



## Perancangan produk kerajinan untuk home industry berbasis E- Commerce dengan integrasi openchart sebagai media promosi digital

Hafizh An Naufal<sup>1,\*</sup>, Firdaus Anas<sup>2</sup>, Nazwa Yupada Putri Sitorus<sup>3</sup>,  
Khalif Jantan<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Bukittinggi, Indonesia

### Informasi Artikel

#### Riwayat Artikel:

Submit : 9 Januari 2024

Revisi : 09 April 2024

Diterima : 19 Mei 2024

Diterbitkan: 26 Juni 2024

#### Kata Kunci

Home Industry, OpenChart, Media Promosi

#### Correspondence

E-mail: [akuuhafizh@gmail.com](mailto:akuuhafizh@gmail.com)\*

### A B S T R A K

Artikel ini membahas pentingnya perancangan produk kerajinan dalam konteks home industry dan e-commerce, serta langkah-langkah praktis untuk mengembangkan produk yang dapat dijual secara online. Meskipun banyak pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) belum memanfaatkan media online untuk promosi, penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan platform OpenCart dapat meningkatkan visibilitas produk. Kondisi yang ada saat ini menunjukkan bahwa pemilik UMKM seringkali kurang percaya diri dalam memasarkan produk secara daring, yang mengakibatkan terbatasnya jangkauan pasar. Dengan menggunakan metodologi Research and Development (R&D) melalui model Define, Design, Develop, dan Dissemination, penelitian ini menghasilkan media promosi berbasis web menggunakan aplikasi OpenCart. Temuan menunjukkan bahwa OpenCart berfungsi sebagai alat pendukung yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk home industry di daerah. Implikasi dari penelitian ini adalah kemampuan UMKM untuk dikenal di luar daerah, meningkatkan daya saing dalam promosi produk, serta memperkuat sumber daya manusia agar mampu bersaing secara global. Dengan demikian, diharapkan artikel ini dapat menginspirasi para pengusaha untuk memanfaatkan peluang di pasar e-commerce

#### Abstract

*This article discusses the importance of designing craft products in the home industry and e-commerce, as well as practical steps for developing products that can be sold online. Although many micro, small and medium enterprise (MSME) owners have not utilized online media for promotion, this research shows that implementing the OpenCart platform can increase product visibility. Current conditions show that MSME owners often lack confidence in marketing products online, which results in limited market reach. Using the Research and Development (R&D) methodology through the Define, Design, Develop and Dissemination model, this research produces web-based promotional media using the OpenCart application. The findings show that OpenCart functions as an effective supporting tool to increase the competitiveness of home industry products in the region. The implications of this research are the ability of MSMEs to be known outside the region, increase competitiveness in product promotion, and strengthen human resources to be able to compete globally. Thus, it is hoped that this article can inspire entrepreneurs to take advantage of opportunities in the e-commerce market. Technological developments have brought changes to product marketing and sales, especially for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). This research aims to develop an E-Commerce based sales strategy for MSMEs in the craft sectors in Padang City, as an effort to increase competitiveness and expand market access. This is an open access article under the CC-BY-SA license*

## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi yang pesat dalam beberapa tahun terakhir telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai sektor industri, termasuk industri kerajinan. Sebagai sektor yang memiliki potensi besar dalam pemberdayaan ekonomi lokal, industri kerajinan rumah tangga (home industry) kini menghadapi tantangan untuk mengakses pasar yang lebih luas. Salah satu solusi yang dapat diambil adalah dengan memanfaatkan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar secara digital. Melalui e-commerce, pelaku usaha kerajinan dapat memasarkan produk mereka kepada konsumen di berbagai wilayah tanpa terbatas oleh jarak dan waktu, perekonomian global kini memasuki era digital yang ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi, termasuk dalam sektor UMKM. Sektor UMKM berkontribusi signifikan terhadap perekonomian, namun masih menghadapi tantangan dalam pemasaran produk secara luas. Dalam filosofi ekonomi, perkembangan teknologi memberi peluang untuk menciptakan nilai lebih bagi pelaku usaha kecil (NAIMAH et al., 2020). E-commerce menjadi solusi untuk meningkatkan efisiensi dan memperluas pasar.

UMKM seringkali terbatas dalam mengakses pasar global akibat keterbatasan sumber daya dan teknologi. Penggunaan platform e-commerce memungkinkan UMKM menjangkau pasar lebih luas tanpa hambatan geografis. Teknologi OpenCart sebagai platform e-commerce memungkinkan pelaku usaha mengelola penjualan secara efisien (Daniel & Tukino, 2021). UMKM juga memiliki fleksibilitas yang tinggi, memungkinkan adaptasi cepat terhadap perubahan pasar. Dukungan teknologi seperti e-commerce dan media sosial semakin membuka peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing secara global. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM menjadi strategi penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi ketimpangan ekonomi. ebagai penggerak ekonomi lokal, UMKM sering kali memanfaatkan sumber daya yang ada di komunitas sekitar wilayah (Hermiati et al., 2021).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian suatu negara, baik dalam hal penciptaan lapangan kerja maupun pemberdayaan masyarakat. Namun, UMKM sering kali menghadapi tantangan besar dalam mengakses pasar yang lebih luas karena keterbatasan sumber daya, baik itu dari segi modal, teknologi, maupun jaringan distribusi. pelaku UMKM tidak hanya dapat menjual produk secara lokal tetapi juga global tanpa harus membangun infrastruktur fisik yang besar, pelaku usaha dapat mengembangkan desain yang mengikuti tren sambil tetap mempertahankan identitas tradisional. Selain itu, kerajinan tangan sering menjadi pilihan untuk hadiah atau dekorasi karena keunikannya, untuk memperluas barang produk untuk memperkenalkan umkm para usaha mikro (Lametti, 2003).

