



Pengembangan Website E-Commerce dengan Opencart untuk Promosi Home Industry di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Agam

Dimas Putra Priyanto¹, Firdaus Annas², Raseb Henra³

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

Informasi Artikel

Riwayat Artikel:

Submit : 24 Januari 2023

Revisi : 20 Maret 2023

Diterima : 17 April 2023

Diterbitkan: 30 Juni 2023

Kata Kunci

Home Industry, Promosi Digital, Website E-Commerce

Correspondence

E-mail: putrapriyantodimas1@gmail.com*

A B S T R A K

Perkembangan teknologi digital membuka peluang besar bagi pelaku home industry untuk memperluas pemasaran produk. Namun, banyak pelaku usaha menghadapi kendala dalam memanfaatkannya secara optimal. Penelitian ini bertujuan mengembangkan website e-commerce berbasis *OpenCart* untuk meningkatkan promosi home industry di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Agam. Metode penelitian menggunakan pendekatan *Research and Development (R&D)* dengan model ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*). Tahapan meliputi analisis kebutuhan pelaku usaha, desain konseptual, pengembangan menggunakan *OpenCart*, implementasi, serta evaluasi efektivitas melalui uji coba dan feedback pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa website yang dikembangkan memiliki fitur katalog produk, pembayaran digital, pelacakan pesanan, dan integrasi media sosial. Platform ini meningkatkan visibilitas produk, mempermudah transaksi, serta memperluas pasar hingga 50%. Selain itu, uji coba dan feedback pengguna menunjukkan kepuasan tinggi terhadap kemudahan penggunaan dan efektivitas website ini. Penelitian ini berkontribusi dalam mendorong transformasi digital bagi pelaku home industry. Dengan memanfaatkan teknologi e-commerce berbasis *OpenCart*, penelitian ini berhasil mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan akses pasar dan efisiensi transaksi. Platform ini menjadi model untuk penerapan solusi digital di sektor UMKM, khususnya di daerah dengan potensi ekonomi lokal yang besar.

Abstract

The development of digital technology opens up great opportunities for home industry players to expand product marketing. However, many businesses face obstacles in utilizing it optimally. This research aims to develop an OpenCart-based e-commerce website to improve home industry promotion in Payakumbuh City and Agam Regency. The research method uses a Research and Development (R&D) approach with the ADDIE model (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation). Stages include analyzing the needs of business actors, conceptual design, development using OpenCart, implementation, and evaluation of effectiveness through trials and user feedback. The results showed that the developed website features a product catalog, digital payment, order tracking, and social media integration. This platform increases product visibility, simplifies transactions, and expands the market by 50%. In addition, user testing and feedback showed high satisfaction with the ease of use and effectiveness of this website. This research contributes to encouraging digital transformation for home industry players. By utilizing

OpenCart-based e-commerce technology, this research successfully supports local economic growth through increased market access and transaction efficiency. This platform becomes a model for the implementation of digital solutions in the MSME sector, especially in areas with great local economic potential.

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

1. Pendahuluan

Dunia kita saat ini telah memasuki Revolusi Industri 4.0, Revolusi Industri 4.0 atau yang biasa disebut dengan sistem fisik siber adalah perubahan yang fokus pada otomatisasi dan kerja sama antara teknologi pintar. Revolusi 4.0 ini muncul di abad ke-21 dengan tanda utama yang ada adalah penggabungan antara informasi dan teknologi komunikasi ke dalam sektor industri (Putriani & Hudaidah, 2021). Manusia selalu berprogress dimulai dari revolusi industri 1.0 zaman mesin uap, revolusi industri 2.0 zaman listrik dan teknologi perakitan, revolusi industri 3.0 zaman teknologi informasi dan otomatisasi dan sekarang revolusi industri 4.0 zaman digitalisasi dan kecerdasan buatan. Oleh karena itu dunia saat ini sangat bergantung pada teknologi digital dimana kemajuan dari teknologi digital ini sangat besar dan aktif. Teknologi digital adalah sistem atau alat yang menggunakan data dalam bentuk digital, yaitu sinyal biner (0 dan 1), untuk mengolah, menyimpan, dan mengirim informasi. Teknologi ini telah menjadi bagian penting dalam banyak aspek kehidupan manusia, mulai dari komunikasi, pendidikan, hiburan, hingga bisnis (Putrawangsa & Hasanah, 2018). Penggunaan dan pemanfaatan teknologi digital saat ini sangat penting bagi kehidupan manusia, dengan teknologi digital manusia di zaman sekarang menjadi lebih mudah dalam melakukan berbagai hal seperti dalam bidang Pendidikan, Politik, Hiburan, Budaya, dan yang tidak kalah penting adalah pada bidang Ekonomi di mana saat ini dalam memasarkan suatu Bisnis atau Barang sudah menggunakan Digital Marketing untuk mendukung pemasarannya.

Metode komunikasi pemasaran yang dahulu bersifat tradisional dan biasa, sekarang telah terhubung dengan dunia digital. Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital sering disebut dengan pemasaran digital. Pemasaran digital terdiri dari pemasaran yang interaktif dan terintegrasi yang mempermudah komunikasi antara produsen, perantara pasar, dan calon pembeli (Naimah et al., 2020). Pada pemasaran online sangat penting untuk menggunakan teknologi digital yang dapat mendukung pemasaran suatu usaha atau barang. Dengan menggunakan teknologi digital secara efektif dalam melakukan pemasaran, ini akan memberikan kesempatan atau peluang bagi banyak orang di seluruh dunia untuk mengetahui produk atau usaha yang kita promosikan (Onsardi et al., 2022). Karena Teknologi Digital dapat dengan cepat menyampaikan informasi dari satu tempat di dunia ke tempat lain. Namun semua itu bisa terwujud jika sudah dilakukan Transformasi Digital.

