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

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

| ISSN (Online) 2964-7908 |

Perancangan Sistem Promosi Produk Makanan Berbasis OpenChart Sebagai Media Pemasaran Digital Inovatif

M Yusuf Armando[1,],Firdaus Annas[2,*],Deni Arya Winaldi[3*]*

[1,2,3]*Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Bukittinggi,* Indonesia

Informasi Artikel

Riwayat Artikel:
Submit : 12 Juni 2024
Revisi : 30 Juli 2024
Diterima : 06 Oktober 2024
Diterbitkan: 09 Desember 2024
Kata Kunci

Perancangan Promosi, OpenChart,

Correspondence

E-mail: m.yusufarmando@gmail.com*

A B S T R A K

Perubahan digital sudah memberikan peluang yang besar kepada para pengusaha UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) untuk dapat menggunakan dan memanfaatkan teknologi dalam meningkatkan jarak pandang serta daya saing dari produk mereka. Akan tetapi, di Kota Pariaman, Kabupaten Padang Pariaman masih memiliki kendala yang signifikan di dalam memberikan serta menyediakan media yang dapat digunakan sebagai media promosi yang memadai untuk mereka para pelaku UMKM, lebih khususnya untuk produk-produk terkait makanan-makanan ringan. Terlihat bahwa minim-nya penggunaan terhadap berbagai platform-platform digital sebagai media promosi yang efektif menghalangi perkembangan potensi dari perkembangan pemasaran yang lebih luas. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan supaya dapat membuat perancangan terkait tentang sistem promosi yang berbasis Opencart sehingga dapat berfungsi untuk media pemasaran menggunakan digital untuk membantu para pengusaha atau pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menangah). Metode Penelitian yang dilakukan ini menggunakan pendekatan R&D (Research and Development) yang model pengembangannya yaitu (ADDIE) Analisis, Desain, Pengembangan, Implementasi, Evaluasi, hasil dari penelitian ini yaitu menghasilkan platform digital yang berbasis web aplikasi yang mana hal ini khusus dirancang untuk dapat memenuhi kekurangan serta kebutuhan dari Pelaku UMKM di Kota Pariaman. Penelitian ini sudah melewati yang Namanya tahap validasi dan juga terbukti efektif untuk meningkatkan keterjangkauan dan ketersediaan akses produk dalam pemasaran digital. Temuan dari penelitian ini mengkonfirmasi bahwa Opencart merupakan Solusi yang bagus dan juga tergolong mampu untuk memenuhi kekurangan serta kebutuhan promosi digital UMKM. Dari penggunaan platform ini para pengusaha atau pelaku UMKM bisa menggunakan teknologi sebagai pemanfaatan dalam pemasaran yang lebih luas, peningkatan keefisien-an, serta memperkuat daya saing produk-produk mereka. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu diharapkan dapat membantu mendorong inovasi pasar digital oleh pelaku UMKM dan juga memberikan dampak positif untuk perkembangan ekonomi di era serba digital ini.

Abstract

Digital transformation has provided significant opportunities for MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) entrepreneurs to utilize and leverage technology in expanding their visibility and product competitiveness. However, in Pariaman City, Padang Pariaman Regency still faces significant challenges in providing and maintaining adequate promotional media for MSME business owners, particularly for snack-related products. It is evident that the limited use of various digital platforms as effective promotional media hinders the development potential for broader marketing

https:// 10.57255/jovishe.v3i2.514 Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. *Some rights reserved*

growth. This research was conducted to design an Opencart-based promotion system that can serve as a digital marketing medium to assist MSME entrepreneurs. The research methodology employed the R&D (Research and Development) approach with a development model consisting of Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation. The research resulted in a web-based digital platform specifically designed to address the gaps and needs of MSME players in Pariaman City. This research has undergone validation stages and has proven effective in improving product accessibility and availability in digital marketing. The findings confirm that Opencart is an excellent solution capable of meeting the digital promotion needs and addressing the shortcomings of MSMEs. Through this platform, MSME entrepreneurs can utilize technology for broader marketing reach, increased efficiency, and strengthened product competitiveness. The results of this research are expected to help encourage digital market innovation by MSME players and provide positive impacts on economic development in this digital era.

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

1. Pendahuluan

Pada masa sekarang ini lebih tepatnya di era modern, teknologi telah jadi bagian yang sudah tidak terelakan dari kondisi kehidupan Masyarakat sehari-hari. penggunaan internet serta website sudah jauh mengubah pola hidup kita, dari car akita berkomunikasi bahkan cara berbisnis(Tata, 2022). Jika diamati, perubahan besar ini sepertinya akan terus berlanjut serta semakin mendominasi segala aktivitas pada masa mendatang (Sri et al., 2020). Terkhusus dalam dunia perbisnisan, munculnya aplikasi-aplikasi serta platform digital sudah membawa kabar baik untuk para pengusaha. Sekarang mereka dapat meraih pemasaran dan pelanggan yang lebih luas tanpa adanya batasan dari lokasi. Jika kita lihat dengan cara-cara tradisional dahulu, para pengusaha/penjual menunggu pembeli datang ke tempat jualan mereka, namun sekarang mereka dapat berjualan selama seharian yaitu 24 jam dengan memanfaatkan toko online. Transaksinya akan menjadi lebih praktis, dengan cukup memilih barangnya lalu lakukan pembayaran secara online maka barang tersebut akan dikirimkan ke alamat pembeli (Sidik, 2020).

Website bisa saja digunakan untuk menadah segala macam bentuk-bentuk informasi misalnya seperti teks, video, animasi, gambar serta juga suara yang mana itu bisa dapat kita akses melalui komputer beserta alat elektronik selainnyadengan menggunakan internet. Website merupakan sebuah media untuk informasi yang hanya dapat diakses melalui jaringan komputer yang kita bisa dapat mengakses kapanpun serta dimana saja dengan harga yang terbilang relative murah. Website sudah sangat sering digunakan karena naiknya kebutuhan pasar yang lama kelamaan semakin tinggi. Pada zaman modern seperti saat ini, orang-orang sudah banyak yang menggunakan website itu menjadi alat pendukung bagi mereka dalam dunia perbisnisan dan juga pusat informasi bagi para pebisnis dan pengusaha serta juga para konsumen atau disebut dengan pembeli, khususnya di daerah kota. Website juga dapat berguna sebagai media komunikasi dan tukar-menukar informasi (Firmansyah & Herman, 2023).