Perkembangan teknologi informasi yang pesat dalam beberapa tahun terakhir telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai sektor industri, termasuk industri kerajinan. Sebagai sektor yang memiliki potensi besar dalam pemberdayaan ekonomi lokal, industri kerajinan rumah tangga (home industry) kini menghadapi tantangan untuk mengakses pasar yang lebih luas. Salah satu solusi yang dapat diambil adalah dengan memanfaatkan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar secara digital. Melalui e-commerce, pelaku usaha kerajinan dapat memasarkan produk mereka kepada konsumen di berbagai wilayah tanpa terbatas oleh jarak dan waktu, perekonomian global kini memasuki era digital yang ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi, termasuk dalam sektor UMKM. Sektor UMKM berkontribusi signifikan terhadap perekonomian, namun masih menghadapi tantangan dalam pemasaran produk secara luas. Dalam

filosofi ekonomi, perkembangan teknologi memberi peluang untuk menciptakan nilai lebih bagi pelaku usaha kecil. E-commerce menjadi solusi untuk meningkatkan efisiensi dan memperluas pasar (Syahdan, 2019).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian suatu negara, baik dalam hal penciptaan lapangan kerja maupun pemberdayaan masyarakat. UMKM juga diberikan bantuan dalam membuat akun bisnis di media digital yaitu Google Bisnis dan Instagram, beserta cara mengelola media digital tersebut secara optimal. Luaran yang dihasilkan dari pengabdian ini adalah akun Google bisnis dan Instagram, artikel ilmiah yang diterbitkan dalam jurnal nasional, serta laporan kegiatan. Metode yang digunakan adalah dengan memberikan pelatihan berupa ceramah dan pemberian tutorial membuat akun di media digital beserta cara mengelola media digital tersebut, dan memberikan arah terhadap para usaha mikro agar mereka mampu bersaing.

Promosi digital merupakan langkah strategis dalam memperluas jangkauan bisnis di era teknologi. Dengan menggunakan platform digital seperti media sosial dan website, pelaku usaha dapat menyampaikan informasi produk secara lebih cepat dan efisien. Konten kreatif yang relevan mampu menarik perhatian audiens dan mendorong interaksi yang lebih aktif. Selain itu, promosi digital memungkinkan pelacakan performa melalui data analitik untuk evaluasi strategi pemasaran. Dengan demikian, promosi digital menjadi elemen penting dalam membangun keunggulan kompetitif di pasar modern. Pendekatan promosi digital dapat meningkatkan citra merek sekaligus meningkatkan penjualan produk. Pelaku bisnis dapat memanfaatkan iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan segmentasi yang spesifik. (Tata, 2022) Teknik optimasi seperti SEO dan SEM dapat membantu produk lebih mudah ditemukan di mesin pencari. Interaksi melalui komentar dan pesan di media sosial juga dapat membangun hubungan lebih dekat dengan konsumen. Oleh karena itu, promosi digital tidak hanya membantu mengenalkan produk, tetapi juga menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal.

Industri rumahan memiliki peran signifikan dalam mendukung perekonomian lokal di tengah perkembangan zaman. Kegiatan ini memberikan peluang usaha bagi individu atau keluarga untuk memproduksi barang dengan skala kecil. Produk dari home industry sering kali memiliki nilai unik yang tidak dimiliki oleh produk massal dari industri besar (Fawaid & Fatmala, 2020). UMKM menjadi tempat untuk menciptakan lapangan pekerjaan, selain itu UMKM juga usaha padat karya, yang tidak membutuhkan syarat-syarat tertentu misalnya pendidikan, keterampilan dalam bekerja dan syarat yang lainnya, Home industry juga menjadi solusi pengangguran di berbagai daerah dengan membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Dengan memanfaatkan keahlian dan keterampilan, banyak orang dapat menghasilkan produk yang bernilai jual tinggi. Pendekatan ini membantu mengurangi ketergantungan pada pekerjaan formal yang terbatas. Produk-produk home industry, seperti makanan ringan atau pakaian, sering kali menjadi primadona di pasar lokal maupun internasional. Dengan demikian, home industry memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat.

Kerajinan tangan merupakan salah satu bentuk seni yang memadukan kreativitas dengan keterampilan manual. Produk kerajinan tangan memiliki nilai seni tinggi karena dihasilkan melalui proses yang detail dan personal. Setiap produk biasanya memiliki keunikan yang tidak dapat ditemukan pada barang produksi massal (C. F. Hasibuan & Sutrisno, 2018). Material yang digunakan sering kali berasal dari bahan alami yang ramah lingkungan. Oleh karena itu, kerajinan tangan menjadi simbol kekayaan budaya dan inovasi manusia, Pasar kerajinan tangan terus berkembang, terutama dengan meningkatnya minat terhadap produk lokal dan etnik. Banyak konsumen yang

menghargai nilai eksklusif dari produk-produk yang dibuat dengan tangan. Berbagai jenis kerajinan seperti anyaman, ukiran, atau perhiasan kini telah merambah pasar internasional (Ernawati et al., 2021). Kemasan dan pemasaran yang menarik dapat menambah daya tarik produk tersebut. Dengan demikian, kerajinan tangan tidak hanya menjadi karya seni, tetapi juga peluang bisnis yang menjanjikan.

Opencart adalah platform e-commerce yang membantu pelaku bisnis dalam membangun toko online dengan mudah dan efisien. Dengan antarmuka yang sederhana, pengguna dapat mengelola produk, pesanan, dan pembayaran tanpa memerlukan keahlian teknis khusus. Fitur-fitur bawaan seperti laporan penjualan dan manajemen inventaris membuat pengelolaan toko menjadi lebih terorganisir. Selain itu, Penggunaan internet telah berubah secara signifikan. We Are Social melaporkan bahwa pada tahun 2020 Indonesia memiliki 175,4 juta pengguna internet. Pada tahun sebelumnya, terjadi peningkatan sebesar 17%. Dengan total populasi 272,1 juta penduduk Indonesia, 64% penduduk Indonesia memiliki akses Internet. Banyak industri telah menerapkan teknologi Internet termasuk sektor E-Commerce perusahaan karena berbagai alasan, dan alternatif bisnis yang efisien waktu, tenaga dan biaya (Zuhri, 2013).

