



Perancangan Sistem Penjualan Produk Kerajinan dan Makanan Pada Bisnis Lokal di Batusangkar Menggunakan Platform Digital Berbasis Opencart

Selfira Syahrani¹, Firdaus Annas², Rizky Nabilah³

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

Informasi Artikel

Riwayat Artikel:

Submit : 09 Juni 2024

Revisi : 24 Juli 2024

Diterima : 14 Oktober 2024

Diterbitkan: 17 Desember 2024

Kata Kunci

Produk Kerajinan, Platform Digital,
Opencart

Korespondensi

E-mail: selfirasyahrani@gmail.com

A B S T R A K

Penelitian ini menekankan betapa pentingnya teknologi masa kini untuk pengelolaan data dan peningkatan efektivitas bisnis, khususnya dalam merancang sebuah sistem penjualan produk. Tujuan artikel ini adalah merancang sebuah sistem penjualan dari produk kerajinan dan makanan yang berpusat di Batusangkar dengan menggunakan platform digital seperti opencart. Permasalahan yang di hadapi oleh bisnis lokal di Batusangkar saat ini adalah pemasaran belum dapat di lakukan secara luas karena pemasaran di masing masing UMKM belum memanfaatkan media promosi secara online. Di tambah lagi, dengan teknologi yang saat ini berkembang sangat pesat di anggap mampu meningkatkan efektivitas penjualan sekaligus memperluas jangkauan pasar. Model pengembangan yang di gunakan dalam penelitian ini adalah model Research and Development (R&D) dengan pendekatan *analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation (ADDIE)*. Hasil akhir dari penelitian ini adalah sebuah media promosi dengan platform digital menggunakan aplikasi opencart yang dirancang untuk mempermudah pebisnis lokal dalam mengelola dan memasarkan produk mereka. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan platform digital seperti opencart selain dapat membantu meningkatkan efektivitas bisnis, opencart juga mampu meningkatkan daya saing dan daya jual bisnis lokal di Batusangkar. Dengan adanya sistem penjualan produk dengan menggunakan platform digital, para pebisnis lokal di Batusangkar dapat memperluas dan juga meningkatkan daya jual produk mereka.

Abstract

This research emphasizes the importance of modern technology for data management and improving business effectiveness, particularly in designing a product sales system. The aim of this article is to design a sales system for handicraft and food products based in Batusangkar using digital platforms such as OpenCart. The current issue faced by local businesses in Batusangkar is that marketing has not yet been widely implemented because many MSMEs have not utilized online promotional media. Furthermore, the rapidly developing technology is seen as capable of improving sales effectiveness while expanding market reach. The development model used in this research is the Research and Development (R&D) model with the ADDIE approach, which includes Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation. The final result of this research is a promotional media using a digital platform, specifically OpenCart, designed to make it easier for local entrepreneurs to manage and market their products. The findings from this study show that using a digital platform like OpenCart not only helps improve business effectiveness but also enhances the competitiveness and

marketability of local businesses in Batusangkar. With the sales system utilizing a digital platform, local entrepreneurs in Batusangkar can expand and improve the marketability of their products.

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



1. Pendahuluan

Sektor perdagangan sangat penting bagi perekonomian Indonesia saat ini. Sebagai salah satu penggerak utama, sektor ini terus tumbuh dan mendukung kemajuan ekonomi nasional (Tata, 2022). Selain itu, pendorong utama di balik pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah meningkatnya operasi impor dan ekspor serta pertumbuhan sektor perdagangan digital. Tidak hanya itu, perekonomian Indonesia juga di pengaruhi oleh sektor ekonomi digital. Ekonomi digital telah menjadi faktor utama dalam perdagangan internasional, menyoroti pentingnya teknologi informasi dan komunikasi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan partisipasi di pasar global melalui peningkatan ekspor dan aktivitas perdagangan (Falah & Syafri, 2023).

Pada tingkat provinsi, setiap daerah termasuk Sumatera Barat memiliki ciri ekonomi tersendiri. Dimana sebagian besar ekonominya di dorong oleh sektor perdagangan dan pariwisata. Provinsi Sumatera Barat, sebagai daerah otonom, terus berupaya memanfaatkan berbagai potensi ekonomi yang ada di daerahnya. Berbagai inisiatif telah dilakukan untuk memberi kesempatan kepada para bisnis lokal untuk berpartisipasi dalam kemajuan ekonomi daerah (Alius & Anis, 2024). Seperti halnya para pebisnis lokal di Sumatera Barat, khususnya di daerah Batusangkar, para pebisnis lokal memanfaatkan berbagai lokasi wisata sebagai pasar karena mereka memandang tempat tersebut sebagai sarana untuk menjual berbagai macam kerajinan tangan dan makanan khas Batusangkar.

Para pebisnis lokal memberikan kontribusi yang baik terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dengan menciptakan lapangan kerja yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, pebisnis lokal dapat menghasilkan hal-hal yang menunjukkan ke khasan dan budaya daerah mereka yang membantu daerah menjadi lebih dikenal dan juga mampu meningkatkan daya saing. Sehingga, pebisnis lokal dapat menjadi kunci untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Kunci keunggulan daya saing bagi para pebisnis lokal adalah kemampuan membangun sinergi jaringan bisnis mulai dari tingkat lokal, regional, nasional hingga internasional (Fitriani et al., 2022).

Selain itu, pebisnis lokal lebih mampu menanggapi permintaan pasar secara tepat waktu. Karena mereka tinggal dan berinteraksi dengan masyarakat secara personal, mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Di karenakan para pebisnis lokal berfokus pada pasar lokal, produk dan layanan mereka biasanya juga lebih sesuai dengan selera pelanggan. Kepuasan pelanggan bermanfaat bagi pebisnis lokal karena pelanggan yang puas akan terus menggunakan jasa perusahaan. Kepuasan pelanggan dan pertumbuhan nilai pelanggan adalah hal yang saling terkait. Karena meningkatkan kepuasan pelanggan memiliki keuntungan bagi perusahaan, menyediakan dasar yang kuat untuk kepuasan pelanggan, dan menciptakan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan dan dapat membantu perusahaan (Sambodo Rio Sasongko, 2021).

Meskipun pebisnis lokal sangat unggul dalam mengetahui apa yang diinginkan pasar dan menumbuhkan loyalitas pelanggan secara personal, para pebisnis lokal sering kesulitan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas karena kurangnya akses ke jaringan distribusi yang lebih besar seperti kurangnya penggunaan teknologi informasi. Padahal, kemajuan teknologi informasi membuat

pemasaran menjadi lebih efektif, terukur, responsif terhadap perubahan permintaan pelanggan. Berkat hal ini, pebisnis lokal memiliki potensi yang fantastis untuk menjangkau target pasar yang lebih besar (Donoriyanto et al., 2023). Seperti halnya dengan mayoritas pebisnis lokal di daerah Batusangkar yang belum sepenuhnya memanfaatkan platform digital seperti media sosial atau pasar daring, yang berarti jangkauan pemasaran mereka terbatas pada masyarakat lokal. Seperti pemasaran kerajinan tangan berupa oleh-oleh khas Batusangkar dan makanan atau snack seperti sanjay yang masih dijual secara offline.

Produk kerajinan dan makanan yang dibuat oleh pebisnis lokal sangat diminati karena tingkat kreativitas pengetahuan lokal dan nilai-nilai budayanya yang tinggi. Produk kerajinan dan makanan ini memiliki peluang besar untuk diterima oleh pasar yang lebih besar karena keunikannya. Produk kerajinan dikenal dengan penciptaan barang atau produk dengan menggunakan tenaga kerja manual yang terampil atau kegiatan yang melibatkan produksi barang dengan keterampilan manual (Sumanto et al., 2015). Di Batusangkar, produk kerajinan dan makanan khas yang dibuat oleh para pebisnis lokal merupakan cerminan resep tradisional dan keahlian yang telah diwariskan secara turun temurun. Barang-barang ini sangat diminati oleh pelanggan lokal dan wisatawan karena tidak hanya mengutamakan kualitas tetapi juga memancarkan nilai-nilai budaya yang kuat. Hanya saja keterbatasan penjualan menjadi tantangan para pebisnis lokal saat ini.

