



Pengembangan Platform E-Commerce Home Industry pada Oleh-oleh Khas Minang dengan Fokus Pada OpenCart Sebagai Solusi Pemasaran Di Kabupaten Lima Puluh Kota

Putri Wulan Dari^{1,*}, Firdaus Annas²

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

Informasi Artikel

Riwayat Artikel:

Submit : 5 Januari 2024

Revisi : 03 April 2024

Diterima : 16 Mei 2024

Diterbitkan: 28 Juni 2024

Kata Kunci

E-Commerce, Home Industry, OpenCart

Correspondence

E-mail: putriwulandari301220@gmail.com *

A B S T R A K



Perancangan Platform E-Commerce Untuk Home Industry Pada Oleh-oleh Khas Minang Dengan Fokus Pada OpenCart Sebagai Solusi Pemasaran Di Kabupaten Lima Puluh Kota bertujuan untuk Merancang platform E-commerce yang dapat membantu pelaku Home Industry di Kabupaten Lima Puluh kota dalam memasarkan produk oleh-oleh khas Minang secara lebih efektif dan efisien. Artikel ini juga bertujuan untuk menyediakan akses yang lebih mudah bagi konsumen dalam melakukan pembelian produk oleh-oleh khas Minang melalui platform yang dibangun menggunakan opencart. Pemasaran produk selama ini masih menggunakan system manual dan jangkauannya masih belum luas untuk di ketahui Masyarakat luas, hanya di ketahui oleh Masyarakat sekitar. Padahal di zaman sekarang yang serba era digital pemasaran Home Industri bisa saja di kenal masyarakat luas menggunakan media penjualan online media sosial melalui situs-situs penjualan di internet. Metode penelitian yang di terapkan adalah model Research and Develop (R&D), dengan menggunakan analisis kebutuhan, desain system, dan pengujian prototipe. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan platform e-commerce menggunakan OpenCart untuk home industry makanan sanjai Khas Minang di Kabupaten Lima Puluh Kota berhasil meningkatkan afektivitas pemasaran dan penjualan. Sistem yang dirancang mempermudah transaksi, memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi produk dengan cepat, dan menyediakan transaksi, memungkinkan untuk mengakses informasi produk dengan cepat, dan menyediakan laporan penjualan yang akurat. Dengan adanya platform ini, pelaku usaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kemudahan dalam berbelanja secara online. Secara keseluruhan, penerapan e-commerce ini berkontribusi pada pertumbuhan bisnis dan keberlanjutan industry lokal.

Abstract

Designing an E-Commerce Platform for Home Industry on Typical Minang Souvenirs with a Focus on OpenCart as a Marketing Solution in Lima Puluh Kota Regency aims to Design an E-commerce platform that can help Home Industry players in Lima Puluh city in marketing typical Minang souvenir products more effectively and efficiently. This article also aims to provide easier access for consumers to purchase typical Minang souvenir products through a platform built using opencart. Product marketing so far still uses a manual system and its reach is still not wide to be known to the wider community, only known by the surrounding community. Whereas in today's digital era Home Industry marketing can be recognised by the wider community using online sales media social media through sales sites on the internet. The research method applied is the Research and Develop (R&D) model, using needs analysis, system design, and prototype testing. The results of this study indicate that the development of an e-commerce platform

using OpenCart for the Kabs Minang sanjai food bome industry in Lima Puluh Kota Regency has succeeded in increasing marketing and sales effectiveness. The designed system facilitates transactions, allows users to access product information quickly, and provides transactions, allows to access product information quickly, and provides accurate sales reports. With this platform, businesses can reach a wider market and increase customer satisfaction through the convenience of online shopping. Overall, the implementation of e-commerce contributes to business growth and sustainability of local industries.

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



1. Pendahuluan

Perekonomian adalah salah satu komponen yang sangat penting dalam pembangunan sebuah negara dan berkolerasi positif dengan kemakmuran dalam suatu masyarakat. Ini merupakan kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk upaya meningkatkan daya hidup dan taraf hidup masyarakat karena pertumbuhan ekonomi akan memenuhi kebutuhan masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat maka dibutuhkan sebuah lokasi penelitian pekerjaan yang dapat memasukkan setiap angkatan indonesia yang memiliki banyak kekayaan dan ide-ide berbagai macam olahan makanan, tetapi belum mampu memanfaatkannya sepenuhnya. Masyarakat diminta untuk meningkatkan kemampuan dan potensi mereka sendiri dan di wilayah mereka untuk memenuhi kebutuhan mereka. Masyarakat yang mampu dan jeli melihat potensi diri mereka dan mampu memahami lingkungan mereka dapat memnemukan peluang dan membuka peluang lapangan pekerjaanbagi masyarakat sekitar untuk memeneruhi kebutuhan hidup agar sejahtera(Asyari et al., 2022).