E-commerce atau disebut dengan transaksi elektronik dapat kita akses dengan melalui website, E-commerce adalah sebuah penerapan dari bisnis yang dilakukan secara online melalui jaringan secara online sebagai cara transaksinya (Musthofa & Adiguna, 2022). Website inilah yang menjadi salah satu tmpat transaksi antara si pe njual dan pembeli. Adapun salah satu dari platform-platform E-commerce yang lebih banyak digunakan yaitu Opencart. Sebagai sistem promosi manajemen konten yang berbasis opensource, Opencart ini dibangun untuk dapat mempermudah urusan para pengusana dalam membangkitkan serta mengelola toko-toko online mereka. Fitur-fitur yang seperti katalog produk,

proses pembayaran online, serta alat-alat analisis, sehingga dapat memungkinkan bagi para pengusaha bisa mengelola bisnisnya dengan baik. Opencart ini bisa juga memberi kebebasan terhadap penggunanya untuk bisa menyesuaikan fungsi serta tampilan-tampilan menarik yang sesuai dengan tema bisnis mereka. Biaya yang relative terbilang terjangkau, platform digital ini menjadi pilihan yang sangat bagus untuk para pengusaha UMKM yang menginginkan transformasi digital tanpa khawatir mengalami hambatan terhadapt teknologi.

Dalam bagian makanan, teknologi digital e-commerce memiliki dan membawa dampak yang signifikan terhadap cara bisnis tersebut berjalan (Kristianingrum & Al-Fadillah, 2022). Melalui penggunaan web aplikasi seperti Opencart, para pengusaha bisa mempromosikan produk-produk makanan mereka dengan kualitas dari gambar yang diambil dari sudut dan tampilan yang bagus, deskripsinya lengkap, serta ulasan dari konsumen yang transparan. Teknologi seperti Opencart ini dapat membantu untuk meningkatkan rasa percaya dari konsumen, beserta faktor-faktor yang merupakan hal sangat penting di dalam keputusan dari pembeli. Bukan hanya itu saja, sistem dari transaksi pembayaran digital beserta fitur pelacakan secara realtime bisa lebih meningkatkan suatu pengalaman dalam bagaimana cara berbelanja online, yang memberi rasa nyaman beserta kemudahan untuk para konsumen.

Teknologi digital pada saat ini sudah merubah berbagai bentuk dan cara kita dalam mengakses sebuah informasi (Abdul Sakti, 2023). Teknologi digital juga telah mendorong jauh pertumbuhan ekonomi yang secara signifikan, yang lebih utamanya di negara berkembang seperti negara kita Indonesia. Meningkatnya banyak akses ke segala platform-platform digital, bagi para pengusaha atau pelaku usaha bisa lebih menjangkau banyak konsumen yang dengan biaya jauh lebih rendah dibanding dengan metode konvensional. Pada bagian atau konteks bisnis makanan, teknologi digital mungkin bisa melakukan penghematan biaya operasi melalui proses yang otomatis, contohnya seperti pengelolaan pemesanan serta sistem pembayaran. Selain itu pada platform digital ini juga dapat memberikan akses yang lebih ke pasar global, dan bisa juga memungkinkan bisnis lokal untuk dapat bersaing di panggung-panggung internasional. Oleh karena itu, teknologi digital ini dapat berkontribusi secara langsung terhadap pertumbuhan ekonomi yang inklusif juga berkelanjutan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau bisa di sebut juga sebagai UMKM merupakan sebuah usaha produktif yang dilakukan oleh perorangan maupun badan-badan usaha dengan kriteria serta omzet tertentu (Rohman et al., 2022). Dari UU Nomor 20 Tahun 2008, usaha mikro ini memiliki maksimal asetnya yaitu sebanyak 50 juta dan omzet tahunannya bisa sampai 300 juta rupiah. Usaha kecil memiliki aset 50 hingga 500 juta dengan omzetnya 300 juta hingga 2,5 miliar, sedangkan usaha menengah beraset sebanyak 500 juta hingga sampai 10 miliar dengan omzetnya sebanyak 2,5 hingga 50 miliar rupiah per tahun. UMKM ini berperan penting dan vital dalam perkembangannya ekonomi di Indonesa, menyerap 97% dari tenaga kerja nasional dan menyumbang 60% dari PDB. Sektor ini dapat mencakup segala bidang seperti fashion, kerajinan, kuliner-kuliner, dan jasa sehingga menjadikannya sebagai tulang punggung perekonomian rakyat di Indonesia.

UMKM menjadi mesin penggerak perekonomian di Indonesia. Mereka membukakan lapangan pekerjaan serta menyumbang sangat besar ke pendapatan di negara. Akan tetapi, jujur saja banyak dari mereka yang masih keras mencari konsumen serta masih bingung dengan teknologi modern. Untuk itu, disinilah platform-palatform digital seperti Opencart dibutuhkan sebagai solusi.platform inilah yang menjembatani UMKM untuk bisa maju ke era modern (Soedewi, 2022). Dengan platform digital, para pemilik atau pelaku usaha dapat berjualan secara online tanpa khawatir akan teknologi. Mereka akan

dapat mempromosikan produk mereka secara meluas, mengelola bisnis mereka dengan efisien, dan juga akan mendapatkan berbagai macam pelanggan. UMKM perlu bisa memanfaatkan teknologi digital itu sebagai kunci kesuksesan.

Berbagai UMKM yang banyak ditemui di Indonesia, lebih tepatnya di perkampungan kecil mungkin terbilang sangat kurang dan minimnya penggunaan teknologi digital disana. Namun, hal itu tidak mengurangi potensi bahwa setiap pengusaha atau pelaku Usaha Mikro, kecil, dan Menengah itu tidak dapat mencapai konsumen yang lebih luas, meskipun dari segi pendapatan mereka mungkin masih terbilang cukup untuk kehidupan sehari-hari, akan tetapi hal itu masih bisa ditingkatkan dengan pemanfaatan teknologi digital sebagai alat pendorong kesuksesan dengan pemasaran yang meluas. Adanya pelatihan-pelatihan UMKM di berbagai tempat dapat mendorong penggunaan digital di daerah terpencil sekalipun dapat terpenuhi. Semakin luasnya pemasaran UMKM maka akan berdampak positif juga bagi kesejahteraan dan sumbangan terhadap pendapatan Negara Indonesia (Yolanda, 2024).

Berdasarkan dari ekonomi yang diperoleh UMKM di Kota Pariaman, belum terdapatnya peningkatan signifikan dalam pendapatannya di dalam bisnis UMKM, UMKM tersebut masih tergolong kecil, maka untuk itu mereka sangat membutuhkan peningkatan untuk usahanya hal ini perlu dijalankan agar dapat mengoptimalisasikan kinerja ataupun sistem yang ada pada UMKM lebih tepatnya di Kota Pariaman. Pada pembahasan ini kinerja yang kerap dikerahkan oleh para pelaku UMKM ini masih tergolong kekurangan dan penjualan yang dilakukan masih belum berkembang karna tetap menggunakancara tradisional yaitu dipajang di rak-rak toko. Maka untuk membantu ekonomi dari pelaku UMKM ini diperlukan sebuah sistem digital supaya dapat terjadinya peningkatan dan pelatihan dalam penjualan produknya, untuk itulah OpenCart memiliki peran yang sangat membantu dalam sistem penjualannya (Florita et al., 2021). OpenCart adalah aplikasi e-commerce berbasis open-source yang menggunakan lisensi GNU GPL (General Public License). Aplikasi ini tersedia secara gratis dan dirancang agar mudah digunakan, bahkan oleh mereka yang tidak memiliki keahlian pemrograman. Dengan fitur-fitur yang fleksibel dan dapat disesuaikan, OpenCart memungkinkan pengguna untuk mengelola atau membuat toko online dengan cara yang sederhana dan efisien (Yuliani et al., 2022). Proses instalasinya yang ringan serta antarmuka yang intuitif membuatnya sangat menarik bagi para pedagang. Selain itu, OpenCart memberikan pengalaman berjualan online yang praktis, sehingga banyak pebisnis memilihnya untuk kebutuhan toko digital mereka. Keunggulan-keunggulan ini menjadikan OpenCart sangat populer di kalangan pelaku usaha (Termulo et al., 2024).

