



Pengembangan E-Promosi Songket Minangkabau untuk Optimalisasi Pemasaran UMKM di Kecamatan IV Koto

Putri¹, Firdaus Annas², Nurul 'Aini Koto³

^{1, 2, 3} Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Indonesia

Informasi Artikel

Riwayat Artikel:

Submit : 28 Maret 2023

Revisi : 04 Agustus 2023

Diterima : 17 November 2023

Diterbitkan: 30 Desember 2023

Kata Kunci

Promosi Digital, Songket Minangkabau,
Pemasaran UMKM

Correspondence

E-mail: pm993324@gmail.com*

A B S T R A K

Pengembangan e-promosi songket Minangkabau berbasis OpenCart bertujuan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan IV Koto. Songket Minangkabau merupakan salah satu produk budaya yang memiliki nilai seni tinggi dan sarat dengan tradisi lokal, namun hingga kini masih kurang dikenal di pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional. Permasalahan ini disebabkan oleh terbatasnya akses pasar dan minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam memasarkan produk songket oleh pelaku UMKM. Oleh karena itu, penerapan teknologi informasi, khususnya dalam bentuk e-promosi berbasis OpenCart, menjadi strategi penting untuk memperkenalkan dan memasarkan produk lokal. Penelitian ini menggunakan metode pengembangan sistem dengan pendekatan Agile. Pendekatan ini meliputi beberapa tahap utama, yaitu analisis kebutuhan untuk memahami kendala dan kebutuhan UMKM, desain antarmuka yang ramah pengguna, pengembangan sistem berbasis platform OpenCart, serta pengujian aplikasi e-promosi untuk memastikan fungsionalitas dan kenyamanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem e-promosi berbasis OpenCart mampu memperluas jangkauan pemasaran produk songket Minangkabau, meningkatkan visibilitas produk di dunia digital, serta mempermudah konsumen dalam mengakses dan membeli produk tersebut. Selain itu, platform ini juga memungkinkan pelaku UMKM untuk mengelola penjualan secara mandiri, mulai dari penawaran produk hingga pengelolaan transaksi. Hal ini memberikan kemudahan dan efisiensi yang signifikan, sekaligus meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang semakin meningkat.

Abstract

The development of Minangkabau songket e-promotion based on OpenCart aims to improve the effectiveness of marketing of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in IV Koto District. Minangkabau songket is one of the cultural products that has high artistic value and is full of local traditions, but until now it is still not well known in the wider market, both nationally and internationally. This problem is caused by limited market access and minimal use of digital technology in marketing songket products by MSME actors. Therefore, the application of information technology, especially in the form of OpenCart-based e-promotion, is an important strategy to introduce and market local products. This study uses a system development method with an Agile approach. This approach includes several main stages, namely needs analysis to understand the constraints and needs of MSMEs, user-friendly interface design, development of a system based on the OpenCart platform, and testing of e-promotion applications to ensure functionality and convenience. The results of the study show that the OpenCart-based e-promotion system is able to expand the marketing reach of Minangkabau songket products, increase product visibility in the digital world, and make it easier for consumers to access and purchase these products.

In addition, this platform also allows MSMEs to manage sales independently, from product offerings to transaction management. This provides significant convenience and efficiency, while increasing the competitiveness of MSMEs in an increasingly competitive market.

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



1. Pendahuluan

UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di wilayah Sumatera Barat. Dengan keberadaan industri kreatif yang kaya, seperti songket Minangkabau, UMKM berpotensi menjadi penggerak utama ekonomi lokal. Namun, mereka masih menghadapi kendala besar, seperti keterbatasan akses pasar dan rendahnya adopsi teknologi. Salah satu solusi yang efektif adalah pemanfaatan platform e-commerce (Sugiharto et al., 2024). Melalui teknologi ini, UMKM dapat meraih pasar yang lebih luas, sekaligus meningkatkan daya saing produk baik di tingkat lokal maupun nasional. Selain itu, e-commerce juga menawarkan kesempatan bagi UMKM untuk berkembang dengan lebih modern dan tetap relevan di tengah perkembangan era digital yang terus berkembang di masa saat ini (Sitorus et al., 2024).

Pengembangan e-promosi berbasis OpenCart untuk UMKM songket Minangkabau merupakan langkah strategis yang penting dalam memperkuat pemasaran digital saat ini. Dengan memanfaatkan platform OpenCart, UMKM dapat dengan mudah mengelola toko online mereka dan memasarkan produk dengan lebih efektif (Ardhi, 2021). Di samping itu, teknologi ini juga berperan dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efisiensi operasional bisnis. Dalam konteks Kecamatan IV Koto, diharapkan pengembangan ini dapat memberikan solusi yang nyata bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka. Dengan penerapan teknologi yang tepat, UMKM tidak hanya dapat menjangkau lebih banyak pelanggan, tetapi juga memperbaiki sistem pemasaran mereka melalui pendekatan digital yang kini lebih modern (Hidayat et al., 2014).

Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, pemerintah berkomitmen untuk mendukung Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui inovasi dan penerapan teknologi guna meningkatkan daya saing mereka (Nurkamid, 2014). Dalam konteks ini, pemanfaatan platform seperti OpenCart menjadi sangat penting, karena dapat membantu UMKM dalam mengelola toko online dengan lebih efisien. Teknologi ini mempermudah strategi pemasaran digital, yang memungkinkan UMKM untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar mereka (Putra, 2024). Inisiatif ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam mendukung pengembangan UMKM secara berkelanjutan. Dengan penerapan e-commerce, UMKM tidak hanya beradaptasi dengan dinamika pasar yang berubah, tetapi juga mampu bersaing secara kompetitif dalam lingkungan global yang semakin ketat.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan platform seperti OpenCart dapat memberikan dampak positif bagi UMKM. Studi oleh Hidayat mengungkapkan bahwa penggunaan OpenCart secara signifikan meningkatkan penjualan UMKM (Hidayat et al., 2014). Selain itu, penelitian oleh Sari menunjukkan bahwa teknologi e-commerce dapat memperluas visibilitas produk UMKM di pasar global. Prasetyo juga menegaskan bahwa transformasi digital berperan penting dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Temuan ini menunjukkan potensi besar dari e-commerce untuk mendukung keberhasilan pemasaran digital (Kala & Samsinar, 2020). Pengalaman tersebut membuktikan bahwa transformasi digital dijadikan solusi dari berbagai tantangan yang dihadapi

UMKM. Dengan strategi ini, dapat mengoptimalkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pasar mereka di dunia maya (Daniel & Tukino, 2021).

Saat ini, banyak usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) di Kecamatan IV Koto masih bergantung pada metode pemasaran tradisional yang memiliki berbagai keterbatasan. Potensi pasar yang besar belum sepenuhnya dimanfaatkan, terutama akibat rendahnya adopsi teknologi informasi (Hengki Juliansa, Ahmadi, 2022). Untuk mengatasi tantangan ini, pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan platform e-commerce seperti OpenCart menjadi kebutuhan yang mendesak. Dengan dukungan teknologi ini, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas produk mereka. Pendekatan ini tidak hanya akan memperbaiki strategi pemasaran, tetapi juga menciptakan peluang baru untuk memperluas jangkauan pasar di era digital yang terus berkembang pesat (Zefriyenni et al., 2022).

Pengembangan e-promosi berbasis OpenCart diharapkan dapat menjadi solusi strategis dalam memperkenalkan produk songket Minangkabau ke pasar yang lebih luas. Keunikan dan nilai budaya yang melekat pada produk songket ini menawarkan daya tarik tersendiri bagi konsumen, baik di tingkat lokal maupun internasional (Nababan et al., 2022). Dengan memanfaatkan pemasaran digital, potensi yang besar dari produk ini dapat dioptimalkan untuk menarik minat audiens yang lebih luas. Selain itu, platform e-commerce memberikan UMKM kesempatan untuk bersaing secara lebih efektif dalam pasar yang semakin modern. Melalui strategi pemasaran yang tepat, produk songket diharapkan dapat menjadi simbol budaya yang dikenal secara lebih luas, baik di tingkat lokal maupun global (Yonaldi & Darma, 2020).

Penerapan teknologi digital sejalan dengan filosofi pemberdayaan ekonomi lokal melalui inovasi yang berkelanjutan. Dengan memanfaatkan teknologi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat lebih baik mempersiapkan diri menghadapi dinamika pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen modern (Nababan et al., 2022). Hal ini memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal, terutama di Kecamatan IV Koto. Selain membuka peluang pemasaran yang lebih luas, transformasi digital juga meningkatkan efisiensi operasional bisnis. Teknologi e-commerce, seperti OpenCart, menawarkan solusi yang mudah digunakan untuk pengelolaan usaha kecil. Dengan pendekatan inovatif ini, UMKM dapat bersaing secara lebih kompetitif, menjadikan teknologi sebagai pendorong utama kesuksesan bisnis mereka (Sitorus et al., 2024).

Implementasi e-promosi tidak hanya memberikan manfaat bagi UMKM, tetapi juga membawa dampak positif yang signifikan bagi masyarakat lokal. Misalnya, penjualan produk songket dapat meningkat, berarti para pengrajin akan mendapatkan pendapatan yang lebih baik. Selain itu, peluang ini juga membuka lapangan kerja baru di sektor ekonomi kreatif, sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat (Umi Salamah, Wiharto, 2015). Dengan adanya dukungan teknologi digital, produk lokal seperti songket Minangkabau kini memiliki peluang untuk dikenal lebih luas, yang pada gilirannya mendorong pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut secara keseluruhan. Transformasi digital ini juga memberikan dampak sosial yang positif bagi pelaku usaha kecil dan masyarakat yang terlibat langsung dalam rantai produksi (Fiftem et al., 2023).

