

## PENGEMBANGAN WEBSITE E-COMMERCE MAHASISWA SEBAGAI SARANA DIGITALISASI USAHA DAN PENGUATAN BISNIS DIGITAL DI UNIVERSITAS FORT DE KOCK BUKITTINGGI

Hafiz Nugraha S.Pd, M.Pd, T<sup>1</sup> Ziyad Alfarissy <sup>2</sup> Evan Dinata Davidson <sup>3</sup> Silvia Winas <sup>4</sup> Dhea Trimulyanti <sup>5</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Fort De Kock, Bukittinggi

<sup>1</sup>Email: [hafiznugraha@fdk.ac.id](mailto:hafiznugraha@fdk.ac.id)

<sup>2</sup> Email: [ziyad.alfarissy@gmail.com](mailto:ziyad.alfarissy@gmail.com)

<sup>3</sup> Email: [dinatadavidson@gmail.com](mailto:dinatadavidson@gmail.com)

<sup>4</sup> Email: [silviawinas@gmail.com](mailto:silviawinas@gmail.com)

<sup>5</sup> Email: [dheatrimulyanti253@gmail.com](mailto:dheatrimulyanti253@gmail.com)

### Abstract

*The development of digital technology has driven significant changes in business patterns and entrepreneurship, including within higher education institutions. Students are required not only to possess academic competencies but also technology-based entrepreneurial skills. This study aims to examine and design the development of a student e-commerce website as a means of business digitalization and digital business strengthening at Universitas Fort De Kock Bukittinggi. The method employed is a descriptive qualitative approach through user needs analysis, system design, and a literature review related to e-commerce and digital entrepreneurship. The results of this study present a campus e-commerce website model that provides features such as a student product catalog, business profiles, product management, and a centralized administrative dashboard. This website is expected to serve as an official platform for the promotion and marketing of student products, enhance entrepreneurial interest and activities, and support the achievement of Key Performance Indicators (KPIs) of higher education institutions. The conclusion indicates that the development of a student e-commerce website has the potential to deliver strategic benefits for both the university and students in addressing business challenges in the digital era.*

### Abstrak

*Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan signifikan dalam pola usaha dan kewirausahaan, termasuk di lingkungan perguruan tinggi. Mahasiswa dituntut tidak hanya memiliki kompetensi akademik, tetapi juga kemampuan berwirausaha berbasis teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan merancang pengembangan website e-commerce mahasiswa sebagai sarana digitalisasi usaha dan penguatan bisnis digital di Universitas Fort De Kock Bukittinggi. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif-kualitatif melalui analisis kebutuhan pengguna, perancangan sistem, dan studi literatur terkait e-commerce dan kewirausahaan digital. Hasil dari perancangan ini berupa model website e-commerce kampus yang menyediakan fitur katalog produk mahasiswa, profil usaha, manajemen produk, serta dashboard administrasi terpusat. Website ini diharapkan mampu menjadi wadah resmi promosi dan pemasaran produk mahasiswa, meningkatkan minat dan aktivitas kewirausahaan, serta mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan website e-commerce mahasiswa berpotensi memberikan manfaat strategis bagi universitas dan mahasiswa dalam menghadapi tantangan bisnis di era digital.*

**Keywords:** e-commerce, kewirausahaan mahasiswa, digitalisasi usaha, bisnis digital, perguruan tinggi

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor, termasuk sektor usaha dan kewirausahaan. Digitalisasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan efisiensi, jangkauan pasar, serta daya saing suatu usaha. Salah satu bentuk implementasi digitalisasi usaha adalah pemanfaatan website e-commerce sebagai media promosi dan pemasaran produk secara daring.

Mahasiswa sebagai generasi muda memiliki potensi besar dalam pengembangan kewirausahaan. Perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam memfasilitasi dan mendorong mahasiswa untuk mengembangkan usaha yang inovatif dan berkelanjutan. Namun, masih banyak usaha mahasiswa yang dikelola secara konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, sehingga peluang pengembangan usaha menjadi terbatas.

