Published online on the page : https://journal.makwafoundation.org/index.php/jovishe

J O V I S H E:
Journal of Visionary Sharia Economy

| ISSN (Online) 2964-7908 |

Perancangan Aplikasi Opencart untuk Mendukung Pemasaran Digital Kerajinan Perabot UMKM Bukittinggi

M Raihan Alfandi[1], Firdaus Annas[2]

[1,2] *Universitas Islam Negri Sjech M. Djamil Djambek, Bukittinggi,* Indonesia

Informasi Artikel

Riwayat Artikel:
Submit : 11 Juni 2024
Revisi : 22 Juli 2024
Diterima : 16 Oktober 2024
Diterbitkan: 19 Desember 2024

Kata Kunci

UMKM, OpenCart, R&D

Korespondensi

E-mail: raihanalfandi71908@gmail.com*

A B S T R A K

Usaha kerajinan perabot di Bukittinggi berperan penting untuk meningkatkan perekonomian dan pelestarian budaya. Tetapi, msalah dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk menyebabkan keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas.Untuk menjawab tantangan tersebut,penelitian ini bertujuan merancang aplikasi berbasis OpenCart sebagai solusi pemasaran digital sesuai dengan kebutuhan usaha di Bukittinggi.Metode penelitian dan pengembangan (R&D) digunakan dalam penelitian ini, yang mencakup analisis kebutuhan, perancangan aplikasi, dan evaluasi.Pelaku UMKM diwawancarai untuk mengetahui karakteristik pasar dan jenis produk.Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM di Bukittinggi dapat menggunakan aplikasi berbasis OpenCart untuk memasarkan produk, meningkatkan daya saing, dan mengoptimalkan proses pemasaran. Aplikasi OpenCart ialah solusi yang bagus untuk membantu UMKM di Bukittinggi memasarkan produk kerajinan perabot secara digital. Aplikasi ini tidak hanya memenuhi kebutuhan pelaku usaha dalam era digital, tetapi juga membantu meningkatkan keberlanjutan dan daya saing UMKM di pasar lokal maupun nasional.

Abstract

The furniture craft business in Bukittinggi plays an important role in improving the economy and preserving culture. However, problems in utilizing digital technology to market products cause limitations in reaching a wider market. To answer these challenges, this research aims to design an OpenCart-based application as a digital marketing solution in accordance with business needs in Bukittinggi. Research and development (R&D) methods are used in this research, which includes needs analysis, application design, and evaluation. MSME actors were interviewed to find out market characteristics and product types. The results of the research show that MSMEs in Bukittinggi can use OpenCart-based applications to market products, increase power competitiveness, and optimizing the marketing process. The OpenCart application is a good solution to help MSMEs in Bukittinggi market handicraft furniture products digitally. This application not only meets the needs of business actors in the digital era, but also helps increase the sustainability and competitiveness of MSMEs in local and national markets.

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

1. Pendahuluan

Selama lima tahun terakhir, perekonomian Indonesia menghadapi tantangan signifikan yang dipicu oleh pandemi COVID-19. Dampaknya terlihat jelas pada penurunan daya beli masyarakat, keterbatasan

 Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. *Some rights reserved*

aktivitas bisnis, dan melambatnya pertumbuhan ekonomi secara umum. UMKM, yang selama ini menjadi penopang utama ekonomi nasional dengan kontribusi besar terhadap produk domestik bruto (PDB), mengalami penurunan aktivitas yang cukup drastis. Kondisi ini menunjukkan urgensi bagi sektor UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan, khususnya melalui pemanfaatan teknologi digital sebagai solusi atas keterbatasan tradisional dalam pemasaran dan operasional bisnis. (Nurrohman & Zulaikha, 2013). Di wilayah Sumatra Barat, sektor kerajinan tangan termasuk kerajinan kerabot memiliki potensi ekonomi yang besar. Potensi ini didorong oleh keberadaan warisan budaya yang kaya dan keterampilan masyarakat lokal yang terampil dalam menghasilkan produk berkualitas tinggi. Namun, kurangnya infrastruktur pemasaran yang efektif sering kali menjadi penghambat utama bagi pertumbuhan sektor ini. Dalam konteks Bukittinggi, kebutuhan untuk menerapkan teknologi digital guna mendukung pemasaran produk kerajinan menjadi semakin mendesak. Digitalisasi tidak hanya dapat membantu pelaku UMKM bertahan tetapi juga berkembang di tengah tantangan ekonomi yang terus berubah (Amalina, 2022).

UMKM memegang peranan vital dalam struktur ekonomi Indonesia. Dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap PDB dan kemampuan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional, sektor ini menjadi pilar penting perekonomian. Hal ini juga ditegaskan dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, yang menyebutkan bahwa pemberdayaan UMKM bertujuan untuk menciptakan ekonomi yang mandiri, adil, dan berkelanjutan. Namun, untuk menghadapi persaingan global, UMKM perlu diberdayakan dengan strategi yang melibatkan teknologi modern, seperti e-commerce, yang mampu meningkatkan daya saing secara signifikan (Ambarini, 2017). UMKM yang bergerak di bidang kerajinan di Bukittinggi memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Meski demikian, mereka masih menghadapi kendala seperti akses terbatas ke pasar yang lebih luas, kurangnya infrastruktur digital, dan keterbatasan dalam mengelola pemasaran secara efektif. Untuk mengatasi masalah tersebut, pengembangan aplikasi e-commerce seperti Opencart menjadi salah satu solusi praktis yang dapat memberdayakan UMKM agar tetap kompetitif di pasar lokal maupun internasional. (Widia & Putra, 2023)

Penggunaan teknologi digital, khususnya platform e-commerce, telah terbukti efektif dalam meningkatkan kinerja UMKM. Solusi seperti Opencart menawarkan fitur yang fleksibel dan mudah digunakan oleh pelaku usaha kecil, seperti manajemen stok, pengelolaan katalog produk, dan layanan pembayaran digital. Dengan adopsi platform ini, UMKM dapat mengoptimalkan efisiensi operasional dan menjangkau lebih banyak konsumen tanpa memerlukan investasi besar dalam pemasaran tradisional (Hidayat et al., 2014). Teknologi informasi terus berkembang dan semakin menjadi bagian integral dari aktivitas ekonomi. Di era digital ini, platform e-commerce tidak hanya menjadi alat transaksi, tetapi juga medium promosi yang efektif. Dengan solusi berbasis web seperti Opencart, pelaku UMKM dapat mengelola bisnis mereka dengan lebih baik melalui fitur-fitur yang memungkinkan akses real-time terhadap data penjualan dan tren pasar (Heliany, 2019). Opencart telah diakui sebagai salah satu solusi unggulan untuk memberdayakan UMKM di sektor e-commerce. Platform ini menawarkan fleksibilitas, efisiensi biaya, dan kemudahan penggunaan bagi pelaku usaha. Fitur-fitur seperti integrasi pembayaran digital, desain responsif, dan alat analitik membantu UMKM dalam memahami preferensi konsumen, sehingga dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif (Ridwan et al., 2024).