Di tengah era globalisasi, keberadaan platform e-commerce menjadi semakin krusial untuk meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di pasar internasional. Dengan memanfaatkan OpenCart, UMKM songket Minangkabau memiliki kesempatan untuk memperluas jangkauan mereka hingga ke luar negeri. Hal ini membuka peluang besar dalam memperkenalkan produk lokal kepada konsumen global. Selain itu, transformasi digital ini juga membantu UMKM dalam mengelola bisnis mereka dengan cara yang lebih efisien. Melalui strategi pemasaran yang terarah,

UMKM dapat menjangkau pelanggan baru di berbagai negara sekaligus meningkatkan citra produk songket sebagai barang berkualitas tinggi yang kaya akan nilai budaya (Zefriyenni et al., 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM songket Minangkabau dalam era pemasaran digital. Melalui analisis yang komprehensif, diharapkan dapat diperoleh rekomendasi strategis untuk pengembangan e-promosi yang efektif dengan memanfaatkan platform OpenCart (Termulo et al., 2024). Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu UMKM merancang strategi pemasaran yang lebih selaras dengan kebutuhan pasar (Yonaldi & Darma, 2020). Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang peluang yang ditawarkan oleh dunia digital, jadi UMKM memiliki kesempatan untuk mengoptimalkan potensi mereka. Selain itu, e-commerce memberikan akses yang lebih luas bagi UMKM untuk memperkenalkan produk mereka kepada konsumen, baik di tingkat lokal maupun global, sehingga mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan (Ibrahim et al., 2023).

Pengembangan e-promosi songket Minangkabau yang berbasis OpenCart memiliki potensi besar untuk memberikan dampak signifikan terhadap pemasaran UMKM di Kecamatan IV Koto. Strategi ini tidak hanya dapat memperluas jangkauan pasar, tetapi juga memainkan peran krusial dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif yang berakar pada budaya lokal (Termulo et al., 2024). Penggunaan teknologi informasi menjadi kunci untuk mengenalkan produk songket kepada audiens yang lebih luas (Hidayat et al., 2014). Selain itu, e-commerce memberikan kemudahan bagi UMKM dalam mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien. Dengan pendekatan yang inovatif, UMKM dapat bersaing secara lebih kompetitif serta memberikan kontribusi pada pemberdayaan ekonomi lokal yang berkelanjutan di era digital ini (Hanung Eka Atmaja et al., 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan model bisnis yang berkelanjutan bagi UMKM songket Minangkabau dengan memanfaatkan teknologi informasi. Dengan pendekatan yang tepat, diharapkan daya saing produk lokal dapat meningkat di pasar global. Inovasi digital juga membuka pintu bagi UMKM untuk tumbuh secara modern (Yuliaty et al., 2020). Melalui strategi yang terencana, produk songket dapat diposisikan sebagai barang unggulan yang menarik minat konsumen internasional. Selain itu, transformasi digital memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi para pengrajin lokal (Hanung Eka Atmaja et al., 2021). Dengan dukungan teknologi seperti OpenCart, UMKM diharapkan dapat memanfaatkan peluang dalam pasar yang semakin kompetitif (Daniel & Tukino, 2021).

Kondisi sosial ekonomi di Kecamatan IV Koto menunjukkan adanya potensi yang besar untuk pengembangan industri kreatif. Namun, kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan teknologi yang menghalangi optimalisasi potensi tersebut (Fuadi et al., 2021). Oleh karena itu, penting untuk memberikan pelatihan yang memadai serta membangun infrastruktur digital yang diperlukan. Dukungan dari pemerintah dan pihak terkait sangat krusial dalam mendorong keberhasilan transformasi digital usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM). Dengan menerapkan teknologi informasi, UMKM dapat meningkatkan strategi pemasaran mereka lebih jauh lagi, membuka akses yang lebih luas untuk menjangkau pasar lokal maupun internasional. Transformasi digital menjadi langkah penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM di era globalisasi ini (Fiftem et al., 2023).

Penggunaan OpenCart sebagai platform promosi e-commerce memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk mengelola pemasaran dengan lebih efisien. Dikenal dengan fitur yang ramah pengguna, OpenCart memungkinkan pelaku UMKM meningkatkan visibilitas produk mereka di pasar digital. Sebuah studi yang dilakukan oleh Hidayat (2020) menunjukkan bahwa penggunaan OpenCart secara signifikan berkontribusi pada peningkatan penjualan UMKM (Hidayat et al., 2014). Temuan ini menegaskan potensi besar dari teknologi e-commerce dalam mendukung pertumbuhan sektor UMKM.

Dengan pendekatan inovatif ini, UMKM dapat memanfaatkan teknologi sebagai alat utama untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Selain itu, transformasi digital juga menghadirkan efisiensi operasional, yang pada gilirannya membantu UMKM dalam menghadapi persaingan yang kian ketat (Hidayat et al., 2014).

Pendekatan holistik yang mengintegrasikan pelatihan, pendampingan, dan teknologi telah terbukti menjadi kunci keberhasilan dalam transformasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Ibrahim et al., 2023). Strategi ini tidak hanya relevan untuk pengrajin songket Minangkabau, tetapi juga dapat diterapkan di berbagai sektor UMKM lainnya. Dengan memanfaatkan promosi digital yang didukung oleh platform OpenCart, diharapkan pelaku usaha dapat mengoptimalkan berbagai potensi yang ditawarkan oleh dunia daring. Lebih dari itu, pendekatan ini juga memberikan dampak sosial dan ekonomi yang positif bagi masyarakat. Dengan penerapan teknologi yang tepat, kita dapat memperkuat fondasi UMKM dan mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan (Pudyastuti & Saputra, 2021).