Transformasi Digital merupakan sebuah proses dengan mengadopsi teknologi digital untuk mengubah proses yang ada sehingga menciptakan hal atau cara baru (Panggabean, 2021). Transformasi Digital sangat penting dalam Digital marketing karena jika suatu bisnis belum menerapkan teknologi digital yang dibutuhkan dalam digital marketing, maka proses digital marketing tidak bisa berjalan dengan baik. Oleh karena itu, perlu ada penerapan teknologi digital agar proses Digital Marketing dapat berfungsi dengan lancar, dan transformasi digital memang harus dilakukan karena kemajuan teknologi sangat cepat dan luas. Jadi, pembaruan terhadap keterampilan SDM sangat penting karena Transformasi Digital memerlukan kemampuan dalam pelaksanaannya. Jadi, jika Transformasi Digital telah

dilaksanakan, maka Digital Marketing bisa dimulai dengan mencari Alat Promosi yang tepat (Hadiono & Santi, 2020).

Alat promosi adalah berbagai metode, teknik, atau sarana yang digunakan oleh perusahaan, individu, atau kelompok untuk memperkenalkan, menjual, atau menarik perhatian terhadap produk, layanan, atau merek tertentu kepada audiens tertentu. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan pemahaman, membangkitkan minat, mendorong pembelian, atau memperkuat ikatan dengan pelanggan (Sitanggang et al., 2024). Jadi alat promosi bisa dibilang sesuatu yang dapat dipakai untuk menunjukkan usaha atau barang yang ingin kita jual (Setyowardhani & Susanti, 2019), ada beberapa alat promosi digital yang sangat populer di kalangan pelaku usaha saat ini seperti Media Sosial, dengan media sosial kita bisa mempromosikan barang atau usaha kita kepada semua teman kita yang ada di media sosial itu dan ada juga yang disebut *E-Commerce* yaitu aplikasi yang berbasis web atau ponsel karena aktivitas jual beli melalui *E-Commerce* sangat mudah hanya menggunakan perangkat elektronik seperti laptop, komputer, atau *Smartphone* dan menggunakan internet sebagai penghubung (Solihat & Sandika, 2022). Dengan Pemasaran Digital ini seharusnya dapat meningkatkan penjualan bisnis, khususnya industri rumahan, untuk memperluas pasar melalui platform digital seperti e-commerce (Rumondang et al., 2020). Kota Payakumbuh dan Kabupaten Agam, yang terkenal dengan berbagai produk industri rumahan seperti makanan khas, kerajinan tangan, dan produk olahan lokal, menghadapi kesulitan dalam hal promosi dan penjualan produk di pasar yang lebih luas.

Studi sebelumnya menunjukkan bahwa pengembangan website *e-commerce* berbasis platform siap pakai seperti *OpenCart* dapat menjadi solusi yang efisien dan efektif bagi pelaku usaha kecil dan menengah (Muhammad & Tukino, 2021). *OpenCart* merupakan platform open-source yang fleksibel, mudah digunakan, dan tidak memerlukan biaya lisensi, sehingga cocok untuk pelaku usaha dengan anggaran terbatas. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa implementasi website e-commerce dapat meningkatkan visibilitas produk, mempermudah transaksi pelanggan, dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih profesional bagi konsumen. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa pembuatan situs web e-commerce dengan platform yang sudah tersedia seperti *OpenCart* bisa menjadi pilihan yang efisien dan efektif untuk pengusaha kecil dan menengah. *OpenCart* adalah platform sumber terbuka yang fleksibel, mudah dipakai, dan tidak memerlukan biaya lisensi, jadi cocok untuk pengusaha yang memiliki anggaran terbatas. Beberapa penelitian menyatakan bahwa penggunaan situs web *e-commerce* dapat meningkatkan tampilan produk, memudahkan transaksi bagi pelanggan, dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih profesional bagi konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengembangkan Website E-Commerce Dengan Opencart Untuk Prosmosi Home Industry di Payakumbuh dan Kabupaten Agam karena *Home industry* di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Agam memiliki peluang besar untuk tumbuh karena variasi produk lokal yang khas dan bermutu. Namun, keterbatasan dalam pemasaran dan promosi sering menjadi tantangan bagi para pelaku usaha untuk memperluas pasar mereka, terutama dalam menjangkau pembeli di luar daerah setempat. Oleh karena itu, pengembangan situs *e-commerce* berbasis *Opencart* diharapkan dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan promosi dan penjualan produk dari home industry di area ini. Dampak yang diharapkan terhadap dunia global adalah memberikan kesempatan bagi produk-produk home industry lokal untuk bersaing di pasar global. Dengan fitur-fitur seperti penggabungan media sosial, pembayaran secara digital, dan pemantauan pesanan, platform ini memungkinkan konsumen di seluruh dunia mengakses produk lokal, dan meningkatkan kompetisi UMKM di arena internasional. Penggunaan teknologi dalam e-commerce ini juga mendukung peralihan digital di sektor

UMKM, mempromosikan keragaman produk tradisional dari Indonesia, serta mendorong kemajuan ekonomi lokal yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi global.

2. Metodologi Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode Kualitatif dengan metode pengembangan *Research and Development* (R&D) Metode penelitian dan pengembangan adalah cara penelitian yang digunakan untuk membuat produk tertentu (Haryati, 2012), dengan menggunakan model ADDIE (*Analyze, Design, Develop, Implemen, Evaluate*) (Wicaksono et al., 2025). Model ADDIE digunakan untuk memastikan bahwa pengembangan website E-Commerce yang dihasilkan dapat efektif dan efisien dalam mendukung promosi home industri tersebut (Tito et al., 2025). Tahapan pertama pada model ADDIE adalah *Analyze*, tahapan ini peneliti melakukan analisis untuk memahami kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai dalam pengembangan website E-Commerce. Ada beberapa langkah yang dilakukan pada tahap ini seperti Identifikasi Stakeholder, menetapkan pemilik home indsutri yang akan dijadikan sebagai stakeholder utama, lalu ada tahapan Analisis Kebutuhan Mengidentifikasi fitur-fitur yang dibutuhkan oleh usaha home industry, seperti katalog produk, sistem pembayaran, integrasi dengan media sosial, dan pengelolaan produk, lalu ada tahapan Studi Kasus, Melakukan wawancara dan observasi terhadap beberapa pelaku home industry di kedua wilayah untuk memahami permasalahan dan kebutuhan mereka terkait promosi produk (Cahyadi, 2019).