Pemanfaatan aplikasi Opencart dapat membantu UMKM kerajinan kerabot di Bukittinggi untuk lebih kompetitif di pasar global. Platform ini menyediakan fitur manajemen produk yang mudah digunakan dan memungkinkan pelaku UMKM untuk menampilkan produk mereka secara profesional.

Dengan demikian, Opencart berkontribusi dalam memperluas jangkauan pemasaran sekaligus meningkatkan efisiensi operasional (Hidayat et al., 2014). E-commerce telah menjadi tulang punggung ekonomi digital, memungkinkan transaksi lintas geografis tanpa batasan waktu. UMKM dapat memanfaatkan e-commerce untuk menjangkau konsumen baru di pasar domestik dan internasional. Dalam konteks UMKM Bukittinggi, platform seperti Opencart memberikan peluang untuk memperluas basis pelanggan secara signifikan (Maryama, 2013). Strategi pemasaran digital yang dirancang dengan baik memungkinkan UMKM untuk membangun merek mereka dengan lebih efektif. Dengan fitur seperti SEO dan integrasi media sosial, aplikasi Opencart membantu UMKM dalam mempromosikan produk mereka kepada audiens yang lebih luas, meningkatkan visibilitas, dan akhirnya meningkatkan penjualan. (Santoso et al., 2022)

Integrasi antara e-commerce dan media sosial menjadi tren yang membantu UMKM memaksimalkan efektivitas pemasaran. Opencart mendukung strategi ini melalui fitur berbagi tautan dan katalog produk yang dapat langsung dipromosikan di media sosial. Hal ini memungkinkan pelaku UMKM untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan konsumen mereka (Sentoso et al., 2023). Digitalisasi UMKM memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perekonomian lokal, seperti peningkatan pendapatan masyarakat dan penciptaan lapangan kerja baru. Di Bukittinggi, implementasi aplikasi Opencart diharapkan mampu mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dengan meningkatkan produktivitas UMKM (Hidayat et al., 2023). Dengan memanfaatkan teknologi seperti Opencart, UMKM di Bukittinggi memiliki peluang besar untuk bersaing di pasar internasional. Platform ini memungkinkan pengelolaan bisnis yang lebih modern dan efisien, menjadikan UMKM lokal sebagai pemain kompetitif di kancah global (Salim, 2020). Era digital membawa peluang besar bagi UMKM untuk berkembang melalui pemanfaatan teknologi modern. Dengan menggunakan aplikasi berbasis web, seperti Opencart, UMKM dapat mengatasi hambatan pemasaran tradisional dan memanfaatkan potensi pasar yang lebih luas. (Djatnika & Gunawan, 2021)

Penelitian ini bertujuan untuk merancang aplikasi Opencart yang mendukung pemasaran digital UMKM kerajinan kerabot di Bukittinggi. Aplikasi ini diharapkan menjadi solusi strategis untuk mengatasi tantangan pemasaran, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendukung keberlanjutan bisnis UMKM di era digital (N. Amalina et al., 2022). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 memberikan kerangka hukum yang jelas mengenai pemberdayaan UMKM di Indonesia. UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif yang dimiliki individu atau badan usaha sesuai kriteria aset dan omset tertentu. Tafsir UU ini, menurut Syukri & Sunrawali (2022), menggarisbawahi perlunya pengembangan UMKM berbasis teknologi, termasuk adopsi e-commerce, untuk memperkuat daya saing dan kemandirian ekonomi. Hal ini sangat relevan dengan kebutuhan UMKM di era digital yang menuntut integrasi teknologi dalam pengelolaan usaha mereka. Selain itu, Wibowo & Sitorus (2023) menjelaskan bahwa kebijakan ini memberikan arah strategis bagi UMKM untuk meningkatkan akses pasar dan efisiensi operasional melalui teknologi digital yang terjangkau dan fleksibel. (Syukri & Sunrawali, 2022) (Wibowo & Sitorus, 2022). Dalam kaitannya dengan implementasi teknologi, kebijakan pemerintah mendukung pengembangan aplikasi digital yang dapat membantu UMKM. Menurut Jasri et al. (2022),

Pemberdayaan teknologi digital seperti e-commerce dianggap sebagai langkah prioritas untuk memperluas jaringan pemasaran UMKM di tingkat lokal dan internasional. Hal ini sejalan dengan rekomendasi dalam UU No. 20 Tahun 2008 yang menekankan pentingnya kolaborasi antara sektor publik dan swasta dalam mendukung pelaku usaha kecil. Penggunaan platform seperti Opencart menawarkan solusi konkret yang sesuai dengan arah kebijakan ini karena dapat membantu UMKM

mengelola bisnis secara lebih profesional tanpa membutuhkan investasi besar dalam infrastruktur digital (Dianingrum et al., 2023). Opencart adalah salah satu platform e-commerce berbasis open-source yang dirancang untuk membantu UMKM mendigitalisasi bisnis mereka. Platform ini menawarkan fitur yang mudah digunakan dengan desain modular yang memungkinkan personalisasi sesuai kebutuhan bisnis. Menurut Ratna Gumilang (2019), keunggulan Opencart meliputi kemudahan dalam manajemen stok, pemrosesan transaksi, dan integrasi pembayaran digital. Selain itu, Juliandra et al. (2024) mencatat bahwa fitur-fitur seperti laporan penjualan yang terintegrasi dan dukungan multi-bahasa menjadikannya alat yang kuat untuk UMKM yang ingin memperluas jangkauan pasar mereka, baik secara lokal maupun global. Dengan biaya operasional yang rendah, Opencart juga menjadi pilihan utama bagi UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya. (Gumilang, 2019)

