



Perancangan Sistem Promosi UMKM Pakaian Wanita Hijab Berbasis E-Commerce untuk Meningkatkan Penjualan di Kec. Ranto Baek

Nurul Hidayah Sipayung¹, Firdaus Annas²

^{1, 2} Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Indonesia

Informasi Artikel

Riwayat Artikel:

Submit : 28 Juli 2023

Revisi : 04 September 2023

Diterima : 17 November 2023

Diterbitkan: 30 Desember 2023

Kata Kunci

Sistem Promosi, Pakaian Wanita, Penjualan Online

Correspondence

E-mail: nurulsipayung0@gmail.com

A B S T R A K

Di zaman sekarang ini, segala sesuatu yang dibutuhkan dapat diperoleh dengan cepat dan mudah karena kemajuan teknologi yang semakin tahun semakin maju. Sebagai contoh, jika kita ingin membeli sebuah produk atau paket, kita harus membelinya langsung kepada penjual atau pihak penjual yang bersangkutan. Namun, dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin kompleks, kita tidak perlu lagi atau tidak perlu sulit karena sekarang sudah ada toko yang menjual pakaian atau barang lainnya secara online, khususnya dengan *E-commerce*, juga disebut dengan sebagai toko online. Kemunculan *e-commerce* telah mengubah cara pelanggan berinteraksi dengan produk dan berbelanja. Pelanggan dapat mengakses berbagai macam produk dari berbagai penjual di seluruh dunia dengan beberapa klik, tanpa harus meninggalkan rumah. Pelanggan akan merasa nyaman dengan hal ini, dan bisnis, terutama Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), akan memiliki peluang yang sangat baik untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengembangan atau Research and Development (R&D). Model pengembangan yang digunakan adalah model 4D. Hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebuah perancangan sistem promosi berbasis *e-commerce* menggunakan Opencart. Temuan dari penelitian ini didapatkan bahwa Opencart dapat menjadi alat pendukung yang bisa meningkatkan promosi produk UMKM di kecamatan Ranto Baek. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat membantu menciptakan strategi promosi *e-commerce* yang sesuai untuk UMKM yang menjual pakaian wanita dan hijab meningkatkan penjualan mereka di era digital ini

Abstract

In this day and age, everything we need can be obtained quickly and easily due to the advancement of technology. For example, if we want to buy a product or package, we have to buy it directly from the seller or the seller concerned. However, with the development of science and technology that is increasingly complex, we no longer need or do not need to be difficult because now there are stores that sell clothes or other goods online, especially with E-commerce, also referred to as online stores. The emergence of e-commerce has changed the way customers interact with products and shop. Customers can access a wide range of products from various sellers around the world with a few clicks, without having to leave home. Customers will feel comfortable with this, and business, especially Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), will have an excellent opportunity to reach a wider audience. This research uses a qualitative approach with a development method or Research and Development (R&D). The development model used is the 4D model. The result of the research that has been done is an e-commerce-based promotion system design using Opencart. The findings of this study found that Opencart can be a supporting tool that can improve the promotion of

MSME products in the Ranto Baek sub-district. Thus, it is hoped that this research can help create an e-commerce promotion strategy that is suitable for MSMEs that sell women's clothing and hijab to increase their sales in this digital era.

This is an open access article under the CC-BY-SA license



1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang sudah masuk kategori negara yang maju dalam mengembangkan ekonomi berbasis Sumber Daya Manusia (SDM) dan teknologi berbasis inovasi. Rencananya adalah untuk meningkatkan kewirausahaan, meningkatkan kualitas keirausahaan, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dan mengurangi ketergantungan pada pengguna sumber daya alam. Dalam konteks ini, pertumbuhan sektor UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, Dan Menengah) sangat penting karena memberikan kontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, dan ekspansi ekonomi nasional (Al Farisi & Fasa, 2022).

UMKM dapat meningkatkan jangkauan pasar mereka, meningkatkan efektifitas operasional, dan menyesuaikan diri dengan pergeseran permintaan pelanggan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu utama untuk mendukung ekspansi UMKM di era digital saat ini adalah pergeseran ekonomi ke arah e-commerce. E-commerce memungkinkan perusahaan untuk bersaing di pasar global selain menyediakan lebih banyak jalan penjualan produk. UMKM dpaat memperluas basis konsumen mereka, meningkatkan kesadaran merek, dan meningkatkan taktik pemasaran dengan memanfaatkan platform digital. Oleh karena itu, untuk meningkatkan penjualan dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, UMKM khususnya yang bergerak di industri fesyen, seperti pakaian wanita berhijab harus memanfaatkan teknologi e-commerce dan menciptakan sistem promosi yang efisien.

UMKM merupakan sektor usaha yang sangat diminati masyarakat Indonesia. Menurut data statistik dari kementrian koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia tercatat oada tahun 2022 terdapat sekitar 8,71 juta pelaku UMKM yang terbesar di seluruh Indonesia. Seiring berjalannya waktu, jumlah ini akan terus meningkat. UMKM sendiri dapat berupa usaha kecil atau toko yang dijalankan oleh perorangan atau bisa juga usaha besar dalam bentuk badan usaha. Kegiatan konvensional masih mendominasi kegiatan UMKM. Namun dengan kemajuan teknologi saat ini, banyak pelaku yang mulai memanfaatkan teknologi, khususnya melalui e-commerce atau internet (Suryanti et al., 2021).