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan pengembangan sistem dengan model ADDIE (Analyze, Design, Develop, Implement, Evaluate) yang diterapkan untuk merancang dan mengembangkan e-promosi berbasis OpenCart guna meningkatkan pemasaran produk songket Minangkabau oleh UMKM di Kecamatan IV Koto. Metodologi ini dipilih karena memberikan pendekatan sistematis yang mencakup analisis kebutuhan, desain, pengembangan, implementasi, serta evaluasi sistem secara menyeluruh.

2.1. Pemilihan Objek, Kasus, Tempat, dan Kejadian

Songket Minangkabau memiliki potensi yang sangat besar sebagai warisan budaya yang bernilai tinggi, namun potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan dalam pemasaran digital. Di Kecamatan IV Koto, Sumatera Barat, banyak UMKM pengrajin songket yang menghadapi kendala dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi, sehingga pemasaran produk mereka menjadi kurang efektif. Situasi ini menekankan perlunya pengembangan strategi e-promosi yang dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, nilai dan keindahan songket Minangkabau dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

2.2. Tipe Penelitian dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan pengembangan. Dengan pendekatan deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dalam memasarkan produk songket. Sementara itu, penelitian pengembangan difokuskan pada perancangan dan penerapan sistem e-promosi yang berbasis OpenCart.

1. Metode pengumpulan data dilakukan dengan:

- a. Wawancara: Dalam sesi wawancara, berbagai pertanyaan diajukan kepada pelaku UMKM mengenai identitas profil mereka dan aspek-aspek yang berkaitan dengan kinerja usaha.
- b. Observasi: Observasi dilakukan untuk memahami seluruh proses mulai dari produksi hingga penjualan, serta mencatat adanya permasalahan yang mungkin dihadapi dalam usaha tersebut.
- c. Survei: Survei dilaksanakan kepada pelaku UMKM yang memiliki pengetahuan mendalam tentang berbagai aspek usaha, mulai dari modal, pengelolaan manajemen, hingga strategi pemasaran. Hal ini bertujuan untuk mengumpulkan lebih banyak data dan informasi yang dapat berguna untuk memahami kondisi UMKM dengan lebih baik.

2.3. Partisipan

Dalam penelitian ini, pelaku UMKM yang menjadi objek studi adalah para pengusaha dan pengelola usaha songket Minangkabau yang aktif dalam memproduksi dan memasarkan produk mereka. Salah satu di antara mereka telah diwawancarai untuk menggali lebih dalam tentang proses produksi serta tantangan yang dihadapi dalam pemasaran. Di sisi lain, konsumen yang menjadi fokus penelitian adalah pembeli produk songket Minangkabau yang menggunakan platform e-commerce untuk melakukan transaksi. Mereka juga memberikan umpan balik tentang pengalaman mereka saat membeli produk tersebut.

2.4. Tahap dan Teknik Pengumpulan Data

Tahap Analisis Kebutuhan: Untuk menganalisis kebutuhan dan kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam pemasaran produk songket, kami melakukan wawancara dengan para pelaku UMKM, melakukan survei konsumen, serta mengadakan observasi langsung. Metode pengumpulan data yang digunakan mencakup wawancara mendalam dan observasi langsung.

Setelah analisis kebutuhan selesai, kami melanjutkan ke tahap desain, di mana kami merancang antarmuka dan struktur fungsional sistem e-promosi yang berbasis OpenCart. Pada tahap ini, teknik brainstorming dan prototyping diterapkan untuk memastikan bahwa desain sistem dapat memenuhi kebutuhan pengguna dengan baik.

Sistem e-promosi yang dikembangkan memanfaatkan platform OpenCart untuk memungkinkan UMKM mengelola produk, transaksi, dan promosi secara efisien. Untuk memastikan sistem berfungsi sesuai harapan, dilakukan berbagai pengujian.

Setelah semua pengembangan selesai, kami melanjutkan ke tahap implementasi dengan memberikan akses kepada para pelaku UMKM untuk menggunakan sistem e-promosi. Kami juga melaksanakan evaluasi melalui wawancara pasca-implementasi guna mengumpulkan masukan mengenai efektivitas dan kemudahan penggunaan sistem yang telah diterapkan.

2.5. Teknik Analisis Data

Analisis data yang telah dilakukan:

- a. Processing Data: Data yang terkumpul dari wawancara, observasi, dan survei diproses untuk memisahkan data yang relevan dan tidak relevan, dan menyusun data dalam bentuk yang siap untuk dianalisis lebih lanjut.
- b. Analisis data yang di peroleh Data yang diperoleh dari wawancara dan survei digunakan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang relevan dengan pengembangan sistem e-promosi.

2.6. Model Pengembangan Sistem

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah ADDIE

1. Define (Analisis Kebutuhan): Pada tahap ini, dilakukan analisis mendalam terhadap masalah yang dihadapi oleh UMKM dalam pemasaran produk songket Minangkabau. Data dari wawancara dan survei digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan UMKM dan tujuan dari sistem e-promosi.
2. Design (Desain Sistem): Tahap desain mencakup pembuatan wireframe dan prototipe sistem e-promosi. Prototipe awal disajikan kepada pelaku UMKM untuk mendapatkan umpan balik terkait desain antarmuka dan fungsionalitas yang diinginkan.