Jika adanya peluang di harapkan usaha tersebut dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat dan mengurangi tingkat uebanisasi yang begitu tinggi. Selain itu, dengna usaha ini dapat membuka peluang yang dapat meningkatkan taraf hidup di daerah tersebut. Dan diharapkan dapat dijadikan sebagai ikon atau ciri khas di suatu daerah. Seperti Usaha Mikro Menengah (UMKM). Perkembangan UMKM memiliki implikasi yang signifikan terhadap ekonomi kerena kemampuan mereka untuk mendorong kegiatan ekonomi di berbagai sektor, pertumbuhan UMKM memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembrantas kemiskinan. UMKM biasanya beroperasi di daerah penghasilan rendah dan memperkerjakan orang yang mungkin. Memiliki sedikit peluang untuk pekerjaan jenis lain. Mereka memiliki kemampuan untuk memberikan peluang pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif, seperti penciptaanlapangan kerjadan di dukung untuk bisnis lokal. Selain itu infrastuktur yang tidak memadai adalah masalah besar yang dihadapi oleh UMKM, terutama di daerah berpenghasilan rendah unfastruktur yang tidak memadai dapat mengatasi akses ke pasar, informasi, dan sumber daya lainnya, serta dapat meningkatkan biaya operasional perusahaan(Halimah et al., 2023). Misalnya, kekurangn infrastruktur komunikasi dan transportasi yang tidak memadai dapat membatasi produksi dan sfisiensi.

Bisnis kecil dan juga menengah menghadapi masalah lain kerena kondisi peraturan yang tidak menguntungkan yang dapat membatasi kemampuan mereka untukbekerjadengan baik. Peraturan yang tidak banyak di negara rumit tidak konsisten dan memberatkan yang dapat membatasi pertumbuhan bisnis dan menghalangi investasi. Selain itu peratran dapat bersifat diskriminatif, memprioritaskan perusahaan besar (UMKM) untuk bersaing dengnan baik. Seperti halnya tang terjadi pada UMKM di daerah minang tepatnya di kabupaten Lima Puluh Kota dimana banyak sekali berbagai jenis UMKN yang beroperasi di sana dimulai dari UMKM jenis makanan dengan berbagai macam jenis makanan. Ada juga jenis alat-alat perabotan rumah tangga, pakaian hingga berbgai macam buatan aksesoris dimana semua itu dijadikan sebagai ikon ciri khas dari minang. Hampir sebagian orang minang meliki umkm dengan

khas mereka sendiri. dengan adanya operasi usaha ini dapat mengstabilkan perekonomian masyarakat minang(Supriatna et al., 2023). Namun banyak dari mereka yang usaha nya itu tidak ada kemajuan dari dulu samapai sekarang. Karena proses pengoperasian dan pemasarannya hanya dilakukan di daerah terdekat saja, semua dilakukan hanya dengan proses manual saja, sehingga produk yang di produksi tidak begitu deikenal oleh msyarkat luas.

Salah satu UMKM yang cukup populer di derah minang adalah makanan khas Minang yaitu sanjai. Sitem produksi sanjai di minang sudah berjalan sejak zaman dulu, diproduksi dengan bebagai jenis olahan makanan yang dapat dijadikan sebagai oleh-oleh dari khas minang. Di era yang serba canggih di zaman sekarang proses pemasaran UMKM ini bisa di operasikan ke masyarakat menggunakan teknologi yang canggih. Dengan paningkatan teknologi dan kemampuan untuk mengakskses internet, lanskap bisnis telah berubah secara dramatis, dan banyak sektor ekonomi juga mengalami perubahan besar. Fenomena ini disebabkan oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), yang memungkinkan barbagai sektor untuk mengembangkan produk baru. E-commerce telah berkembang manjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi digital dalam konteks bisnis, terutama di era ssat ini, dimana era digital merupakan suatu hal yang sangat penting,. Dunia bisnis telah banyak berubah karena peningkatan teknologi dan kemampuan untuk mengakses internet. Industri e-commerce merupakan suatu komponen yang paling berpengaruh oleh perubahan ini(Abdillah, 2024).

Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasar global, semakin jelas bahwa pengembangan aplikasi e-commerce yang inovatif dan efisien sangat penting bagi banyak perusahaan untuk menjalankan bisnisnya dengan cepat. Hal ini memudahkan bisnis untuk terhubung dengan orang-orang di seluruh dunia, menghilangkan tantangan geografis, dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik kepada pelanggan. Pada dasarnya, aplikasi e-commerce menyediakan alat yang sangat penting bagi bisnis untuk menghadapi tantangan ere digital ini. Aplikasi e-commerce juga sangat penting untuk menjaga loyalitas pelanggan. Memberikan pengalamamn belanja yang memudahkan dan efiriensi adalah kunci untuk mempertahankan pelanggan dalam dunia yang penuh dengan pilihan. Aplikasi e-commerce dapat membantu memberikan layanan yang lebih baik dengan mempertimbangkan preferensi pelanggan an menciptakan interaksi yang lebih personal(Rohmatillah et al., 2024).

Oleh karena itu, aplikasi e-commerce adalah alat untuk meningkatkan penjualan dan memenangkan persaingan di pasar yang semakin hari semakin sengit. Bisnis yang dapat menggunakan aplikasi e-commerce secara efektif akan memiliki keuntungan yang signifikan dalam mencapai kesuksesan jangka panjang di era digital ini. Aplikasi e-commerce ini dapat menawarkan pengalaman yang lebih personal dan terarah kepada pelanggan. Ini akan mencangkup rekomendasi produk yang lebih cerdas berdasarkan perilaku pembelian pelanggan sebelumnya dan analisis preferensi pelanggan secaea real-time. Teknologi wesite dalam sistem e-commerce memungkinkan peningkatan transaksi, manajemen produk, dan sistem jual beli online yang lebih mudah bagi pengunjung. E-commerce berguna untuk bisnis berbasis web karena dapat menghemat waktu, memecahkan masalah, dan menghubungkan penjual dan pembeli. Layanan grosir dan individu memiliki waktu yang terbatas tetapi jangkauan yang luas, memungkinkan pemesanan di luar kota pembayaran online(Yusuf et al., 2022).

Mengingat tantangan yang semakin kompleks, persaingan yang semakin ketat, dan kebutuhan untuk terus beradaptasi dengan perubahan global yang berubah, penggunaan e-commerce merupakan kebutuhan penting bagi bisnis saat ini. Di proyeksikan bahwa penerapan e-commerce dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kemajuan bisnis, dari skala kecil hingga besar. Perusahaan yang mampu mengimplementasikan e-commerce dengan cara yang benar untuk memenuhi kebutuhan

dan karakteristik unik bisnis yang mereka jalankan dapat menikmati manfaat tersebut. Di Indonesia ada undang yang merujuk kepada aturan hukum yang mengatur tentang perjanjian jual beli dan kewajiban-kewajiban para pihak yang terlibat yaitu undang-undang No. 3 tahun 2014 tentang perindustrian adalah undang-undang yang mengatur tentang kebijakan, struktur, dan pengembangan industri di Indonesia. UU ini bertujuan untuk menciptakan industri yang mampu bersaing di tingkat global, berkelanjutan, serta mendukung pembangunan ekonomi negara.

2. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian Research and Development (R&D). metode penelitian dan pengembangan merupakan proses atau langkah-langkah yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan keefektifan produk tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif serta kajian pustaka atau library research. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi permasalahan dan memahami kebutuhan pengguna dan bisnis terkait dengan desain platform e-commerce industri rumahan khas Minang, dengan penekanan khusus pada OpenCaet sebagai solusi pemasaran di Kabupaten Lima Puluh Kota. Metode kualitatif dipilih karena dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang fenomena sosial dan perilaku manusia dalam konteks platform e-commerce. Proses riset diawali dengan investigasi awal untuk mengetahui kondisi pasar dan kebutuhan calon pengguna. Setelah itu, desain studi dirancang dengan melakukan wawancara dengan konsumen, pedagang tradisional, dan pelaku industri. Untuk mendapatkannya, metode pengumpulan data melibatkan tinjauan langsung dan wawancara menyeluruh tentang interaksi di pasar tradisional dan online.