Universitas Fort De Kock Bukittinggi berupaya mendukung penguatan kewirausahaan mahasiswa melalui pengembangan website e-commerce kampus. Website ini dirancang sebagai wadah resmi untuk mempromosikan dan memasarkan produk mahasiswa, sekaligus sebagai media pembelajaran kewirausahaan berbasis teknologi. Oleh karena itu, diperlukan perancangan sistem website e-commerce yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan tujuan institusi.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perancangan dan manfaat pengembangan website e-commerce mahasiswa sebagai sarana digitalisasi usaha dan penguatan

bisnis digital di Universitas Fort De Kock Bukittinggi.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah metode deskriptif-kualitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk menggambarkan proses perancangan sistem website e-commerce mahasiswa secara sistematis dan komprehensif.

Tahapan penelitian meliputi:

1. Analisis kebutuhan, yaitu mengidentifikasi kebutuhan mahasiswa dan universitas terkait fitur dan fungsi website e-commerce.
2. Studi literatur, dengan menelaah konsep e-commerce, kewirausahaan digital, dan peran perguruan tinggi dalam pengembangan usaha mahasiswa.
3. Perancangan sistem, meliputi penyusunan fitur utama, alur penggunaan, dan model pengelolaan website.
4. Evaluasi konseptual, yaitu menilai kesesuaian rancangan website dengan tujuan digitalisasi usaha dan penguatan kewirausahaan mahasiswa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan website e-commerce mahasiswa di Universitas Fort De Kock Bukittinggi menghasilkan sebuah model platform digital kampus yang dirancang untuk mendukung kegiatan kewirausahaan mahasiswa secara terintegrasi. Website ini dikembangkan sebagai sistem terpusat yang dikelola oleh universitas, sehingga menjamin konsistensi data,

keberlanjutan pengelolaan, serta kesesuaian konten dengan kebijakan institusi. Perancangan sistem yang bersifat user friendly memungkinkan mahasiswa dengan berbagai tingkat literasi digital dapat memanfaatkan platform ini secara optimal dalam mengelola dan mempromosikan produk usaha mereka.

Model website e-commerce yang dirancang menyediakan sejumlah fitur utama yang mendukung aktivitas bisnis digital mahasiswa. Fitur katalog produk memungkinkan produk usaha mahasiswa ditampilkan secara terstruktur berdasarkan kategori, sehingga memudahkan pengunjung dalam menelusuri dan menemukan produk yang diinginkan. Selain itu, fitur profil usaha memberikan informasi mengenai identitas pelaku usaha dan deskripsi produk, yang berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Fitur manajemen produk juga memberikan keleluasaan bagi mahasiswa untuk mengelola data produk secara mandiri, termasuk pembaruan informasi dan harga, sehingga mendorong kemandirian dan tanggung jawab dalam menjalankan usaha digital.

Dari sisi pengelolaan, keberadaan dashboard admin terpusat memiliki peran strategis dalam mengatur pengguna, memverifikasi akun mahasiswa, serta mengelola konten website. Dashboard ini memungkinkan universitas untuk melakukan pemantauan terhadap aktivitas kewirausahaan mahasiswa secara sistematis, menjaga kualitas data, serta memastikan bahwa produk yang ditampilkan sesuai dengan standar dan etika akademik. Data yang terhimpun secara terpusat juga dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan pelaporan institusi, evaluasi program kewirausahaan, serta

pemenuhan Indikator Kinerja Utama (IKU) dan akreditasi perguruan tinggi.

Implementasi website e-commerce mahasiswa ini diharapkan mampu mendorong digitalisasi usaha mahasiswa secara lebih luas. Dengan adanya platform resmi berbasis daring, mahasiswa tidak lagi bergantung pada metode pemasaran konvensional, tetapi dapat menjangkau pasar yang lebih luas melalui media digital. Kondisi ini berpotensi meningkatkan minat dan motivasi mahasiswa dalam berwirausaha, sekaligus memperkuat keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan bisnis. Selain sebagai sarana promosi, website ini juga berfungsi sebagai media pembelajaran praktis yang memperkenalkan mahasiswa pada sistem e-commerce dan pengelolaan bisnis digital secara nyata.