Penggunaan platform OpenCart dapat menjadi solusi untuk mengatasi berbagai tantangan dalam mengembangkan bisnis digital, terutama bagi Toko UMKM (Santoso et al., 2022). OpenCart memungkinkan pengguna untuk membuat sistem manajemen konten (CMS) yang mendukung desain toko online dengan tampilan lebih menarik melalui berbagai fitur yang tersedia. Selain itu, pengguna juga dapat menambahkan berbagai konten dan menyesuaikannya dengan kebutuhan bisnis, sehingga platform ini sangat fleksibel dan mudah digunakan. Dengan CMS ini, pelaku usaha dapat menciptakan pengalaman belanja digital yang mendukung kemudahan pengelolaan, peningkatan pemasaran, dan pengelolaan bisnis online. Hal ini menjadikan OpenCart pilihan yang tepat untuk mempersiapkan UMKM bersaing di pasar nasional secara digital.

Di era digital ini, para pelaku UMKM di Kota Pariaman bisa memanfaatkan kecanggihan belanja online untuk mengembangkan bisnis mereka. Dengan membangun toko virtual, mereka bisa menawarkan berbagai program menarik seperti potongan harga dan promo khusus untuk memikat lebih banyak pelanggan (Kondoj et al., 2023). Sistem ini tidak hanya membantu memperluas area

pemasaran, tapi juga sangat menguntungkan dari segi biaya operasional yang lebih hemat. Transformasi digital ini membuka peluang besar bagi UMKM untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Dengan memanfaatkan platform e-commerce, pelaku usaha dapat mengelola bisnis mereka lebih efisien, menghemat biaya sewa tempat, dan menjangkau pelanggan tanpa batasan geografis. Hal ini menjadi solusi cerdas bagi UMKM di Pariaman untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis modern. Dalam penerapannya, platform digital seperti OpenCart perlu dikelola secara bertahap dan konsisten. Pemilik usaha bisa terus menyempurnakan informasi produk, sistem pembayaran, dan tampilan toko online mereka. Dengan desain yang menarik dan fitur yang mudah digunakan, toko online dapat menjadi magnet bagi calon pembeli sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi digital di kawasan Pariaman. Kunci keberhasilan platform ini terletak pada keseriusan pemilik UMKM dalam mengelola toko digitalnya. Mulai dari memastikan foto produk yang menarik, deskripsi yang lengkap, hingga proses pembayaran yang aman dan mudah. Penggunaan OpenCart juga memungkinkan pelaku UMKM untuk melacak penjualan dan mengelola inventaris secara efisien, sehingga bisa fokus pada pengembangan bisnis dan pelayanan pelanggan (Daniel & Tukino, 2021).

Pengertian dari UMKM telah di atur dalam UU UMKM pada Bab I (Ketentuan umum), telah dinyatakan bahwasanya "usaha orang perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro". Seperti yang kita ketahui di dalam dunia perbisnisan, kekayaan intelektual tidak terpisahkan dari pokok pembahasan itu. Adapun kekayaan intelektual yang dimaksud disini seperti merek dagang, paten, desain dari industri nya, hak pencipta, rahasia dari dagangnya, tata letak sirkuit terpadunya, dan indikasi geografis. Begitu pula dengan UMKM, meski usaha yang dibangun oleh pelaku UMKM tidaklah besar namun tetap pasti akan memiliki yang namanya merek dagang ataupun merek jasa contohnya "keripik bunda" (Zia, 2020). Berdasarkan dari Pasal 1 UU Nomor 15 tahun 2001 tentang merek, adapun yang dimaksud dengan merek disini merupakan penanda seperti yang berupa nama, gambar, kata-kata, huruf amgka-angka, deretan susunan warna maupun kombinasi dari berbagai unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda yang nantinya digunakan dalam bisnis atau usahanya. Sebuah merek bisa juga dikenal sebagai tanda pengenal dari usaha seseorang, yang tujuan dari merek itu sendiri adalah supaya para konsumen dapa untuk mengenali produk-produk yang dipasarkan, merek memang sebuah pengenal yang digunakan oleh suatu barang ataupun suatu jasa, hak kekayaan intelektual dari merek ini tentu saja harus dilindungi (Mega Jaya et al., 2022).

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode *Research and Development* (R&D) (Waruwu, 2024).dengan menggunakan model pengembangan ADDIE, mengintegrasikan model pengembangan sistematik yang komprehensif. Dan model ini memiliki 5 tahapan yaitu *Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation.* Mengacu pada pendekatan yang dikembangkan oleh pakar pendidikan, model penelitian ini mencakup serangkaian tahapan berkesinambungan untuk merancang solusi teknologi. Fokus utama adalah menciptakan platform digital berbasis e-commerce yang mendukung pelaku usaha kecil dalam mengembangkan strategi pemasaran dan penjualan produk makanan secara berkelanjutan. Pada fase *Analysis*, peneliti mengkaji kebutuhan serta tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha makanan rumahan dalam memasarkan produk mereka. Kajian ini mencakup identifikasi hambatan dalam promosi digital, pola konsumsi pelanggan, dan tingkat pemahaman pelaku usaha terhadap penggunaan teknologi *e-commerce*. Informasi diperoleh melalui wawancara dan survei yang melibatkan pelaku usaha. Temuan dari analisis ini menjadi dasar dalam merancang kebutuhan fungsional untuk pengembangan platform *e-commerce*.

Pada fase *Design*, peneliti mengembangkan konsep solusi digital menggunakan platform *e-commerce* yang adaptif. Fokus utama diarahkan pada penciptaan antarmuka *interface* yang ramah pengguna, dengan memperhatikan tingkat literasi digital pelaku usaha mikro. Konstruksi platform mencakup fitur-fitur inovatif seperti mekanisme diskon otomatis, saluran promosi terintegrasi media sosial, dan sistem analitik penjualan yang komprehensif. Pendekatan desain dibangun berdasarkan pertimbangan kemampuan teknis dan konteks operasional para usaha home industry, sehingga menghasilkan solusi teknologi yang praktis dan mudah diimplementasikan. Fase *Development* difokuskan pada transformasi rancangan konseptual menjadi prototipe fungsional platform digital berbasis *OpenCart*. Upaya penelitian diarahkan pada konstruksi sistem yang mencakup modul-modul kritis seperti pangkalan data produk, mekanisme transaksi keuangan, dan jalur komunikasi pemasaran melalui media sosial. Sebelum diimplementasikan secara luas, prototipe tersebut menjalani serangkaian pengujian internal yang komprehensif. Tujuan utama evaluasi adalah memverifikasi kualitas, kehandalan, serta kesesuaian fitur-fitur digital dengan kebutuhan spesifik yang telah teridentifikasi pada tahap analisis sebelumnya.