Untuk mengatasi keterbatasan penjualan, maka dirancahlah media penjualan yang lebih efektif dan efisien. Salah satu cara melakukannya adalah dengan memanfaatkan platform digital. Platform digital adalah strategi promosi produk yang menggunakan teknologi dan media digital untuk mendorong tindakan dan hasil (Berbasis & Kreatif, 2024). Dengan kata lain, platform digital merupakan media berbasis teknologi yang memungkinkan kita untuk memasarkan dan menjual barang atau produk secara daring sehingga para pebisnis dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Bisnis lokal dapat menjangkau pelanggan yang lebih besar baru dalam negeri maupun luar negeri dengan menggunakan saluran digital seperti media sosial atau situs web e-commerce. Hal ini memudahkan pelanggan untuk membeli produk kerajinan dan makanan yang dibuat. Selain itu, penggunaan platform digital ini dapat meningkatkan penjualan dan pemasaran yang membuat pebisnis lokal menjadi lebih kompetitif di pasar global. Melalui platform digital, pebisnis lokal dapat lebih beradaptasi terhadap situasi yang berubah dan dinamis dengan mengintegrasikan strategi sumber pengetahuan dan menyusun sumber daya internal dan eksternal (Juwita et al., 2022).

Bisnis lokal kini memiliki peluang untuk menjadi lebih kompetitif berkat perkembangan teknologi digital. Pebisnis lokal dapat menjangkau khalayak ramai dan mengelola prosedur operasional seperti distribusi dan pemasaran produk dengan lebih mudah menggunakan platform digital. Platform digital juga membantu pebisnis lokal dalam berinteraksi dengan pelanggan dan bereaksi terhadap perkembangan pasar dengan lebih cepat. Bisnis lokal dapat memaksimalkan potensi pertumbuhan mereka dan memperluas jangkauan mereka dengan menggunakan platform digital. Taktik pemasaran digital sangat penting untuk meningkatkan kesadaran merek dan jangkauan pasar, tetapi juga penting untuk memperkuat posisi bisnis lokal di pasar yang sangat kompetitif (Sofiyantu, 2024).

Salah satu platform digital yang dapat dimanfaatkan oleh bisnis lokal adalah *opencart*. *Opencart* adalah sistem keranjang belanja online berbasis PHP yang bersifat sumber terbuka. Dengan sistem e-commerce yang murah ini, pebisnis lokal dapat membangun perusahaan online dan partisipasi e-commerce. Antarmuka pengguna *opencart* menarik secara visual, kaya fitur, dan dioptimalkan untuk mesin pencari (Yuliani et al., 2022). Sebuah platform sumber terbuka yang menyediakan berbagai fitur

untuk membangun dan mengelola toko online. Pemilik bisnis dapat dengan mudah menyesuaikan toko mereka dengan openchart, mulai dari pengaturan produk hingga desain. Opencart dapat membantu bisnis lokal dalam memperluas basis pelanggan dan meningkatkan efisiensi operasional mereka.

e-commerce dan platform digital diatur dalam Undang-Undang Nomo 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Transaksi elektronik, yang sering disebut sebagai e-commerce di definisikan sebagai perbuatan hukum yang dilakukan melalui komputer, jaringan komputer dan media elektronik lainnya berdasarkan pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan Transaksi Elektronik (Effendi, 2020). Dengan adanya UU ITE dapat membantu platform digital di Indonesia menjadi lebih terstruktur, menyediakan lingkungan yang aman bagi konsumen dan para pebisnis lokal, serta mendorong percepatan transformasi digital di sektor ekonomi negara.

Oleh karena itu, opencart merupakan salah satu alat terpenting bagi para pebisnis lokal. Platform digital berupa opencart ini menawarkan berbagai alat untuk membantu para pebisnis lokal dalam menyiapkan dan mengelola toko online mereka. Selain itu, opencart memberikan para pebisnis lokal kemampuan untuk memasarkan produk mereka dengan cara yang menarik. Baik pembeli maupun penjual mendapatkan keuntungan dari berbagai alternatif pengiriman dan pembayaran. Karena biaya operasionalnya sangat rendah, opencart merupakan pilihan yang sangat tepat bagi bisnis kecil dan menengah yang ingin memasuki pasar e-commerce. Opencart adalah platform e-commerce yang ringan dan gratis. Opencart merupakan titik awal yang sangat baik bagi siapa saja terlebih yang memiliki pengalaman sebelumnya dengan desain web (Daniel & Tukino, 2021).

Opencart menawarkan komunitas yang aktif dan banyak materi pendukung, termasuk dokumentasi resmi, tutorial online, dan forum pengguna. Karena itu, pengguna dapat dengan mudah mempelajari cara memanfaatkan platform ini sebaik baiknya. Pengguna dapat mengubah tampilan toko online sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka. Banyaknya fitur opencart menjadikannya pilihan populer untuk berbagai sektor bisnis dan pengusaha dapat merancang dan memproses aplikasi secara fleksibel sesuai kebutuhan mereka (Pratama et al., 2023).

Menurut Ghifara Maulana Rafsyanjani dan Ahmad Fauzi, Teknologi internet dapat di gunakan untuk kegiatan pemasaran seperti mengidentifikasi, mengatur, mempromosikan, dan mendistribusikan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Selain itu, menggunakan media iklan yang sesuai dapat membantu pertumbuhan perusahaan dan meningkatkan minat pelanggan untuk melakukan pembelian. Salah satu media promosi yang digunakan online yang paling populer digunakan digunakan untuk kegiatan bisnis adalah situs web. Situs web dapat memberikan detail produk dan iklan yang luas. Dengan bantuan aplikasi Sistem Manajemen Konten (CMS) memungkinkan melakukan perancangan situs web dengan mudah, bahkan jika seseorang memiliki pemahaman teknis yang luas tentang pengembangan situs web (Rafsyanjatni & Fauzi, 2022).

Menurut Firman Mansir dan Halin Purnomo, penggunaan teknologi digital saat ini sangat mempengaruhi aktivitas manusia, termasuk ekonomi. Internet sering di lakukan untuk menarik pelanggan, mendapatkan kepercayaan pelanggan, mengiklankan produk dan bereaksi terhadap angka penjualan produk yang menghasilkan pendapatan, khususnya sektor ekonomi. Penggunaan teknologi digital memungkinkan pebisnis dengan mudah memenuhi harapan pelanggan dan juga memberikan kesempatan kepada pengguna untuk mengakses informasi terkait produk dan menyelesaikan pembayaran secara online (Mansir & Purnomo, 2021).

Menurut Apprilisda Ranica Putri, saat ini untuk menjalankan bisnis memerlukan penggunaan situs web dan internet. Para pebisnis yang ingin meningkatkan penjualan melalui pemasaran harus memiliki situs web yang berfungsi sebagai pusat pemasaran. Satu satunya cara untuk menggunakan teknologi guna meningkatkan penjualan produk adalah dengan menggunakan penjualan eletronik atau e commerce. E commerce membantu konsumen selama masa sibuk dan meningkatkan komunikasi pemangku kepentingan. Salah satu cara paling sederhana untuk memasuki era digital adalah dengan menggunakan internet (Apprilisda Ranica Putri et al., 2023).