UMKM yang terlibat dalam sektor ini memainkan peran penting dalam menawarkan berbagai macam pakaian wanita dan hijab berkualitas tinggi, dari desain dasar hingga desain yang lebih kontemporer. Dengan kreativitas dan inovasi, para pelaku UMKM mampu menghadirkan produk yang memenuhi selera konsumen yang beragam. Pakaian wanita dan hijab merupakan salah satu segmen industri UMKM yang paling cepat berkembang. Permintaan akan pakaian yang sesuai dengan nilai-nilai agama dan budaya semakin meningkat, begitu juga dengan kesadaran masyarakat akan pentingnya pakaian yang tidak hanya modis tetapi juga syar'i.

UMK di industri pakaian wanita dan hijab menghadapi kesulitan seperti keterbatasan akses ke modal dan pemasaran dalam meghadapi persaingan yang ketat. Namun demikian, banyak perusahaan telah mulai menggunakan platform e-commerce untuk menjangkau konsumen di berbagai wilayah bahkan pasar internasional dengan memanfaatkan teknologi digital. Bagi para pelaku UMKM, ini

merupakan peluang yang sangat bagus untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi mereka di pasar.

UMKM dalam industri pakaian wanita dan hijab dapat berkembang dengan dukungan pemerintah dan masyarakat yang tepat, serta penggunaan teknologi sebaik mungkin. Melalui produk mereka, mereka tidak hanya mendukung ekonomi lokal tetapi juga membantu penyebaran budaya dan nilai-nilai Indonesia. Oleh karena itu, sangat penting untuk terus mendorong inovasi dan pertumbuhan di bidang ini agar UMKM dapat bersaing dan memberikan kontribusi sebesar mungkin bagi industri fesyen Indonesia.

Dalam era globalisasi ini, tingkat penggunaan teknologi semakin meningkat di era global ini. Media internet telah berkembang pesat akhir-akhir ini, khususnya di Indonesia. E-commerce, kadang-kadang disebut sebagai perdagangan elektronik, adalah pembelian, penjualan, dan pemasaran barang dan jasa melalui penggunaan jaringan elektronik, seperti internet. Transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, dan kegiatan lain yang berkaitan dengan proses transaksi elektronik juga termasuk dalam e-commerce. Toko memiliki kesempatan yang sama untuk bersaing dan sukses di dunia bisnis online dengan menggunakan sistem penjualan berbasis web (Murti et al., 2021).

E-commerce juga mencakup pertukaran data elektronik, transfer dana elektronik, dan aktivitas lain yang terkait dengan proses transaksi elektronik. Hal ini menurunkan biaya operasional, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memungkinkan UMKM untuk menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat dan efektif. Kemampuan untuk menyesuaikan dan bereaksi terhadap permintaan pasar secara real-time sangat penting dalam industri pakaian wanita dan hijab, dimana tren dan preferensi konsumen dapat berubah dengan cepat. Pelaku UMKM dapat memperbarui koleksi produk mereka, melakukan promosi, dan berkomunikasi dengan pelanggan secara langsung melalui platform digital berkat e-commerce.

Toko pakaian wanita dan hijab dapat bersaing dan berkembang di dunia bisnis online dengan memanfaatkan sistem penjualan berbasis web. Selain memberikan akses ke pasar yang lebih besar, e-commerce memungkinkan para pelaku UMKM untuk membangun merek mereka dan memupuk pengikut setia. UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk mereka dan menarik lebih banyak pelanggan dengan menerapkan teknik pemasaran digital yang efektif, seperti media sosial.

E-commerce adalah platform teknologi yang memungkinkan hubungan antara bisnis dan komunitas tertentu melalui kegiatan online, ini mencakup transaksi penjualan produk antara produsen dan konsumen dalam skala yang luas dengan diterapkan perkembangan internet. Strategi pemanfaatan bisnis digital, khususnya melalui E-commerce, dianggap tepat untuk meningkatkan keunggulan daya saing UMKM di pasar global (Hermiati et al., 2021). Dengan strategi pemanfaatan bisnis digital tersebut membuat dampak akan keberhasilan setiap UMKM ini sangat bergantung pada kemampuan hal tersebut yang dapat menjangkau pemasaran yang cepat, aman, dan dapat mengelola produk untuk memperluas pasar.

E-commerce menawarkan UMKM yang menjual pakaian wanita dan hijab kesempatan yang signifikan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Para pelaku UMKM dapat menjual barang-barang mereka tidak hanya secara lokal tetapi juga kepada pelanggan di seluruh Indonesia dan bahkan di luar negeri dengan menggunakan platform e-commerce. Meningkatnya popularitas hijab dan pakaian wanita yang semakin luas, yang diminati oleh banyak kalangan, hal ini sangat penting. Melalui e-commerce, UMKM dapat memamerkan berbagai koleksi hijab dan pakaian wanita yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pelanggan sekaligus menampilkan desain dan nilai-nilai budaya lokal.