Tahapan selanjutnya adalah *Design*, Pada tahap ini, dilakukan perancangan website yang akan dikembangkan. Hal-hal yang dirancang meliputi Desain UI/UX (Anindita & Riyanti, 2016), Arsitektur Sistem dan Wireframe dan Mockup, setekah dilakukan design maka masuk pada tahap *Development*, Pada tahap pengembangan, dilakukan pembuatan website e-commerce menggunakan platform Opencart berdasarkan desain yang telah dibuat. Langkah-langkah yang dilakukan antara lain Instalasi Opencart, Pengembagna Fitur, Pengujian Sistem dan Pengisian Data. Lalu Tahap *Implementation*, Pada tahap implementasi, website e-commerce yang telah dikembangkan akan dioperasikan oleh pelaku home industry di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Agam. Langkah-langkah yang dilakukan adalah Pelatihan Pengguna, Peluncuran Website dan Montoring (Albab, 2021). Tahapan terakhir pada Model ADDIE adalah *Evaluation*, Pada tahap evaluasi, dilakukan penilaian terhadap efektivitas website e-commerce dalam meningkatkan promosi produk home industry. Beberapa langkah evaluasi yang dilakukan antara lain Evaluasi Kinerja Website, Survei pengguna, Analisis Dampak dan Rekomendasi Perbaikan (Rayanto, 2020).

3. Hasil dan Pembahasan

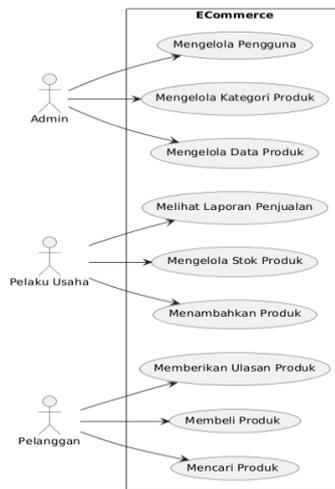
3.1. Implementasi Model ADDIE dalam Pengembangan Aplikasi E-Commerce untuk Home Industry

ADDIE merupakan akronim dari Analisis (*Analyze*), Desain (*Design*), Pengembangan (*Development*), Penerapan (*Implementation*), dan Evaluasi (*Evaluate*). Model ADDIE adalah sebuah struktur sistematis yang dipakai untuk merencanakan, menciptakan, dan mengevaluasi program atau produk pendidikan.. Model ini banyak diterapkan dalam bidang pendidikan, pelatihan, dan pembangunan sistem karena memberikan langkah-langkah yang terstruktur (Hidayat & Muhamad, 2021). Pada tahapan Analisis kita perlu menganalisis semua kebutuhan yang akan berguna dalam pembuatan aplikasi. Pengguna yang akan menggunakan aplikasi ini adalah beberapa Home Industry yang berada di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Agam jadi nantinya data Home Indutry dan Produk dari Home Industry akan diinputkan agar bisa tampil pada aplikasi E-Commerce yang telah diciptakan, lalu aplikasi akan disesuaikan dengan data yang telah diperoleh, lalu nanti produk dapat dibeli oleh konsumen melalui aplikasi yang telah

diciptakan. Jadi diharapkan Home Industry yang menggunakan aplikasi ini dapat meningkatkan promosi produk dan Home Industry mereka. Aplikasi ini sangat penting bagi pengguna atau pelaku Home Industry dikarenakan produk yang mereka hasilkan sangatlah memiliki kualitas yang tinggi namun karena kurangnya promosi, produk Home Industry tersebut malah kurang diketahui oleh khalayak ramai karena itulah sangat penting bagi pelaku Home Industry karena dapat meningkatkan produk maupun Home Industry mereka.

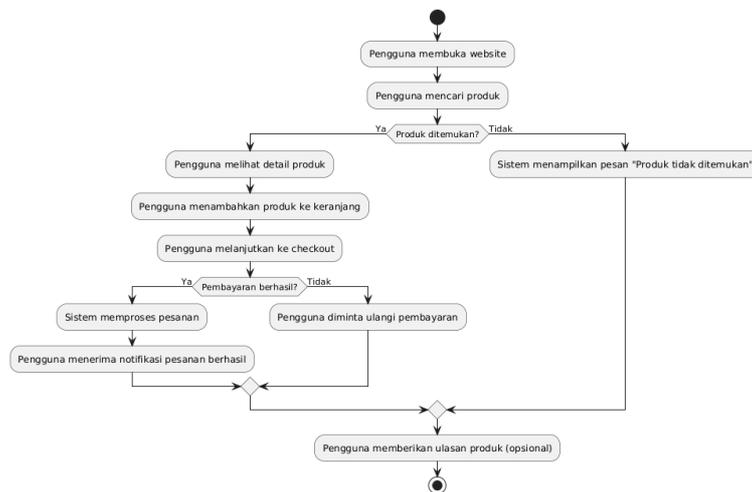
Analisis sarana dan prasarana dibutuhkan dalam pengembangan sebuah aplikasi Sarana yang dikaji mencakup perangkat keras, perangkat lunak, dan infrastruktur pendukung. Dari sisi perangkat keras, diperlukan server hosting dengan spesifikasi minimal prosesor quad-core, RAM 4GB, dan penyimpanan SSD 50GB, serta komputer atau laptop untuk developer dengan spesifikasi prosesor Intel i5 atau setara, RAM 8GB, dan penyimpanan SSD 256GB. Dalam hal perangkat lunak, platform Opencart dipilih karena bersifat open-source dan cocok untuk kebutuhan UKM, sistem manajemen basis data seperti MySQL, dan tool desain grafis seperti Adobe Photoshop. Infrastruktur pendukung mencakup jaringan internet yang stabil, domain website yang mencerminkan identitas usaha, serta SSL certificate untuk menjamin keamanan transaksi. Selain itu, sumber daya manusia seperti developer berpengalaman, content manager, dan tim promosi diperlukan untuk membantu pengelolaan website dan memperkenalkannya kepada target audiens. Sarana lain, seperti perangkat komunikasi untuk uji coba di perangkat seluler dan alat dokumentasi untuk laporan proyek, juga dipersiapkan untuk mendukung proses pengembangan. Dengan identifikasi sarana yang menyeluruh ini, pengembangan website e-commerce dapat berlangsung dengan baik dan memenuhi tujuan yang diharapkan.