Faktanya peningkatan teknologi telah menciptakan peluang besar di ranah digital, banyak pebisnis lokal yang masih menggunakan strategi pemasaran tradisional yang masih ketinggalan zaman. Pemasaran tradisional adalah strategi non digital untuk mengiklankan barang dan jasa suatu perusahaan (Rulinawaty et al., 2021). Contoh dari pemasaran tradisional seperti penggunaan iklan cetak atau promosi dari mulut ke mulut. Karena itu, mereka sering merasa sulit bersaing dengan perusahaan yang telah beralih ke platform digital, terutama dalam hal memperluas pelanggan.

Pemasaran tradisional adalah pemasaran yang mengandalkan penjualan produk kepada konsumen secara langsung atau tidak langsung seperti billboard di jalan dan iklan (Ilhamalimy et al., 2023). Seperti contoh, banyak pebisnis lokal di Batusangkar yang masih memasarkan barang atau produk mereka dengan cara tradisional, seperti dengan memasang baliho atau spanduk atau mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dari pelanggan masih menjadi cara yang paling umum. Strategi ini di nilai kurang berhasil dalam menghadapi persaingan digital yang semakin ketat dan memiliki keterbatasan dalam hal mengakses pasar yang lebih besar. Karena itu, pebisnis lokal sering kali kalah bersaing dengan perusahaan yang telah menggunakan teknologi digital.

Oleh karena itu, dari permasalahan di atas, di perlukannya pembuatan sistem penjualan dengan platform digital berupa opencart untuk memberikan kemudahan bagi para pebisnis lokal untuk memasarkan produk secara online dengan biaya yang relatif rendah dengan fitur fitur yang lengkap dan memungkinkan pengusaha untuk mengelola toko online secara efisien.

2. Metodologi Penelitian

Model pengembangan yang di digunakan pada penelitian ini adalah model Research and Development dengan menggunakan pendekatan *Analisis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation* (ADDIE). Adapun Langkah Langkah dalam metode penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.1. Analisis

Data dikumpulkan dengan cara pengamatan langsung dengan melakukan observasi dengan para pebisnis lokal di batusangkar yang nantinya menghasilkan sebuah data. Setelah data di kumpulkan, data di kategorikan kedalam beberapa kelompok yang relevan dengan tujuan penelitian untuk di analisis yang nantinya data akan di buat dalam bentuk table atau naratif.

2.2. Design

Setelah melakukan analisis data dan memasukkan data ke dalam bentuk table dan narasi, maka akan dirancang sebuah sistem penjualan dalam bentuk platform digital sederhana yang dapat digunakan oleh para pebisnis lokal dalam mengembangkan produk kerajinan dan makanan. Adapun perancangan ini dibuat dengan tujuan agar dapat menarik minat pelanggan.

2.3. Development

Pada tahap pengembangan, di lakukan pemasangan platform digital berupa opencart. Langkah utama yang dilakukan adalah pembuatan logo, banner, dan desain visual yang dapat mendeskripsikan identitas bisnis lokal. Lebih tepatnya, salah satu elemen utama yang di rancang di dalam platform digital ini adalah kategori produk, foto produk, deskripsi produk, harga, dan administrasi pesanan.

2.4. Implementation

Pada tahap ini, platform digital berupa openchart yang telah di analisis, di desain dan di kembangkan kemudian akan di terapkan secara langsung kepada para pebisnis lokal yang ada di barsungkar. Tahap implementasi dilakukan dengan cara memastikan bahwa semua pengaturan di dalam opencart sudah berungsi dengan baik dan dapat digunakan. Setelah semua pengaturan selesai, maka platform digital sudah dapat digunakan untuk memasarkan produk kerajinan dan makanan dengan cara online.

2.5. Evaluation

Pada tahap akhir, platform digital berupa opencart yang telah di implementasikan selanjutnya akan di e untuk memastikan bahwa platform ini bekerja dengan baik bagi pebisnis lokal di barsungkar. Evaluasi digunakan dengan mengumpulkan umpan balik dari para pebisnis lokal. Adapun penilaian yang di lakukan adalah mengenai kemudahan penggunaan platform digital dan efektifitas dalam memasarkan produk secara online.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil

Penelitian ini menghasilkan suatu sistem penjualan dengan platform digital berupa Opencart yang dapat memudahkan para pebisnis lokal dalam memasarkan produk mereka secara online. Perancangan sistem penjualan ini dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu *Analysis, Design, Development, Implemenattion* dan *Evaluation* (ADDIE). Berdasarkan penelitian yang di lakukan, diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

3.1.1. Tahap Analisis (Analysis)

Analisis dilakukan untuk mengetahui kebutuhan para pebisnis lokal dengan melihat latar belakang, pemahaman dan lingkungan sosial para pebisnis lokal yang ada di Batusungkar. Adapun tahap analisis ini memuat 4 fase diantaranya analisis kebutuhan, analisis sarana dan prasarana, analisis pengguna dan analisis faktor sosial.

3.1.1.1 Analisis Kebutuhan

Berdasarkan pengamatan hasil wawancara dengan para pebisnis lokal yang bersangkutan diketahui bahwa penjualan kerajinan tangan dan makanan masih dijual secara offline dan belum memanfaatkan platform digital seperti soal media atau platform digital lainnya. Dengan dimikian maka sangat perlu di rancang nya sistem penjualan dengan menggunakan platform digital berupa opencart yang dapat memudahkan para pebisnis lokal dalam memasarkan produk mereka secara online.

3.1.1.2 Analisis Sarana dan Prasarana

Lokasi pemasaran para pebisnis lokal yang strategis dan sangat berpengaruh bagi penjualan. Apalagi lokasi pemasaran para pebisnis lokal yang dekat dengan objek wisata sehingga memudahkan mereka dalam berinteraksi langsung dengan pelanggan. Adapun lokasi pemasarannya sudah sangat terjangkau

oleh akses internet sehingga nantinya dapat memudahkan para pebisnis lokal dalam melakukan pemasaran produk dengan menggunakan platform digital berupa opencart. Para pebisnis lokal juga sudah memiliki toko yang dapat memudahkan mereka melakukan penjualan offline.

3.1.1.3 Analisis Pengguna

Sebagian besar pebisnis lokal yang ada di daerah batusangkar memiliki kemampuan dasar dalam menggunakan media teknologi yang ada saat ini. salah satunya dalam menggunakan handphone dan juga internet seluler. Namun, mereka masih belum mengenal platform digital seperti opencart. Adapun rentang usia para pebisnis lokal di daerah Batusangkar bekisar antara 25 hingga 55 tahun. Lingkungan sosial para pebisnis lokal di nilai cukup bagus, karena mereka tinggal di lingkungan yang memiliki jaringan internet yang memadai, sehingga mereka dapat dengan mudah mempelajari teknologi yang baru mereka ketahui. Namun, dikarenakan masih kurangnya pemahaman para pebisnis lokal mengenai platform digital, maka perlu di adakannya pelatihan untuk memastikan bahwa mereka dapat menggunakan platform digital yang telah dibuat dengan baik.