Fase *Implementation* dimulai dengan mendistribusikan platform digital kepada wirausaha makanan home industry yang menjadi subjek penelitian. Serangkaian sesi pemberdayaan dilaksanakan untuk mentransfer kemampuan teknis, meliputi teknik pengelolaan katalog digital, strategi pengaturan promosi, dan mekanisme monitoring aktivitas transaksi. Para peneliti secara sistematis mendokumentasikan pengalaman dan tanggapan pelaku usaha selama proses adaptasi dengan sistem e-commerce yang baru, guna mengumpulkan data tentang efektivitas dan kemudahan penggunaan platform. Dan pada fase *Evalaution* Untuk mengetahui seberapa efektif platform e-commerce berbasis OpenCart dalam meningkatkan promosi dan penjualan produk, peneliti melakukan evaluasi yang mencakup beberapa aspek penting. Analisis data penggunaan platform, wawancara dengan pelaku usaha, serta survei kepuasan pelanggan dilakukan untuk memahami kebutuhan dan kelemahan platform. Hasil evaluasi ini kemudian digunakan untuk memberikan rekomendasi perbaikan yang dapat meningkatkan kinerja platform dan memprediksi potensi adopsi platform di kalangan pelaku UMKM makanan lainnya.

Lokasi dari penelitian yang saya lakukan ini difokuskan pada unit usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang beralamat di wilayah Kota Pariaman, Kabupaten Padang Pariaman. Teknik pengumpulan data yang saya lakukan yaitu dengan melakukan Observasi, Wawancara, Studi Literatur, dan Penggunaan Model UML: Observasi, peneliti melakukan penelitian dengan cara observasi ke lapangan yaitu langusng ke tempat UMKM yang akan peneliti teliti tersebut berada. Wawancara, sedangkan untuk wawancara yang peneliti lakukan yaitu dengan langsung mewawancarai pemilik UMKM dengan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan langsung dengan penggunaan platformnya yang dijadikan sebagai media promosi oleh seorang pemilik UMKM yang mana hal itulah yang diamati oleh peneliti. Studi Literatur, dalam cara mengumpulkan data dari penelitian yang dilakukan ini terpaku pada beberapa penelitian serupa yang mana hal itu telah didasari dari beberapa sumber yang ditemukan di dalam artikel/jurnal penelitian yang relevan dengan topik yang di amati. Maka untuk itu, peneliti bisa memahami dan mempelajari topik dari beberapa sumber tersebut. Penggunaan Model UML, menggunakan model UML, yaitu membuat diagram activity dan diagram usecase berdasarkan dari hasil data dan juga pengamatan yang peneliti dapatkan, yang nanti akhirnya akan dirancang dan terakhir digambarkan seluruh alur dari database nya menggunakan diagram tersebut

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, model 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. Uraiannya menjawab pertanyaan penelitian. Jika ada hasil yang meragukan maka tampilkan secara objektif.

3.1. Hasil

1. *Analysis* (Analisis)

   Di tahap analisis ini memiliki tujuan dalam identifikasi tentang apa yang dibutuhkan oleh UMKM yang terletak di Kota Pariaman, Kabupaten Padang Pariaman dalam pemanfaatan sistem promosi berbasis OpenCart. Adapun dari observasi serta wawancara yang dilakukan pada UMKM di Kota Pariaman, peneliti mendapat hasil dari beberapa hal yang dibutuhkan UMKM tersebut yaitu sebagai berikut:

   a) Sistem promosi digital yang baik: beberapa dan kebanyakan dari Usaha Mikro, Kecil, Menengah yang berlokasi di Kota Pariaman masih banyak yang belum menggunakan media promosi berbasis web, melainkan hanya melalui Whatsapp saja. Pendekatan seperti ini sangat kurang efektif apabila ingin mencapai pemasaran yang lebih luas, sehingga promosi pemasarannya hanya berlokasi di sekitar lingkup itu saja.

   b) Label dan Tampilan Visual yang menarik: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Pariaman pada umumnya hanya menampilkan produk produk jualan mereka melalui unggahan di Whatsapp saja dan tampilannya itu juga masih belum bisa di bilang menarik, yang mana hal itu menjadikan perhatian dari pembeli rendah.

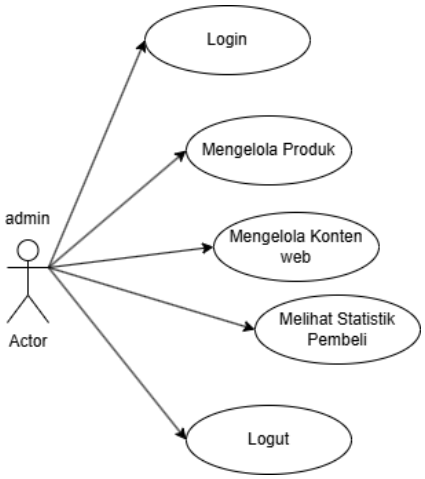
   c) Sistem pembayaran yang mempermudah transaksi: Pada beberapa tempat UMKM di Kota Pariaman masih mengandalkan pembayaran dengan cara tradisional yaitu dengan cara manual yang mana hal itu kurang efisien untuk kemudahan transaksi

2. *Design* (Desain)

Pada tahap ini, dilakukan perancangan sistem yang disusun untuk memenuhi kebutuhan utama UMKM di Kota Pariaman, Kabupaten Padang Pariaman, yang telah diidentifikasi pada tahap analisis:

1) UseCase Diagram

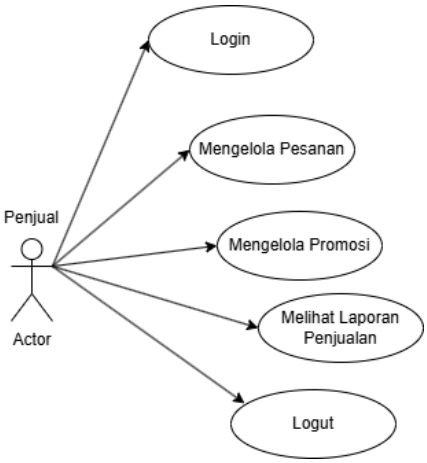
a) UseCase Diagram Admin



Gambar 1. *UseCase* Diagram Admin

Gambar diagram usecase di atas ini memperlihatkan tentang bagaimana seorang admin akan berinteraksi dengan sistem melewati beberapa fungsi utama. Sebagai pengelola utamanya, admin dapat login ke sistem , lalu mengatur produk yang akan dijual, edit tampilan website, juga memantau data pembelian, dan juga dapat logout dari sistem. Hal ini menjelaskan bahwa admin memegang kendali yang penuh atas sistem jug bisa mengakses semua fitur yang ada. Bagian ini menampilkan tentang apa saja yang dapat dilakukan oleh admin dalam menjalankan sistem.