Pada tahap desain, peneliti melakukan proses pembuatan secara mendalam terhadap aplikasi yang akan dibuat menggunakan OpenCart. Proses ini meliputi berbagai aspek, dimulai dari pembuatan antarmuka pengguna (UI) yang menarik dan mudah digunakan hingga pengalaman pengguna (UX) yang terbaik, sehingga memastikan bahwa aplikasi dapat memenuhi kebutuhan pengguna dengan baik. Selain itu, desain fitur-fitur yang relevan juga dirancang secara lengkap, termasuk penyatuan modul pembayaran, pengelolaan produk, sistem pencarian, hingga pengaturan navigasi yang mudah. Semua elemen ini dirancang agar dapat mendukung fungsi aplikasi secara menyeluruh serta memberikan pengalaman pengguna yang nyaman dan efektif. Dalam pembuatan suatu aplikasi dibutuhkan UML, UML (*Unified Modeling Language*) adalah sebuah standar visual yang digunakan untuk memodelkan, merancang, dan mendokumentasikan sistem perangkat lunak (Sumiati et al., 2021). Usecase adalah seperangkat skenario yang diikat bersama oleh user untuk mencapai tujuan (Setiyani, 2021). Jadi use case diagram digunakan untuk melihat interaksi yang akan terjadi oleh user/actor dengan aplikasi/sistem.



Gambar 1. Usecase untuk aplikasi

Pada usecase Gambar 1 ada 3 aktor yaitu admin, pelaku Home Industry dan Pelanggan. Admin memiliki 3 usecase yaitu Mengeloa Pengguna, Mengelola Kategori Produk dan Mengelola Data Produk. Actor kedua adalah Pelaku Usaha memiliki 3 usecase yaitu Melihat laporan Penjualan, Mengelola Stok Produk dan Menambahkan Produk. Actor ketiga adalah Pelanggan memiliki 3 usecase yaitu Memberikan Ulasan Produk, Memebeli Produk dan Mencari. Activity Diagram merupakan bagian penting dari UML yang menggambarkan aspek dinamis dari suatu sistem. Alur logika, tahapan-tahapan, dan proses bisnis dalam sebuah perusahaan dapat dijelaskan dengan jelas melalui activity diagram (Lnu, 2020). Jadi Activity Diagram adalah tipe diagram dalam Unified Modeling Language (UML) yang menunjukkan urutan atau rangkaian aktivitas dalam sebuah sistem. Diagram ini menekankan pada dinamika atau proses kerja dari kegiatan bisnis atau interaksi sistem, mengidentifikasi langkah-langkah yang diambil, pilihan yang dibuat, dan kondisi yang mempengaruhi proses tersebut. Activity diagram sering dipakai untuk memodelkan kegiatan bisnis atau alur logika dalam pengembangan perangkat lunak.

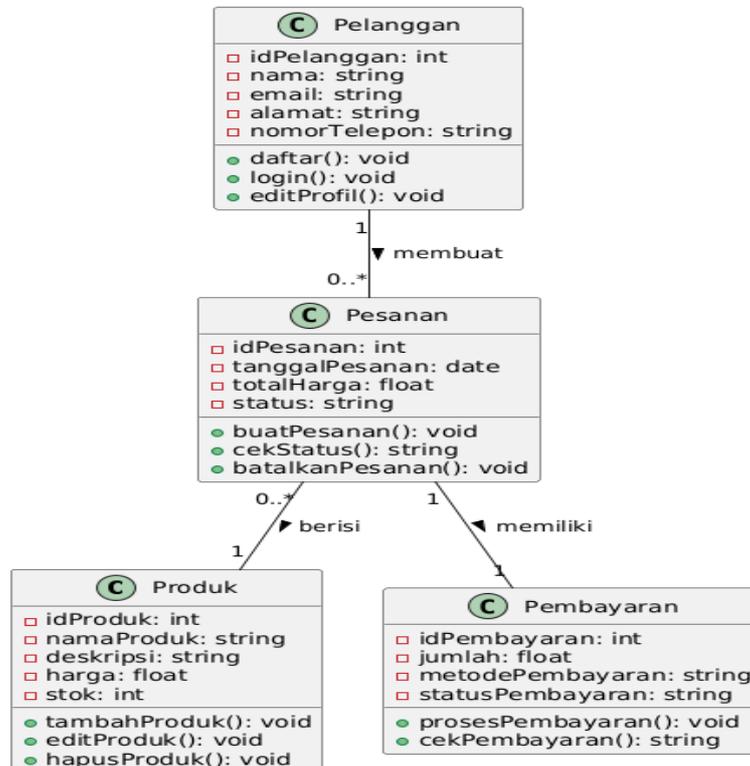


Gambar 2. Activity Diagram untuk aplikasi

Pada Gambar 2 berisikan segala aktivitas yang terjadi saat menggunakan aplikasi, dimulai dari Pengguna membuka website, lalu pengguna mencari produk lalu jika produk tidak ditemukan sistem akan menampilkan “produk tidak ditemukan”, jika produk ditemukan pengguna bisa melihat detail produk, lalu pengguna dapat menambahkan produk ke keranjang, pengguna dapat melanjutkan ke checkout, lalu pengguna dapat membayar, jika pembayaran gagal pengguna diminta ulang

pembayaran, jika pembayaran berhasil, sistem akan memproses pesanan, lalu pengguna menerima notifikasi pesanan berhasil, dan terakhir pengguna dapat memberikan ulasan terkait produk.