3.1.1.4 Analisis Faktor Sosial

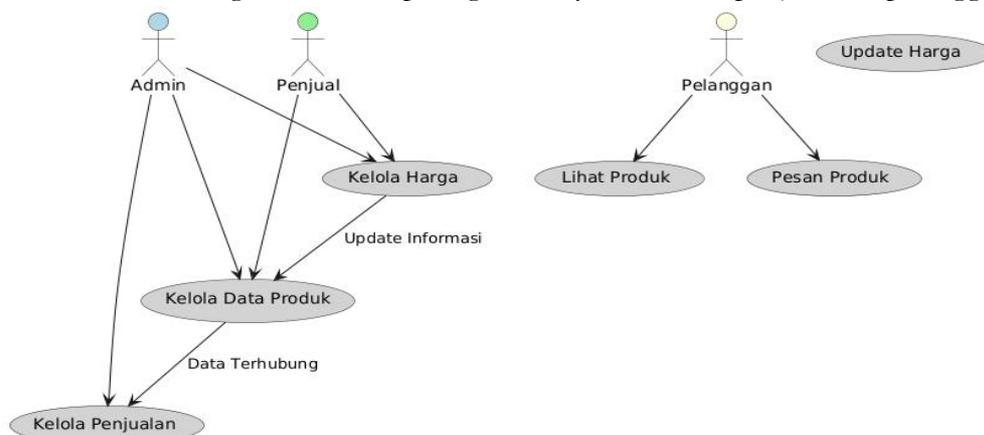
Para pebisnis lokla di batusangkar hidup dalam lingkungan sosial yang erat yang pastinya dapat di manfaatkan untuk pengenalan teknologi baru. Lingkungan para pebisnis lokal juga sudah memiliki jangkauan internet yang luas, sehingga memberikan peluang bagi mereka untuk beradaptasi dengan sistem penjualan dengan menggunakan platform digital berbasis opencart ini. Penggunaan platform digital ini juga dapat meningkatkan daya saing dan memperkuat hubungan sosial antara para pebisnis lokal dengan pelanggan melalui pemanfaatan teknologi digital.

3.1.2. Tahap Perancangan (Design)

Tampilan sangat di perlukan untuk menarik minat pelanggan. Maka, di rancanglah sebuah sistem penjualan yang menarik di platfom digital ini. Selain itu, untuk memberikan kemudahan untuk para pengguna, maka di rancanglah sebuah *Unified Modelling Language* (UML) yang dapat memberikan gambaran umum bagi para pengguna. Jenis UML yang akan digunakan dalam pengembangan ini merupakan Usecase Diagram yang didalamnya terdapat aktor dan juga proses.

3.1.2.1 Usecase Diagram

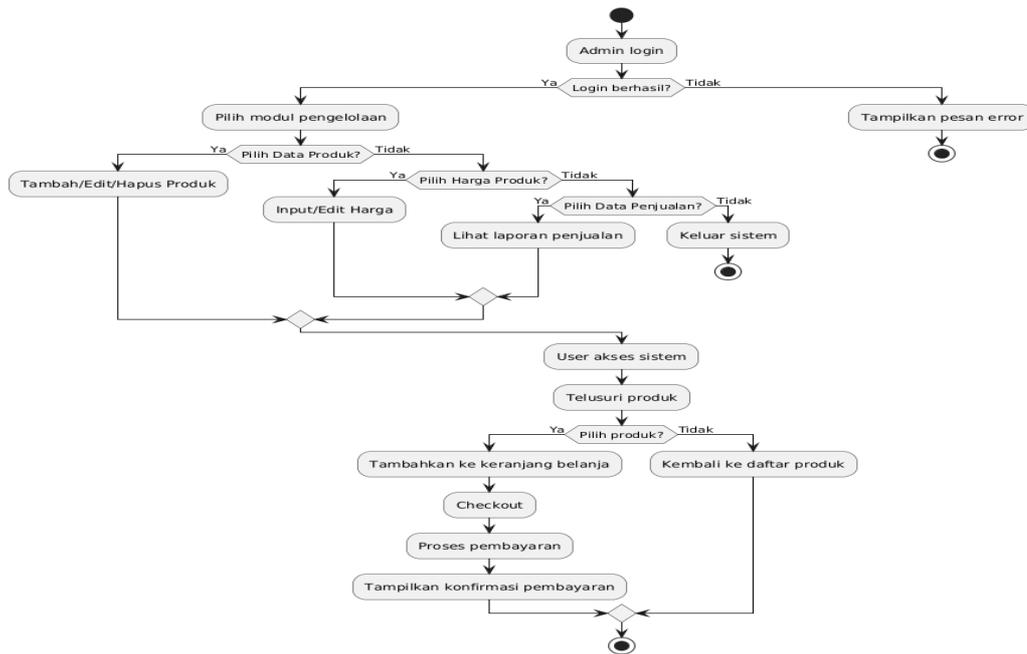
Usecase Diagram ini menggambarkan sebuah sistem yang di dalamnya terdapat aktor dan juga proses. Di dalam Usecase Diagram ini terdapat tiga aktor yaitu admin, penjual dan pelanggan.



Gambar 3.1 Usecase Diagram

3.1.2.2 Activity Diagram

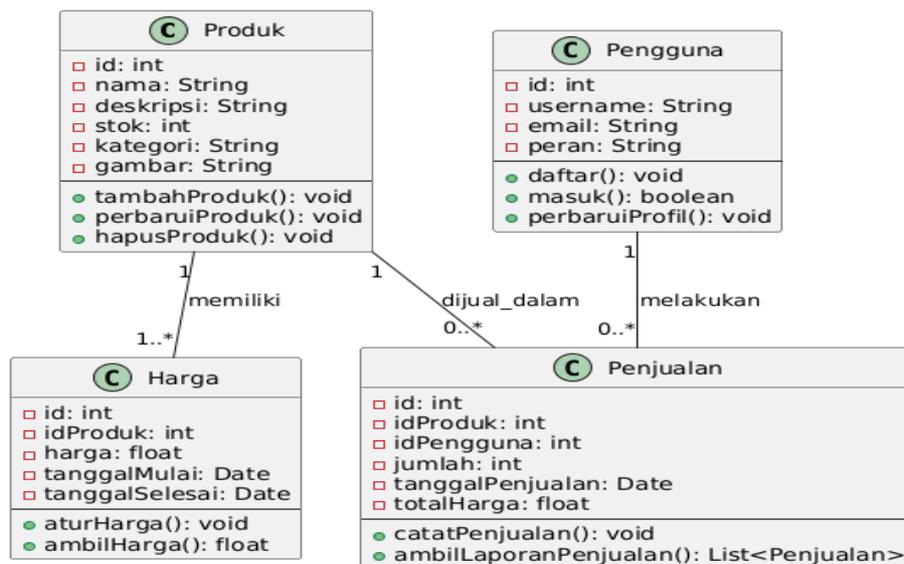
Activity Diagram ini menggambarkan alur kerja dari sebuah sistem, seperti pengelolaan data produk, harga dan penjualan.



Gambar 3.2 Activity Diagram

3.1.2.3 Class Diagram

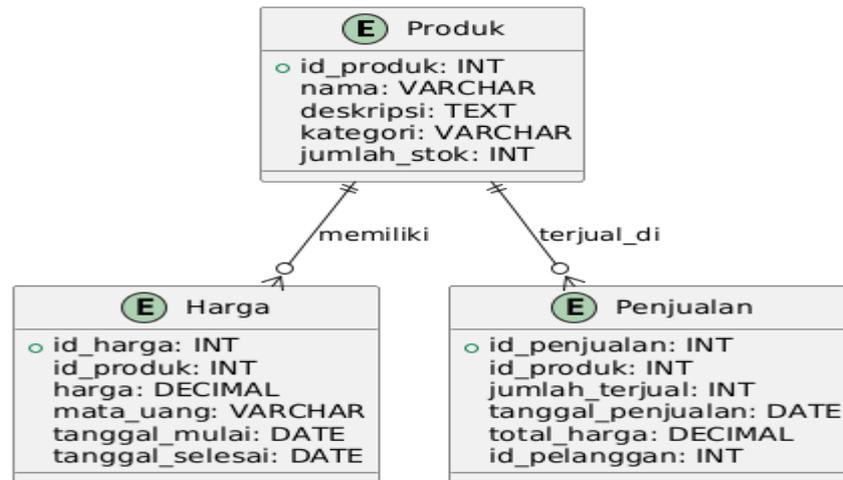
Class Diagram adalah alur sistem yang menunjukkan kelas, atribut, metode, dan relasi antar kelas. Dimana didalam class diagram terdapat primary key san secondary key.