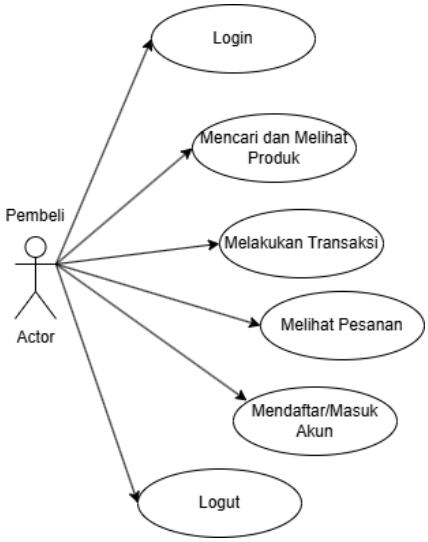
b) UseCase Penjual



Gambar 2. *UseCase* Diagram Penjual

Pada usecase di atas ini kita dapat melihat terkait apa saja yang bisa dilakukan oleh si penjual saat menggunakan sistem. Mirip-mirip dengan pengelolaan took fisik, penjualnya bisa masuk atau login untuk mengecek serta mengelola berbagai pesanan yang masuk. Mereka bisa membuat berbagai promo yang menrarik sebagai pemikat dan dapat melihat hasil dari penjualannya. Setelah itu, mereka bisa keluar atau logout dari sistem denga naman.

c) UseCase Pembeli

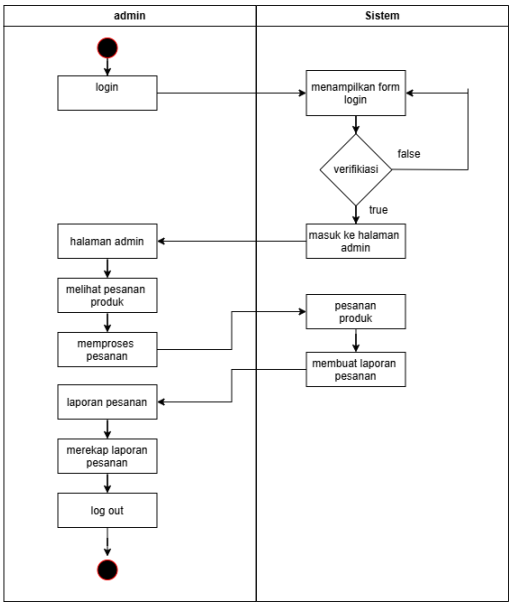


Gambar 3. *UseCase* Pembeli

Diagram usecase diatas ini menjelaskan bahwa seorang pembeli dapat melakukan transaksi atau pembelian terhadapt barang yang diinginkan. Seperti pada umumnya kita berbelanja di took-toko online, kitab isa login ke akun kita, lalu bisa melihat-lihat produk yang ada di toko, melakukan transaksi apabila sudah mendapat barang yang diinginkan, lalu melihat pesanan. Dan jika selesai, mereka dapat keluar atau logout dari aplikasi. Bagian ini menjabarkan bagaimana mudah dan singkatnya melakukan transaksi online

2) Activity Diagram

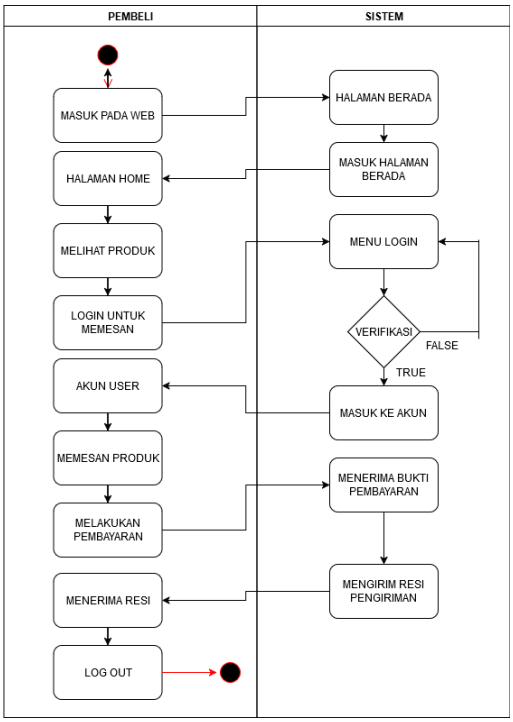
a) Activity Diagram Admin



Gambar 4. *Activity* Diagram Admin

Flowchart di atas ini menggambarkan bagaimana seorang admin bekerja mengurus pesanan di sistem ini. Langkah pertamanya, admin perlu masuk ke dalam akunnya. Setelah sistemnya mengecek bahwa benar itu sang admin, mereka akan segera diarahkan ke halaman dashboard. Di dashboard ini, adminnya bisa melihat semua pesanan-pesanan yang masuk supaya dapat di urus satu persatu. Mereka juga membuat laporan dari pesanan itu untuk keperluan bisnis. Setelah seluruh pekerjaannya selesai, admin bisa langsung logout dari sistem. Proses kerjanya mengalir dari satu tahap ke tahap lainnya dengan teratur.

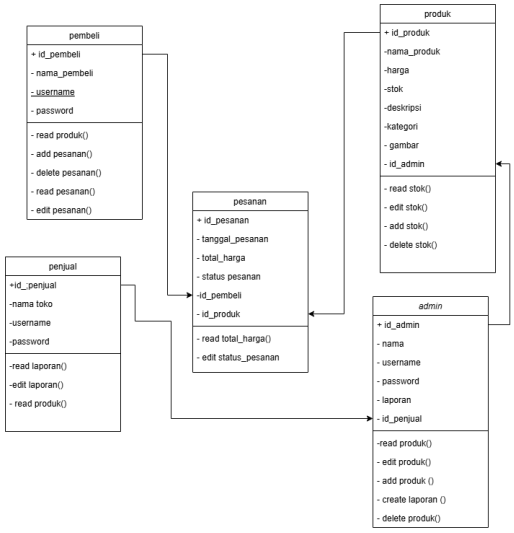
b) Activity Diagram Pembeli



Gambar 5. *Activity* Diagram Pembeli

Diagram activity ini menggambarkan alur proses dari seorang pembeli dengan sistem. Pembeli memulai dengan mengakses situs lalu diarahkan kehalaman beranda, pembeli bisa memesan yaitu dengan login terlebih dahulu ke akun mereka, setelahnya baru ia bisa memilih produk dan melakukan pembayaran. Setelah proses pembayaran berhasil, pembeli akan mendapatkan nomor resi pengiriman sebagai bukti dari transaksi dan mereka bisa logout dari akun.