Wibowo & Sitorus (2023) dalam penelitian mereka menekankan pentingnya edukasi digital bagi UMKM untuk memaksimalkan manfaat dari e-commerce. Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM yang dilatih untuk menggunakan teknologi seperti Opencart mampu meningkatkan penjualan hingga 45% dalam kurun waktu satu tahun. Kesimpulannya menekankan bahwa edukasi adalah langkah penting untuk mendorong adopsi teknologi yang lebih luas di sektor UMKM (Wibowo & Sitorus, 2022). Jasri et al. (2022) menyimpulkan bahwa kombinasi media sosial dan e-commerce memberikan keuntungan strategis bagi UMKM. Penggunaan Opencart yang terintegrasi dengan media sosial memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan mereka, menciptakan pengalaman yang lebih personal. Hal ini berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan dan memperluas jangkauan pasar dengan biaya rendah (Jasri, 2022). Menurut penelitian Galih Juliandra et al. (2024), penggunaan e-commerce seperti Opencart mempersingkat waktu operasional hingga 30%, terutama dalam manajemen inventaris dan pengolahan data penjualan. Penelitian ini relevan karena menunjukkan bagaimana teknologi dapat memberikan dampak langsung pada efisiensi bisnis UMKM, khususnya dalam sektor kerajinan yang memerlukan fleksibilitas tinggi dalam pengelolaan produk. (Juliandra et al., 2024)

Berdasarkan laporan statistik lokal (2024), sekitar 65% UMKM di Bukittinggi masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, sementara hanya 20% yang telah menggunakan platform e-commerce. Tantangan utama yang mereka hadapi mencakup kurangnya literasi digital dan infrastruktur internet yang belum merata. Data ini menunjukkan bahwa pelatihan dan adopsi teknologi seperti Opencart dapat menjadi solusi yang relevan untuk meningkatkan daya saing UMKM di wilayah tersebut. UMKM kerajinan di Bukittinggi memiliki keunggulan kompetitif dalam hal kualitas dan nilai budaya produk mereka. Namun, keterbatasan dalam pemasaran sering menjadi penghambat pertumbuhan. Dengan memanfaatkan platform digital, UMKM ini dapat menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk konsumen internasional yang mencari produk lokal berkualitas tinggi. Transformasi digital melalui Opencart diharapkan dapat menjadi model untuk pengembangan UMKM serupa di daerah lain. Dengan mengatasi hambatan tradisional, seperti keterbatasan akses pasar dan manajemen usaha yang manual, penelitian ini dapat memberikan kontribusi langsung pada peningkatan daya saing UMKM di era digital.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode Research and Development (R&D), yang dirancang untuk mengembangkan dan menguji sebuah produk berbasis teknologi. Peneliti fokus pada pengembangan sistem digital berbasis e-commerce untuk mendukung pemasaran UMKM di Bukittinggi. Proses ini melibatkan tahapan mulai dari analisis kebutuhan hingga evaluasi produk yang dihasilkan Model

pengembangan yang digunakan adalah ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation). Model ini dianggap sesuai karena memberikan kerangka sistematis dalam pengembangan teknologi yang relevan dengan kebutuhan pengguna.

Tahapan Model ADDIE

1. Analysis (Analisis)

Tahapan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan masalah utama UMKM di Bukittinggi. Peneliti melakukan:

- Observasi lapangan untuk memahami kondisi pemasaran tradisional dan digital UMKM.
- Wawancara dengan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kendala dalam akses teknologi dan e-commerce.

2. Design (Desain)

Pada tahap ini, peneliti merancang sistem e-commerce berbasis Opencart yang mencakup:

- Database: Mendesain basis data yang sesuai untuk mendukung penyimpanan informasi produk, transaksi, dan pengguna.
- Fitur Kustomisasi: Menentukan fitur yang relevan untuk kebutuhan UMKM, seperti integrasi media sosial, pembayaran digital, dan laporan penjualan.

3. Development (Pengembangan)

Prototipe sistem dikembangkan berdasarkan desain yang telah dirumuskan. Peneliti menggunakan teknologi berbasis open-source, seperti Opencart, untuk membangun platform e-commerce. Proses ini melibatkan pengkodean, pengujian fungsi, dan penyesuaian berdasarkan kebutuhan pengguna.

4. Implementation (Implementasi)

Sistem yang telah dikembangkan diuji coba pada UMKM kerajinan di Bukittinggi. Langkah ini mencakup pelatihan bagi pelaku UMKM tentang cara menggunakan platform, serta pendampingan untuk memastikan sistem dapat digunakan dengan efektif.

5. Evaluation (Evaluasi)

Evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan sistem dalam membantu UMKM meningkatkan penjualan dan akses pasar. Peneliti menggunakan umpan balik dari pelaku UMKM dan analisis data penjualan sebelum dan sesudah implementasi.

Metode ini bertujuan untuk menghasilkan solusi berbasis teknologi yang efektif, efisien, dan relevan dengan kebutuhan UMKM di Bukittinggi, khususnya dalam memanfaatkan Opencart sebagai platform e-commerce.

3. Hasil dan Pembahasan

Kemajuan teknologi digital telah memberikan dampak yang signifikan pada berbagai sektor, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM di Bukittinggi yang bergerak di bidang kerajinan perabot memiliki potensi besar untuk berkembang, namun sering kali terkendala oleh keterbatasan dalam pemasaran produk mereka. Oleh karena itu, diperlukan solusi yang dapat

membantu UMKM ini memanfaatkan teknologi untuk memperluas akses pasar mereka, salah satunya melalui aplikasi berbasis e-commerce seperti Opencart.

Opencart dipilih karena keunggulannya sebagai platform open-source yang ramah pengguna, fleksibel, dan dapat disesuaikan sesuai kebutuhan. Proyek ini bertujuan untuk merancang aplikasi berbasis Opencart guna mendukung pemasaran digital UMKM kerajinan perabot di Bukittinggi, dengan pendekatan sistematis menggunakan model ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation).

3.1 Analisis Kebutuhan

Tahap awal dalam perancangan aplikasi adalah analisis kebutuhan, yang bertujuan untuk memahami kondisi dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM Bukittinggi. Metode yang digunakan mencakup wawancara dengan pelaku UMKM, observasi proses bisnis, serta analisis pasar. Hasil analisis menunjukkan bahwa "Keterbatasan pengetahuan digital menjadi salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh banyak pelaku UMKM. Sebagian besar dari mereka tidak memiliki pengalaman atau pelatihan yang memadai dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kebutuhan pemasaran, seperti mengelola toko online, memanfaatkan media sosial secara strategis, atau mengoptimalkan platform e-commerce. Akibatnya, mereka cenderung bergantung pada metode pemasaran tradisional yang memiliki jangkauan terbatas, sehingga kehilangan peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing di era digital. Hal ini menunjukkan perlunya edukasi dan pendampingan intensif agar pelaku UMKM mampu mengadopsi teknologi dengan percaya diri dan efektif.