Gambar 3.3 Class Diagram

3.1.2.4 Database

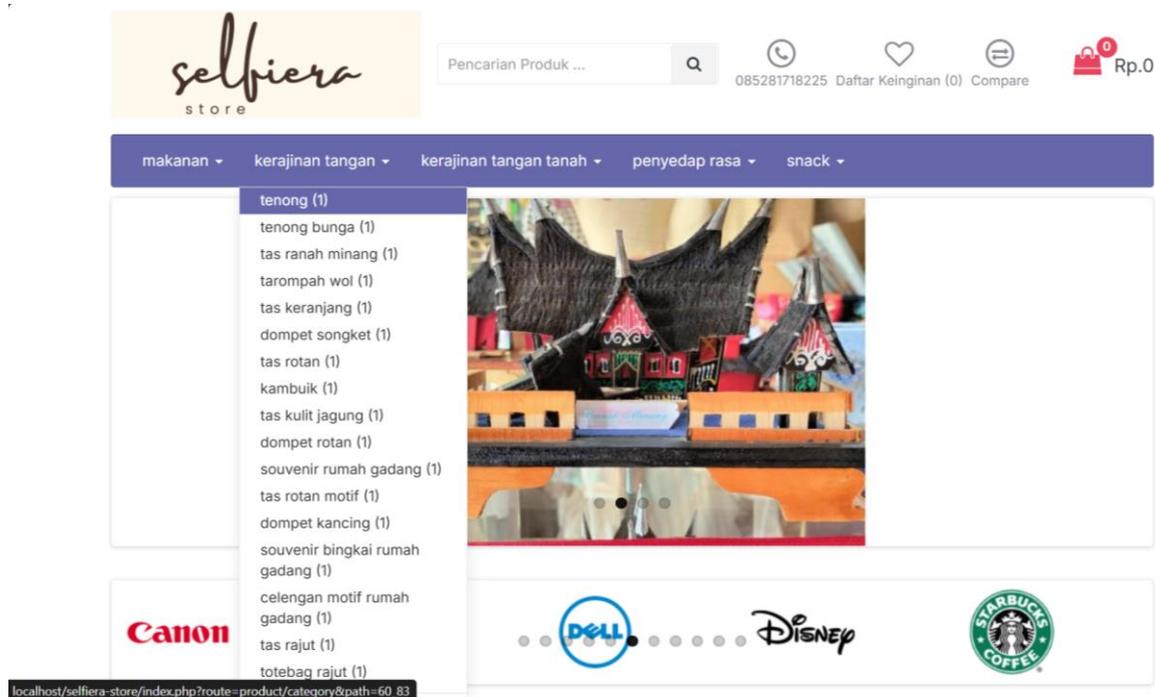
Database terdiri dari tabel yang menyimpan informasi seperti informasi produk, harga dan penjualan.



Gambar 3.5 Database

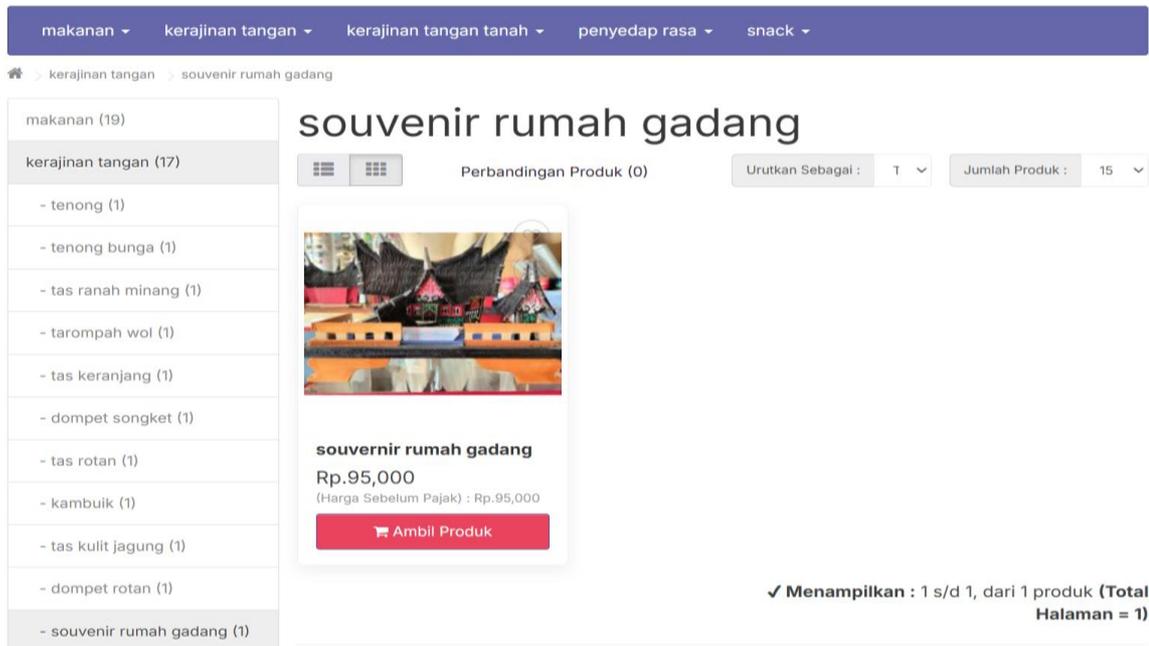
3.1.3. Tahap Pengembangan (Development)

Setelah tampilan selesai dirancang, maka akan di tambahkan fitur fitur lainnya seperti memasukkan logo, banner dan desain visual ke dalam platform digital opencart ini. Berikut adalah tampilan pada sistem penjualan yang sudah di rancang dengan menggunakan platform digital berupa opencart.



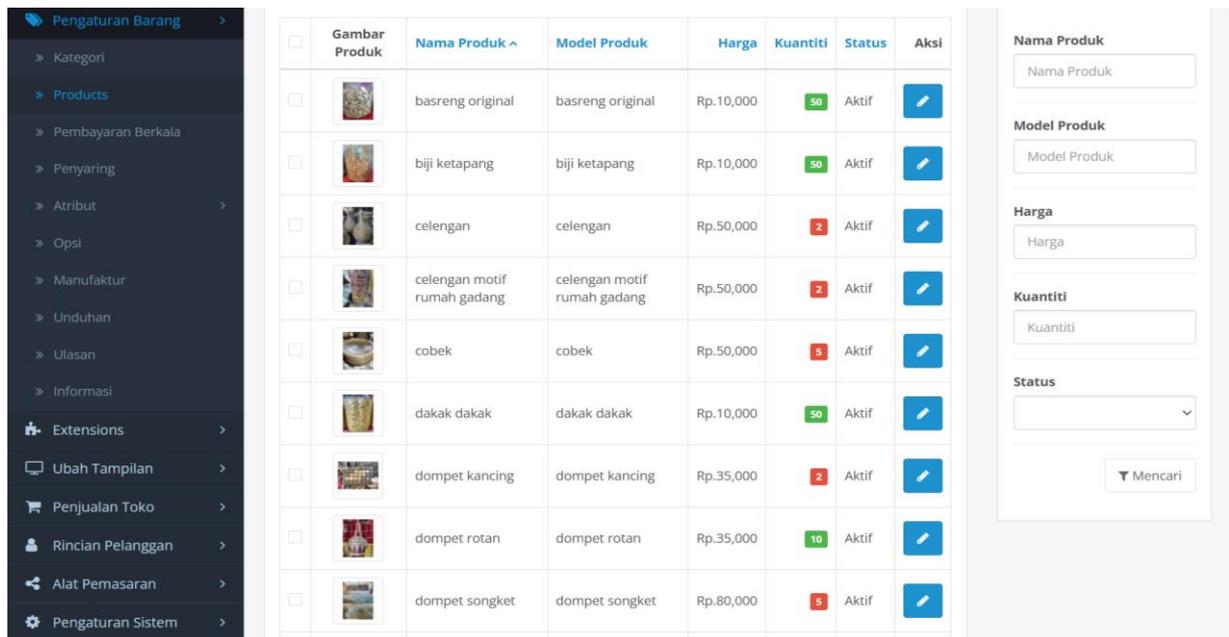
Gambar 3.5 tampilan view menu

Pada gambar 3.5 terdapat tampilan view menu yang ada pada halaman aplikasi opencart. pada tampilan view menu, terdapat menu menu yang berisikan produk kerajinan dan makanan yang di jual oleh paraa pebisnis lokal