E-commerce juga memungkinkan UMKM untuk memasarkan dengan lebih sukses dan efisien. Pelaku UMKM dapat menjangkau audiens yang lebih besar dan mengembangkan basis penggemar setia dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya. Rencana pemasaran digital yang efektif dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan visibilitas produk. Oleh karena itu, e-commerce dapat digunakan oleh UMKM di industri pakaian wanita dan hijab sebagai alat untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan pengembangan sistem dengan model 4D (Define, Design, Develop, Disseminate) untuk merancang, mengembangkan, dan mengimplementasikan sistem promosi berbasis e-commerce menggunakan platform Opencart pada UMKM pakaian wanita dan hijab di Kecamatan Ranto Baek. Responden utama penelitian ini adalah penyedia pakaian wanita dan hijab, yakni Ibu Novia dan Ibu Afriani, yang memberikan wawasan dan data terkait operasional bisnis mereka (Ulfah et al., 2021).

Tahapan penelitian ini dimulai dengan tahap Define dimana pendefinisian terhadap masalah yang ada pada UMKM pakaian wanita dan hijab di Kecamatan Ranto Baek. Hal ini dilakukan melalui studi observasi langsung, dimana observasi ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang keadaan aktual yang dihadapi para pengusaha. Wawancara terhadap pelaku UMKM juga dilakukan secara mendalam dengan pemilik usaha, yaitu Ibu Novia dan Ibu Afriani. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengidentifikasi kebutuhan, kendala, dan harapan yang dimiliki oleh UMKM terkait dengan pemasaran produknya. Hasil dari tahap ini akan menjadi dasar dalam perancangan sistem yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. Tahap ini merupakan langkah awal yang krusial dalam penelitian ini, dimana di Ranto Baek, peneliti berkonsentrasi mengidentifikasi masalah yang dihadapi UMKM pakaian wanita dan hijab. Kemudian data yang diperoleh dari observasi dan wawancara dianalisis untuk menemukan tren dan tema baru, data dari observasi dan wawancara diperiksa. Kemudian peneliti mengidentifikasi isu-isu penting yang perlu ditangani dan membuat catatan penting tentang persyaratan dan harapan UMKM.

Tahap Design ini dilakukan dengan merancang sistem promosi berbasis Opencart yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. Pada tahap ini, peneliti membuat prototipe sistem dengan fitur-fitur yang dapat mendukung promosi efektif, seperti katalog produk, fitur pembayaran, dan analisis penjualan. Desain sistem dirancang berdasarkan analisis kebutuhan yang dilakukan pada tahap Define serta masukan dari responden. Pada tahap design ini merupakan tahap penting dalam pengembangan sistem, dimana peneliti menciptakan sistem pemasaran berbasis Opencart yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM di Ranto Baek yang menjual pakaian wanita dan hijab. Pada tahap Design ini peneliti memastikan bahwa sistem promosi yang dirancang tidak hanya memenuhi kebutuhan UMKM, tetapi juga dapat bekerja secara efisien untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran produk mereka. Keberhasilan penerapan sistem e-commerce yang diharapkan dapat memberi manfaat bagi UMKM di Ranto Baek akan bergantung pada sistem yang dirancang dengan baik.

Tahap Develop mencakup implementasi dan pengujian sistem yang telah dirancang. Sistem e-commerce dikembangkan menggunakan platform Opencart yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik UMKM. Pengujian dilakukan secara bertahap untuk memastikan sistem berfungsi dengan baik, mulai dari pengujian fitur dasar seperti katalog produk hingga simulasi transaksi penjualan. Peneliti juga mengadakan pelatihan kepada para responden untuk memastikan mereka memahami cara mengoperasikan sistem yang telah dikembangkan. Tahap Develop ini merupakan fase kritis dalam proses pengembangan sistem, dimana peneliti melakukan implementasi dan pengujian sistem e-commerce yang

telah dirancang sebelumnya. Tahap Opencart digunakan untuk mengembangkan sistem e-commerce karena mudah beradaptasi dan mudah digunakan. Untuk memenuhi kebutuhan UMKM pakaian wanita dan hijab di Ranto Baek, peneliti memodifikasi platform ini. Tahap Develop ini memastikan bahwa sistem e-commerce yang dibuat berfungsi dengan benar dan mudah digunakan oleh pemilik UMKM. Tujuan akhir dari peneliti, yaitu untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk UMKM pakaian wanita dan hijab di Kecamatan Ranto Baek, sangat bergantung pada keberhasilan tahap ini (Avianty & Sari, 2022).

Tahap terakhir adalah Disseminate, yaitu penyebaran hasil penelitian dan penerapan sistem kepada UMKM lainnya di kawasan kecamatan Ranto Baek. Hasil penelitian dipublikasikan melalui media lokal serta workshop yang melibatkan pelaku UMKM lain untuk memperkenalkan konsep promosi berbasis e-commerce. Seluruh prosedur, kesimpulan, dan saran yang muncul dari penelitian tercakup dalam laporan yang dibuat oleh peneliti. Laporan ditulis dengan gaya yang mudah dipahami sehingga dapat diakses oleh berbagai kalangan, termasuk pelaku UMKM yang mungkin tidak memiliki latar belakang teknis. Tahap diseminasi menjamin bahwa temuan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi UMKM lain di Kecamatan Ranto Baek selain Ibu Novia dan Ibu Afriani. Diharapkan penggunaan platform e-commerce dan berbagi informasi akan meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha UMKM di wilayah tersebut.

