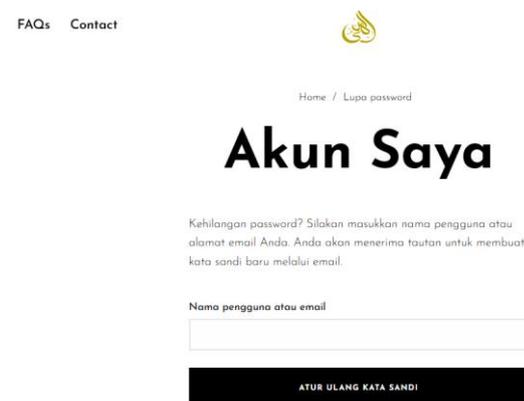
Gambar 7. Halaman Detail Tagihan

Di sisi admin toko, melakukan pengolahan barang dan pesanan yang dilakukan oleh pembeli. Pertama-tama, admin login menggunakan akun yang sudah ditentukan, sebagaimana tampak pada gambar 8.



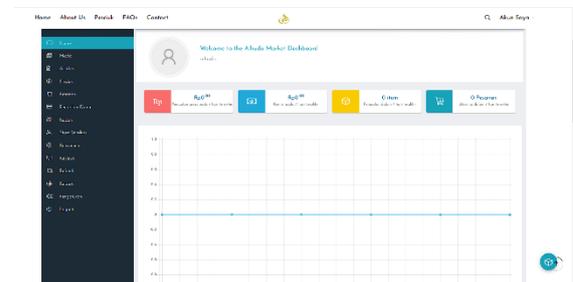
Gambar 8. Halaman Login

Jika login berhasil, maka admin akan masuk ke halaman *dashboard manager*, seperti tampak pada gambar 10. Namun jika admin tidak bisa login karena lupa *password*, maka bisa melakukan *reset password* dengan menekan tombol Lupa Password, sehingga akan diarahkan ke halaman *reset password*, seperti tampak pada gambar 9.



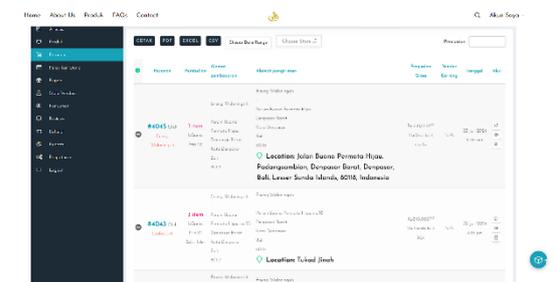
Gambar 9. Halaman Reset Password

Pada halaman ini, pengguna diminta memasukkan email yang telah didaftarkan, kemudian pilih tombol Atur Ulang Kata Sandi. Selanjutnya *link* untuk *reset password* dikirimkan ke email yang didaftarkan.



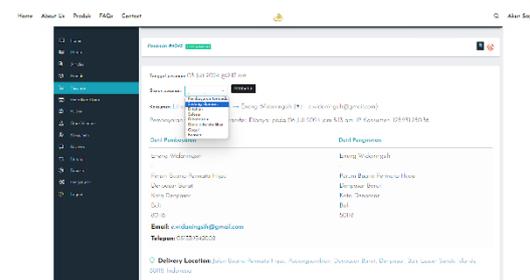
Gambar 10. Halaman Dashboard Store Manager

Pada halaman dashboard ini, admin dapat memantau pesanan yang ada, sebagaimana tampak pada gambar 11.



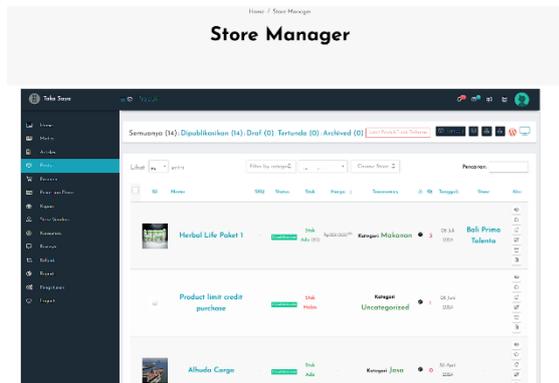
Gambar 11. Daftar Pesanan Barang

Selanjutnya barang akan dikirimkan ke alamat pembeli, sesuai alamat yang diisi pada saat *checkout*. Setelah barang dikirimkan, admin mengubah status pesanan menjadi diproses. Dan setelah barang diterima oleh pembeli, admin mengubah status pesanan menjadi selesai. Sebagaimana tampak pada gambar 12.