3. Develop (Pengembangan Sistem): Berdasarkan desain yang disetujui, sistem e-promosi dikembangkan menggunakan platform OpenCart. Pengembangan mencakup pembuatan fitur-fitur seperti pengelolaan produk, sistem pembayaran, dan promosi.
4. Implement: Setelah sistem selesai dikembangkan, tahap implementasi dilakukan dengan melibatkan pelaku UMKM untuk menggunakan sistem. Pengujian dilakukan untuk mengevaluasi keberhasilan sistem dalam meningkatkan pemasaran produk songket Minangkabau.
5. Disseminate (Penyebaran): Setelah sistem diuji dan dinilai efektif, dilakukan **diseminasi** atau penyebaran informasi mengenai sistem e-promosi berbasis OpenCart kepada UMKM lain di Kecamatan IV Koto. Kegiatan ini dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan agar pelaku UMKM dapat mengoperasikan sistem dengan baik dan memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan model pengembangan ADDIE (Analyze, Design, Develop, Implement, Evaluate) untuk merancang e-promosi berbasis OpenCart, yang bertujuan mendukung pemasaran UMKM songket Minangkabau. Pemilihan model ini didasarkan pada pendekatan sistematis yang mencakup analisis kebutuhan UMKM, desain sistem yang ramah pengguna, pengembangan fitur e-promosi, pelaksanaan platform untuk pelaku usaha, serta evaluasi yang bertujuan menilai efektivitas sistem. Setiap tahap dalam proses ini memberikan fondasi yang kuat untuk memastikan keberhasilan implementasi teknologi, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar produk songket.

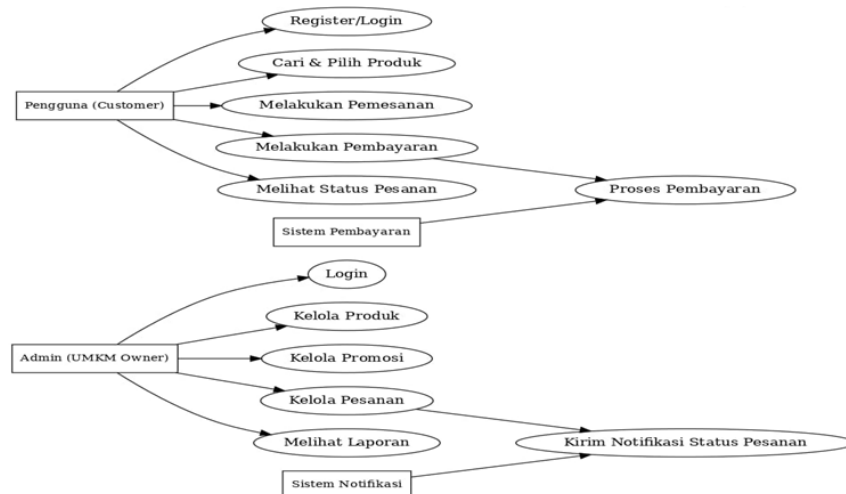
Tahapan Model Pengembangan

Tahap pertama dalam model pengembangan ini adalah analisis kebutuhan. Dalam proses ini, tim peneliti berupaya mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam memasarkan produk songket mereka. Berbagai metode, seperti wawancara, observasi, dan survei, digunakan untuk memahami masalah utama, termasuk keterbatasan akses pasar dan rendahnya pemanfaatan teknologi digital. Setelah kebutuhan berhasil dianalisis, langkah berikutnya adalah merancang sistem yang akan digunakan. Proses desain ini melibatkan pembuatan wireframe dan prototipe yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Dalam tahap ini, partisipasi pelaku UMKM sangat penting, agar masukan mereka dapat diterapkan dan desain yang dihasilkan benar-benar mendukung operasional mereka.

Tahap selanjutnya adalah pengembangan sistem. Berdasarkan desain yang telah disepakati, platform e-promosi berbasis OpenCart mulai dikembangkan. Di sini, fokus utama adalah memastikan bahwa fitur-fitur yang dirumuskan—seperti manajemen produk, sistem pembayaran, dan promosi—dapat diimplementasikan dengan baik. Setelah sistem selesai dikembangkan, langkah implementasi pun dimulai. Pada tahap ini, para pelaku UMKM mulai menggunakan sistem yang telah diciptakan. Untuk memastikan mereka dapat memaksimalkan manfaat dari platform tersebut, pelatihan dan pendampingan disediakan. Tak hanya itu, pengujian juga dilakukan untuk memastikan sistem berfungsi secara optimal dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Langkah terakhir adalah evaluasi. Pada fase ini, sistem yang telah diimplementasikan dievaluasi untuk menilai efektivitasnya dalam meningkatkan pemasaran produk songket. Umpan balik dari pelaku UMKM dan konsumen menjadi sangat berharga untuk perbaikan sistem jika diperlukan. Evaluasi ini juga berfungsi sebagai dasar untuk menentukan kemungkinan perluasan penggunaan platform ke UMKM lainnya.