3. Hasil dan Pembahasan

Sistem promosi e-commerce berbasis Opencart untuk UMKM pakaian wanita dan hijab dirancang dan diimplementasikan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode 4D (Define, Design, Develop, dan Disseminate). Berikut ini adalah hasil yang dicapai pada setiap langkah:

3.1. Hasil.

Define (pendefinisian)

Pada tahap ini, peneliti membantu dalam menetapkan apa yang akan dikembangkan pada pakaian wanita dan hijab, serta mengumpulkan informasi apa yang akan dikembangkan. Tahap ini sangat penting karena menentukan arah dan tujuan penelitian (Ningsih & Wahyuningsih, 2024). Temuan analisis menunjukkan bahwa mayoritas UMKM masih mengandalkan strategi pemasaran konvensional dan memiliki kemampuan teknologi yang terbatas. Tahap ini memiliki beberapa kegiatan yaitu:

Analisis Kebutuhan

Kebutuhan dalam merancang sistem promosi berbasis e-commerce untuk UMKM pakaian wanita dan hijab dapat dibagi menjadi dua aspek utama, yaitu kebutuhan pemilik UMKM dan kebutuhan pengguna. Bagi pemilik UMKM, mereka membutuhkan platform yang mudah digunakan untuk mengelola toko online. Fitur-fitur seperti menambahkan produk, melacak pesanan, dan melihat laporan penjualan sangat penting untuk membantu mereka menjalankan bisnis dengan lebih efisien. Selain itu, mereka juga membutuhkan alat promosi, untuk menarik lebih banyak pelanggan. Kemudian integrasi dengan berbagai metode pembayaran, tampilan toko yang bisa disesuaikan dengan merek, serta kemampuan sistem untuk berkembang seiring dengan pertumbuhan bisnis juga menjadi hal yang sangat mereka perlukan. Dengan demikian kebutuhan ini, sistem Opencart bisa menjadi solusi yang efektif. Sistem ini tidak hanya membantu pemilik UMKM menjalankan bisnisnya dengan lebih lancar, tetapi juga memberikan pengalaman belanja online yang nyaman dan menyenangkan bagi pelanggan (Rivanthio, 2020).

Analisis Pengguna

Analisis pengguna dari judul “Perancangan Sistem Promosi UMKM Pakaian Wanita Hijab Berbasis E-commerce Menggunakan Opencart untuk Meningkatkan Penjualan” berfokus pada dua kelompok utama yaitu, pemilik UMKM dan pelanggan. UMKM yang memiliki pakaian hijab membutuhkan platform e-commerce yaitu intuitif untuk menjalankan toko online mereka, mengiklankan varang, dan meningkatkan penjualan. Fitur-fitur seperti laporan penjualan, integrasi pembayaran yang aman, dan opsi untuk mengubah tampilan toko sesuai dengan branding juga diperlukan. Di sisi lain, pelanggan membutuhkan platform yang mudah digunakan dengan pengiriman cepat, transaksi yang aman, dan pilihan produk yang jelas (Kurnia, 2023). Dengan adanya sistem ini, UMKM dapat mengurangi biaya promosi konvensional, meningkatkan loyalitas pelanggan. Pelanggan pun dapat mendapatkan akses mudah ke berbagai produk berkualitas, sehingga sistem ini menciptakan manfaat bagi kedua pihak secara signifikan.

Analisis Sarana dan Prasarana

Untuk mendukung sistem e-commerce UMKM pakaian wanita dan hijab, diperlukan sarana dan prasarana yang sesuai. Dari sisi sarana, pemilik UMKM membutuhkan perangkat, persyaratan penting lainnya untuk akses situs web tanpa gangguan adalah koneksi Internet yang stabil. Platform juga harus memungkinkan akses melalui perangkat seluler, karena banyak pelanggan yang lebih suka berbelanja melalui ponsel mereka. Selain itu, agar toko online berfungsi dengan baik, perangkat lunak Opencart-fondasi sistem e-commerce serta domain dan hosting yang dapat dipercaya harus siap. Pemilik UMKM dapat mendukung promosi dengan menggunakan iklan digital untuk menarik pelanggan dan akun media sosial seperti Facebook dan Instagram (Komari et al., 2022).

Dari sisi sarana, jaringan internet yang stabil sangat penting agar sistem bisa diakses kapan saja. Selain itu, pelanggan dapat menyelesaikan transaksi dengan lebih mudah ketika berbagai metode pembayaran digital, termasuk kartu kredit, transfer bank, dan dompet elektronik, terintegrasi. Agar produk sampai ke tangan pelanggan tepat waktu, sistem pengiriman juga harus didukung oleh layanan logistik yang dapat diandalkan dan cepat seperti SiCepat atau JNE (Mauludin, 2022). Selain itu, alat komunikasi seperti WhatsApp atau kemampuan live chat di situs web untuk menangani pertanyaan dan keluhan klien, pemilik UMKM juga membutuhkan ruang penyimpanan untuk menyimpan barang inventaris dengan aman.