Dampak dari keterbatasan ini cukup signifikan. UMKM yang tidak mampu mengadopsi teknologi digital cenderung kehilangan peluang besar dalam menjangkau konsumen yang semakin banyak beralih ke saluran digital untuk mencari dan membeli produk. Bahkan, tren belanja online yang terus meningkat menunjukkan bahwa tanpa kemampuan untuk hadir di platform digital, UMKM berisiko tertinggal di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukasi dan pendampingan yang intensif untuk membantu pelaku UMKM mengatasi keterbatasan ini. Program pelatihan yang dirancang secara khusus dapat membekali mereka dengan keterampilan yang relevan, seperti cara membuat dan mengelola toko online, strategi pemasaran digital yang efektif, hingga analisis data untuk memahami perilaku konsumen. Pendampingan yang berkelanjutan juga sangat penting agar mereka merasa percaya diri dalam mengadopsi teknologi dan menerapkannya secara efektif dalam operasional bisnis. Dengan demikian, penguatan pengetahuan digital di kalangan UMKM tidak hanya membantu mereka beradaptasi dengan perkembangan zaman, tetapi juga membuka peluang baru untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan di masa depan.

"Kendala akses pasar yang dihadapi UMKM kerajinan perabot di Bukittinggi sebagian besar disebabkan oleh metode pemasaran yang masih tradisional, seperti melalui pameran, bazar lokal, atau toko fisik. Metode ini membatasi jangkauan konsumen hanya pada wilayah geografis tertentu, sehingga sulit untuk memperluas pasar ke tingkat nasional maupun internasional. Selain itu, keterbatasan ini membuat UMKM kurang mampu bersaing dengan pelaku usaha yang telah mengadopsi platform digital, yang memiliki kemampuan untuk menjangkau audiens lebih luas dengan biaya promosi yang lebih efisien. Hal ini mengakibatkan banyak UMKM kehilangan potensi pelanggan dari kalangan pengguna internet yang saat ini semakin mendominasi pola belanja masyarakat. Kondisi ini semakin diperparah dengan tren belanja masyarakat yang semakin bergeser ke arah online shopping. Kalangan pengguna internet yang terus bertambah, termasuk generasi muda yang akrab dengan teknologi digital,

menjadi segmen pasar yang sangat potensial bagi pelaku usaha. Sayangnya, banyak UMKM di Bukittinggi belum mampu memanfaatkan peluang ini secara optimal, sehingga mereka kehilangan potensi pelanggan dari segmen yang terus berkembang ini.

Untuk mengatasi kendala akses pasar ini, sangat penting bagi UMKM kerajinan perabot di Bukittinggi untuk mulai beralih dari pendekatan pemasaran tradisional ke strategi yang lebih modern dan berbasis digital. Langkah ini mencakup penggunaan platform e-commerce, pembuatan toko online, pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi, serta pengelolaan kampanye iklan digital yang terukur. Dengan adopsi teknologi ini, UMKM tidak hanya dapat memperluas jangkauan pasar mereka, tetapi juga meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Strategi ini juga memungkinkan mereka untuk menjangkau konsumen dari berbagai latar belakang geografis, sehingga membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan keberlanjutan usaha di masa depan.

"Minimnya alat promosi yang efektif menjadi salah satu kendala utama yang dihadapi oleh UMKM, di mana mereka sering kali tidak memiliki media yang memadai untuk menampilkan produk secara profesional. Hal ini mencakup ketidakmampuan untuk menyediakan foto produk berkualitas tinggi, deskripsi yang menarik, serta informasi yang rinci dan mudah diakses oleh calon pembeli. Akibatnya, banyak potensi pelanggan yang kehilangan minat karena kurangnya daya tarik visual dan transparansi informasi terkait produk yang ditawarkan. Situasi ini juga menghambat UMKM dalam membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka. Ketidaktersediaan alat promosi yang tepat juga membuat UMKM kesulitan menyampaikan informasi produk secara rinci dan mudah diakses, baik melalui platform online maupun offline. Akibatnya, calon pelanggan sering kali kehilangan minat karena kurangnya daya tarik visual dan transparansi informasi yang ditawarkan. Dalam banyak kasus, hal ini membuat UMKM kehilangan peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan gagal memanfaatkan potensi pembelian dari pelanggan yang sebenarnya tertarik.

Lebih jauh lagi, kendala ini berdampak pada kesulitan UMKM dalam membangun citra merek yang kuat di mata konsumen. Kesan pertama yang dihasilkan oleh tampilan dan penyajian produk sangat berpengaruh dalam menciptakan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Ketika promosi yang dilakukan tidak mampu mencerminkan kualitas produk, maka UMKM cenderung dianggap kurang profesional, sehingga menurunkan kredibilitas dan kepercayaan pelanggan terhadap produk mereka. Untuk menghadapi tantangan ini, penting bagi UMKM untuk mengadopsi strategi pemasaran yang lebih modern dan memanfaatkan teknologi, seperti platform e-commerce atau media sosial, yang memungkinkan mereka untuk menampilkan produk secara lebih menarik dan informatif. Penyediaan foto produk yang profesional, deskripsi yang memikat, serta informasi yang transparan dan lengkap tidak hanya membantu menarik minat pelanggan, tetapi juga berperan dalam membangun kepercayaan dan reputasi merek yang positif. Dengan demikian, pengelolaan alat promosi yang efektif menjadi salah satu langkah penting yang harus diupayakan oleh UMKM untuk mencapai keberhasilan dalam pemasaran dan pertumbuhan bisnis mereka.

"Kesulitan dalam pengelolaan pesanan menjadi salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM, terutama dalam melacak stok barang secara real-time dan memastikan ketersediaan produk sesuai permintaan pelanggan. Proses manual yang selama ini digunakan sering kali menyebabkan keterlambatan dalam memperbarui data inventaris, kesalahan dalam pencatatan jumlah barang, dan ketidaksesuaian informasi antara stok yang tercatat dengan yang tersedia. Selain itu, pemrosesan pesanan yang dilakukan tanpa sistem otomatis mengakibatkan alur kerja yang lambat, seperti dalam

penjadwalan pengiriman, konfirmasi pesanan, dan pelacakan status pembelian oleh pelanggan. Hal ini tidak hanya mengurangi efisiensi operasional, tetapi juga berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan akibat keterlambatan pengiriman atau kesalahan pesanan.