Secara keseluruhan, hasil perancangan dan pembahasan menunjukkan bahwa pengembangan website e-commerce mahasiswa memberikan manfaat strategis bagi mahasiswa maupun universitas. Bagi mahasiswa, platform ini mendukung pengembangan usaha, peningkatan kompetensi digital, dan penguatan jiwa kewirausahaan. Sementara itu, bagi universitas, website ini berkontribusi dalam meningkatkan citra institusi sebagai kampus yang adaptif terhadap transformasi digital serta memperkuat peran perguruan tinggi dalam membangun ekosistem kewirausahaan berbasis teknologi. Temuan ini menegaskan pentingnya integrasi platform digital dalam program kewirausahaan perguruan tinggi untuk menjawab tantangan bisnis di era digital.

## SIMPULAN

Pengembangan website e-commerce mahasiswa di Universitas Fort De Kock

Bukittinggi merupakan langkah strategis dalam mendukung digitalisasi usaha dan penguatan bisnis digital di lingkungan perguruan tinggi. Berdasarkan hasil perancangan dan pembahasan, website e-commerce yang dikembangkan mampu menyediakan platform terintegrasi yang mendukung kegiatan promosi, pemasaran, dan pengelolaan usaha mahasiswa secara digital. Fitur-fitur yang disediakan, seperti katalog produk, profil usaha, manajemen produk, serta dashboard administrasi terpusat, dirancang untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa dan institusi dalam membangun ekosistem kewirausahaan berbasis teknologi.

Keberadaan website e-commerce mahasiswa ini diharapkan dapat meningkatkan minat dan aktivitas kewirausahaan mahasiswa, memperluas jangkauan pemasaran produk, serta meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi digital. Selain memberikan manfaat langsung bagi mahasiswa, pengembangan platform ini juga memberikan kontribusi strategis bagi universitas dalam mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU), penguatan branding institusi sebagai kampus berbasis digital, serta penyediaan data terpusat untuk kebutuhan evaluasi dan akreditasi. Dengan demikian, pengembangan website e-commerce mahasiswa berpotensi menjadi model penguatan kewirausahaan digital yang berkelanjutan di lingkungan perguruan tinggi.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Fort De Kock Bukittinggi atas dukungan dan fasilitasi dalam pelaksanaan perancangan website e-commerce mahasiswa ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Program Studi Bisnis Digital serta seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara

langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan dan pengembangan artikel ini. Dukungan dan kerja sama yang diberikan sangat berarti dalam mewujudkan pengembangan kewirausahaan mahasiswa berbasis teknologi digital di lingkungan perguruan tinggi.

## REFERENSI

- Agustina, R., & Pratama, A. R. (2021). *Pengembangan platform e-commerce sebagai sarana peningkatan kewirausahaan mahasiswa. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 85–96.
- Alamsyah, D. P., & Wibowo, S. F. (2020). *Digital entrepreneurship ecosystem in higher education: Evidence from Indonesia. Journal of Entrepreneurship Education*, 23(5), 1–12.
- Arifin, Z., & Nugroho, A. (2022). *Peran teknologi digital dalam pengembangan kewirausahaan mahasiswa di perguruan tinggi. Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 45–56.
- Fauzi, A., & Hidayat, R. (2023). *Implementasi e-commerce sebagai media pemasaran produk mahasiswa berbasis kampus. Jurnal Sistem Informasi*, 19(2), 211–223.
- Kurniawan, D., & Setiawan, B. (2021). *Model penguatan kewirausahaan digital mahasiswa melalui platform berbasis web. Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 1021–1032.
- Mahmood, S., Hussain, J., & Zafar, A. (2020). *Digital entrepreneurship and innovation in higher education institutions. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(4), 735–755.

- Putri, N. A., & Lestari, E. (2024). Pengembangan sistem e-commerce kampus untuk mendukung UMKM mahasiswa. *Jurnal Teknologi Informasi dan Terapan*, 11(1), 1–12.
- Ratten, V., & Usmanij, P. (2021). Entrepreneurship education: Time for a change in research direction? *International Journal of Management Education*, 19(1), 100367.
- Sari, M., & Hakim, L. (2022). Digitalisasi usaha mahasiswa melalui platform e-commerce berbasis perguruan tinggi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(2), 67–78.
- Susanti, D., & Yuliana, R. (2023). Peran perguruan tinggi dalam membangun ekosistem kewirausahaan digital mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Tinggi dan Inovasi*, 5(2), 134–146.