Analisis Kondisi sosial dan lingkungan

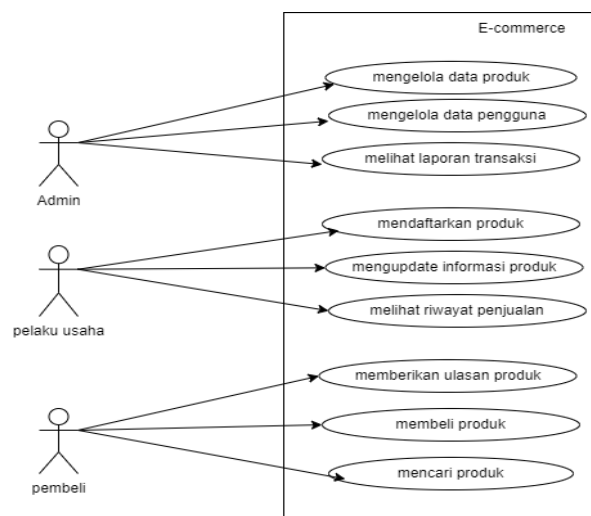
Dalam menganalisis kondisi dan lingkungan untuk perancangan sistem e-commerce berbasis Opencart ini, ada faktor yang perlu diperhatikan. Dari sisi kondisi internal UMKM pakaian wanita dan hijab biasanya menghadapi kendala terkait pendanaan, teknologi, dan keahlian digital (Zubaidah & Latief, 2022). Pelatihan dan pendampingan diperlukan karena banyak pemilik bisnis yang tidak terbiasa menggunakan platform e-commerce. Namun demikian, desain produk yang khusus, kualitas tinggi, dan kapasitas untuk memenuhi permintaan pasar lokal sering kali menjadi keunggulan UMKM ini. Mengajak pelanggan offline saat ini untuk beralih ke platform online juga bisa menjadi tempat baik untuk memulai. Sementara itu, kondisi eksternal memberikan peluang besar dengan meningkatnya tren belanja online, didukung oleh tingginya jumlah pengguna internet dan ponsel pintar di Indonesia.

Pada tahap desain ini, peneliti menggunakan Opencart untuk mengembangkan konsep pengembangan produk referensi untuk pakaian wanita dan hijab. Pengembangan desain, metode pengembangan, dan metode presentasi semuanya termasuk dalam pengembangan produk. Untuk memastikan bahwa aplikasi dapat memenuhi kebutuhan pengguna, proses ini melibatkan sejumlah langkah, dimulai dengan pembuatan antarmuka pengguna (UI) yang menarik dan mudah digunakan dan diakhiri dengan pengalaman pengguna (UX) terbaik (Hartawan, 2022). Hal ini dilakukan untuk

memastikan bahwa aplikasi tersebut dapat secara efektif memenuhi kebutuhan pengguna. Selain itu, semua fitur terkait dirancang secara komprehensif, termasuk sistem pencarian, manajemen produk, modul pembayaran, dan navigasi sederhana. Semua komponen ini dimaksudkan untuk mendukung fungsionalitas aplikasi secara keseluruhan dan menawarkan pengalaman pengguna yang efisien. UML (Unified Modeling Language) adalah standar visual yang digunakan untuk memodelkan, mendesain, dan mendokumentasikan sistem perangkat lunak. Ini diperlukan saat membuat aplikasi, merekam sistem perangkat lunak (Noviantoro et al., 2022).

Usecase adalah daftar atau penjelasan tentang kumpulan sistem yang terhubung dan terstruktur yang dioperasikan atau dikelola seorang aktor (Rusdi et al., 2020). Jadi usecase diagram adalah representasi yang disederhanakan tentang bagaimana aktor dan sistem berinteraksi.

Adapun usecase untuk aplikasi ini :



Gambar 1. Usecase diagram

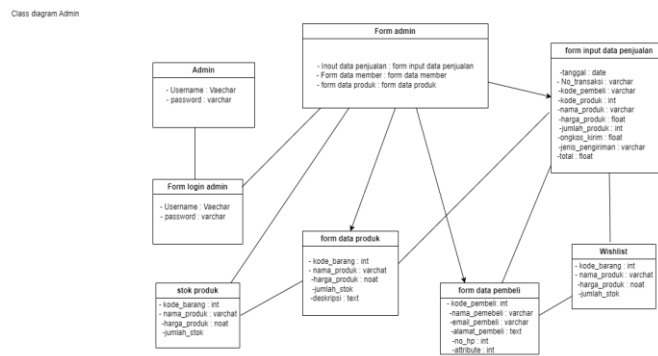
Activity Diagram

Diagram activity adalah diagram alir yang menunjukkan alur kerja atau aktivitas dalam sebuah sistem yang akan digunakan (Kurniawan et al., 2020). Alur tampilan sistem juga dapat didefinisikan atau dikelompokkan menggunakan diagram aktivitas. Komponen-komponen diagram aktivitas dihubungkan dengan panah dan memiliki bentuk tertentu. Panah tersebut menunjukkan serangkaian peristiwa yang terjadi dari awal hingga akhir.

Class Diagram

Class Diagram adalah representasi visual dari alur kerja program. Diagram kelas ini harus disertakan dalam laporan sistem. Class diagram adalah jenis model yang menunjukkan bagaimana kelas-kelas diorganisasikan dan dijelaskan, serta bagaimana mereka berhubungan satu sama lain (Dillah et al., 2024). Model yang digunakan untuk mendesain fitur dan kemampuan yang akan digunakan untuk membangun sistem baru dijelaskan oleh class diagram.