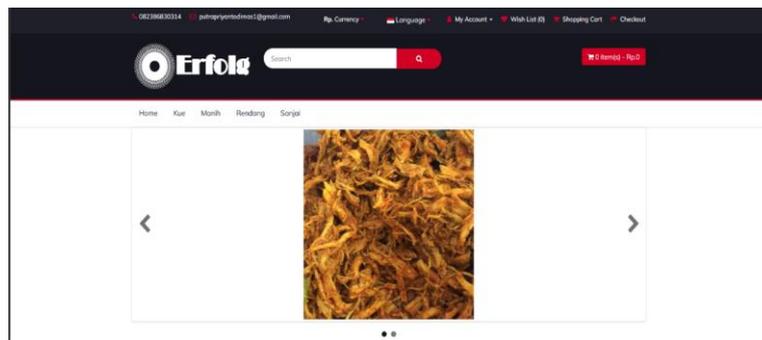
Class diagram adalah gambar yang dibuat saat merancang sebuah perangkat lunak. (Apriadi et al., 2019). Class Diagram adalah salah satu tipe diagram dalam Unified Modeling Language (UML) yang digunakan untuk menunjukkan struktur tetap dari sistem perangkat lunak dengan menampilkan kelas-kelas yang ada dalam sistem beserta sifat-sifat dan fungsi-fungsi mereka, serta hubungan di antara kelas tersebut. Class diagram memberikan gambaran visual tentang bagaimana entitas-entitas dalam sistem saling terhubung dan berinteraksi.



Gambar 3. Class Diagram Untuk Aplikasi

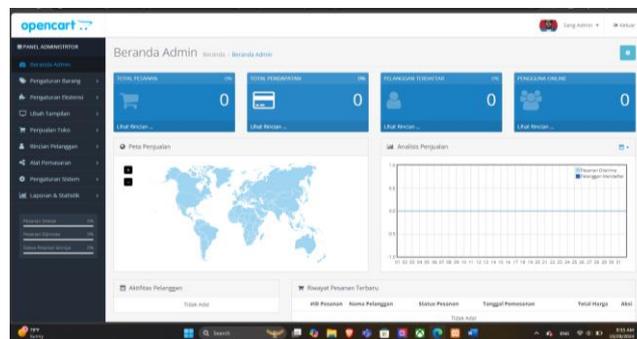
Gambar 3 Diagram kelas yang ditampilkan di situs ini dibuat untuk memberikan pemahaman yang jelas tentang struktur data dan keterkaitan antara komponen dalam sistem. Diagram ini tidak hanya menunjukkan entitas utama, tetapi juga menjelaskan berbagai elemen database yang digunakan dalam aplikasi berbasis web ini. Diagram kelas ini mencakup beberapa kelas yang mewakili tabel dalam database, seperti pengguna, produk, transaksi, dan lainnya, bersama dengan atribut-atributnya.

Development adalah tahap di mana rencana desain yang telah ditentukan sebelumnya diubah menjadi produk yang nyata (Asmayanti et al., 2020). Di langkah ini, bahan atau aplikasi yang telah dirancang akan dibuat atau dibangun, dengan memperhatikan masukan dan memastikan bahwa desain sesuai dengan kebutuhan yang telah dianalisis. Berikut adalah tampilan dari aplikasi E-Commerce berbasis web yang telah dikembangkan:



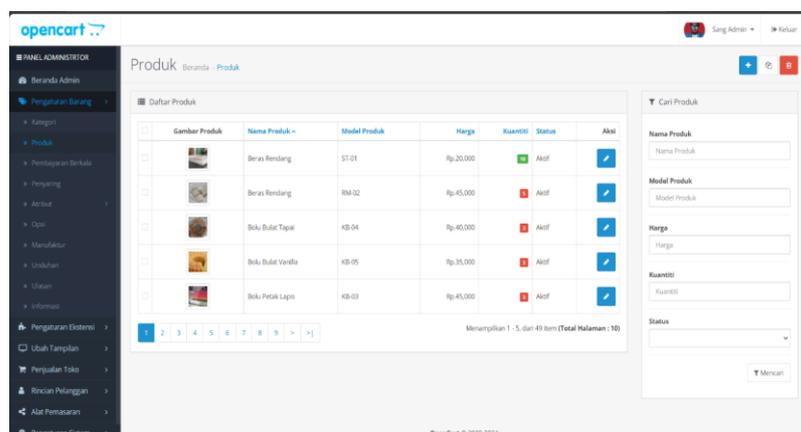
Gambar 4. Tampilan Halaman Utama Web dan juga Tampilan Produk pada Web

Gambar 4 memperlihatkan haberanda awal dari website e-commerce ini yang dimana ada kolom pencarian, logo website kategori produk, lalu juga ada keranjang yang dimana tempat pelanggan dapat menyimpan semua produk yang mereka inginkan dan dimasukkan dulu ke keranjang belanjaan dimana dapat menambahkan jumlah produk dikeranjang dan total harga, lalu juga ada slideshow beberapa produk yang ada di website ini. Dan juga dihalaman utama dari website ini juga menampilkan slideshow dari beberapa produk yang ada diwebsite ini.