1. Use case Diagram



Gambar 1. *Use case Diagram*

Diagram use case menggambarkan interaksi antara pengguna (pelanggan) dan admin (pemilik UMKM) dalam platform berbasis OpenCart. Pengguna memiliki kemampuan untuk melakukan registrasi atau login, mencari produk, melakukan pemesanan, melakukan pembayaran, serta memantau status pesanan mereka. Di sisi lain, admin bertanggung jawab untuk mengelola produk, mengatur promosi, menangani pesanan, menyusun laporan, dan mengirimkan notifikasi status pesanan kepada pengguna. Diagram ini juga mencakup sistem pembayaran dan sistem notifikasi yang berfungsi untuk mendukung proses operasional dengan cara yang efisien.

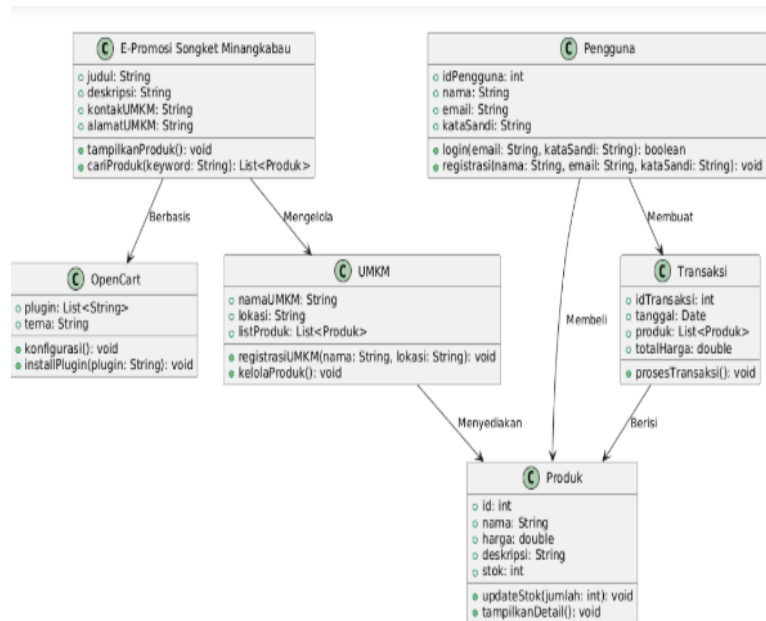
2. Activity Diagram



Gambar 2 . *Activity Diagram*

Diagram aktivitas ini menggambarkan proses pembelian produk Songket di platform berbasis OpenCart. Proses dimulai ketika pelanggan mengakses website, mencari dan memilih produk yang diinginkan, kemudian melanjutkan dengan pemesanan dan pembayaran. Setelah tahapan ini, sistem akan mengirimkan notifikasi pesanan kepada pelanggan. Selanjutnya, admin bertugas untuk memverifikasi pesanan dan pembayaran serta mengatur pengiriman produk. Sebagai langkah terakhir, sistem akan mengirimkan notifikasi pengiriman kepada pelanggan, yang berfungsi sebagai konfirmasi bahwa produk sedang dalam perjalanan. Diagram ini mencerminkan sebuah alur transaksi yang terstruktur dan otomatis, dirancang untuk meningkatkan pengalaman belanja pelanggan.

3. Class Diagram



Gambar 3 . Class Diagram

Diagram ini menggambarkan hubungan antar kelas pada sistem e-promosi Songket Minangkabau berbasis OpenCart. Kelas utama E-Promosi Songket Minangkabau mengelola promosi dengan atribut seperti judul, kontak UMKM, dan daftar produk. Kelas OpenCart menyediakan basis platform dengan fitur seperti plugin dan tema. Kelas UMKM mewakili pemilik toko yang dapat mengelola produk serta mendaftarkan UMKM. Pengguna dapat mendaftar, login, dan melakukan transaksi yang dicatat oleh kelas Transaksi, termasuk detail pesanan, total harga, dan tanggal transaksi. Kelas Produk menyediakan informasi produk seperti ID, nama, harga, stok, dan metode untuk memperbarui stok serta menampilkan detail produk. Diagram ini menunjukkan alur interaksi untuk mendukung pengelolaan dan transaksi dalam sistem.

4. Pembahasan

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa penerapan e-promosi berbasis OpenCart telah berhasil meningkatkan jangkauan pemasaran produk songket Minangkabau. Sistem yang dikembangkan memudahkan UMKM dalam mengelola produk, transaksi, dan promosi secara digital. Keberhasilan ini didorong oleh desain sistem yang ramah pengguna, pengembangan sistem yang mengikuti metode Agile, serta pengujian yang menjamin bahwa aplikasi ini memenuhi kebutuhan pelaku UMKM dan konsumen.

Dalam konteks yang lebih luas, temuan dari penelitian ini memiliki relevansi yang signifikan terhadap tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia dalam mengadopsi teknologi digital untuk

keperluan pemasaran. Dengan memanfaatkan platform e-commerce seperti OpenCart, UMKM tidak hanya memiliki kesempatan untuk bersaing di pasar lokal, tetapi juga dapat menjangkau konsumen di tingkat nasional maupun internasional. Upaya ini sejalan dengan langkah-langkah pemerintah yang mendukung digitalisasi UMKM, guna meningkatkan daya saing produk lokal di tengah arus globalisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2020) menunjukkan bahwa penggunaan platform OpenCart dapat meningkatkan penjualan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) hingga 35% dalam kurun waktu tiga bulan. Penelitian ini menekankan efisiensi dalam pengelolaan produk dan transaksi sebagai kunci keberhasilan platform tersebut dalam mendukung upaya pemasaran digital UMKM.