Selain itu, tidak adanya sistem otomatis dalam pemrosesan pesanan menyebabkan alur kerja yang kurang efisien. Beberapa proses penting, seperti penjadwalan pengiriman barang, konfirmasi pesanan oleh pelanggan, dan pelacakan status pembelian, harus dilakukan secara manual, yang sering kali membutuhkan waktu lebih lama dan rawan terjadi kesalahan. Ketidakefisienan ini tidak hanya membebani operasional UMKM, tetapi juga berdampak pada pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Keterlambatan pengiriman, kesalahan pesanan, atau bahkan ketidakpastian informasi terkait status pembelian dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan dan mengurangi kepercayaan mereka terhadap layanan yang diberikan. Lebih jauh lagi, tantangan dalam pengelolaan pesanan ini juga menghambat kemampuan UMKM untuk bersaing di pasar yang semakin mengutamakan kecepatan dan ketepatan pelayanan. Dalam ekosistem bisnis modern yang serba digital, pelanggan cenderung mengharapkan proses pembelian yang cepat, mudah, dan transparan. Ketidakmampuan untuk memenuhi ekspektasi ini dapat membuat UMKM kehilangan peluang untuk mempertahankan pelanggan yang loyal maupun menarik pelanggan baru. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk mulai beralih dari metode manual menuju sistem yang lebih terintegrasi dan otomatis, guna meningkatkan efisiensi operasional, meminimalkan kesalahan, dan memastikan kepuasan pelanggan tetap terjaga.

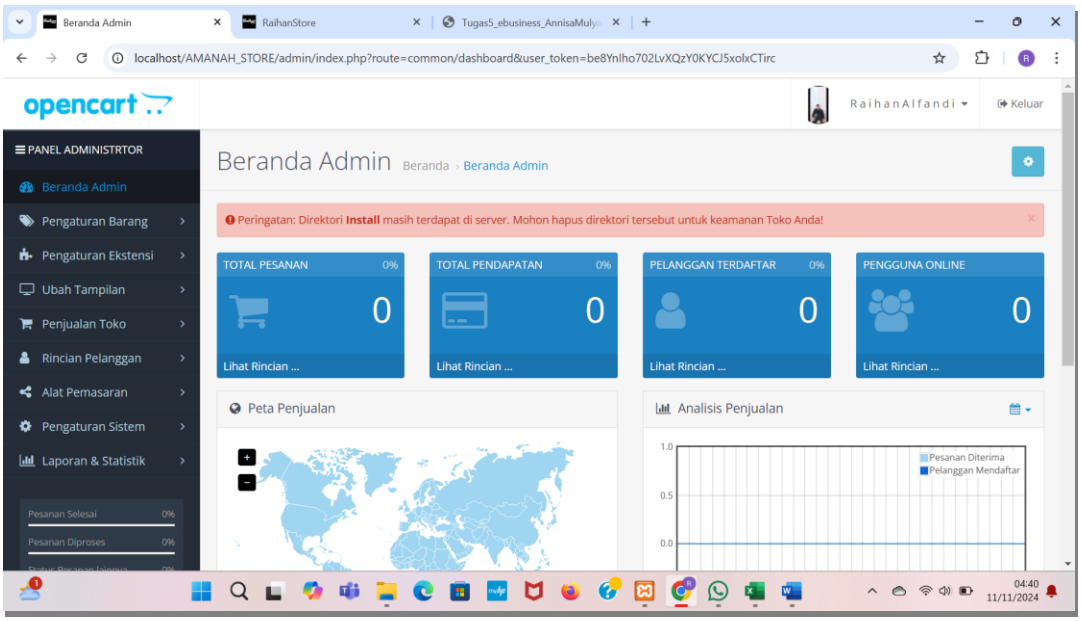
3.2 Desain Aplikasi

3.3 Develop

Berikut Tampilan dari hasil CMS OpenCart yang sudah dirancang

a. Dashboard Admin

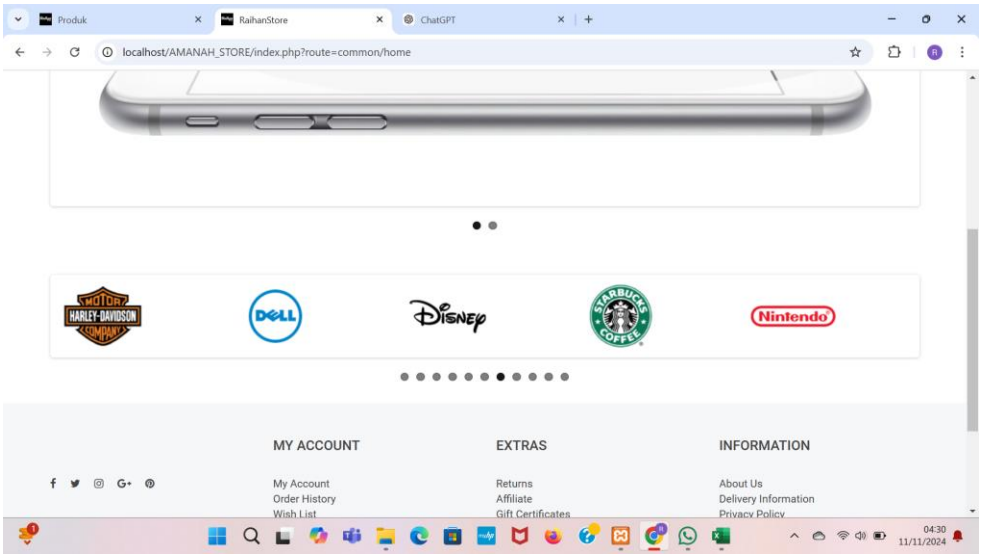
Fitur ini dirancang sebagai pusat kendali utama yang memungkinkan pelaku UMKM untuk secara efisien mengelola berbagai aspek bisnis mereka. Melalui dashboard ini, pelaku usaha dapat menambahkan, mengedit, atau menghapus produk dengan mudah, memantau status pesanan secara real-time, serta menghasilkan laporan penjualan yang terperinci untuk membantu analisis kinerja bisnis. Selain itu, dashboard ini dilengkapi dengan fitur notifikasi untuk memastikan pelaku usaha tidak melewatkan pesanan atau permintaan pelanggan, serta integrasi dengan alat analitik untuk memberikan wawasan mendalam tentang tren penjualan dan preferensi pelanggan. Dengan antarmuka yang intuitif dan ramah pengguna, fitur ini dirancang untuk mendukung pengelolaan bisnis secara menyeluruh dan meningkatkan produktivitas UMKM.