Rendahnya penetrasi e-commerce bagi UMKM di Indonesia harus disikapi secara tepat. Pemerintah dan pelaku usaha UMKM sebagai stakeholder utama harus mendapatkan masukan yang valid mengenai kondisi eksisting dan potensi pengembangan serta faktor pendukung dan penghambat e-commerce bagi UMKM di Indonesia. Pemerintah misalnya harus mengetahui secara tepat kendala-kendala yang menyebabkan rendahnya penetrasi e-commerce bagi UMKM. Lebih lanjut bagi pelaku/calon pelaku usaha UMKM diharapkan dapat mengetahui produk-produk apa saja yang paling diminati konsumen online sekaligus media yang digunakan konsumen dalam melakukan pembelian secara online (potensi dan peluang). Faktor yang menghambat konsumen dalam melakukan pembelian secara online juga harus diketahui oleh pemerintah dan pelaku usaha supaya dapat dicari solusi serta strategi kreatif untuk mengatasinya (Febriantoro, 2018).

Opencart merupakan aplikasi gratis berbasis open source yang digunakan sebagai media pembuat toko online atau website e-commerce, dan aplikasi lainnya yang tergolong gratis seperti Joomla, Magento, Opencart dan lain-lain. Opencart memiliki banyak keunggulan seperti tampilan user interface yang menarik serta banyak modul-modul gratis sebagai add-on untuk website yang akan dibangun, juga sudah ada developer dari Indonesia dan sub forum berbahasa Indonesia yang memudahkan pengguna untuk belajar tentang Opencart (Maulana et al., 2015). Mudah untuk digunakan sebagai para pemula, opencart juga bisa digunakan oleh seluruh kalangan orang dikarenakan mudah dipelajari

seiring waktu, jajanan modern dengan penjualan dan promosi yang baik membuat persaingan pasar semakin ketat. Yang mana jajanan tradisional untuk saat ini sudah jarang dicari oleh masyarakat. Supaya perekonomian di Indonesia bisa kembali stabil karena UMKM merupakan salah satu kontribusi terbesar pada perekonomian Indonesia (Suhery et al., 2020). OpenCart dirancang untuk melindungi data pengguna dan transaksi dengan standar enkripsi yang kuat. Selain itu, pembaruan reguler memastikan platform ini tetap kompatibel dengan teknologi terbaru. Dengan fitur laporan penjualan, pemilik toko dapat memantau kinerja bisnis secara real-time, membantu pengambilan keputusan yang lebih baik. Dukungan pengembangan berkelanjutan dari komunitas dan pengembang OpenCart membuatnya tetap relevan di pasar yang kompetitif.

Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media ini, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan.

sekarang di Indonesia. Berjualan diinternet saat ini sudah menjadi hal yang lazim dilakukan pebisnis internet, khususnya pengusaha kecil. Terlebih lagi jika bisnis itu dijalankan bagi pengusah kecil yang memiliki modal yang sangat terbatas untuk berjualan. Bisnis online menggunakan media internet merupakan solusi bagi pengusaha yang memiliki modal minim untuk dapat mempromosikan dan menjual produk mereka hingga luas (Yuliani et al., 2022).

Keunggulan lain dari OpenCart adalah fleksibilitasnya yang memungkinkan integrasi dengan berbagai aplikasi pihak ketiga. Misalnya, pengguna dapat menambahkan plugin untuk pengelolaan inventaris, pengiriman, atau analitik penjualan. Platform ini juga mendukung berbagai bahasa dan mata uang, menjadikannya ideal untuk bisnis dengan target pasar internasional. Selain itu, komunitas OpenCart yang besar memberikan dukungan teknis yang luas bagi pengguna. Dengan biaya yang terjangkau, OpenCart menawarkan solusi efektif untuk mengembangkan bisnis e-commerce, Pedagang juga tidak perlu mahir dalam memahami atau menerapkan bahasa pemrograman dalam penggunaannya (Pratama et al., 2023). yang menyediakan solusi lengkap untuk membuat toko online dengan mudah. Platform ini menawarkan antarmuka yang sederhana dan intuitif, memungkinkan pemula sekalipun untuk mengelola toko online mereka.

Keberadaan e-commerce juga telah menciptakan ekosistem ekonomi baru yang melibatkan berbagai pihak, mulai dari penjual, penyedia logistik, hingga platform teknologi (Yadewani & Wijaya, 2017). Pertumbuhan pengguna internet yang berkembang dengan pesat seharusnya menjadi alasan mengapa perusahaan harus mencoba menerapkan e-commerce. Walaupun memang perkembangan pengguna e-commerce belum begitu mengesankan dibandingkan dengan pertumbuhan pengguna internet (M. Hasibuan et al., 2023). Pertumbuhan pengguna internet yang berkembang dengan pesat seharusnya menjadi alasan mengapa perusahaan harus mencoba menerapkan e-commerce. Walaupun memang perkembangan pengguna e-commerce belum begitu mengesankan dibandingkan dengan pertumbuhan pengguna internet (Sidharta & Suzanto, 2015). Oleh karena itu, investasi dalam e-commerce tidak hanya relevan tetapi juga menjadi langkah strategis dalam menghadapi tantangan bisnis di era digital.