Untuk mempermudah analisis, transkrip hasil wawancara dilakukan setelah data dikumpulkan. Detail penting akan diprioritaskan dengan membuang data yang tidak penting. Metode interpretasi fenomenologis digunakan untuk menganalisis data. Metode ini memberikan gambaran umum tentang fenomena yang diamati dan menawarkan interpretasi tentang makna yang mendasari fenomena tersebut. Teknik triangulasi digunakan untuk membandingkan hasil observasi dan wawancara untuk memverifikasi validitas data. Akhirnya, hasil penelitian disajikan dalam bentuk deskripsi yang jelas dan terperinci, dan hasilnya ditafsirkan untuk membantu orang memahami konsekuensi praktis. (Tata, 2022) Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam merancang platform e-commerce yang efisien.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian Research and Development (R&D) metode penelitian dan pengembangan merupakan proses atau langkah-langkah yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan keefektifan produk tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif serta kajian pustaka atau library research. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi permasalahan dan memahami kebutuhan pengguna dan bisnis terkait dengan desain platform e-commerce industri rumahan khas Minang, dengan penekanan khusus pada OpenCaet sebagai solusi pemasaran di Kabupaten Lima Puluh Kota. Metode kualitatif dipilih karena dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang fenomena sosial dan perilaku manusia dalam konteks platform e-commerce. Proses riset diawali dengan investigasi awal untuk mengetahui kondisi pasar dan kebutuhan calon pengguna. Setelah itu, desain studi dirancang dengan melakukan wawancara dengan konsumen, pedagang tradisional, dan pelaku industri. Untuk mendapatkannya, metode pengumpulan data melibatkan tinjauan langsung dan wawancara menyeluruh tentang interaksi di pasar tradisional dan online.

Untuk mempermudah analisis, transkrip hasil wawancara dilakukan setelah data dikumpulkan. Detail penting akan diprioritaskan dengan membuang data yang tidak penting. Metode interpretasi

fenomenologis digunakan untuk menganalisis data. Metode ini memberikan gambaran umum tentang fenomena yang diamati dan menawarkan interpretasi tentang makna yang mendasari fenomena tersebut. Teknik triangulasi digunakan untuk membandingkan hasil observasi dan wawancara untuk memverifikasi validitas data. Akhirnya, hasil penelitian disajikan dalam bentuk deskripsi yang jelas dan terperinci, dan hasilnya ditafsirkan untuk membantu orang memahami konsekuensi praktis. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam merancang platform e-commerce yang efisien.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan kombinasi Unified Process (UP) dan Waterfall sebagai model pengembangan. Proses Terpadu adalah pendekatan pengembangan perangkat lunak berorientasi objek yang berfokus pada iterasi dan peningkatan. Menurut model ini, proses pengembangan dibagi menjadi beberapa fase yang saling terkait: Inisiasi, Pengembangan, Konstruksi, dan Perubahan. Setiap fase memiliki tujuan khusus dan menghasilkan artefak yang dapat digunakan untuk fase berikutnya. Di sisi lain, model Air Terjun adalah pendekatan linier, yang berarti bahwa setiap fase harus diselesaikan sebelum dapat dilanjutkan. Analisis persyaratan, desain sistem, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan adalah bagian dari model ini. Penelitian ini dapat memanfaatkan keunggulan masing-masing pendekatan dengan menggabungkan dua model ini: struktur Air Terjun yang jelas dan fleksibilitas dan iterasi Proses Terpadu (Asyifah et al., 2023). Hal ini memungkinkan pengembang untuk menciptakan platform e-commerce yang efektif untuk industri makanan Minang dengan mempertimbangkan kebutuhan konsumen dan tantangan pasar. Model pengembangan penelitian ini terdiri dari beberapa langkah utama.

Tahap pertama adalah Analisis Kebutuhan, di mana survei konsumen, wawancara dengan pelaku industri, dan analisis pasar digunakan untuk mengumpulkan data tentang kebutuhan pengguna dan bisnis. Hasil dari langkah ini adalah dokumen spesifikasi persyaratan yang terperinci. Selanjutnya, pada tahap Desain Sistem, perancangan sistem dilakukan berdasarkan kebutuhan yang telah diidentifikasi. Ini mencakup perancangan arsitektur sistem secara keseluruhan serta pembuatan prototipe antarmuka pengguna untuk diuji sebelum implementasi. Setelah desain disetujui, tahap Implementasi dimulai dengan pengembangan kode program menggunakan bahasa pemrograman yang sesuai, seperti PHP untuk backend dan HTML/CSS untuk frontend, serta pemanfaatan database seperti MySQL untuk menyimpan data produk dan pengguna (Supriyadi & Lukmanul Hakim, 2022).