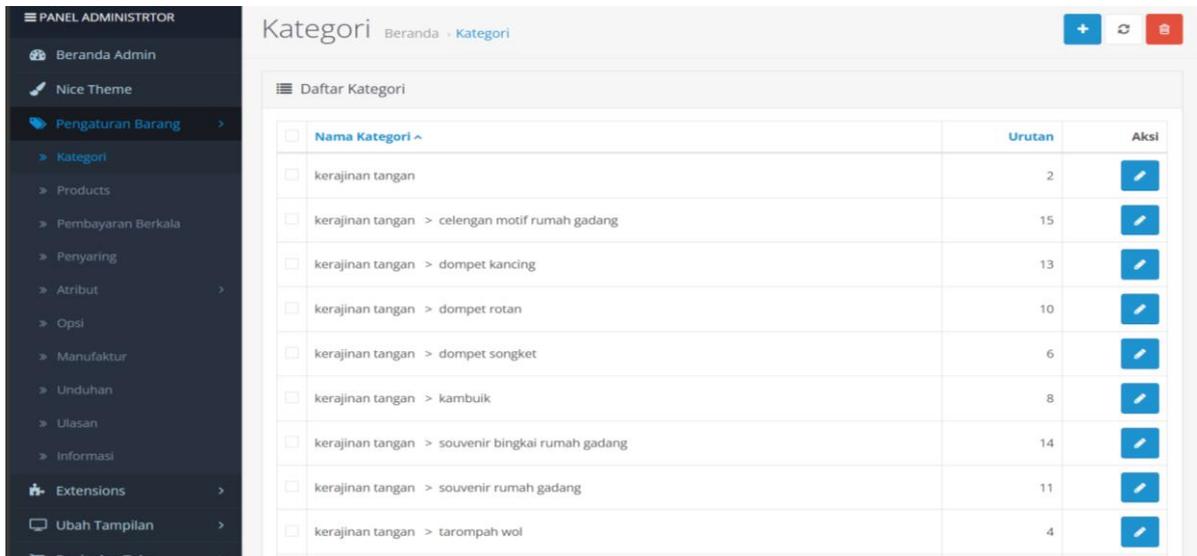
Gambar 3.6 tampilan view produk

Pada gambar 3.6 terdapat tampilan view produk yang ada pada halaman aplikasi opencart. pada tampilan view produk, terdapat menu menu yang berisikan produk yang ada di didalam view menu.



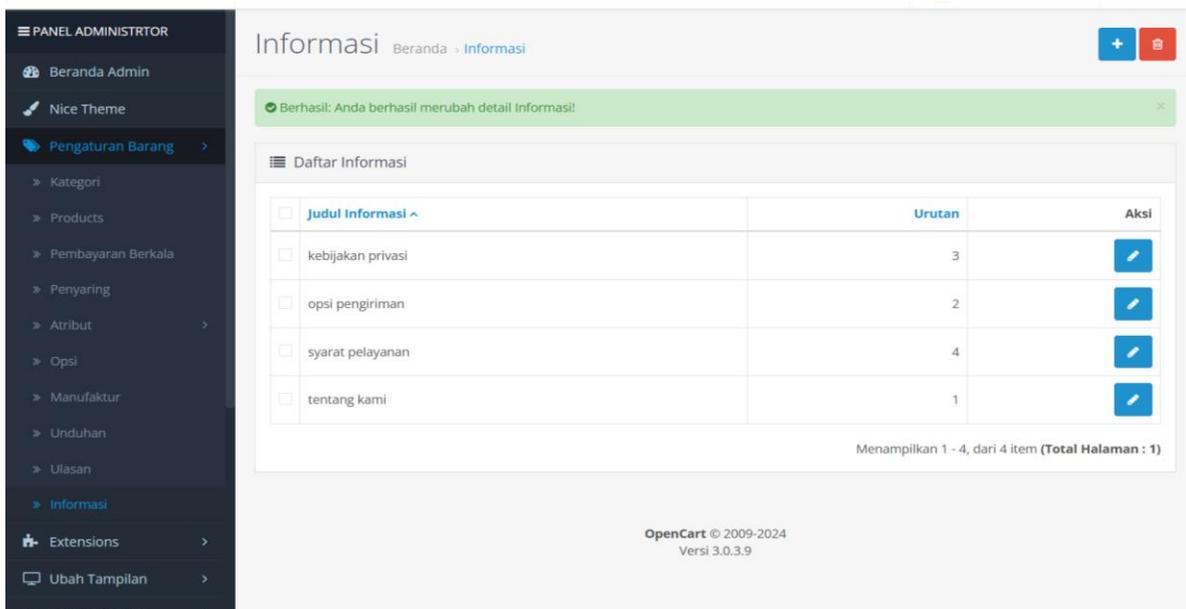
Gambar 3.7 tampilan data produk

Pada gambar 3.7 terdapat tampilan data produk yang ada pada halaman admin pada aplikasi opencart. pada tampilan data produk, terdapat beberapa produk yang terdiri dari nama produk, model produk, harga, kuantiti dan status ketersediaan produk yang di jual oleh para pebisnis lokal.



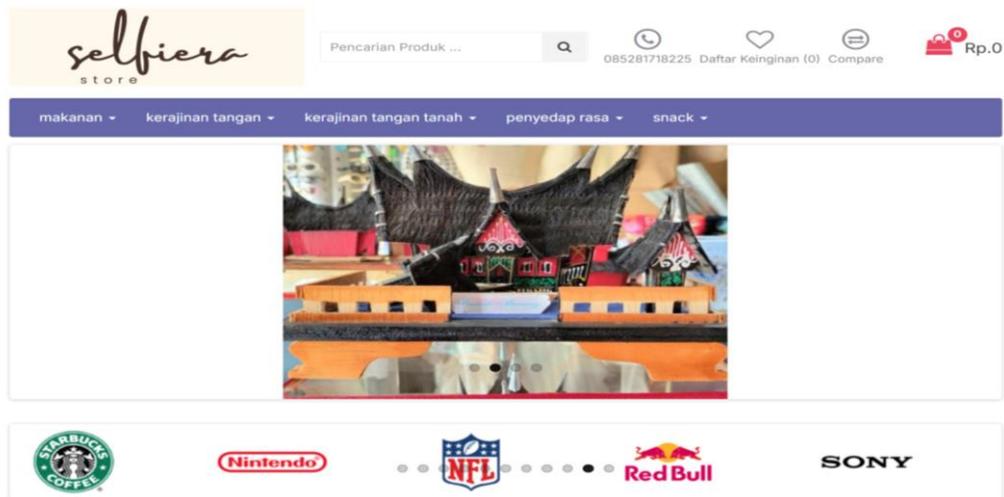
Gambar 3.8 tampilan data kategori

Pada gambar 3.8 terdapat tampilan data kategori dan sub kategori yang ada pada halaman admin pada aplikasi opencart. Pada tampilan kategori dan sub kategori, terdapat beberapa kategori produk dan juga sub kategorinya. Pada halaman ini terdapat urutan yang nantinya akan relevan dengan urutan yang ada pada view produk.