## 2. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, metode ADDIE digunakan sebagai kerangka kerja untuk memandu penelitian ini. Berikut adalah hasil dan pembahasan dari setiap tahapan yang telah dilaksanakan. Pembahasan adalah penjelasan dasar, hubungan dan generalisasi yang ditunjukkan oleh hasil. Uraianya menjawab pertanyaan penelitian. Jika ada hasil yang meragukan maka tampilkan secara objektif. analisis bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan utama UMKM di Desa alang ramba, kecamatan basa ampek balai khususnya pada home industry, dalam memanfaatkan sistem web opencart. Melalui wawancara dan observasi yang dilakukan di desa tersebut, sejumlah kebutuhan utama UMKM berhasil diidentifikasi sebagai berikut. *Pertama*, Promosi digital yang lebih efektif: Sebagian besar UMKM di Desa alang ramba, Kecamatan basa ampek balai, masih menggunakan media sosial umum seperti Facebook dan WhatsApp (Tamara Dewi et al., 2023). Namun, pendekatan ini kurang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga pemasaran hanya terbatas pada lingkup tertentu. *Kedua*, Katalog produk dengan visual yang menarik: UMKM di Desa Alang ramba, Kecamatan basa ampek balai, umumnya menampilkan produk mereka melalui unggahan di media sosial seperti Facebook dan WhatsApp. Cara ini tidak menarik perhatian pembeli, sehingga kurang menarik untuk para pembeli sehingga produk cenderung rendah. *Ketiga*, Sistem pembayaran yang mendukung transaksi lokal dan aman : Sebagian besar UMKM di Desa alang rambah, Kecamatan basa ampek balai,

masih mengandalkan sistem pembayaran manual yang dinilai kurang efisien dan optimal untuk mendukung transaksi (NAIMAH et al., 2020).

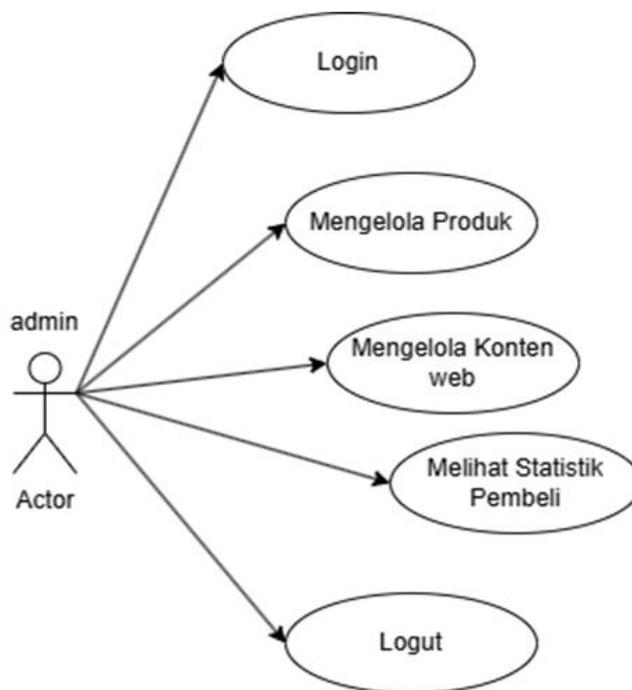
Selanjutnya ketahap *Design* atau perancangan, Pada tahap ini, dilakukan perancangan sistem yang disusun yang memenuhi kebutuhan utama UMKM di Desa alang rambah, Kecamatan basa ampek balai, yang telah diidentifikasi pada tahap analisis. *Pertama*, Merancang media promosi yang lebih simpel: Platform berbasis OpenCart dipilih sebagai media promosi karena memiliki fleksibel, mudah digunakan, dan mendukung berbagai modul tambahan untuk meningkatkan fungsinya. *Kedua*, Merancang katalog produk dengan tampilan yang menarik: Antarmuka desain dibuat responsif agar tampilan optimal di perangkat desktop dan seluler. OpenCart memungkinkan pengaturan warna dan tema yang dapat mencerminkan identitas lokal produk home industry di Desa alang rambah, Kecamatan basa ampek balai. *Ketiga*, Merancang sistem pembayaran yang aman: OpenCart mendukung sistem pembayaran digital, sehingga transaksi dapat dilakukan dengan mudah, kapan saja, dan di mana saja. *Keempat*, Pengujian internal: Uji coba dilakukan untuk memastikan semua fitur berfungsi dengan baik, termasuk simulasi transaksi dari awal hingga akhir. Dengan demikian, penggunaan OpenCart sebagai media promosi untuk UMKM di Desa alang rambah siap diimplementasikan (Ramadhan et al., 2024).

Penelitian ini menggunakan model pengembangan 4D, yang terdiri dari empat tahap: define (pendefinisian), design (perancangan), develop (pengembangan), dan dissemination (penyebaran) (Abdillah, 2024). Dalam bagian hasil, akan diuraikan secara mendetail mengenai setiap aspek dari model pengembangan yang diterapkan. Berikut ini adalah hasil dan pembahasan dari penelitian tersebut:

### 2.1. *Design (Perancangan)*

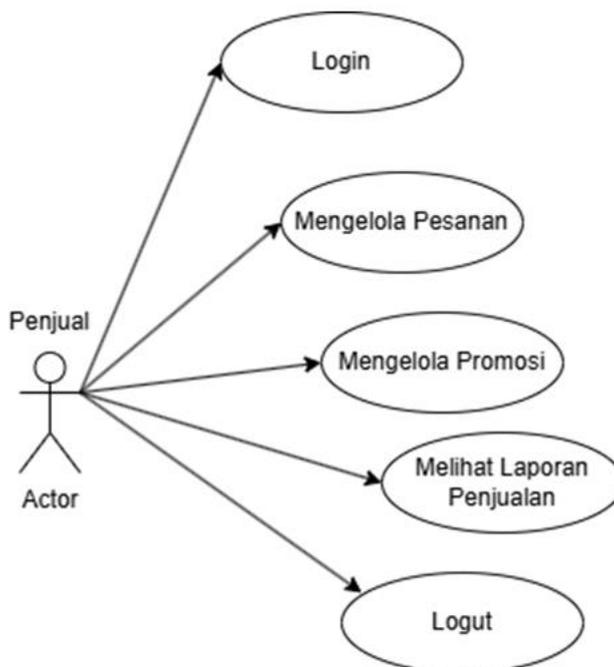
Berikut adalah langkah-langkah umum dalam merancang platform e-commerce OpenCart untuk usaha kecil dan menengah di Kabupaten Bengkalis: *Pertama*, *UseCase* Diagram. Pemodelan sistem yang digunakan dalam metodologi pengembangan perangkat lunak berbasis Unified Modeling Language (UML). Diagram ini menggambarkan interaksi antara pengguna (atau aktor) dengan sistem, serta menggambarkan fungsi-fungsi atau perilaku utama yang disediakan oleh sistem tersebut. Use Case Diagram membantu untuk memahami bagaimana sistem akan digunakan oleh aktor-aktor eksternal (misalnya pengguna atau sistem lain) dan apa saja kebutuhan atau fitur yang diinginkan (Widjaja et al., 2024).