3) Class Diagram



Gambar 6. *Class* Diagram

Diagram ERD di atas ini menjelaskan kaitan antara tabel-tabel dalam sistem e-commerce. Pada diagram diatas ada empat buah tabel utama, yaitu pembeli, produk, pesanan, dan admin. Tabel pembeli itu berisi tentang informasi pelanggan, tabel produk mencatat data barang-barang yang dijualkan, tabel pesanan menyimpan informasi dari transaksi pembelian, dan tabel adminnya menyimpan data pengolahan sistem. Hubungan antara tabel ini menggambarkan keterkaitan data di dalamnya.

4) Database

a) Tabel Pembeli

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 1. Tabel Pembeli

b) 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 2. Tabel Penjual

c) 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 3. Tabel Produk

d) 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 4. Tabel Admin

e) Tabel Pesanan

No	Field Name	Type	Field Size	Keterangan
1	Id_Pesanan	Int	11	Id Pesanan
2	Tanggal Pesanan	Time/Date	-	Tanggal Pesanan
3	Status_Pesanan	varchar	20	Status Pesanan

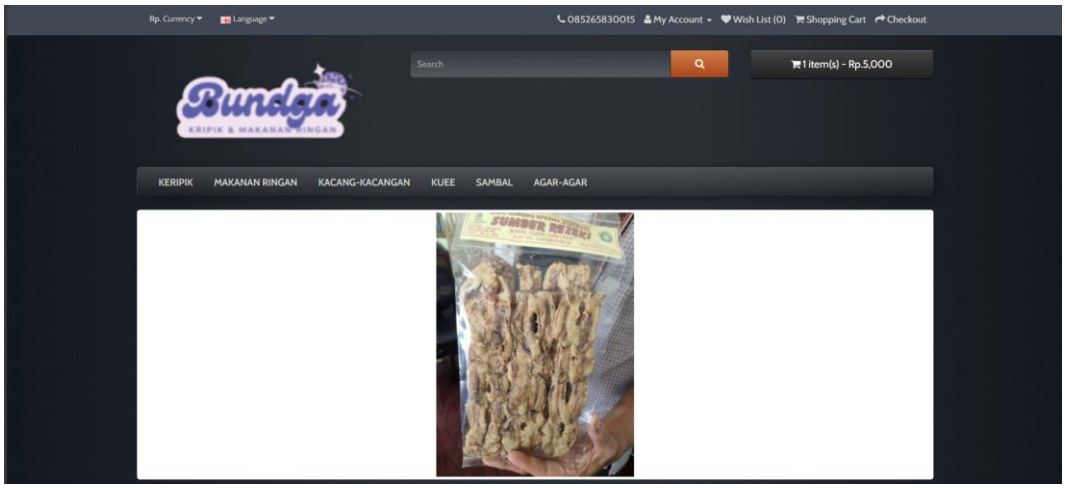
Tabel 5. Tabel Pesanan

3. *Development* (Pengembangan)

Tahap pengembangan dilakukan dengan mengubah desain yang telah dirancang menjadi sebuah sistem yang siap untuk diuji.

a. Halaman Utama

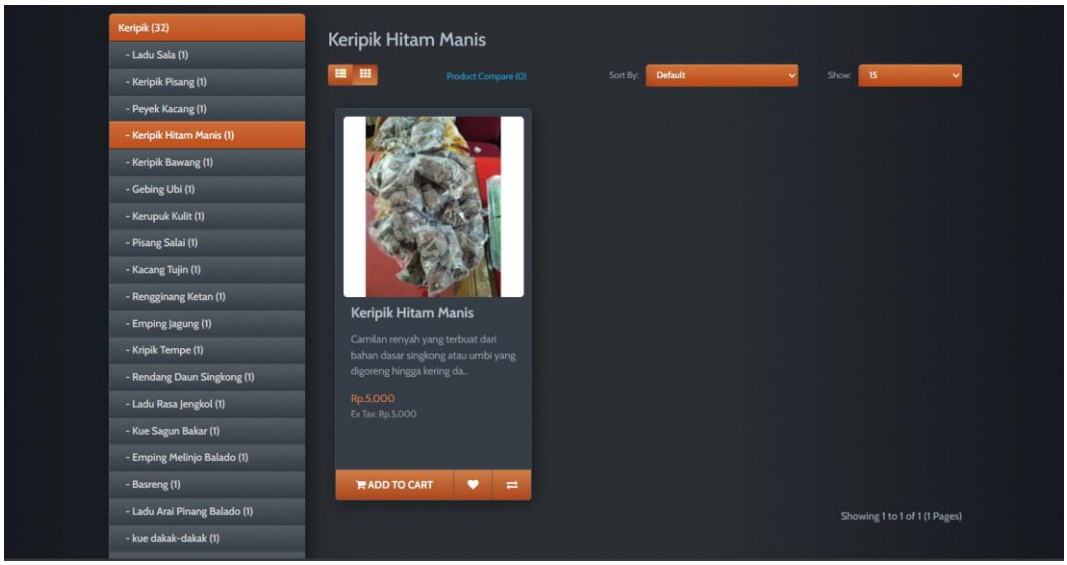
Pembeli akan dapat dengan mudah menelusuri produk berdasarkan kategori.



Gambar 7. Halaman Beranda

Gambar ini menampilkan halaman utama situs e-commerce Bundga Shop yang dibangun di atas platform OpenCart. Desainnya menggunakan latar belakang gelap dengan elemen minimalis yang tetap berfungsi dengan baik. Di bagian atas halaman, terdapat header yang mencantumkan informasi kontak, seperti nomor telepon dan ikon email, yang memudahkan pengguna untuk menghubungi toko. Di sudut kanan atas, tersedia pilihan untuk mengganti mata uang dan bahasa, mempermudah penyesuaian sesuai preferensi masing-masing pengguna. Logo "Bundga" yang kreatif terletak di tengah, memperkuat citra merek toko. Kolom pencarian besar yang terletak di tengah halaman memungkinkan pengguna untuk mencari produk dengan mudah. Menu navigasi untuk "Akun Saya," "Daftar Keinginan," "Keranjang Belanja," dan "Proses Pesanan" tersedia di sudut kanan atas, memastikan pengalaman berbelanja yang lebih praktis. Selain itu, indikator keranjang belanja menunjukkan informasi yang jelas mengenai status produk yang ditambahkan, seperti "1 Item(s) - Rp. 5,000" memberi gambaran transparan tentang apa yang ada di keranjang belanja.