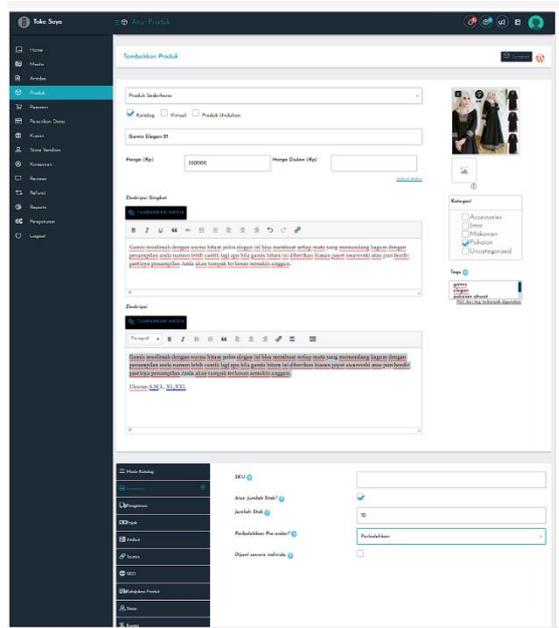
Gambar 12. Halaman detail pesanan

Selain itu, admin *store* juga bisa melakukan pengolahan produk yang dijual. Pada menu produk, sebagaimana tampak pada gambar 13, menampilkan semua produk yang telah didaftarkan di platform.



Gambar 13. Halaman Manajemen Produk

Untuk menambahkan produk baru, admin menekan tombol Tambah, sehingga muncul halaman baru, sebagaimana tampak pada gambar 14. Selanjutnya diisi judul produk, harga produk, harga diskon jika ada, deskripsi singkat, deskripsi lengkap. Demikian halnya memilih gambar atau *upload* gambar baru, dengan mengklik bingkai gambar pada bagian kanan atas halaman. Selanjutnya memilih kategori produk, dan mengisi tags produk.



Gambar 14. Halaman tambah produk

Pada isian SKU, diisi dengan kode SKU produk. Untuk mengatur jumlah stok, diklik bagian Atur Jumlah Stok, kemudian diisi stok yang tersedia. Produk ini juga bisa diatur untuk memperbolehkan *pre-order*. Dan juga bisa diatur untuk perlakuan penjualan secara satuan.

Aplikasi ini telah dibangun dan dijalankan sejak Januari 2024. Dari hasil wawancara dengan pengurus yayasan yang menangani aplikasi ini, menyatakan bahwa transaksi yang dilakukan oleh jamaah secara *online* masih minim. Secara keseluruhan transaksi baik *online* maupun *offline* tercatat senilai Rp.9.590.000,-. Nilai transaksi ini masih belum memberikan sumbangan pendapatan yang signifikan bagi operasional Al Huda.

Kesulitan yang dihadapi oleh pengurus masjid, dalam mengelola kegiatan ekonominya adalah, bahwa belum ada petugas yang secara penuh menangani kegiatan ekonomi ini. Admin pengelola bekerja di luar kesibukan pekerjaan utamanya. Usulan untuk mempekerjakan karyawan untuk mengelola kegiatan ini masih dipertimbangkan oleh yayasan, mengingat kesiapan sarana dan prasarana yang dimiliki yayasan masih kurang. Demikian juga dengan biaya operasional yang mungkin akan dibebankan cukup tinggi, sehingga yayasan menunda merekrut karyawan.

SIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan ini adalah, telah dibuat aplikasi *e-commerce* untuk masjid Al Huda dengan Alamat <https://shop.alhuda-smart.com>. Aplikasi berbasis web ini telah berjalan sejak Januari 2024.

Pelatihan penggunaan platform *e-commerce* telah dilaksanakan kepada pengurus Yayasan dan jamaah Al Huda. Hasil penjualan melalui platform ini masih kurang banyak.

Kemandirian ekonomi masjid yang diharapkan mampu mendongkrak pendapatan masjid melalui platform *e-*

commerce, masih belum optimal, perlu langkah-langkah baru yang lebih strategis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada pengurus Yayasan Al Huda, beserta para jamaahnya, yang telah bekerjasama dalam program pengabdian masyarakat ITB STIKOM Bali 2023.

Terima kasih juga kami sampaikan kepada ITB STIKOM Bali, yang telah memberikan pendanaan dalam program pengabdian masyarakat bagi dosen ITB STIKOM Bali tahun 2023.

DAFTAR PUSTAKA

Evi Triandini, "A Maturity Model for *E-Commerce* Adoption By Small And Medium Enterprises In Indonesia," *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)* , 2017

Rehatalanit, "Peran *E-Commerce* Dalam Pengembangan Bisnis," *Jurnal Teknologi Industri, Unv. Suryadharma.*, vol. 5, 2016

Kadar Nurjaman, "Pemberdayaan *E-Commerce* di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia", *Jurnal Abdimas Peradaban*, vol 3, no 1, 2022.

Arman Maulana, "Peran *E-Commerce* di Tengah Pandemi terhadap Gaya Hidup Masyarakat Indonesia Masa Kini", *Journal of Education and Technology*, vol (1), no 1, 2021

Nadia Ika Purnama," Analisis Penggunaan *E-Commerce* Di Masa Pandemi", *SiNTESa*,vol 1 no1 , 2021