Setelah implementasi selesai, tahap Pengujian dilakukan guna memastikan bahwa semua fitur berjalan dengan benar, termasuk uji fungsionalitas, keamanan, dan kinerja agar platform dapat menangani jumlah pengguna yang diharapkan. Jika pengujian berhasil dan perbaikan telah dilakukan, sistem memasuki tahap Penerapan, di mana platform e-commerce dibuka untuk umum, disertai dengan strategi pemasaran awal guna menarik pengguna. Setelah peluncuran, tahap terakhir adalah Pemeliharaan, yang bertujuan untuk memberikan dukungan teknis kepada pengguna serta memperbaiki sistem sesuai dengan perubahan pasar dan masukan pengguna. Untuk menunjukkan struktur dan alur kerja sistem, ada beberapa diagram UML yang dapat digunakan dalam proses desain sistem. Diagram Kasus Penggunaan menunjukkan bagaimana aktor (bisnis, pelanggan, dan admin) berinteraksi dengan sistem. Kasus penggunaan seperti pendaftaran akun, login, mengelola produk, melihat produk, melakukan pembelian, mengelola pesanan, dan memberikan ulasan adalah di antaranya. Dalam proses "Lakukan Pembelian", alur aktivitas digambarkan dalam bagan aktivitas. (H. Zheng et al., 2025) Proses ini termasuk memilih produk, menambahkannya ke keranjang belanja, melanjutkan ke checkout, memproses pembayaran,

mengonfirmasi pesanan, dan menerima pemberitahuan konfirmasi. Selain itu, struktur sistem ditampilkan dalam Diagram Kelas, yang menampilkan kelas seperti Pengguna, Produk, dan Pesanan, bersama dengan atribut dan metodenya masing-masing. Terakhir, desain database mencakup tabel kunci seperti Pengguna, Produk, Pesanan, dan Pesanan Detail, yang terhubung satu sama lain melalui hubungan kunci utama (PK) dan juga kunci asing (FK). Pada tahap desain ini, platform e- usaha Kabupaten Lima Puluh Kota (Yusheng et al., 2023).

Dalam struktur sistem, diagram kelas menggambarkan berbagai kelas yang ada beserta atribut dan metodenya. Beberapa kelas utama dalam sistem ini meliputi User, yang memiliki atribut seperti `userId`, `username`, `password`, dan `email`, serta metode `register`, `login`, dan `updateProfile`. Kelas `product` mencakup atribut `Product ID`, `name`, `description`, `price`, dan `stock`, dengan metode `addProduct`, `cancel Order`, dan `view Order`. Sementara itu, kelas `Order` memiliki atribut `orderId`, `userId`, `productList`, dan `totalAmount`, serta metode `create Order`, `cancelOrder`, dan `viewOrder`. Selain itu, desain database dalam sistem ini mencakup beberapa tabel utama, seperti `User` dengan atribut `userId` PK, `username`, `password`, dan `email`, `Products` yang terdiri dari `productID` PK, `name`, `description`, `price`, dan `stock`, `Orders`, yang memiliki atribut `orderId` PK, `userId` FK, `orderDate`, dan `total Amount`, serta `OrderDetails`, yang mencakup `orderDetailId` PK, `orderId` FK, `productId` FK, `quantity`, dan `subtotal`. Struktur ini memastikan bahwa data dalam sistem tersimpan dengan baik dan memungkinkan integrasi yang optimal antara pengguna, produk, dan transaksi dalam platform e-commerce (S. Zheng et al., 2024). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Lima Puluh Kota mengalami peningkatan penjualan setelah menggunakan platform e-commerce untuk industri oleh-oleh khas Minang di rumah.

Studi ini juga menemukan bahwa 75% pelaku industri mengatakan bahwa produk menjadi lebih mudah diakses setelah menggunakan platform e-commerce. Selain itu, 60% pelanggan percaya bahwa platform ini memungkinkan akses ke produk lokal. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi digital berperan penting dalam membantu konsumen dan bisnis saling berinteraksi. Beberapa faktor dapat menjelaskan keberhasilan penelitian ini. Pertama, meningkatnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM telah memungkinkan mereka untuk lebih memahami dan memanfaatkan teknologi dalam pemasaran dan penjualan. Dengan bantuan platform e-commerce, banyak pemilik usaha kecil dan menengah (UMKM) yang sebelumnya tidak terbiasa dengan pemasaran online kini dapat menjalankan bisnisnya dengan sukses. Keberhasilan ini juga dibantu oleh dukungan pemerintah dalam pemanfaatan teknologi digital. Selain itu, hasil penelitian ini menunjukkan tren transformasi digital yang lebih luas yang terjadi di Indonesia. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa UMKM di seluruh tanah air semakin sadar betapa pentingnya kehadiran internet untuk bertahan dan bersaing di pasar global (Widiastuti et al., 2023).

Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya relevan bagi Kabupaten Lima Puluh Kota, tetapi juga memberikan wawasan kepada daerah lain yang ingin mengembangkan sektor UMKM. Dalam perspektif yang lebih luas, pertumbuhan e-commerce membantu pertumbuhan ekonomi nasional karena memungkinkan produk lokal menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan di tingkat internasional, sehingga meningkatkan pendapatan masyarakat. Studi ini menunjukkan bahwa UMKM yang berhasil menggunakan platform digital dapat membantu menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Widiastuti et al., 2023). Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi sangat penting untuk mengembangkan UMKM di Kabupaten Lima Puluh Kota. Pelaku industri dapat meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif dengan bantuan platform e-commerce. Keberhasilan ini memberikan landasan yang kuat

untuk mengembangkan strategi tambahan yang akan membantu pertumbuhan industri oleh-oleh khas Minang di dalam negeri serta mendorong inovasi umum pada UMKM.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi sangat penting untuk mengembangkan UMKM di Kabupaten Lima Puluh Kota. Pelaku industri dapat meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif dengan bantuan platform e-commerce (Intan, 2020). Keberhasilan ini memberikan landasan yang kuat untuk mengembangkan strategi tambahan yang akan membantu pertumbuhan industri oleh-oleh khas Minang di dalam negeri serta mendorong inovasi umum pada UMKM. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Lima Puluh Kota menggunakan e-commerce sejalan dengan upaya pemerintah mendorong digitalisasi ekonomi. Pemerintah telah meluncurkan program untuk meningkatkan literasi digital dan mengajarkan UMKM cara menggunakan teknologi untuk memasarkan barang-barang mereka. Banyak pelaku UMKM yang sebelumnya ragu untuk beralih ke digital marketing kini merasa lebih percaya diri dan dapat bersaing di pasar yang lebih luas berkat dukungan ini (Amin et al., 2019).

Hal ini menunjukkan bahwa kerja sama antara sektor publik dan swasta sangat penting untuk mendukung transformasi digital. Dalam konteks yang lebih luas, peningkatan e-commerce juga membantu pertumbuhan ekonomi di dalam negeri dan di kawasan. Ketika pedagang UMKM dapat menjual barangnya secara online, mereka tidak hanya menghasilkan lebih banyak uang untuk diri mereka sendiri, tetapi juga meningkatkan ekonomi lokal. Menurut penelitian sebelumnya, e-commerce memiliki kemampuan untuk menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global. Oleh karena itu, temuan penelitian menunjukkan betapa pentingnya membantu UMKM memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing mereka. Selain itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih menghadapi beberapa tantangan dalam proses adopsi e-commerce. Meskipun banyak bisnis yang telah berhasil menggunakan platform digital, beberapa masih kurang pengetahuan tentang teknologi dan pemasaran online (Endriastuti & Permatasari, 2018). Penelitian ini menunjukkan bahwa diperlukan upaya lebih lanjut untuk memberikan pelatihan dan pendampingan teknis agar semua pelaku UMKM dapat memperoleh manfaat dari transformasi digital.

Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan lembaga terkait untuk terus mendanai program pendampingan dan pelatihan. Secara keseluruhan, situasi yang digambarkan oleh hasil penelitian ini menunjukkan ekosistem yang muncul di mana teknologi digital berperan penting dalam memperkuat posisi UMKM di pasar dan meningkatkan kemampuan produk lokal untuk diakses. Pelaku bisnis souvenir tradisional Minang dapat mengatasi berbagai masalah pemasaran dan menjangkau konsumen dengan lebih efektif dengan adanya platform e-commerce. Selain menguntungkan pelaku usaha, hal ini menawarkan peluang baru untuk pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan bagi masyarakat secara keseluruhan. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce meningkatkan kinerja UMKM (Fauzi et al., 2020). Misalnya, penelitian Fadhillah dan Yuniarti (2023) menemukan bahwa penggunaan e-commerce membuat proses penjualan produk menjadi lebih efisien dan membantu UMKM mengatasi berbagai tantangan, seperti terbatasnya lokasi penjualan. Dalam konteks ini, penelitian kami menekankan bagaimana platform e-commerce meningkatkan efisiensi operasional dan memungkinkan produsen souvenir tradisional Minang untuk mengakses pasar baru. Alhasil, temuan penelitian ini menunjukkan betapa pentingnya e-commerce untuk mendukung pertumbuhan UMKM (Fitriaty et al., 2021).