Gambar 5. Tampilan pada halaman Admin

Gambar 5 dashboard admin dibuat untuk menunjukkan berbagai fitur penting yang membantu dalam mengelola data dalam sistem. Beberapa fitur utama yang ada meliputi kemampuan untuk menambahkan data baru, mengubah data yang sudah ada, menghapus data yang tidak lagi dibutuhkan, dan menampilkan data secara menyeluruh. Dengan tampilan yang mudah dimengerti dan dipakai, dashboard ini memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mengelola data dengan lebih efektif dan tepat.



Gambar 6. Halaman Untuk Menambahkan Produk

Gambar 6 menampilkan halaman untuk menambahkan produk yang dimana pada halaman ini admin dapat menghapus data, merubah data, menampilkan data dan menambahkan dat produk, jika menambahkan produk yang dapat ditambahkn seperti harga produk, satuan produk, deskripsi produk.

Pada fase Pelaksanaan dalam model ADDIE, produk atau sistem yang sudah dibuat akan diterapkan atau digunakan oleh pemakai atau audiens yang dituju. Di bagian ini, Anda akan menjelaskan bagaimana produk atau sistem itu diterapkan, diuji oleh pengguna akhir, dan bagaimana produk ini digunakan dalam konteks yang lebih luas. Ini adalah fase di mana produk atau sistem mulai digunakan secara nyata, dan penilaian dilakukan untuk memastikan fungsi dan keberhasilan pelaksanaan. Langkah-langkah pada tahap Implementasi: *Pertama*, Pelatihan Pengguna: Jika barang yang dibuat adalah perangkat lunak atau aplikasi, pelatihan untuk pengguna akhir akan dilakukan untuk memastikan mereka tahu cara menggunakan barang tersebut dengan baik. Untuk sistem e-commerce, ini bisa melibatkan pelatihan untuk staf yang akan mengatur barang, pesanan, dan pembayaran di situs. *Kedua*, Pengaturan Infrastruktur: Infrastruktur yang dibutuhkan untuk menjalankan sistem atau aplikasi akan dipastikan tersedia, seperti server untuk mengelola aplikasi atau perangkat keras yang diperlukan. Pengaturan ini juga mencakup pengaturan sistem keamanan dan penyimpanan data untuk memastikan bahwa data pelanggan dan transaksi terlindungi. *Ketiga*, Uji Coba dengan Pengguna Akhir: Uji coba dilakukan oleh pengguna akhir untuk memastikan bahwa produk atau sistem berjalan dengan baik dalam situasi nyata. Hasil dari uji coba ini akan membantu menemukan bagian yang membutuhkan perbaikan atau peningkatan lebih lanjut. *Keempat*, Pengumpulan Umpan Balik: Pengumpulan masukan dari pengguna dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana produk dapat memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Masukan ini menjadi bahan penilaian untuk memastikan bahwa produk berfungsi dengan baik dan memberikan manfaat sesuai dengan tujuan yang ditentukan. *Kelima*, Pemantauan Kinerja Sistem: Pemantauan kinerja dilakukan untuk memastikan bahwa sistem dapat berfungsi dengan baik, aman, dan cepat setelah diterapkan. Jika ada masalah yang terjadi, perbaikan atau pembaruan bisa dilakukan berdasarkan masukan yang diterima dari pengguna.

Tahap Evaluasi adalah bagian yang sangat penting dalam proses membuat aplikasi, karena fokusnya adalah pada pemeriksaan menyeluruh dari semua bagian aplikasi untuk memastikan bahwa tujuan yang diinginkan tercapai dengan baik. Selain itu, fase ini juga bertujuan untuk menemukan bagian-bagian yang perlu diperbaiki agar sistem bisa berjalan dengan lebih baik. Evaluasi di tahap ini mencakup penilaian yang dilakukan secara terus menerus, baik terhadap proses pembuatan maupun hasil akhirnya. Umpan balik dari berbagai pihak, termasuk pengguna akhir dan tim pembuat, menjadi elemen penting yang digunakan sebagai dasar untuk melakukan perubahan, penyesuaian, dan perbaikan. Dengan cara evaluasi yang terstruktur, para pengembang bisa memastikan bahwa sistem yang dibuat tidak hanya sesuai dengan kebutuhan yang telah ditentukan, tetapi juga memiliki kualitas yang bisa mendukung efisiensi, efektivitas, dan keberlanjutan dalam penggunaannya.

3.2. Pengembangan Website E-Commerce Menggunakan OpenCart untuk Meningkatkan Promosi Home Industry

Penelitian ini menunjukkan bahwasanya pengembangan sebuah Website E-Commerce Menggunakan Opencart dapat meningkatkan Tingkat promosi pada Home Industry yang berada di kota Payakumbuh dan Kabupaten Agam, walalupun tidak meningkat secara signifikan, namun seiring berjalannya waktu promosi akan terus meningkat. Seperti penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan e-commerce secara signifikan memberikan dampak positif pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam konteks Sumatera Barat, upaya promosi melalui platform digital telah meningkatkan daya saing dan akses pasar UMKM lokal. Sebagai contoh, Rumah Kreatif BUMN (RKB)

di Padang berhasil mendukung UMKM untuk memasarkan produk seperti kain tenun dan rendang melalui platform online, meningkatkan omzet hingga Rp 100 juta per bulan. Pembinaan yang melibatkan pelatihan e-commerce secara berjenjang ini menjadi bukti bahwa digitalisasi mampu memperluas pasar dan menambah pendapatan UMKM (HELMALIA & AFRINAWATI, 2018).