Gambar 3.9 tampilan menu informasi

Pada gambar 3.9 terdapat tampilan menu informasi yang ada pada halaman aplikasi opencart. pada halaman ini terdapat kebijakan privasi, opsi pengiriman, syarat layanan dan tentang kami. Sehingga pelanggan dapat membaca kebijakan kebijakan yang ada pada platfom digital ini.



3.10 tampilan banner

Pada gambar 3.10 terdapat tampilan menu informasi yang ada pada halaman utama aplikasi opencart. pada halaman ini terdapat produk kerajinan dan makanan yang dijual oleh para pebisnis lokal.

3.1.4. Tahap Penerapan (Implementation)

Pada tahap ini, maka penggunaan platform digital berupa opencart sudah dapat di terapkan oleh para pebisnis lokal yang ada di batusangkar dan juga para pengguna lainnya. Penerapan platform digital dengan memanfaatkan teknologi masa kini, tentunya sangat membantu para pebisnis lokal dalam memasarkan produk kerajinan dan makanan yang nantinya akan di sebar luaskan kepada khalayak ramai atau kepada para pengguna.

3.1.5. Tahap Evaluasi (Evaluation)

Pada tahap ini, di lakukan tahap penilaian seperti mengumpulkan umpan balik dari para pebisnis lokal dan pengguna platform digital ini. Evaluasi ini bertujuan untuk memperbaiki perancangan platform digital yang telah dibuat dengan melihat respon pengguna. Evaluasi ini juga di lakukan untuk melihat sejauh mana pemahaman para pebisnis lokal dalam menggunakan platform digital berbasis opencart ini.

3.2. Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah di lakukan, maka hasil yang didapatkan adalah sebuah sistem penjualan melalui platform digital dengan menggunakan opencart. Melalui platform digital ini, para pebisnis lokal dapat menjangkau pelanggan dengan jangkauan yang lebih luas lagi, karena platform digital dapat membantu para pebisnis lokal dalam berinteraksi dengan pelanggan dan cepat tanggap dengan perkembangan pasar yang cepat. Opencart juga membuat peluang yang besar bagi para pebisnis lokal, sehingga para pebisnis lokal dapat lebih kompetitif di era perkembangan teknologi saat ini.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa platform digital juga dapat meningkatkan daya saing mereka di sektor perdagangan. Jika dihadapkan dengan keadaan yang lebih luas, maka platform digital ini tidak hanya membantu para pebisnis lokal dalam menjangkau pelanggan di dalam negeri, tetapi juga dapat menjangkau para pelanggan hingga keluar negeri dengan menggunakan saluran digital seperti sosial media atau situs web e-commerce. Dengan kata lain, sistem penjualan melalui platform digital dengan menggunakan opencart ini dapat menjangkau pelanggan hingga ke manca negara.

Dalam fenomena yang berbeda, jika dilihat dari perkembangan ekonomi yang pesat, maka hasil penelitian berupa platform dengan menggunakan opencart ini masih bisa digunakan. Bahkan di wilayah lainnya penggunaan platform ini juga masih efektif dilakukan karena kemudahan penggunaannya. Dengan semakin berkembangnya kemajuan teknologi, maka terdapat kemungkinan berkembangnya pula tren belanja online. Oleh karena itu, platform digital dengan menggunakan opencart ini tentunya akan sangat membantu para pebisnis lokal dalam melakukan penjualan produk kerajinan dan makanan. Ditengah tengah semakin berkembangnya teknologi, opencart ini akan dapat menjadi pilihan media penjualan yang tepat untuk meningkatkan daya saing para pebisnis lokal karena biayanya yang relatif rendah dan dapat menanggapi permintaan pasar dengan cepat dan memenuhi permintaan pelanggan.

Menurut Wahyu Nurharjadmo dkk, Sistem Manajemen Konten opencart merupakan sebuah bisnis digital yang dapat digunakan tanpa mengeluarkan biaya. Sistem Manajemen Konten opencart dapat membuat bisnis dengan platform digital menjadi lebih mudah dan lebih canggih. Pebisnis dapat membuat toko online gratis dengan Sistem Manajemen Konten opencart. Karena Sistem Manajemen Konten opencart ini memiliki fitur-fitur unggulan yang dapat membantu perusahaan-perusahaan UMKM dalam mengelola konten situs web mereka dan hal ini tentunya sangat menguntungkan bagi pebisnis. Selain itu, Sistem Manajemen Konten opencart juga dinilai dapat meningkatkan penjualan produk sesuai dengan target pasar yang dituju. (Nurharjadmo, W., Khadija, M. A., & Usman, 2022)

Menurut Elsi Novita Sary dan Deshi Shilvana, mengembangkan sistem e-commerce yang mengutamakan pengalaman pengguna dan personalisasi dapat membantu meningkatkan penjualan online. Strategi promosi yang efektif juga berdampak besar pada peningkatan keberhasilan penjualan. Kesimpulan ini memberikan informasi yang berguna bagi perusahaan e-commerce yang mencoba memanfaatkan aplikasi mereka dengan baik untuk meningkatkan penjualan dan menarik minat pelanggan. E-commerce dapat digunakan oleh bisnis online untuk mengurangi biaya, memberikan informasi produk serta mempercepat proses transaksi dan dapat bersaing dengan perusahaan lokal lainnya. Namun, minimnya pemahaman pengguna dalam pemanfaatan e-commerce menyebabkan e-commerce belum bisa dimanfaatkan secara maksimal, selain itu banyak konsumen yang masih belum mempercayai tingkat keamanan yang ditawarkan oleh platform digital, sehingga menyulitkan mereka dalam mengubah kebiasaan berbelanja. (Sary & Shilvana, 2024)

Menurut Muhammad Ullil Fahri, opencart merupakan sistem belanja online dengan sumber terbuka yang berbasis PHP. Para pebisnis dapat memasarkan bisnis mereka sendiri dan menjalankan e-commerce dengan biaya yang relatif rendah. Antar muka pengguna opencart akan dibuat semenarik mungkin dengan menggunakan visual, penuh dengan fitur dan sangat mudah digunakan. Salah satu keuntungan dari menggunakan platform digital ini adalah efisiensi pada sektor bisnis. Platform digital ini memungkinkan pebisnis menghemat biaya, baik biaya seperti iklan maupun biaya yang tidak terwujud seperti waktu dan tenaga (Fahri, n.d.)

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, maka penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih mendominasi. Karena, di dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, tidak hanya berfokus pada keunggulan platform digital dengan menggunakan opencart saja, tetapi juga fokus kepada penerapan pada opencart, yang tidak hanya terbatas pada kemampuan dalam memasarkan produk di dalam negeri tetapi hingga sampai keluar negeri dengan menggunakan platform digital berbasis opencart ini. Di dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, penelitian ini menjelaskan tentang penggunaan opencart yang akan terus berlangsung dengan mengikuti tren belanja online di tengah era teknologi yang semakin berkembang. Hal lainnya yang membuat penelitian yang dilakukan oleh peneliti menjadi lebih unggul adalah pemakaian biaya yang relatif rendah dalam pengelolaan toko, logo, banner, penjualan dan faktor lainnya.

Adapun dampak yang di hasilkan dari penelitian ini dapat mencakup berbagai aspek, seperti dampak bagi pengguna, masyarakat, pelaku UMKM dan juga pemerintah. Adapun dampak yang dapat dirasakan oleh pengguna adalah kemudahan dalam berbelanja secara online. Sehingga para pelanggan tidak perlu datang langsung ke lokasi pebisnis lokal untuk berbelanja. Hal ini tentunya memberikan kenyamanan berbelanja bagi para pengguna. Adapun dampak yang dapat di rasakan oleh masyarakat adalah memudahkannya dalam berbelanja secara online. Selain itu, sistem penjualan dengan menggunakan platform digital berupa opencart ini juga dapat membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat seperti sebagai pengelola toko online.