Gambar 3.2.1 Dashboard Admin

Dashboard admin pada aplikasi OpenCart memiliki berbagai kegunaan yang sangat penting bagi pengelola toko online. Dengan antarmuka yang mudah dipahami, dashboard ini memungkinkan admin untuk memantau kinerja toko secara real-time, termasuk statistik penjualan, jumlah pesanan, dan jumlah pelanggan baru. Selain itu, dashboard juga menyediakan laporan penjualan yang memungkinkan admin untuk melihat tren penjualan dan menganalisis kinerja bisnis(Rehatalanit, 2021). Dalam hal manajemen produk, dashboard admin mempermudah pengelolaan produk, kategori, dan stok barang yang ada di toko. Admin juga dapat dengan mudah memproses dan mengelola pesanan, melihat status pesanan, serta memperbarui status pengiriman produk. Secara keseluruhan, dashboard admin OpenCart memberikan kontrol yang komprehensif dan efisien untuk menjalankan operasional toko online dengan lancer(Kala & Samsinar, 2020).

b. Tampilan Halaman Toko



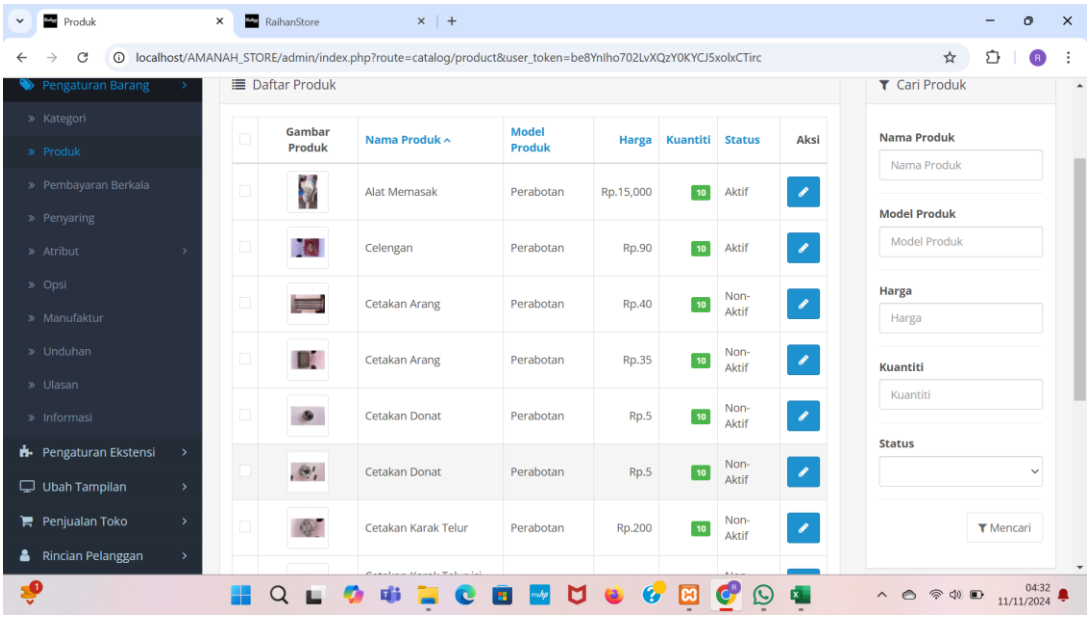
Gambar 3.2.2 Halaman Toko

Halaman toko pada OpenCart adalah salah satu elemen kunci dalam platform e-commerce yang berfungsi sebagai etalase virtual bagi produk yang dijual. Berikut adalah beberapa kegunaan utama dari halaman toko di OpenCart:

1) Etalase Produk: Halaman toko berfungsi sebagai tempat untuk menampilkan semua produk yang tersedia. Ini memungkinkan pelanggan untuk melihat berbagai pilihan yang ditawarkan, termasuk kategori produk, harga, dan gambar.

2) Navigasi yang Mudah: Halaman toko dirancang untuk memudahkan navigasi. Pelanggan dapat dengan mudah menjelajahi kategori produk, menggunakan filter untuk menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka, dan mencari produk tertentu melalui fitur pencarian.Tampilan yang Menarik: Desain halaman toko yang menarik dan responsif dapat meningkatkan pengalaman pengguna. Elemen visual yang baik, seperti gambar berkualitas tinggi dan tata letak yang rapi, dapat membuat pelanggan betah berlama-lama di halaman toko.