Pada penelitian tersebut didapatkan hasil bahwasanya penelitian tersebut dapat memberikan dampak positif terhadap UMKM seperti mampu meningkatkan pemasaran produk serta dapat meningkatkan omzet jadi hasil ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama menggunakan web E-Commerce sebagai media promosi dan mampu meningkatkan promosi produk UMKM, sedangkan untuk perbedaannya terdapat pada objek penelitian dimana penelitian terdahulu tersebut menggunakan UMKM sebagai objek penelitian sedangkan penelitian ini menggunakan Home Industry sebagai objek penelitiannya dan juga perbedaannya adalah penelitian terdahulu menggunakan E-Commerce yang sudah ada sedangkan penelitian ini E-Commercenya dibuat sendiri menggunakan Opencart. Jadi hasil dari penelitian ini adalah berhasil dikembangkannya sebuah website E-Commerce menggunakan Opencart. Website yang berhasil dikembangkan tersebut memiliki fitur utama yang mencakup katalog produk dan katalog dari beberapa Home Industry yang berada di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Agam, lalu fitur kedua adalah adanya keranjang barang yang dapat menampung semua produk yang ingin dibeli oleh konsumen, dan terakhir sudah ada berbagai macam fitur yang juga dimiliki oleh E-Commerce pada umumnya. Selain memiliki fitur utama website ini juga memiliki desain antarmuka yang disesuaikan dengan kebutuhan. Hasil penelitian ini yang berupa sebuah website E-Commerce juga meningkatkan efektivitas dalam promosi dan juga setelah dilihat dari penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dengan judul penelitian ini juga menemukan hasil yang sama. Dan juga berdasarkan penelitian terdahulu Sebagian pengguna merasa puas terhadap website tersebut.

Hasil tersebut bisa didapatkan karena beberapa faktor, faktor yang pertama kebutuhan akan digitalisasi promosi banyak bahkan semua pelaku usaha sekarang sudah menggunakan digital promosi untuk mempromosikan produk mereka alhasil mereka dapat secara massif dalam promosi produknya oleh karena itu zaman sekarang harus melakukan digitalisasi promosi agar promosi yang dilakukan dapat berjalan efisien dan efektif. Faktor kedua adalah peningkatan minat konsumen terhadap belanja online, faktor kedua ini berhubungan dengan faktor pertama karena tingginya minat belanja konsumen menyebabkan butuhnya digitalisasi promosi, peningkatan minat belanja online konsumen dikarenakan konsumen sekarang tidak mau ribet harus datang mengunjungi suatu toko untuk membeli barang. Faktor terakhir mungkinnya pemilihan media promosi yang tepat yaitu website E-Commerce karena konsumen lebih percaya membeli di E-Commerce langsung daripada media pembelian online lainnya. Menurut peneliti hasil dari penelitian ini yaitu peningkatan promosi menggunakan E-Commerce pada *Home Industry* akan terus meningkat selama 10 tahun mendatang karena pada dunia dengan perkembangan teknologi yang begitu cepat ini kebiasaan manusia berubah, manusia zaman sekarang selalu menginginkan sesuatu yang instan dan mudah seperti berbelanja dan lainnya, oleh karena itu hasil penelitian ini dapat bertahan selama 10 tahun mendatang.

Implikasi dari hasil penelitian bagi pelaku Home Industry yaitu, peningkatan daya saing di Era Digital, Dengan adanya situs web e-commerce yang menggunakan OpenCart, pengusaha rumahan bisa bersaing lebih baik di zaman digital. Platform online ini memberi mereka kesempatan untuk menjangkau pasar tidak hanya di area sekitar, tetapi juga di tingkat nasional atau bahkan internasional. Di zaman di mana pembeli semakin mengandalkan internet untuk menemukan dan membeli barang, memiliki kehadiran di dunia digital menjadi penting bagi para pengusaha agar tetap relevan dan bersaing. Efisiensi dalam Promosi dan Penjualan, website e-commerce menawarkan keefisienan yang

lebih baik dalam mempromosikan dan menjual produk daripada cara-cara lama seperti brosur, pameran, atau rekomendasi dari orang ke orang. Platform online ini memungkinkan pebisnis untuk memperbarui informasi produk secara langsung, mengelola persediaan dengan lebih efektif, dan menerima pesanan kapan saja tanpa harus terikat pada jam buka. Selain itu, biaya untuk promosi menggunakan media digital biasanya lebih rendah dibandingkan dengan cara pemasaran tradisional. Peningkatan promosi produk Home Industry kini lebih sederhana dengan adanya platform E-Commerce yang menyediakan banyak kesempatan untuk memperluas pasar. Produk yang dihasilkan oleh pelaku Home Industry tidak hanya dikenal oleh pelanggan di sekitar, tetapi juga bisa menjangkau orang banyak, baik di tingkat daerah, negara, ataupun internasional.

4. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa situs E-Commerce yang dibuat dengan menggunakan platform Opencart bisa menjadi pilihan yang baik untuk mengatasi masalah utama yang dihadapi oleh pelaku usaha Home Industry, yaitu kurangnya pemasaran untuk produk-produk yang mereka buat. Masalah ini sering terjadi karena para pelaku usaha kesulitan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan adanya situs E-Commerce ini, produk-produk dari Home Industry dapat dipromosikan secara daring sehingga tidak hanya terfokus pada area lokal, tetapi juga dapat menjangkau pasar nasional bahkan internasional. Pemilihan Opencart sebagai platform untuk mengembangkan situs ini dilakukan karena fleksibilitasnya, fitur-fitur lengkapnya, dan kemudahannya untuk digunakan, baik oleh pengembang maupun oleh pengguna akhir. Dengan desain yang simpel dan mudah dimengerti, website ini dibuat agar pelaku Usaha Rumahan lebih mudah dalam mengelola daftar produk, menetapkan harga, dan mengatur promosi dengan lebih baik. Selain itu, website ini juga memiliki berbagai alat bantu, seperti sistem pembayaran daring yang aman, pengelolaan persediaan secara langsung, dan laporan transaksi yang teratur. Semua alat ini dirancang untuk membantu meningkatkan efisiensi kerja bisnis sekaligus memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengguna dan pelanggan.