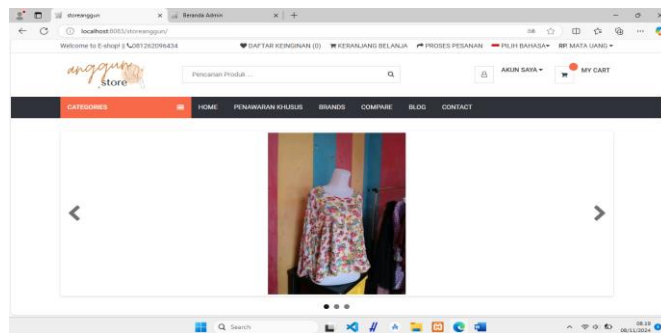
Class diagram untuk aplikasi ini:



Gambar 2. Class Diagram

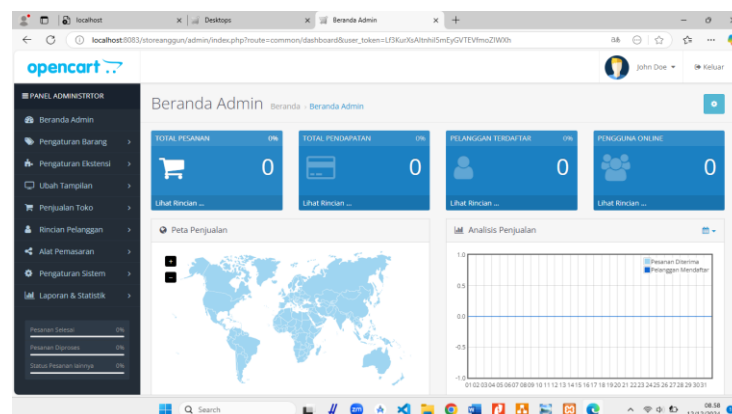
Development (Pengembangan)

Istilah “Development” menggambarkan fase di mana solusi teknologi dibuat, diimplementasikan, dan dipresentasikan dengan menggunakan desain dan spesifikasi yang telah ditentukan sebelumnya (Alfiansyah & Junianto, 2023). Tahap melibatkan penulisan kode dan pembuatan, pengujian, dan persiapan sistem untuk digunakan. Berikut adalah tampilan dari aplikasi E-commerce menggunakan Opencart yang telah dirancang:



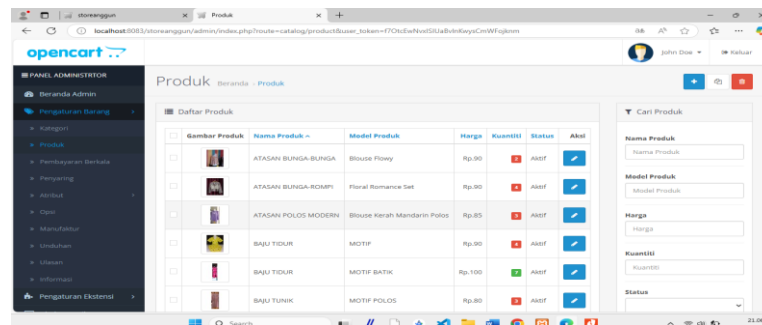
Gambar 3. Tampilan Halaman Utama Opencart

Gambar diatas adalah tampilan dari halaman utama dan halaman saat memilih produk, pada halaman utama menampilkan slideshow dimana menampilkan berbagai produk tetapi tidak semua keseluruhan produk, halaman ini juga menampilkan deskripsi produk, harga produk dan gambar produk dari berbagai angle yang berbeda.



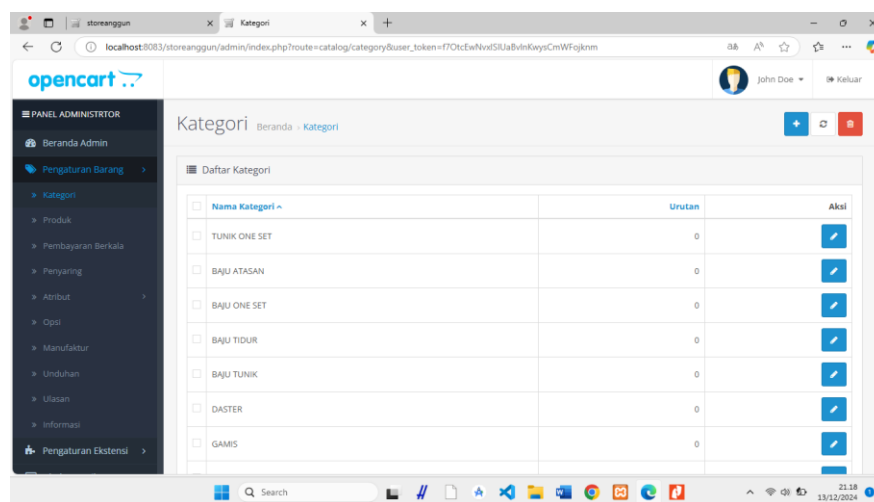
Gambar 4. Tampilan pada halaman Admin

Setelah melakukan proses login admin, yaitu memasukkan username dan passwordnya, maka akan menampilkan halaman admin seperti pada gambar di atas. Pada halaman ini, admin dapat mengakses ke tampilan lainnya dengan memilih di bagian menu.



Gambar 5. Tampilan pada halaman Produk

Pada halaman ini menampilkan sejumlah data produk yang telah di tambahkan sebelumnya oleh admin dan dapat diubah atau dihapus. Lalu akan ditampilkan pada, menu halaman utama yang akan di kases oleh customer.