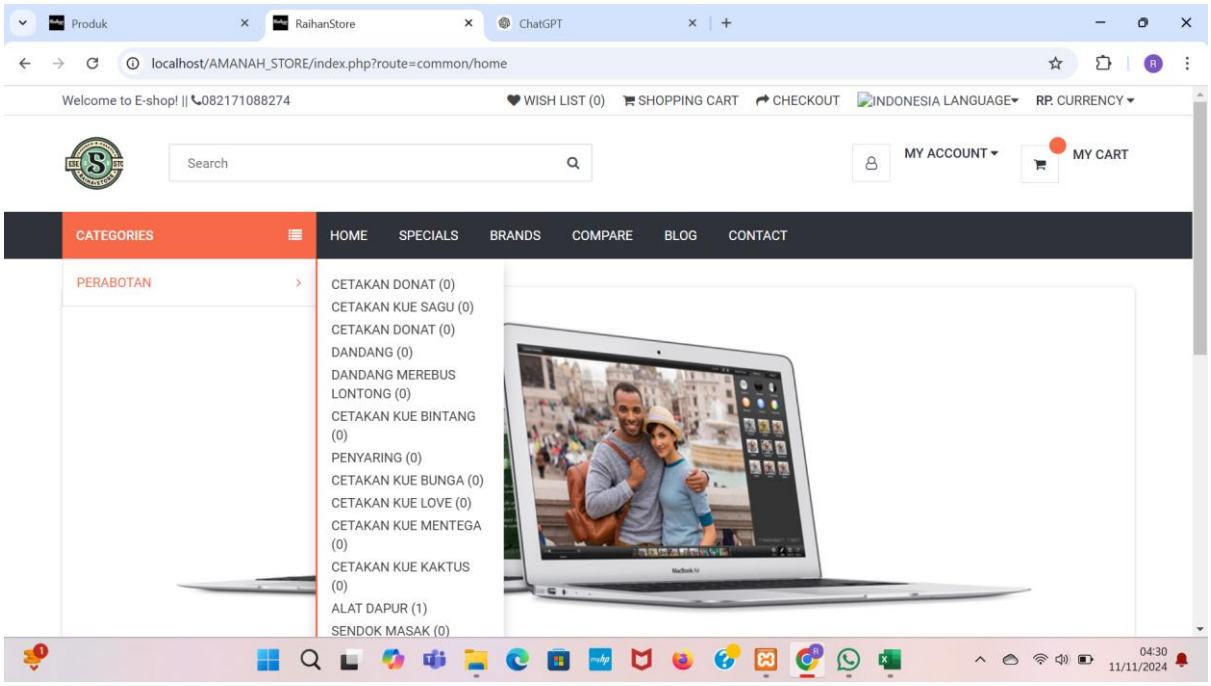
c. Halaman Product



Gambar 3.2.3 Halaman Product

Halaman Produk di OpenCart adalah bagian penting dari sistem manajemen toko online yang memungkinkan admin untuk mengelola produk yang dijual dengan cara yang mudah dan terorganisir. Pada halaman ini, admin dapat melakukan berbagai tindakan terkait produk yang ditawarkan di toko. Beberapa fitur utama pada halaman produk di OpenCart antara lain: 1). Menambah Produk Baru: Admin dapat dengan mudah menambahkan produk baru dengan mengisi informasi yang diperlukan seperti nama produk, deskripsi, harga, gambar, dan atribut lainnya. Produk juga dapat dikelompokkan dalam kategori tertentu untuk mempermudah pencarian. 2). Mengelola Stok Produk: Halaman produk menyediakan opsi untuk mengelola jumlah stok yang tersedia, sehingga admin dapat mengatur jumlah produk yang dapat dijual dan memberikan peringatan saat stok menipis. 3). Fitur Variasi Produk: Jika produk memiliki variasi, seperti ukuran atau warna, halaman produk dapat menampilkan opsi tersebut. Ini memungkinkan pelanggan untuk memilih variasi yang mereka inginkan sebelum menambahkannya ke keranjang belanja.

d. Tampilan Kategori dan Sub Kategori Produk pada Halaman OpenCart

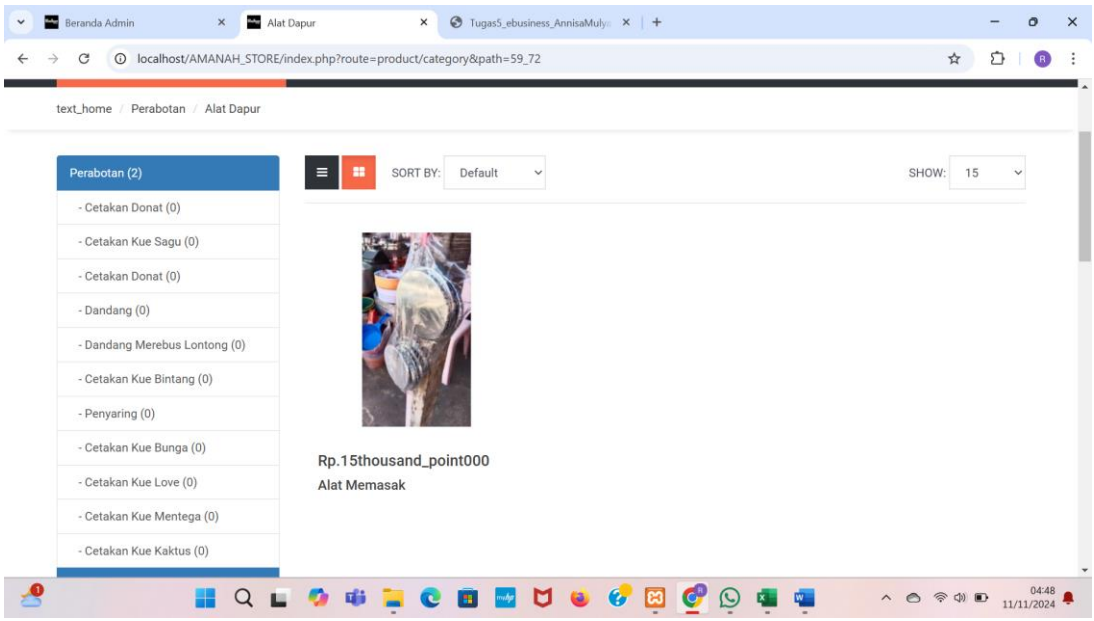


Gambar 3.2.4 Kategori dan Sub Kategori

Tampilan kategori dan subkategori pada halaman OpenCart merupakan elemen penting dalam struktur navigasi toko online. Kategori dan subkategori membantu pelanggan menemukan produk dengan lebih mudah dan efisien. Berikut adalah narasi mengenai tampilan kategori dan subkategori di halaman OpenCart:

1) Struktur kategori yang jelas : Fitur Variasi Produk: Jika produk memiliki variasi, seperti ukuran atau warna, halaman produk dapat menampilkan opsi tersebut. Ini memungkinkan pelanggan untuk memilih variasi yang mereka inginkan sebelum menambahkannya ke keranjang belanja.
2) Tampilan visual yang menarik : Setiap kategori dapat dilengkapi dengan gambar yang representatif, memberikan visualisasi yang menarik bagi pelanggan. Gambar ini tidak hanya mempercantik tampilan halaman, tetapi juga memberikan gambaran tentang jenis produk yang ada di dalam kategori tersebut.
3) Navigasi yang Mudah : Ketika pelanggan mengklik kategori utama, mereka akan diarahkan ke halaman yang menampilkan semua produk dalam kategori tersebut. Jika kategori memiliki subkategori, subkategori ini biasanya ditampilkan di bagian atas atau di sidebar, memungkinkan pelanggan untuk menyaring produk lebih lanjut. Ini memudahkan pelanggan untuk menemukan produk yang lebih spesifik tanpa harus menjelajahi seluruh kategori.
4) Deskripsi kategori : Setiap kategori dapat memiliki deskripsi singkat yang menjelaskan jenis produk yang ditawarkan. Deskripsi ini memberikan konteks tambahan kepada pelanggan dan membantu mereka memahami apa yang dapat mereka harapkan dari kategori tersebut.

e. Tampilan Produk pada Aplikasi OpenCart



Gambar 3.2.5 Tampilan Produk

Di dalam halaman kategori, produk ditampilkan dalam format grid atau daftar, dengan gambar produk, nama, harga, dan tombol untuk menambah ke keranjang belanja. Tampilan ini dirancang untuk memudahkan pelanggan dalam membandingkan produk dan membuat keputusan pembelian.