*Kedua, UseCase Admin*



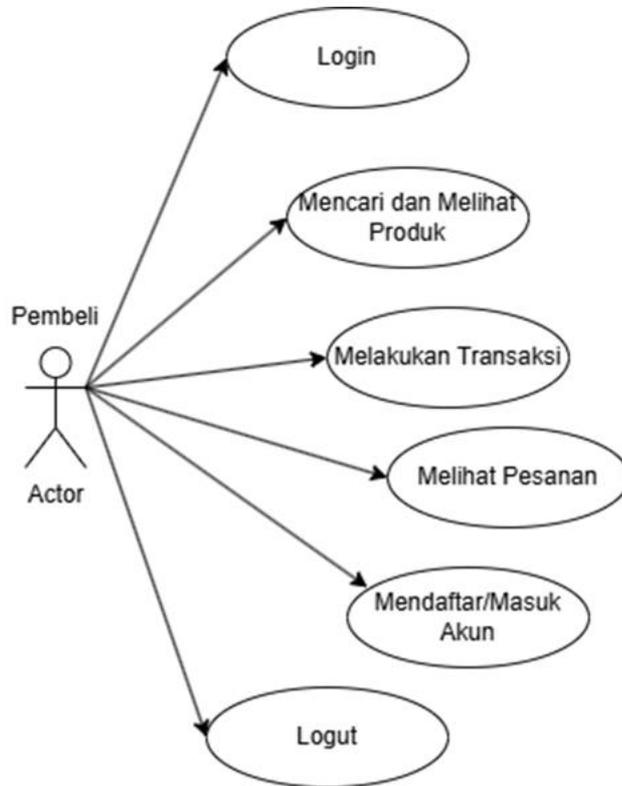
Menggambarkan bagaimana seorang admin berinteraksi dengan sistem dan apa saja tindakan yang bisa dilakukan oleh admin tersebut. Admin, sebagai aktor dalam diagram ini, memiliki peran yang sangat penting dalam mengelola dan memelihara sistem, admin akan memiliki beberapa fungsi utama yang dapat diakses, Salah satu fungsinya adalah mengelola hak akses.

*Ketiga, Usecase Penjualan*



Menggambarkan peran penjual dalam sistem dan interaksi mereka dengan fitur-fitur yang ada dalam sistem tersebut. Penjual biasanya memiliki peran yang lebih terbatas dibandingkan dengan admin, namun tetap memiliki tanggung jawab yang signifikan dalam menjalankan kegiatan jual beli. Dalam sistem e-commerce, misalnya, penjual berfokus pada pengelolaan produk yang mereka jual, pemrosesan pesanan, dan interaksi dengan pembeli.

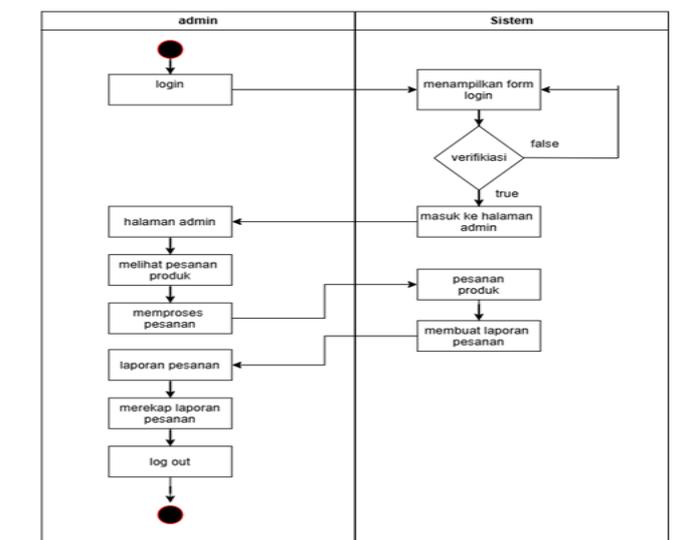
*Keempat, UseCase Pembeli*



Menggambarkan peran pembeli dalam sistem dan interaksi mereka dengan fitur-fitur yang tersedia di dalam platform. Dalam konteks e-commerce atau aplikasi belanja online, pembeli berfokus pada pencarian produk, pemesanan, pembayaran, dan proses pengiriman. Berikut adalah penjelasan tentang beberapa use case yang terkait dengan Pembeli dalam sistem.