Gambar 6. Tampilan pada halaman Kategori

Pada halaman ini dapat menambah kategori produk

Dissiminate

Pada tahap Dissiminate dalam perancangan sistem e-commerce menggunakan Opencart, dilakukan dengan proses pengemasan dan pengiriman sistem kepada pengguna atau pemangku kepentingan telah diputuskan pada tahap Disseminate dalam mendesain sistem e-commerce dengan Opencart (Solihat, 2023). Pemilik toko, penjual, dan pelanggan dapat Develop melalui platform Opencart yang terintegrasi. Fitur-fitur seperti manajemen produk, checkout, pembayaran, pengaturan keranjang belanja, dan laporan penjualan sudah termasuk di dalam sistem.

3.2. Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti merancang sistem promosi berbasis e-commerce menggunakan platform Opencart untuk meningkatkan penjualan UMKM pakaian wanita dan hijab. Temuan menunjukkan bahwa bagi UMKM, sistem ini dapaat meningkatkan kesadaran merek, merampingkan transaksi, dan menurunkan biaya produk. UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan baik secara lokal maupun nasional dengan fitur-fitur seperti strategi promosi digital, manajemen produk yang rapi, dan integrasi metode pembayaran. Selain itu, sistem ini juga menawarkan laporan analitik real-time untuk membantu pemilik bisnis dalam mengambil keputusan yang cepat dan efisien.

Manfaat menggunakan Opencart sebagai platform sumber terbuka termasuk pengurangan biaya, peningkatan fleksibilitas, dan kesederhanaan dalam menyesuaikan sistem untuk memenuhi kebutuhan UMKM. Menurut temua, UMKM dapat menjadi lebih kompetitif, produktif, dan efisien di pasar digital dengan memanfaatkan teknologi ini.

Hasil penelitian ini diperoleh karena kebutuhan praktis UMKM dan tren pasar digital saat ini digabungkan untuk menghasilkan temuan peneliti ini. UMKM membutuhkan solusi teknologi yang dapat memenuhi kebutuhan ini karena semakin banyak masyarakat yang berbelanja online. Platform Opencart juga lebih hemat biaya daripada sistem premium lainnya dan menawarkan fleksibilitas. Untuk memahami kesulitan yang dihadapi pemilik UMKM, peneliti juga mempertimbangkan masukan dari mereka, studi sebelumnya, dan pengalaman teknologi e-commerce. Semua faktor ini membantu peneliti dalam menciptakan sistem yang bekerja dengan baik untuk kondisi nyata dari industri pakaian wanita dan hijab UMKM.

Dalam konteks yang lebih luas, sistem ini dapat membantu sektor UMKM di Kecamatan Ranto Baik, dapat diperkuat dengan bantuan sistem ini. Produk lokal dapat menjadi lebih kompetitif di pasar domestik dengan memanfaatkan teknologi e-commerce. Selain memberikan akses kepada UMKM untuk mendapatkan edukasi teknologi, sistem ini juga dapat mendorong kerja sama antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, institusi akademis, dan organisasi pendukung bisnis. Kemitraan ini memiliki potensi untuk membangun ekosistem digital yang kuat yang dapat meningkatkan penjualan, menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan mendorong inklusi digital secara lokal.

Penelitian ini menunjukkan bahwasanya e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pada UMKM daerah kabupaten Lombok Barat. Hal ini berarti semakin tinggi/baik penggunaan e-commerce, semakin memberikan peningkatan pendapatan bagi pelaku UMKM di kabupaten Lombok Barat. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa e-commerce tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga memberikan akses yang lebih luas bagi pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih besar, baik secara lokal maupun internasional. Dengan memanfaatkan platform e-commerce, pelaku UMKM dapat mempromosikan produk mereka secara lebih efektif mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan efisiensi dalam penjualan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa adopsi e-commerce merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha bagi pelaku UMKM di kabupaten Lombok Barat (Aprilyan & Sasanti, 2022).

Jadi hasil dari penelitian ini adalah konsumen mendapatkan keuntungan dari pengalaman pembelian online yang nyaman, cepat, dan jelas. Mereka dapat lebih mudah menemukan produk yang sesuai dengan selera mereka, mendapatkan detail produk yang jelas, dan memanfaatkan opsi pembayaran yang aman dan nyaman. UMKM dapat menjangkau pasar lokal dan nasional yang lebih besar. Taktik pemasaran digital, laporan analitik waktu nyata, dan manajemen toko online yang terorganisir, semuanya berkontribusi pada penjualan dan profitabilitas yang lebih tinggi. Selain itu, platform ini juga menawarkan manfaat yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan dan barang. Memanfaatkan teknologi ini dapat meningkatkan kesejahteraan, menciptakan lebih banyak peluang kerja, dan membantu pemahaman masyarakat tentang aspek-aspek yang lebih kompleks dari teknologi digital. Selain itu, hal ini juga memperluas inklusi digital di area yang sebelumnya kurang terlayani. Untuk membantu UMKM dalam memanfaatkan program teknologi e-commerce, pemerintah dapat mengadakan program pelatihan dan pendampingan. Bantuan ini dapat berupa kolaborasi dengan institusi akademis, instruksi online, dan penghargaan untuk menggunakan perangkat lunak sumber

terbuka seperti Opencart. Dengan bantuan ini, pemerintah dapat meningkatkan kontribusi ekonomi sektor UMKM terhadap negara dan menumbuhkan iklim bisnis yang lebih inventif dan kompetitif.