Ucapan Terimakasih

Alhamdulillah puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada penulis untuk menyelesaikan jurnal ilmiah ini, Penulis ingin mengucapkan Terima Kasih kepada papa dan mama yang telah memberikan dukungan moril dan bantuan finansial dalam pembuatan jurnal ilmiah ini, dan juga penulis mengucapkan Terima Kasih kepada Bapak Firdaus Annas yang telah membantu dalam penulisan dan saran akademik, dan Terima Kasih kepada Raseb Henra yang telah membantu dalam penulisan jurnal ini, dan tak lupa pula ucapan Terima Kasih penulis kepada pemilik Widya Sanjai, pemilik Randang Mak Iyun, pemilik Randang MamaGhi, dan pemilik Biyyu Cake yang telah membantu memberikan fasilitas & data dalam penelitian agar jurnal ilmiah ini selesai, karena sesungguhnya tanpa pertolongan Allah SWT dan bantuan dari beberapa belah pihak penulis mungkin tidak dapat menyelesaikan jurnal ilmiah ini, bila dalam penulisan ada kesalahan yang terjadi penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya, karena penulis juga mengetahui kapasitas diri penulis sendiri.

Daftar Pustaka

- Albab, U. (2021). Perencanaan Pendidikan dalam Manajemen Mutu Terpadu Pendidikan Islam. *Jurnal Pancar (Pendidik Anak Cerdas Dan Pintar)*, 5(1), 119–126.
- Anindita, M., & Riyanti, M. T. (2016). Tren flat design dalam desain komunikasi visual. *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa Dan Desain*, 1(1), 1–14.
- Apriadi, H., Amalia, F., & Priyambadha, B. (2019). Pengembangan Aplikasi Kakas Bantu Untuk Menghitung Estimasi Nilai Modifiability Dari Class Diagram. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi*

Dan Ilmu Komputer, 3(11), 10605–10613.

- Asmayanti, A., Cahyani, I., & Idris, N. S. (2020). Model addie untuk pengembangan bahan ajar menulis teks eksplanasi berbasis pengalaman. *Seminar Internasional Riksa Babasa*, 259–267.
- Cahyadi, R. A. H. (2019). Pengembangan bahan ajar berbasis ADDIE model. *Halaqa: Islamic Education Journal*, 3(1), 35–42.
- Hadiono, K., & Santi, R. C. N. (2020). *Menyongsong Transformasi Digital*.
- Haryati, S. (2012). Research and Development (R&D) sebagai salah satu model penelitian dalam bidang pendidikan. *Majalah Ilmiah Dinamika*, 37(1), 15.
- HELMALIA, H., & AFRINAWATI, A. (2018). PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KOTA PADANG. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>
- Hidayat, F., & Muhamad, N. (2021). Model Addie (Analysis, Design, Development, Implementation and Evaluation) Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Addie (Analysis, Design, Development, Implementation and Evaluation) Model in Islamic Education Learning. *J. Inov. Pendidik. Agama Islam*, 1(1), 28–37.
- Lnu, W. (2020). *Materi 5-Activity Diagram*.
- Muhammad, D., & Tukino, T. (2021). RANCANG BANGUN E-COMMERCE MENGGUNAKAN CMS OPENCART. *Computer and Science Industrial Engineering (COMASIE)*, 5(2), 1–9.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119–130.
- Onsardi, O., Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10–19.
- Panggabean, A. N. (2021). *Memahami dan mengelola transformasi digital*.
- Putrawangsa, S., & Hasanah, U. (2018). Integrasi teknologi digital dalam pembelajaran di era industri 4.0: Kajian dari perspektif pembelajaran matematika. *Jurnal Tatsqif*, 16(1), 42–54.
- Putriani, J. D., & Hudaidah, H. (2021). Penerapan Pendidikan Indonesia Di Era Revolusi Industri 4.0. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(3), 830–838.
- Rayanto, Y. H. (2020). *Penelitian Pengembangan Model Addie Dan R2d2: Teori & Praktek*. Lembaga Academic & Research Institute.
- Rumondang, A., Kusuma, A. H. P., Sudirman, A., Sitorus, S., Simarmata, J., Manuhutu, M., Sudarso, A., Hasdiana, D., & Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*.
- Setiyani, L. (2021). Desain Sistem: Use Case Diagram. *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Dan Adopsi Teknologi (INOTEK)*, 1(1), 246–260.
- Setyowardhani, H., & Susanti, H. (2019). Optimalisasi media sosial sebagai alat promosi untuk desa wisata lebakmuncang. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3.
- Sitanggang, C. E., Firda, D. A., Ramadhini, R., Panjaitan, J. M., Sofwan, S., & Sholeh, M. (2024). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Usaha. *FORBISWIRA FORUM BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 14(1), 23–29.
- Solihat, M., & Sandika, D. (2022). E-commerce di Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(2), 273–281.

- Sumiati, M., Abdillah, R., & Cahyo, A. (2021). Pemodelan Uml Untuk Sistem Informasi Persewaan Alat Pesta. *Jurnal Fasilkom*, 11(2), 79–86.
- Tito, M. R., Jonemaro, E. M. A., & Brata, A. H. (2025). Pengembangan Gim Edukasi untuk Meningkatkan Kemampuan Identifikasi Plagiarisme Menggunakan Model ADDIE: Studi Kasus Filkom UB. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 9(13).
- Wicaksono, H., Widiati, I. S., & Setiyawan, M. (2025). Pengembangan Multimedia Interaktif Model Simulasi Proses Pembuatan Batik Menggunakan Metode ADDIE. *JEKIN-Jurnal Teknik Informatika*, 5(1), 150–161.