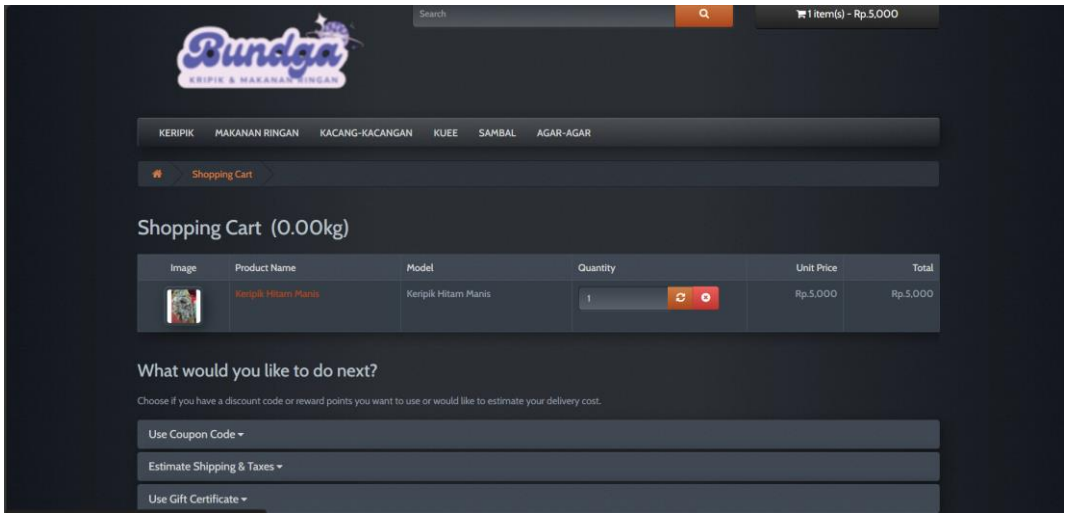
b. Halaman Produk



Gambar 8. Halaman Produk

Gambar ini menunjukkan halaman produk di toko online yang menampilkan kue semprit. Kue semprit ini dibuat oleh Nadine Bakery dan dijual seharga Rp25.000. Pada deskripsi produk, dijelaskan bahwa kue semprit adalah kue kering khas Indonesia yang terkenal dengan bentuknya yang indah dan rasa gurih manis. Kue ini memiliki tekstur yang renyah namun tetap lembut saat dimakan, membuatnya menjadi pilihan tepat untuk camilan saat momen spesial seperti Lebaran atau Natal. Dalam gambar, terlihat kue semprit dengan desain bunga yang menarik. Pengunjung situs dapat menambahkan produk ini ke dalam keranjang belanja mereka dengan menekan tombol "Ambil Produk".

c. Halaman Keranjang



Gambar 9. Halaman Keranjang

Gambar ini menunjukkan halaman keranjang belanja di sebuah toko online. Terdapat satu produk yang sudah ditambahkan ke keranjang, yaitu kue semprit dengan jumlah satu buah. Harga per unit kue semprit adalah Rp25.000, sehingga total belanja saat ini mencapai Rp25.000. Pengguna diberikan beberapa pilihan, seperti melanjutkan belanja, memasukkan kode kupon, atau langsung melanjutkan ke proses pemesanan. Halaman ini juga mencantumkan informasi tentang pengiriman standar dan voucher hadiah yang dapat digunakan. Secara keseluruhan, gambar ini menggambarkan tahap terakhir sebelum melakukan pembayaran dalam proses belanja online.

4. *Implementation* (Implementasi)

Pada tahap implementasi, dilakukan penerapan dan penggunaan platform Opencart sebagai media promosi bagi UMKM di Kota Pariaman. Proses ini mencakup pengaturan dan konfigurasi platform agar sesuai dengan kebutuhan UMKM agar maksimalnya dalam upaya meningkatkan promosi dan penjualan produk mereka:

a) Pelatihan Pengguna: Pemilik usaha UMKM diberikan panduan praktis untuk mengoperasikan platform OpenCart dengan mudah. Pelatihan ini meliputi cara mengunggah produk, mengatur stok, mengelola pesanan, hingga memberikan respons cepat kepada pelanggan. Selain itu, mereka juga dibekali strategi pemasaran digital, seperti memanfaatkan media sosial yang terintegrasi dengan OpenCart untuk meningkatkan promosi

b) Penerapan Sistem: Implementasi platform OpenCart di UMKM Desa Aekbange, Kecamatan Aek Ledong, diharapkan dapat memberikan hasil maksimal. Dengan sistem ini, UMKM dapat mengelola produk mereka dengan lebih efisien, menarik lebih banyak pelanggan, termasuk dari luar daerah, serta mendapatkan tanggapan positif terkait kemudahan penggunaan platform.

5. *Evaluation* (Evaluasi)

Tahap akhir dalam proses ini adalah evaluasi, di mana peneliti menilai sejauh mana platform OpenCart berhasil mengatasi tantangan penjualan musiman dan meningkatkan daya saing industri rumahan. Evaluasi dilakukan dengan menganalisis data penggunaan platform, mengadakan survei kepuasan dari para pelaku usaha, serta melakukan wawancara dengan konsumen. Peneliti juga mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan atau pengembangan lebih lanjut untuk menjamin keberlanjutan solusi tersebut. Hasil dari evaluasi ini digunakan untuk menyusun rekomendasi strategis dan panduan penggunaan yang bisa diadopsi oleh UMKM lainnya.

3.2. Pembahasan

Penelitian ini berjudul "Perancangan Sistem Promosi Produk Makanan Berbasis Opencart Sebagai Media Pemasaran Digital Inovatif" yang ada di Kota Pariaman, Kabupaten Padang Pariaman, memberikan hasil yang terbilang positif dari pengembangan sistem promosi yang berbasis Opencart tehadap pelaku UMKM local. Tentang produk yang dihasilkan telah berhasil memenuhi kebutuhan pengguna dengan baik, apalagi dalam masalah penggunaan yang mudah, fungsionalitas, serta juga kerelevanan dengan pasar yang menjadi tujuan. Proses pengembangannya yang secara terstruktur ini menggunakan model ADDIE yaitu Analisis, Desain, Development, Implementasi, dan Evaluasi (Safitri & Aziz, 2022). Yang dimulai dari analisis kebutuhan sampai pada evaluasi di akhir, untuk memastukan bahwa produk ini sudah sesuai dengan harapan dari si pengguna.

Terkait dari hasil penelitian ini menunjukan bahwa sistem promosi yang berbasis Opencart ini tidak hanya bisa memenuhi kekurangan serta kebutuhan pengguna secara langsung, akan tetapi bisa juga memberikan dampak yang sangat luas dalam mendukung daya persaingan di UMKM pada tingkatan local. Dengan pertimbangan dari kesiapan suatu digital Masyarakat, dinamik pasar local, serta tersedianya sarana, sistem ini dapat menolong UMKM di Kota Pariaman dalam meningkatkan visibilitas dari produk-produk mereka, dapat mengelola proses transaksi secara evisien dan juga menyebarluaskan jangkauan pasar. Pentingnya penerapan terkait Solusi dari digital yang terintegrasi yang mana memungkinkan bagi pelaku usaha untuk siap dalam menghadapi berbagai tantangan global serta juga beradaptasi dengan suatu perubahan pasar.