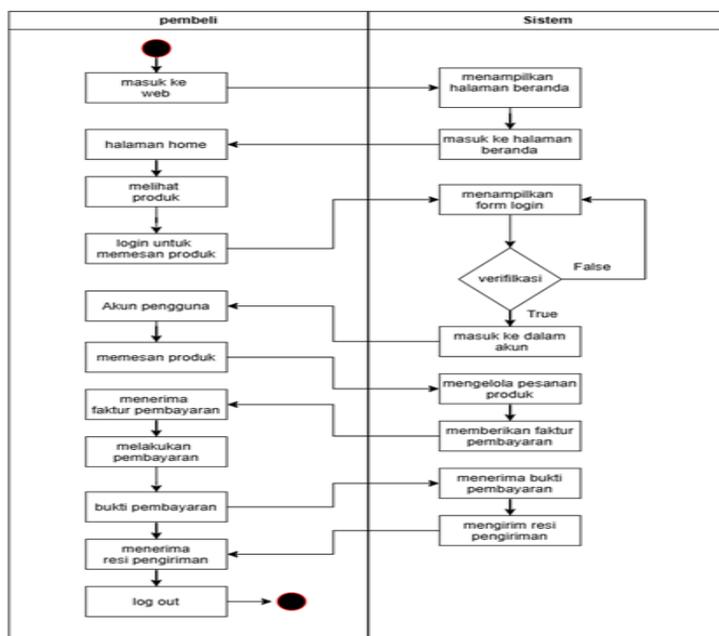
3.2. *Activity Diagram*

Activity Diagram Admin



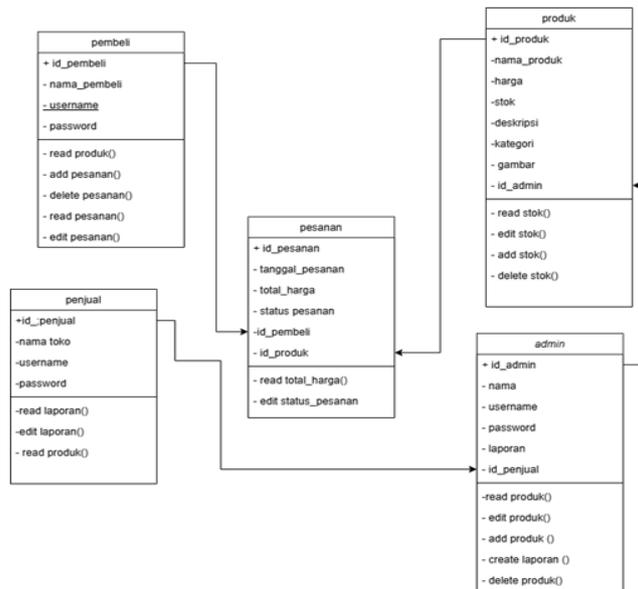
Menggambarkan urutan aktivitas yang dilakukan oleh seorang admin dalam suatu sistem. Dalam konteks sistem perangkat lunak, admin sering kali memiliki akses untuk mengelola berbagai aspek sistem, seperti pengguna, data, dan proses operasional lainnya. Activity Diagram untuk Admin akan menunjukkan alur kerja atau proses yang dilakukan oleh admin dalam sistem, mulai dari tindakan awal hingga proses selesai.

### Activity Diagram Pembeli



Menggambarkan alur aktivitas yang dilakukan oleh seorang pembeli dalam sistem e-commerce atau aplikasi belanja online. Diagram ini menunjukkan langkah-langkah yang diambil oleh pembeli untuk mencari produk, melakukan pembelian, dan menerima produk. Setiap langkah aktivitas diperlihatkan secara berurutan untuk menunjukkan bagaimana pembeli berinteraksi dengan sistem.

### Class Diagram



Salah satu jenis diagram dalam pemodelan Unified Modeling Language (UML) yang digunakan untuk merepresentasikan struktur statis dari sebuah sistem perangkat lunak. Diagram ini menunjukkan hubungan antara kelas-kelas dalam sistem, termasuk atribut (properties), metode (operations), serta hubungan seperti asosiasi, pewarisan, dan agregasi.

Database

No	Field Name	Type	Field Size	Keterangan
1	Id_pembeli	Int	11	Ide_pembeli
2	Nama_pembeli	varchar	20	Nama Pembeli
3	username	varchar	20	Username
4	password	varchar	20	Kata Kunci

Tabel Penjual

No	Field Name	Type	Field Size	Keterangan
1	Id_penjual	Int	11	Id Pembeli
2	Nama_toko	varchar	20	Nama Toko
3	username	varchar	20	Username
4	password	varchar	20	Kata Kunci

Tabel Produk

No	Field Name	Type	Field Size	Keterangan
1	Id_produk	Int	11	Id Produk
2	Nama_produk	varchar	20	Nama Produk
3	Harga	varchar	20	Harga
4	Stok	varchar	20	Stok
5	Kategori	varchar	20	Kategori
6	Gambar	blob		gambar