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi dan elemen lain, seperti kualitas produk dan pemasaran yang efektif, berkontribusi pada keberhasilan platform e-commerce dalam

meningkatkan penjualan produk lokal. Hasil ini sejalan dengan penelitian Raharti (2024), yang menyatakan bahwa kemampuan bisnis untuk menyampaikan nilai produk mereka kepada konsumen sangat dipengaruhi oleh keberhasilan pemasaran digital. Oleh karena itu, temuan penelitian ini menekankan bahwa pengembangan UMKM memerlukan pendekatan holistik, di mana strategi pemasaran yang tepat dibutuhkan untuk mendukung teknologi digital untuk mencapai hasil yang optimal. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Lima Puluh Kota menggunakan e-commerce sejalan dengan upaya pemerintah mendorong digitalisasi ekonomi (Afiffah et al., 2022).

Pemerintah telah meluncurkan program untuk meningkatkan literasi digital dan mengajarkan UMKM cara menggunakan teknologi untuk memasarkan barang-barang mereka. Banyak pelaku UMKM yang sebelumnya ragu untuk beralih ke digital marketing kini merasa lebih percaya diri dan dapat bersaing di pasar yang lebih luas berkat dukungan ini. Hal ini menunjukkan bahwa kerja sama antara sektor publik dan swasta sangat penting untuk mendukung transformasi digital (Syahdan, 2019). Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah (UKM) di Kabupaten Lima Puluh Kota menggunakan e-commerce sebagai bagian dari upaya pemerintah untuk mendorong digitalisasi ekonomi. Pemerintah telah memprakarsai program untuk meningkatkan literasi digital dan mendidik UKM tentang cara menggunakan teknologi untuk memasarkan produk mereka. Berkat dukungan ini, banyak pelaku UKM yang sebelumnya ragu untuk beralih ke digital marketing kini semakin percaya diri dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa kerja sama antara sektor publik dan swasta sangat penting untuk mendukung transformasi digital.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah (UKM) di Kabupaten Lima Puluh Kota menggunakan e-commerce sebagai bagian dari upaya pemerintah untuk mendorong digitalisasi ekonomi. Pemerintah telah memprakarsai program untuk meningkatkan literasi digital dan mengedukasi UKM tentang cara menggunakan teknologi untuk memasarkan produk mereka. Berkat dukungan ini, banyak pelaku UKM yang sebelumnya ragu untuk beralih ke digital marketing kini semakin percaya diri dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa kerja sama antara sektor publik dan swasta sangat penting untuk mendukung transformasi digital (Nuraini Dewi Kodrat Ningsih & Mahendra Pratsya, 2022).

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggabungan model pengembangan Unified Process (UP) dan Waterfall dalam pembangunan platform e-commerce memberikan manfaat signifikan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya di Kabupaten Lima Puluh Kota. Pendekatan ini memungkinkan pengembang untuk mengintegrasikan struktur yang jelas dari model Waterfall dengan fleksibilitas iteratif dari Unified Process, sehingga menghasilkan sistem yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pengguna dan tantangan pasar. Dengan menerapkan metode ini, platform e-commerce yang dikembangkan mampu meningkatkan visibilitas produk UMKM serta memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik bagi pelanggan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa setelah implementasi platform e-commerce, UMKM mengalami peningkatan penjualan yang signifikan. Sebanyak 75% pelaku industri melaporkan bahwa produk mereka menjadi lebih mudah diakses oleh pelanggan, sementara 60% pelanggan menyatakan bahwa platform ini mempermudah mereka dalam mendapatkan produk lokal.

Hal ini membuktikan bahwa digitalisasi memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan bisnis dan memperluas jangkauan pasar bagi UMKM. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti pentingnya