Di sisi lain, penelitian Sari (2021) menemukan bahwa teknologi e-commerce, terutama yang berbasis sistem manajemen konten (CMS) seperti OpenCart, mampu memperluas visibilitas produk UMKM di pasar global. Para pelaku usaha melaporkan peningkatan kunjungan pelanggan hingga dua kali lipat setelah menerapkan strategi pemasaran digital. Penelitian ini juga menekankan pentingnya pelatihan digital bagi pelaku usaha untuk memaksimalkan potensi teknologi yang mereka gunakan.

Sementara itu, studi oleh Prasetyo (2019) menyoroti peran transformasi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM baik di pasar domestik maupun internasional. Penelitian ini mengungkap bahwa adopsi teknologi e-commerce dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM hingga 40%, terutama dalam pengelolaan inventaris dan promosi produk. Namun, penelitian ini juga mencatat adanya tantangan terkait kurangnya pemahaman pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi, yang menjadi hambatan utama dalam penerapan transformasi digital secara menyeluruh.

Jika dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini menawarkan fokus yang lebih spesifik, yaitu pengembangan sistem e-promosi berbasis OpenCart untuk produk songket Minangkabau. Menggunakan model ADDIE, penelitian ini tidak hanya menitikberatkan pada penerapan teknologi, tetapi juga pada desain yang ramah pengguna dan penyesuaian teknologi sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM songket. Selain itu, sistem ini diuji dengan pendekatan Agile untuk memastikan efektivitasnya dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk.

Dengan demikian, penelitian ini menempatkan perhatian khusus pada sektor UMKM yang kaya akan nilai budaya, seperti songket Minangkabau yang merupakan salah satu warisan budaya Indonesia. Keunikan penelitian ini terletak pada kemampuannya untuk mendukung transformasi digital sekaligus mengangkat potensi lokal sebagai bagian dari strategi pengembangan ekonomi berbasis budaya.

Penelitian ini menunjukkan dampak yang signifikan bagi berbagai pihak. Bagi pengguna dan pembeli, sistem e-promosi yang berbasis OpenCart mempermudah akses dan pembelian produk songket Minangkabau secara online. Hal ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan konsumen, tetapi juga menawarkan pengalaman belanja yang lebih modern. Masyarakat, khususnya para pengrajin lokal, juga merasakan dampak positif dari penelitian ini karena mereka kini memiliki lebih banyak peluang untuk memasarkan produk mereka. Dengan meningkatnya permintaan, pendapatan pengrajin pun mengalami pertumbuhan, yang pada akhirnya berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat setempat.

Dampak positif ini juga sejalan dengan program pemerintah yang mendukung digitalisasi UMKM. Pemerintah dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk mendorong lebih banyak pelaku usaha kecil dan menengah dalam mengadopsi teknologi digital. Selain meningkatkan daya saing UMKM baik di pasar lokal maupun internasional, inisiatif ini juga berkontribusi pada penguatan perekonomian berbasis budaya, mengingat produk songket Minangkabau merupakan salah satu warisan budaya yang memiliki nilai tinggi. Dengan demikian, penelitian ini menghadirkan manfaat ekonomi yang signifikan sekaligus memperkuat identitas budaya lokal di tengah persaingan global.

5. Kesimpulan

Penelitian ini berhasil menjawab pertanyaan seputar bagaimana sistem e-promosi berbasis OpenCart dapat mengatasi tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM songket Minangkabau, seperti akses pasar yang terbatas, visibilitas produk yang minim, serta rendahnya adopsi teknologi digital. Dengan penerapan platform e-promosi yang mudah digunakan dan ramah pengguna, penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi digital dapat menjadi solusi strategis untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing produk, dan mengoptimalkan efisiensi operasional UMKM. Sistem yang dikembangkan tidak hanya mendukung UMKM dalam pengelolaan penjualan dan promosi secara mandiri, tetapi juga memberikan dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan pendapatan pengrajin lokal, membuka peluang kerja baru, dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berbasis pada budaya.