Tabel Admin

No	Field Name	Type	Field Size	Keterangan
1	Id_admin	Int	11	Id Admin

2	Nama	varchar	20	Nama
3	Username	varchar	20	Username
4	Password	varchar	20	Kata Kunci
5	Laporan	Varchar	100	Laporan

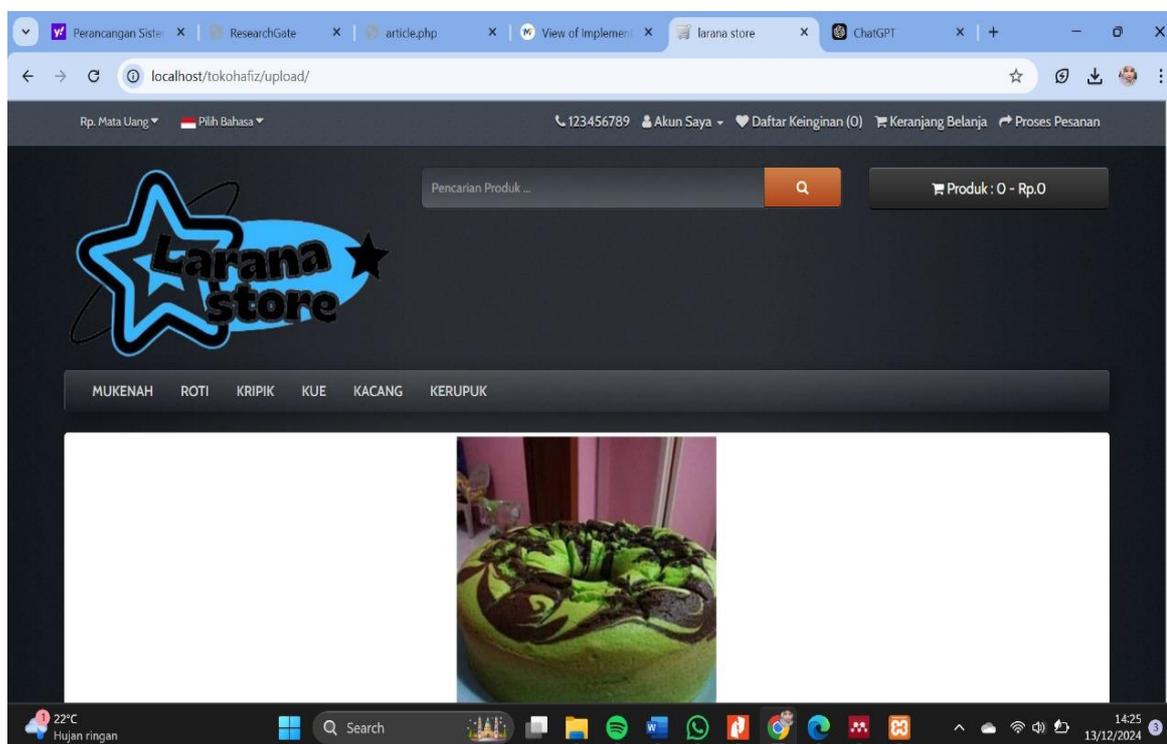
Tabel Pesanan

No	Field Name	Type	Field Size	Keterangan
1	Id_admin	Int	11	Id Admin
2	Nama	varchar	20	Nama
3	Username	varchar	20	Username
4	Password	varchar	20	Kata Kunci
5	Laporan	Varchar	100	Laporan

### 2.3. Development Pengembangan

Begitu desain selesai, langkah berikutnya adalah memulai pengembangan dengan membuat prototipe platform OpenCart yang disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan para pengusaha.

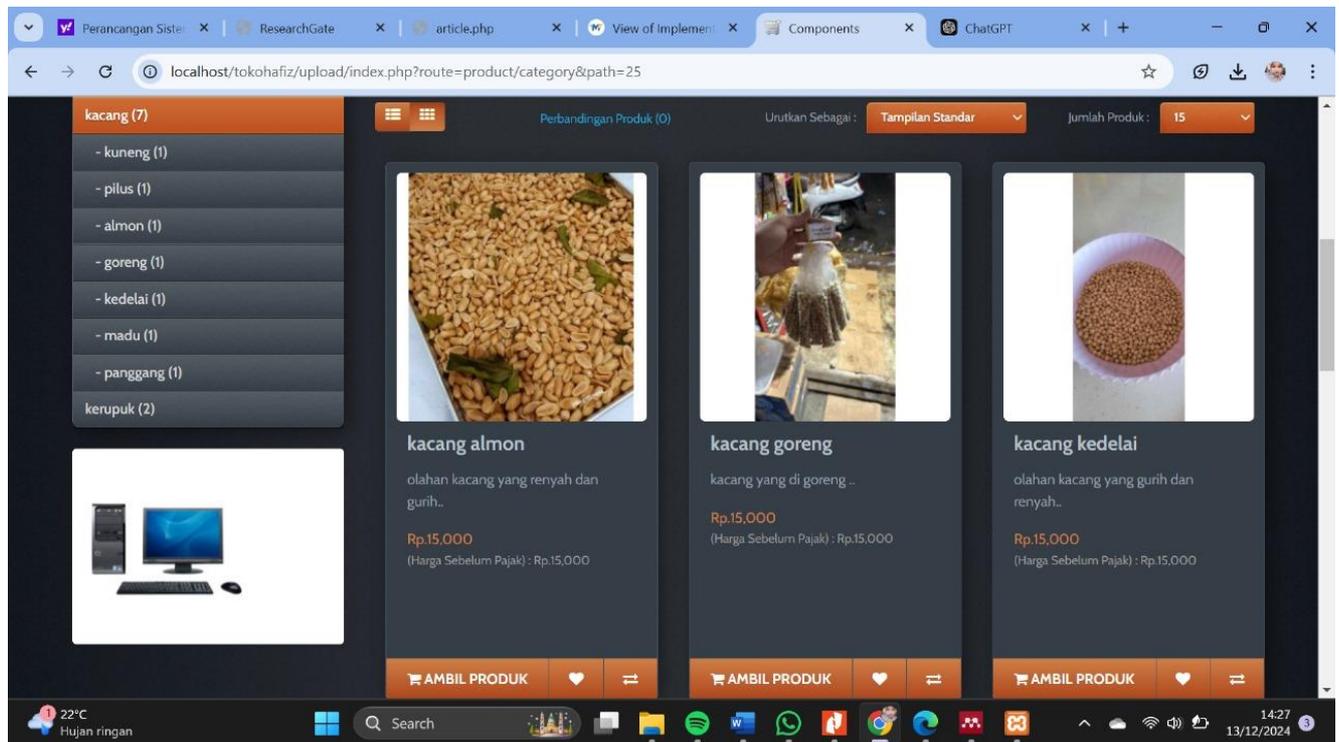
Halaman Beranda, Pelanggan dapat dengan mudah mencari produk menggunakan kategori atau kata kunci.



Berikut adalah antarmuka utama dari situs e-commerce bernama Alin Store yang dibangun menggunakan platform OpenCart. Desainnya mengusung tema dengan latar belakang gelap dan elemen visual sederhana namun tetap fungsional. Bagian header menampilkan informasi kontak seperti nomor

telepon dan ikon email, mempermudah pengguna untuk berkomunikasi secara langsung. Pilihan mata uang dan bahasa tersedia di pojok kanan atas, memungkinkan pengguna menyesuaikan sesuai preferensi mereka. Logo "Alin Store" ditampilkan dengan desain menarik di bagian tengah, memperkuat identitas merek toko. Terdapat kolom pencarian besar yang diletakkan di posisi strategis, sehingga memudahkan pengguna untuk menemukan produk dengan cepat. Menu navigasi seperti "Akun Saya," "Daftar Keinginan," "Keranjang Belanja," dan "Proses Pesanan" terletak di bagian kanan atas, memberikan pengalaman belanja yang nyaman. Indikator keranjang belanja menunjukkan bahwa belum ada produk yang ditambahkan (Produk: 0 - Rp. 0), memberikan informasi transparan mengenai status belanja pengguna.