Dengan implementasi sistem promosi berbasis e-commerce, terbukti bahwa teknologi tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga mendorong kolaborasi di antara para pemangku kepentingan yang berbeda, memberikan kontribusi yang baik bagi perekonomian lokal dan nasional, serta membantu pertumbuhan sektor UMKM di Ranto Baek secara keseluruhan.

4. Kesimpulan

Dalam upaya meningkatkan penjualan UMKM pakaian wanita dan hijab, perancangan sistem promosi berbasis e-commerce menggunakan Opencart merupakan solusi yang efektif dan praktis. Dengan sistem ini, UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, dan menciptakan pengalaman belanja online yang aman dan transparan. Integrasi berbagai metode pembayaran, manajemen stok, serta fitur promosi seperti diskon dan voucher dapat membantu meningkatkan loyalitas pelanggan dan penjualan secara signifikan. Secara keseluruhan, sistem promosi berbasis Opencart tidak hanya membantu pertumbuhan bisnis UMKM, tetapi juga berdampak positif pada perekonomian lokal dan digital. Secara keseluruhan, adopsi sistem promosi berbasis Opencart memberikan manfaat bagi ekonomi lokal selain secara langsung menguntungkan UMKM. Sistem ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih merata dan berkelanjutan di masyarakat dengan meningkatkan jangkauan pasar dan meningkatkan aksesibilitas produk. Oleh karena itu, untuk menjawab tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital saat ini, sangat penting bagi semua pelaku UMKM untuk berpikir tentang investasi dalam teknologi e-commerce. Hal ini akan meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis UMKM di daerah Ranto Baek.

Daftar Pustaka

- Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84.
- Alfiansyah, M. I., & Junianto, M. B. S. (2023). Pengembangan Aplikasi E-Commerce Menggunakan Metode Web Information System Development Methodology (Studi Kasus: Jaks Store. Id). *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 4(1), 1–10.
- Aprilyan, Y., & Sasanti, E. E. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292–306.
- Avianty, D., & Sari, R. K. (2022). Pengembangan Rubrik Penilaian Berbasis Proyek Pada Materi Aritmatika Sosial Kelas VII Smp. *Jurnal Ilmiah Matematika Realistik*, 3(2), 88–93.
- Dillah, A., Nama, G. F., Budiyo, D., & Muhammad, M. A. (2024). Rancang Bangun Aplikasi Monitoring Operasi P2tl Pengukuran Tidak Langsung 2 Fasa Di Pt. Pln (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (Up3) Metro. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 12(3).
- Hartawan, M. S. (2022). Penerapan User Centered Design (UCD) pada wireframe desain user interface dan user experience aplikasi sinopsis film. *JEIS: Jurnal Elektro Dan Informatika Swadharma*, 2(1), 43–47.
- Hermiati, R., Asnawati, A., & Kanedi, I. (2021). Pembuatan E-Commerce Pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa Pemrograman Php Dan Database Mysql. *Jurnal Media Infotama*, 17(1).

- Komari, A., Indrasari, L. D., & Salsabillah, V. K. (2022). Analisis Kelayakan Finansial untuk Peningkatan Kapasitas Produksi UMKM Tahu Kuning. *Journal of Research and Technology*, 8(1), 149–159.
- Kurnia, W. (2023). Sentimen Analisis Aplikasi E-Commerce Berdasarkan Ulasan Pengguna Menggunakan Algoritma Stochastic Gradient Descent. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(2), 138–143.
- Kurniawan, H., Apriliah, W., Kurniawan, I., & Firmansyah, D. (2020). Penerapan Metode Waterfall Dalam Perancangan Sistem Informasi Penggajian Pada Smk Bina Karya Karawang. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 14(4), 159–169.
- Mauludin, M. S. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108–123.
- Murti, H. T., Puspita, V., & Ratih, P. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Manajemen Perubahan Organisasi dalam Mendukung Bisnis Berkelanjutan Pasca Covid-19 pada UMKM di Kota Bengkulu. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 33–41.
- Ningsih, S. P., & Wahyuningsih, E. (2024). Artikel Implementasi Sistem E-commerce Berbasis Web Pada UMKM Batik Kebumen (Studi kasus: Batik Slamet): E-commerce, 4D, Web. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 8854–8862.
- Noviantoro, A., Silviana, A. B., Fitriani, R. R., & Permatasari, H. P. (2022). Rancangan Dan Implementasi Aplikasi Sewa Lapangan Badminton Wilayah Depok Berbasis Web. *Jurnal Teknik Dan Science*, 1(2), 88–103.
- Rivanthio, T. R. (2020). Perancangan Website E-Commerce Rikas Collection. *TEMATIK*, 7(2), 186–195.
- Rusdi, I., Mulyani, A. S., & Herlina, I. (2020). Rancang Bangun Sistem Informasi Pembelian Pada Cv. Cimanggis Jaya Depok. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(2), 180–197.
- Solihat, A. (2023). *Pengembangan Lembar Kerja Peserta Didik Digital Berbasis STEAM pada Materi Elektrokimia (Sel Volta)*. Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Suryanti, E., Lesmana, H., & Mubarok, H. (2021). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 13(1), 60–72.
- Ulfah, T. A., Wahyuni, E. A., & Nurtamam, M. E. (2021). *Pengembangan media pembelajaran permainan kartu uno pada pembelajaran matematika materi satuan panjang*.
- Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-commerce Shopee di Lingkungan RT08/RW10 Sriamur Bekasi. *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 324–333.