Adapun dampak yang dapat di rasakan oleh pelaku UMKM adalah platform digital berupa opencart ini dapat memperluas jangkauan pasar bagi para pebisnis lokal sehingga para pebisnis lokal dapat meningkatkan daya saing mereka di dalam sektor perdagangan. Dan adapun dampak yang dapat di rasakan oleh pemerintah adalah dengan adanya platform digital berupa opencart ini dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi digital. Dengan di bukanya lapangan pekerjaan yang luas, tentu saja hal ini dapat membantu pemerintah dalam mengurangi angka kemiskinan yang ada di Indonesia.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1. Kesimpulan

Permasalahan yang di hadapi oleh para pebisnis lokal di batusangkar adalah keterbatasan dalam hal penjualan produk, sebagian besar para pebisnis lokal di batusangkar masih menggunakan sistem penjualan tradisional seperti dengan menggunakan spanduk atau promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut. Sehingga penelitian ini menghasilkan sebuah sistem penjualan dengan menggunakan platform digital dengan menggunakan opencart. Para pebisnis lokal dapat memanfaatkan platform ini dengan biaya yang relatif rendah. Opencart juga menyediakan banyak fitur menarik yang tentunya dapat menarik minat pelanggan. Sehingga platform digital ini di nilai mampu meningkatkan daya saing para pebisnis lokal yang ada di batusangkar. Penerapan dari penggunaan platform digital berbasis opencart ini tentunya banyak memberikan dampak positif, terutama terbukanya lowongan pekerjaan bagi masyarakat. Dengan begitu, opencart di nilai sangat efektif untuk mendukung para pebisnis lokal untuk menghadapi pasar yang lebih luas lagi.

4.2. Saran

Agar penerapan platform digital dengan menggunakan opencart dapat di lakukan, maka pemerintah di harapkan untuk menyediakan pelatihan untuk para pebisnis lokal dan anggota masyarakat, sehingga penggunaan platform digital dengan menggunakan opencart ini dapat di maksimalkan. Selain itu, fasilitas seperti jaringan internet yang cepat juga harus di perhatikan untuk mendukung penerapan sistem penjualan dengan menggunakan platform digital berbasis opencart ini.

Daftar Pustaka

- Alius, A. N., & Anis, A. (2024). *Pengaruh Pembangunan Infrastruktur Ekonomi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Inklusif Di Sumatra Barat dan pelayanan masyarakat . Sebagai daerah otonom , Provinsi Sumatera Barat terus berupaya merupakan tujuan pembangunan daerah . Oleh karena itu , pembangunan. 32.*
- Apprilisda Ranica Putri, Devi Maria Saadah, Iis Nurkamillah, Silven Yonathan, Sucya Sri Yuliana, & Ricky Firmansyah. (2023). Peran E-commerce Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan UMKM Salaut Di Universitas Teknologi Digital. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1(3), 01–16. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i3.181>
- Berbasis, S., & Kreatif, E. (2024). *Digital (Digital Marketing) Sebagai Optimalisasi Socialization of Product*

Marketing Through Digital Platforms (Digital Marketing) As Optimization of. 4(2), 343–349.

- Daniel, M., & Tukino, T. (2021). Rancang Bangun E-Commerce Menggunakan CMS Opencart. *Jurnal Comasie*, 05(02), 1–9.
- Donoriyanto, D. S., Indiyanto, R., Juliardi A. R., N. R., & Syamsiah, Y. A. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di Kota X. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 42–50. <https://doi.org/10.54783/ap.v4i1.22>
- Effendi, B. (2020). Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Syah Kuala Law Journal*, 4(1), 21–32. <https://doi.org/10.24815/sklj.v4i1.16228>
- Fahri, M. U. (n.d.). Mulai Jualan Online Dengan Aplikasi Cms E-Commerce. *Academia.Edu*.
- Falah, H. W., & Syafri. (2023). Determinasi Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 2309–2318. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.16541>
- Fitriani, F., Kania Widyawati, D., Sutarni, Berliana, D., & Apriyani, M. (2022). Smart Marketplace Untuk Keberlanjutan Bisnis Lokal. *Jurnal Manajemen Informatika Dan Sistem Informasi*, 5(2), 187–199. <https://doi.org/10.36595/misi.v5i2.337>
- Ilhamalimy, R. R., Wijaya, I. K. K., Sukarma, I. K. S., Hanna, F. O., & Chasanah, A. N. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Talas Menjadi Kue Bolu Dengan Strategi Penjualan Melalui Pemasaran Tradisional Dan Digital Di Desa Jenggik Utara. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 5(4), 737–743. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i4.1505>
- Juwita, O., Firdonsyah, A., Ali, M., Widodo, A. P., & Isnanto, R. R. (2022). Studi Literatur Platform Digital Sebagai Sarana Pembangunan Ekosistem Dalam Mengembangkan UMKM. *INFORMAL: Informatics Journal*, 7(1), 59. <https://doi.org/10.19184/isj.v7i1.31547>
- Mansir, F., & Purnomo, H. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Era Pandemi Covid -19 di UMKM Panggunharjo Sewon Bantul. *Abdimas Singkeru*, 1(1), 39-50.
- Nurharjadmo, W., Khadija, M. A., & Usman, I. L. (2022). Content Management System Opencart Untuk Mendukung Smart Branding Bisnis Kosmetik. *NOCTIS- Vol 02, No 01 (2023), Pp. 30-41* <https://Journal.Uns.Ac.Id/Noctis/Index>, 2(02), 30–41.
- Pratama, F. I., Subroto, E. M. N., Haira, R. M., & Yaqin, M. A. (2023). Pengujian Black Box pada Aplikasi E-Commerce OpenCart dengan Metode Equivalence Partitioning dan Boundary Value Analysis. *Jurnal Ilmiah Informatika*, 8(1), 54–64. <https://doi.org/10.35316/jimi.v8i1.54-64>
- Rafsyantjani, G. M., & Fauzi, A. (2022). Pengembangan Media Promosi Berbasis Website Dengan Aplikasi Cms Wordpress Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada Umkm Aneka Batik Pamekasan. *Pengembangan Media Promosi Berbasis Website Dengan Aplikasi Cms Wordpress Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada Umkm Aneka Batik Pamekasan*, 8(1), 1–6.
- Rulinawaty, R., Risnashari, R., & Lince, R. (2021). “Orang Kampung”, Pemasaran Digital, Dan Kebijakan Publik: Sebuah Tinjauan Dan Agenda Penelitian. Studi Kasus : Pemasaran Tradisional Songko Recca. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 575. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6509>
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Sary, E. N., & Shilvana, D. (2024). Implementasi Sistem Informasi E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Online. 02(02), 322–328.

- Sofiyantu, H. R. (2024). Optimalisasi Platform Digital Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM. *IME Inovasi Makro Ekonomi, Vol.6, No.3(3)*, 131–132.
- Sumanto, Gipayana, M., & Rumidjan. (2015). Kerajinan Tangan di Blitar sebagai Sumber Belajar Seni Budaya dan Prakarya (SBdP) Sekolah Dasar. *Jurnal Sekolah Dasar, 24(2)*, 111–123.
- Tata, M. K. A. (2022). Menguatkan Konsep Fikih Sosial dalam Dinamika Interaksi Manusia Perspektif K.H Muhammad Ali Yafie. *Hakamain: Journal of Sharia and Law Studies, 1(1)*, 25–35. <https://doi.org/10.57255/hakamain.v1i1.40>
- Yuliani, N., Yuniyanto, A., & Marnis, M. (2022). Implementasi Penggunaan CMS OpenCart Dalam Upaya Toko Online Naik Kelas. *Tekinfor: Jurnal Bidang Teknik Industri Dan Teknik Informatika, 23(2)*, 123–138. <https://doi.org/10.37817/tekinfor.v23i2.2604>