## Halaman Produk



Gambar tersebut menunjukkan halaman produk online yang menampilkan kerupuk jengkol. Kerupuk jengkol ini diproduksi oleh Alin Store dan dijual dengan harga Rp40.000. Deskripsi produk menjelaskan bahwa kerupuk jengkol adalah camilan khas Indonesia yang memiliki rasa gurih dan aroma khas jengkol yang menggugah selera. Kerupuk ini memiliki tekstur renyah yang membuatnya cocok dinikmati sebagai camilan sehari-hari atau pelengkap hidangan utama. Pada gambar, terlihat kerupuk jengkol dengan bentuk yang menarik dan menggoda. Pengunjung situs dapat dengan mudah menambahkan produk ini ke keranjang belanja dengan mengklik tombol "Ambil Produk".

### 3. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan sistem promosi digital yang berbasis OpenCart dapat membantu mengatasi berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM dialang rambah. Masalah-masalah ini termasuk terbatasnya jangkauan pasar, kurangnya efisiensi dalam mengelola bisnis, dan rendahnya pengetahuan digital di kalangan pelaku usaha. Dengan adanya fitur-fitur seperti pengelolaan produk, integrasi metode pembayaran, dan kemampuan untuk melacak pesanan, platform ini menawarkan solusi yang praktis untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang semakin ketat. Namun, untuk menjalankan program ini dengan baik, perlu ada dukungan berkelanjutan berupa pelatihan teknologi untuk para pelaku usaha dan perbaikan infrastruktur digital di daerah tersebut. Salah satu saran yang disampaikan adalah agar pemerintah daerah bekerja sama dengan sektor swasta untuk menyediakan program pelatihan teknologi bagi UMKM dan memperluas jaringan internet di daerah yang terpencil, sehingga keuntungan dari digitalisasi bisa dirasakan oleh semua pihak.

#### Daftar Pustaka

- Abdillah, F. (2024). Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 2(1), 27–35. <https://doi.org/10.37985/benefit.v2i1.335>
- Daniel, M., & Tukino, T. (2021). Rancang Bangun E-Commerce Menggunakan CMS Opencart. *Jurnal Comasie*, 05(02), 1–9.
- Ernawati, E., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pengembangan kerajinan anyaman Purun untuk meningkatkan daya saing. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(1), 27–40. <https://doi.org/10.21067/jem.v17i1.5215>
- Fawaid, A., & Fatmala, E. (2020). Home Industry Sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 14(1), 109. <https://doi.org/10.35931/aq.v14i1.342>
- Febriantoro, W. (2018). Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce Bagi Umkm Di Indonesia. *Jurnal MANAJERIAL*, 17(2), 184. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v17i2.10441>
- Hasibuan, C. F., & Sutrisno, S. (2018). Perancangan Produk Tas Travel Multifungsi Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (Qfd). *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 19(1), 40–44. <https://doi.org/10.32734/jsti.v19i1.365>
- Hasibuan, M., Pane, S., Siregar, R. A., & Silalahi, P. R. (2023). Strategi Penerapan E-Commerce dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(1), 87–93. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i1.254>
- Hermiati, R., Asnawati, A., & Kanedi, I. (2021). PEMBUATAN E-COMMERCE PADA RAJA KOMPUTER MENGGUNAKAN BAHASA PEMROGRAMAN PHP DAN DATABASE MYSQL. *JURNAL MEDIA INFOTAMA*, 17(1). <https://doi.org/10.37676/jmi.v17i1.1317>
- Lametti, D. (2003). The Concept of Property: Relations through Objects of Social Wealth. *The University of Toronto Law Journal*, 53(4), 325. <https://doi.org/10.2307/3650892>
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 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), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- 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>
- Ramadhan, M. S., Syaifuddin, M., Prasada, E. A., Trinanda, M. E., Putri, R. C., & Amini, F. (2024). Edukasi Hukum Transaksi E-Commerce Guna Menciptakan Konsumen Cerdas di

- SMK Muhammadiyah Pangkalan Balai. *Jurnal Dedikasi Hukum*, 4(3), 233–250. <https://doi.org/10.22219/jdh.v4i3.37462>
- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Transaksi Online Shopping Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Computech & Bisnis (e-Journal)*, 9(1), 23–36.
- Suhery, Putra, T., & Jasmalinda. (2020). Jurnal Inovasi Penelitian. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 1–4.
- Syahdan, S. (2019). Peran Industri Rumah Tangga (Home Industry) pada Usaha Kerupuk Terigu terhadap Pendapatan Keluarga di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur. *MANAZHIM*, 1(1), 45–63. <https://doi.org/10.36088/manazhim.v1i1.136>
- Tamara Dewi, B., Haris, A., & Feranika, A. (2023). Perancangan E-Commerce Pada Kerupuk 207 Jambi Berbasis Web. *Jurnal Manajemen Teknologi Dan Sistem Informasi (JMS)*, 3(2), 511–521. <https://doi.org/10.33998/jms.2023.3.2.1402>
- 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>
- Widjaja, A. E., Gennady, E., Hery, Haryani, C. A., Prasetya, K., & Aribowo, A. (2024). Pengembangan, Penyerahan, dan Pelatihan Sistem Informasi untuk Toko Sinar Terang di Kota Tangerang Selatan. *GIAT: Teknologi Untuk Masyarakat*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.24002/giat.v3i1.9139>
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA (Studi Kasus : AMIK Jayanusa Padang). *Jurnal Benefita*, 2(2), 102–109. <https://doi.org/10.22216/jbe.v2i2.478>
- Yuliani, N., Yuniarto, A., & Marnis, M. (2022). Implementasi Menggunakan 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>
- Zuhri, S. (2013). Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(April), 66–77.