Terkait tentang keunggulan dari penelitian yang peneliti lakukan ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada cara pendekatannya yang lebih menyeluruh dan lengkap, yaitu memadukan media sosial beserta platform E-commerce Opencart sebagai platform yang digunakan untuk sistem promosi digital. Dibandingkan dengan hasil dari suatu penelitian sebelumnya yang hanya melakukan pendekatannya dengan melalui platform seperti youtube (Effendy et al., 2021). Hal ini pun memberikan Solusi yang lebih kompleks bagi pelaku UMKM, bukan hanya meningkatkan jarak pandang produk menggunakan media sosial, akan tetapi juga dapat memfasilitasi pengelolaan bisnis yang terstruktur, termasuk pengaturan terkait produk, proses transaksinya yang secara online, serta pelacakan Lokasi

pengirimannya. Penelitian ini menjawabsuatu tantangan yang spesifik pelaku UMKM di Kota Pariaman, seperti hal nya akses dan kebuthan pasarnya yang terbatas terkait promosi yang efisien, dengan datangnya sistem yang lebih sangat relevan serta berkenaan dengan penerapan dalam konteks local.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan kontribusi positif bagi berbagai pihak. Bagi UMKM, sistem ini membuka peluang untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar, sementara bagi masyarakat, penelitian ini mendorong peningkatan literasi digital dan adopsi teknologi. Di tingkat pemerintah, hasil ini mendukung pemberdayaan ekonomi lokal dan penguatan ekosistem digital, sejalan dengan upaya nasional dalam menghadapi tantangan digitalisasi global.

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti ini menunjukkan bahwasannya UMKM di Kota Pariaman masih berhadapan dengan beberapa tantangan utama seperti terbatasnya akses pasar, rendahnya pemanfaatan dari teknologi digital, serta keterbatasannya dalam daya saing produk. Akan tetapi, penelitian ini telah membuktikan bahwa penggunaan Opencart sebagai platform digital dapat menjadi solusi yang efektif untuk menghadapi permasalahan-permasalahan tersebut. Platform digital ini tidak hanya membantu UMKM dalam pemasaran produk secara meluas, akan tetapi juga dapat memudahkan mereka untuk kelola transaksi serta perluasan jangkauan pemasaran, baik pada tingkat lokal ataupun tingkat nasional.

Hasil penelitian ini menjelaskan tentang pentingnya penggunaan teknologi untuk menunjang perkembangan UMKM pada era digital sekarang ini. Sebagai rekomendasi untuk pemerintah beserta pihak-pihak terkait untuk dapat memberi dukungan berupa pelatihan untuk para pelaku UMKM supaya mereka siap untuk menghadapi tantangan digitalisasi. UMKM sangat disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk mereka serta beradaptasi dengan pasar global untuk dapat bersaing dengan baik.

Daftar Pustaka

Abdul Sakti. (2023). Meningkatkan Pembelajaran Melalui Teknologi Digital. *Jurnal Penelitian Rumpun Ilmu Teknik*, *2*(2), 212–219. https://doi.org/10.55606/juprit.v2i2.2025

Daniel, M., & Tukino, T. (2021). Rancang Bangun E-Commerce Menggunakan CMS Opencart. *Jurnal Comasie*, *05*(02), 1–9.

Effendy, R., Wulandari, P. A., Setiyaningsih, L. A., & Mariani, A. (2021). Mengglobalkan Makanan Tradisional Lewat Media Sosial Youtube sebagai Budaya Tandingan (Studi Food Vlogger Nex Carlos sebagai Media Promosi Kuliner Lokal). *Jurnal Nomosleca*, *7*(2), 148–159. https://doi.org/10.26905/nomosleca.v7i2.6581

Firmansyah, M. D., & Herman, H. (2023). Perancangan Web E- Commerce Berbasis Website pada Toko Ida Shoes. *Journal of Information System and Technology*, *4*(1), 361–372. https://doi.org/10.37253/joint.v4i1.6330

Florita, A., Jumiati, J., & Mubarak, A. (2021). Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Oleh Dinas Koperasi Dan Umkm Kota Padang. *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, *1*(1), 143–153. https://doi.org/10.24036/jmiap.v1i1.11

Kondoj, M., Langi, H., Putung, Y., & Kumaat, A. (2023). Model E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Ekosistem Kewirausahaan Digital di Sulawesi Utara. *Technomedia Journal*, *8*(2), 221–234. https://doi.org/10.33050/tmj.v8i2.2089

Kristianingrum, V., & Al-Fadillah, M. F. Y. (2022). Perancangan Website E-Commerce Penjualan Ikan Cupang. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, *18*(3), 164–180. https://doi.org/10.26487/jbmi.v18i3.19538

Mega Jaya, B. P., Fasyehhudin, M., & Naddifah, W. (2022). Kebijakan Pemerintah Tentang Merek Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Terhadap Umkm. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, *10*(2), 98–105. https://doi.org/10.36987/jiad.v10i2.2333

Musthofa, N., & Adiguna, M. A. (2022). Perancangan Aplikasi E-Commerce Spare-Part Komputer Berbasis Web Menggunakan CodeIgniter Pada Dhamar Putra Computer Kota Tangerang. *OKTAL: Jurnal Ilmu Komputer Dan Sains*, *1*(03), 199–207.

Rohman, A., Ramaddan Julianti, M., & Amri, M. (2022). Implementasi E-Commerce Berbasis Web Dalam Memudahkan Penjualan Pada UMKM Daktastore. *Pendidikan Dan Manajemen Global)*, *1*(2), 12.

Safitri, M., & Aziz, M. R. (2022). ADDIE, sebuah model untuk pengembangan multimedia learning. *Jurnal Pendidikan Dasar*, *3*(2), 50–58.

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

Sidik, M. (2020). Perancangan dan Pengembangan E-commerce dengan Metode Research and Development. *Jurnal Teknik Informatika UNIKA Santo Thomas*, *4*, 99–107.

Soedewi, S. (2022). Penerapan Metode Design Thinking Pada Perancangan Website Umkm Kirihuci. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, *10*(02), 17. https://doi.org/10.34010/visualita.v10i02.5378

Sri, R., Rejeki, A., Utomo, A. P., & Susanti, S. (2020). Perancangan dan Pengaplikasian Sistem Penjualan pada " Distro Smith " Berbasis E - Commerce. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, *16*(1), 150–159.

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

Termulo, A., Annas, F., Derta, S., Yuspita, Y. E., & Kunci, K. (2024). *Implementasi Opencart dalam Perancangan Sistem Promosi Karya Siswa Pada Mata Pelajaran Prakarya*. *03*(01), 16–28.

Waruwu, M. (2024). Metode Penelitian dan Pengembangan (R&D): Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, *9*(2), 1220–1230. https://doi.org/10.29303/jipp.v9i2.2141

Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *2*(3), 170–186. https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147

Yuliani, N., Yunianto, A., & Marnis, M. (2022). Implementasi Penggunakan CMS OpenCart Dalam Upaya Toko Online Naik Kelas. *Tekinfo: Jurnal Bidang Teknik Industri Dan Teknik Informatika*, *23*(2), 123–138. https://doi.org/10.37817/tekinfo.v23i2.2604

Zia, H. (2020). Pengaturan Pengembangan Umkm Di Indonesia. *Rio Law Jurnal*, *1*(1). https://doi.org/10.36355/rlj.v1i1.328