Para pelaku UMKM disarankan untuk secara berkala mengikuti pelatihan digital agar dapat memanfaatkan teknologi seperti OpenCart dengan optimal. Selain itu, pemerintah dan lembaga terkait harus memberikan pendampingan yang berkelanjutan serta subsidi untuk mempermudah adopsi teknologi ini, terutama bagi UMKM kecil yang memiliki keterbatasan sumber daya. Ke depan, pengembangan sistem serupa dapat diarahkan untuk mendukung UMKM di sektor lain dengan pendekatan yang disesuaikan dengan karakteristik produk mereka, sehingga transformasi digital dapat diimplementasikan secara luas dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Ardhi, M. (2021). Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM melalui Aplikasi E-UMKM Berbasis Digital Selama Pandemi Covid-19 sebagai Strategi Meningkatkan Perekonomian Indonesia di Desa Rempek Lombok Utara. *Abdi Psikonomi*, 2, 148–156. <https://doi.org/10.23917/psikonomi.v2i4.427>
- Daniel, M., & Tukino, T. (2021). Rancang Bangun E-Commerce Menggunakan CMS Opencart. *Jurnal Comasie*, 05(02), 1–9.
- Fiftem, F., Putri, E., Priananda, I., & Widia, P. P. (2023). Implementasi Strategi Meningkatkan Penjualan Dan Promosi Pada UMKM Habis Snack Kota Padang. 1(6), 506–511.
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>
- Hanung Eka Atmaja, Budi Hartono, & Khairul Ikhwan. (2021). Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Manajemen Pada Pelaku UMKM Desa Balesari Kabupaten Magelang. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(6), 1487–1492. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i6.4902>
- Hengki Juliansa, Ahmadi. (2022). Rancang Bangun Aplikasi E-Marketplace Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Sebagai Media Promosi. *Jurnal Ilmiah Binary STMIK Bina Nusantara Jaya Lubuklinggan*, 4(2), 73–79. <https://doi.org/10.52303/jb.v4i2.73>
- Hidayat, Nugroho, Z., Santoso, P. B., & Choiri, M. (2014). PENJUALAN DAN PEMASARAN (Studi Kasus: UD. La Tanza Kecamatan Dau Malang) THE DESIGN AND IMPLEMENTATION OF E-COMMERCE SYSTEM BY USING OPENCART CMS IN EFFORTS TO INCREASE SALES AND MARKETING (Case Study: UD. La Tanza Kecamatan Dau Malang). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Industri*, 2(1), 219–229.
- Ibrahim, A., Utama, Y., Afrina, M., Eka Sevtiyuni, P., & Oklilas, A. F. (2023). Pelatihan Peningkatan Kemampuan Keterampilan Masyarakat Desa Sungai Pinang Tentang Teknologi Informasi.

- Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1–5. <https://doi.org/10.25008/altifani.v3i1.309>
- Kala, M. E., & Samsinar, S. (2020). Implementasi E-Commerce Pada Website Berbasis Cms Di Escape Coffee. *IDEALIS : InDonEsiA journaL Information System*, 3(1), 443–448. <https://doi.org/10.36080/idealis.v3i1.2084>
- Nababan, E., Filza Izzati, Rati Rahmadani, & Lusiana Efrizoni. (2022). Sistem Informasi Promosi dan Penjualan Pupuk, Beras dan Benih Berbasis Web. *Jurnal CoSciTech (Computer Science and Information Technology)*, 3(3), 487–494. <https://doi.org/10.37859/coscitech.v3i3.4433>
- Nurkamid, M. dan S. (2014). E-Commerce Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah. *Dianmas*, 3(1), 59–64.
- Pudyastuti, E., & Saputra, A. (2021). Upaya Peningkatan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Medan di Masa Pandemi Covid-19. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 437–449. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.195>
- Putra, A. (2024). Pendampingan UMKM untuk Memenangkan Pasar Bubur Ayam Melalui Manajemen Pemasaran Berbasis E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Inovatif Masyarakat*, 1(1), 28–30. <https://doi.org/10.62759/jpim.v1i1.76>
- Sitorus, G., Siagian, A., & Wijaya, R. (2024). Penyuluhan Etika Bisnis Umkm Di Lingkungan Rt002/02, Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. *Jurnal Sinergi*, 6(1), 24–32. <https://doi.org/10.59134/sinergi.v6i1.645>
- Sugiharto, E., Ardiansyah, A., Marsanti, A. A., Widyaningsih, W., Sari, D., & Khofifa, K. (2024). Pengembangan Pemasaran UMKM Amplang Dan BUMDes PAMSIMAS Berbasis E-Commerce Sebagai Penopang Tangguh Ekonomi Di Desa Saliki. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(4), 252–258. <https://doi.org/10.59837/wapnz231>
- Termulo, A., Annas, F., Derta, S., Yuspita, Y. E., & Kunci, K. (2024). *Implementasi Opencart dalam Perancangan Sistem Promosi Karya Siswa Pada Mata Pelajaran Prakarya*. 03(01), 16–28.
- Umi Salamah, Wiharto, R. S. (2015). Pembangunan E-Commerce Untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Tanaman Hias (Studi Kasus Sentra UMKM Dian Nurcery dan Mawar Indah , Tawangmangu) JOGLO , Volume XXVII No. 2 – Pebruari 2015 JOGLO , Volume XXVII No. 2 – Pebruari 2015. *Joglo*, XXVII(2), 285–289.
- Yonaldi, S., & Darma, I. A. (2020). Analisis Intention Transaction Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis E-Commerce di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Strategik Dan Simulasi Bisnis*, 1(2), 44–52. <https://doi.org/10.25077/mssb.1.2.44-52.2020>
- Yuliaty, T., Shafira, C. S., & Akbar, M. R. (2020). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global. *Mbia*, 19(3), 293–308. <https://doi.org/10.33557/mbia.v19i3.1167>
- Zefriyenni, Z., Eliza, E., Azka, B. P., & Lusiana, L. (2022). Pengembangan Umkm Berbasis Digital Pada Umkm Batu Gadang Kecamatan Lubuk Kilangan Padang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 558. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i3.41446>