fitur analitik penjualan yang lebih rinci untuk membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan berbasis data guna meningkatkan daya saing mereka di pasar digital. Keberhasilan implementasi e-commerce ini tidak terlepas dari meningkatnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM serta dukungan dari pemerintah dalam mendorong transformasi digital. Program pelatihan dan pendampingan yang diberikan kepada UMKM berkontribusi dalam membantu mereka memahami dan memanfaatkan teknologi digital untuk mengelola bisnis secara lebih efektif. Hal ini sejalan dengan tren digitalisasi yang lebih luas di Indonesia, di mana UMKM semakin menyadari pentingnya kehadiran online untuk bertahan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan yang masih dihadapi oleh pelaku UMKM dalam proses adopsi e-commerce, seperti kurangnya pemahaman teknologi bagi sebagian pelaku usaha serta kebutuhan akan pendampingan teknis yang lebih intensif. Oleh karena itu, diperlukan upaya lebih lanjut dalam memberikan edukasi dan dukungan teknis agar transformasi digital dapat merata dan memberikan manfaat optimal bagi seluruh pelaku UMKM. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa adopsi teknologi digital sangat penting dalam pengembangan UMKM, baik dalam meningkatkan efisiensi operasional maupun dalam memperluas akses pasar. Keberhasilan platform e-commerce ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pelaku usaha tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Dengan adanya sinergi antara pelaku industri, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya, transformasi digital UMKM dapat terus berkembang, menciptakan peluang baru, serta mendorong inovasi dalam ekosistem bisnis lokal maupun nasional. Saran Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan evaluasi lebih mendalam terhadap efektivitas fitur analitik penjualan dalam mendukung pengambilan keputusan bisnis oleh pelaku UMKM. Selain itu, studi lebih lanjut dapat meneliti strategi pemasaran digital yang paling efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM di platform e-commerce. Penelitian juga dapat mengeksplorasi penggunaan teknologi kecerdasan buatan (AI) dan machine learning dalam mengoptimalkan pengalaman pengguna serta meningkatkan efisiensi operasional dalam pengelolaan bisnis UMKM. Terakhir, analisis dampak sosial dan ekonomi dari adopsi e-commerce terhadap kesejahteraan pelaku UMKM dan komunitas lokal juga menjadi aspek yang penting untuk dikaji lebih lanjut.

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>
- Adicandra Fauzan Triananda, R. M. (2023). Perancangan Website E-commerce pada Toko Online Alvia Store. *Perancangan Website E-Commerce Pada Toko Online Alvia Store, Vol 9 No 2(2)*, 436–454.
- Ba Hadi, T. S., & Darujati, C. (2023). Analisis dan Implementasi Toko Online From.Munch: Studi Kasus Pengembangan Platform E-Commerce. *DIKE: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(2), 49–52. <https://doi.org/10.69688/dike.v1i2.37>
- Lastri, S., Syamsidar, S., & Evriyenni, E. (2024). Pendampingan Pengembangan Bisnis Umkm: Peluang Dan Tantangan Umkm Anggota Persatuan Srikandi Kreatif Indonesia Daerah Aceh. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 50–58. <https://doi.org/10.31294/abdiekbis.v4i1.3159>
- Lumban, E. P. (2022). Literature Review Faktor-Faktor yang Mempengaruhi E-commerce: Bisnis, Internet dan Teknologi (Literature Review Petilaku Konsumen). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(6), 621–628.
- Mesra, R., Korompis, M. E., & Tuerah, P. R. (2023). Kajian sosial-Ekonomi Umkm “Wireless Fidelity (Wifi)” Di Perum Maesa Unima. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 66. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i2.6007>

- Naharuddin, N., Daga, R., Anshar, M. A., & Djaffar, R. (2024). Analisis Implementasi dan Evaluasi Sistem Reviu PBJ Ditinjau Dari Aspek Persepsi Penggunaan Dalam Mendukung Kinerja Proses Pengadaan Barang dan Jasa Pada Biro Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Terapan*, 2(1), 67–78. <https://doi.org/10.35914/jmet.v2i1.161>
- Pendawa, P. D. (2023). Visualisasi Data Penjualan Pada Online Shop Shillo Store Dengan Teknik Business Inteligence. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi*, 9(3), 548–559. <https://doi.org/10.53008/kalbisiana.v9i3.1093>
- Ps, A. C., Lu, G., Auliya, L., W, N. S., & A, S. S. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dalam Penjualan. *Juranl Manajemen Kompeten, Desember*, 0–14.
- 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>
- Wulandari, K. D., & Komputer, I. (2024). Evolusi Metodologi Pengembangan Perangkat Lunak: Dari Waterfall Hingga Agile. *Duniadata.Org*, 1(2), 1–16.
- Yu Anita Nila Vandarita, & Sri Dwi Estiningrum. (2022). Evaluasi atas Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit pada Usaha Kecil. *Jurnal Riset Dan Aplikasi: Akuntansi Dan Manajemen*, 5(3), 339–354. <https://doi.org/10.33795/jraam.v5i3.008>
- Yusnita, N., Hendana, D., Sulistiyo, A., & Permana, H. (2022). *Pengembangan Platform E-commerce dan Konten Media Sosial untuk Memperluas Jangkauan Pemasaran UMKM Keripik Pisang (Tiens Banana Chips) di Kabupaten Subang*. 2(3), 200–210.