Kesimpulan

Disimpulkan bahwa penerapan platform OpenCart sebagai solusi e-commerce memberikan dampak positif bagi pemasaran produk kerajinan perabot yang dihasilkan oleh UMKM di Bukittinggi. Dengan memanfaatkan aplikasi ini, UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk mereka secara online, menjangkau pasar yang lebih luas, dan mempermudah proses transaksi bagi pelanggan. Selain itu, fitur-fitur yang disediakan oleh OpenCart, seperti manajemen produk, kategori, dan sistem pembayaran, memungkinkan UMKM untuk mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien. Dengan demikian, perancangan aplikasi ini tidak hanya mendukung pemasaran digital, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di Bukittinggi. Penerapan platform OpenCart sebagai solusi e-commerce terbukti memberikan dampak yang sangat positif bagi kegiatan pemasaran produk kerajinan perabot yang dihasilkan oleh UMKM di Bukittinggi. Dengan memanfaatkan aplikasi ini, para pelaku UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk mereka di dunia digital, sehingga memungkinkan produk-produk lokal untuk lebih dikenal oleh masyarakat luas, baik di dalam negeri maupun di pasar internasional. Platform ini tidak hanya membantu menjangkau pasar yang lebih luas, tetapi juga memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan proses transaksi, termasuk pemesanan, pembayaran, hingga pengiriman produk.

Selain itu, fitur-fitur unggulan yang tersedia di OpenCart, seperti pengelolaan produk, pengelompokan berdasarkan kategori, pengaturan inventaris, serta integrasi dengan berbagai sistem pembayaran digital, memberikan fleksibilitas dan efisiensi yang signifikan bagi pelaku UMKM dalam mengelola operasional bisnis mereka. Dengan dukungan teknologi ini, UMKM dapat menjalankan bisnis secara lebih profesional dan terstruktur, sehingga mampu bersaing di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Tak hanya itu, penerapan OpenCart juga mendukung strategi pemasaran digital yang lebih efektif, seperti penggunaan fitur promosi, diskon, dan analitik data untuk memahami kebutuhan serta preferensi konsumen(Kala & Samsinar, 2020). Hal ini memungkinkan UMKM untuk merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Dengan demikian, penerapan platform ini tidak

hanya menjadi solusi teknologi untuk mempermudah operasional, tetapi juga berkontribusi langsung pada pertumbuhan usaha, peningkatan pendapatan, serta keberlanjutan bisnis UMKM di Bukittinggi. Secara keseluruhan, transformasi digital melalui penerapan OpenCart telah membuka peluang baru dan memberikan dampak jangka panjang yang positif bagi keberlanjutan sektor UMKM di wilayah tersebut.

Daftar Pustaka

Amalina, F., Abd Razak, A. S., Krishnan, S., Sulaiman, H., Zularisam, A. W., & Nasrullah, M. (2022). Biochar production techniques utilizing biomass waste-derived materials and environmental applications–A review. *Journal of Hazardous Materials Advances*, *7*, 100134.

Amalina, N., Kurniawan, R. A., Rizkiawan, I. K., Sari, D. P., & Auliana, N. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Adopsi E-Commerce Dan Pengaruhnya Pada Tingkat Penjualan UMKM di Surakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, *3*(1), 1–11.

Ambarini, N. S. B. (2017). Implementasi undang-undang no. 20 tahun 2008 dalam pengembangan usaha perikanan berkelanjutan. *Supremasi Hukum: Jurnal Penelitian Hukum*, *26*(2), 32–50.

Dianingrum, M., Hifdhilllah, B., & Mugiarti, M. (2023). Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Melalui Pendampingan dan Penerapan Strategi Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *4*(4), 5187–5193.

Djatnika, T., & Gunawan, A. I. (2021). Perspektif Adopsi Media Sosial Sebagai Implementasi Teknologi Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM) Pada UMKM. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi Ipteks*, *7*(2), 78–87.

Gumilang, R. R. (2019). *Implementasi digital marketing terhadap peningkatan penjualan hasil home industri*.

Heliany, I. (2019). Wonderful digital tourism Indonesia dan peran revolusi industri dalam menghadapi era ekonomi digital 5.0. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, *1*(1), 21–35.

Hidayat, A. R., Alifah, N., & Rodiansjah, A. A. (2023). Kontribusi Digitalisasi Bisnis Dalam Menyokong Pemulihan Ekonomi dan Mengurangi Tingkat Pengangguran di Indonesia. *Syntax Idea*, *5*(9), 1259–1269.

Hidayat, Nugroho, Z., Santoso, P. B., & Choiri, M. (2014). PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SISTEM E-COMMERCE DENGAN MENGGUNAKAN CMS OPENCART DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DAN PEMASARAN (Studi Kasus: UD. La Tanza Kecamatan Dau Malang). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Industri*, *2*(1), 219–229.

Jasri, N. A. (2022). Hasanuddin, and HA Hasan,". *Penerapan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil Dan Menengah*.

Juliandra, G., Gunawan, M. I., Tanjung, N., Fajar, M., & Nofirda, F. A. (2024). Analisis Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *8*(1), 5249–5253.

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

Maryama, S. (2013). Penerapan e-commerce dalam meningkatkan daya saing usaha. *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, *2*(1), 73–79.

Nurrohman, M. H., & Zulaikha, Z. (2013). *Pengaruh Earning Per Share, Return Saham, Kualitas Audit, Dan Hasil Laba Terhadap Return Saham Satu Tahun Ke Depan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2010-2011)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.

Rehatalanit, Y. L. . (2021). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*,

5(0), 62–69.

Ridwan, M., Ahmad Jazuli, & Tutik Khotimah. (2024). Implementasi E-Marketplace Kerupuk Di Desa Kalitekuk. *PROSISKO: Jurnal Pengembangan Riset Dan Observasi Sistem Komputer*, *11*(1), 72–83. https://doi.org/10.30656/prosisko.v11i1.7197

Salim, M. N. (2020). *Penerapan E-commerce dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Konveksi UMKM (Studi Kasus pada UMKM Usaha Konveksi di Kecamatan Gebog)*. IAIN KUDUS.

Santoso, F. Y., Sediyono, E., & Sembiring, I. (2022). *Pembuatan e-commerce untuk toko peralatan jaringan komputer sebagai peningkat nilai bisnis menggunakan cms*. 18–23.

Sentoso, A., Valeria, J., & Angelina, S. (2023). Integrasi Pemasaran Digital Dalam Strategi Pemasaran UMKM Best. brande Di Batam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, *4*(02), 71–88.

Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *19*(1), 170–182.

Wibowo, R. A. P., & Sitorus, O. F. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Mempertahankan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, *3*(4), 2283–2291.

Widia, E., & Putra, D. J. (2023). Strategi perluasan pasar menggunakan digital marketing melalui pelatihan pembuatan toko online di Kota Bukittinggi. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(1), 35–44.