



Produk Makanan Keripik Berbasis E-Commerce untuk Meningkatkan Promosi UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara

Yola Sartifa¹, Radiatul Hasnah²

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

Informasi Artikel

Riwayat Artikel:
Submit : 28 Maret 2022
Revisi : 04 April 2022
Diterima : 17 Mei 2022
Diterbitkan: 30 Juni 2022

Kata Kunci

Produk Makanan, Promosi UMKM,
Perdagangan Elektronik

Correspondence

E-mail: Yolasartifa34677@gmail.com*

A B S T R A K

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini adalah masih terbatasnya promosi produk pangan lokal khususnya keripik yang diproduksi oleh UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara. Hal ini disebabkan oleh rendahnya pemanfaatan teknologi informasi dan platform digital dalam pemasaran produk, sehingga potensi pasar yang lebih luas belum dapat dimanfaatkan secara maksimal. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan platform *e-commerce* berbasis *OpenCart* yang dapat membantu mempromosikan dan memasarkan produk chip. Dengan platform ini diharapkan para pelaku UMKM dapat meningkatkan visibilitas produknya, menjangkau konsumen lebih luas, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan usaha secara signifikan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan metode Research and Development (R&D) dengan model pengembangan 4-D (*Define, Design, Develop, Distribute*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform *e-commerce* berbasis *OpenCart* yang dikembangkan berhasil memenuhi kebutuhan UMKM dalam mempromosikan produk chip di kecamatan Tanjung Mutiara. Pengujian telah membuktikan bahwa platform ini efektif dalam meningkatkan visibilitas produk secara signifikan, memperluas jangkauan pasar, dan mempercepat transaksi. Selain itu, respons pengguna terhadap platform ini sangat positif, dengan sebagian besar pengusaha menyatakan bahwa sistem ini membantu mereka menghemat waktu dan biaya dalam aktivitas pemasaran. Temuan penelitian ini adalah perancangan platform *e-commerce* berbasis *OpenCart* dapat membantu UMKM di kecamatan Tanjung Mutiara secara efektif untuk meningkatkan promosi dan pemasaran produk keripik.

Abstract

The problem faced in this research is the limited promotion of local food products, especially chips produced by MSMEs in Tanjung Mutiara District. This is due to the low utilization of information technology and digital platforms in product marketing, so that the wider market potential cannot be maximized. To overcome these problems, this research aims to design and develop an OpenCart-based e-commerce platform that can help promote and market chip products. With this platform, it is expected that MSME players can increase the visibility of their products, reach wider consumers, and ultimately increase business income significantly. To overcome these problems, this research uses the Research and Development (R&D) method with the 4-D development model (Define, Design, Develop, Distribute). The results showed that the OpenCart-based e-commerce platform developed successfully met the needs of MSMEs in promoting chip products in Tanjung Mutiara sub-district. Testing has proven that the platform is effective in significantly increasing product visibility, expanding market reach, and accelerating transactions. In addition, user response to the platform is very positive, with most entrepreneurs stating that the system helps them save time and costs

in marketing activities. The findings of this study are that the design of an OpenCart-based e-commerce platform can effectively help MSMEs in Tanjung Mutiara sub-district to improve the promotion and marketing of chip products.

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



1. Pendahuluan

OpenCart adalah platform eCommerce yang dirancang untuk mempermudah UMKM dalam membangun dan mengelola toko online secara efisien. Platform ini menyediakan berbagai fitur, seperti katalog produk, pengelolaan pesanan, integrasi sistem pembayaran, dan laporan transaksi yang detail, sehingga memudahkan proses pemasaran produk secara digital tanpa membutuhkan keahlian teknis yang kompleks. Dengan kemudahan administrasi dan operasional yang ditawarkan, OpenCart memungkinkan pengelolaan toko virtual yang fleksibel, termasuk akses dari berbagai perangkat (Termulo et al., 2024). Keunggulan OpenCart untuk UMKM adalah kemudahan penggunaannya dan biaya yang relatif rendah dibandingkan platform lain yang mungkin lebih kompleks dan mahal. UMKM dapat memanfaatkan platform ini untuk memperluas pasarnya tanpa harus mengeluarkan investasi besar untuk mengelola toko fisik atau pemasaran tradisional (Ridwan et al., 2024). Lebih lanjut, OpenCart menawarkan kemungkinan untuk mengatur tampilan dan pengaturan toko sesuai dengan kebutuhan masing-masing bisnis, selain menyediakan akses ke berbagai metode pembayaran yang memudahkan transaksi dengan konsumen dari berbagai daerah. Beberapa studi kasus menunjukkan bahwa UMKM yang menggunakan OpenCart berhasil meningkatkan jangkauan pasarnya. Misalnya, beberapa pemilik usaha kecil yang menjual produk artisanal atau makanan lokal telah berhasil menggunakan platform ini untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, meningkatkan eksposur produk mereka, dan mempercepat proses transaksi (Kunci, 2020). Penggunaan OpenCart terbukti efektif menekan biaya pemasaran dan membuat UMKM lebih kompetitif di pasar digital. Dengan platform ini, para pelaku usaha di Kecamatan Tanjung Mutiara dapat meraih peluang pasar yang lebih luas dan mengembangkan usahanya dengan lebih efektif (Arya Favian et al., 2023).

Desain adalah suatu proses yang melibatkan penciptaan dan pengembangan suatu produk dengan tujuan memenuhi kebutuhan pasar dan meningkatkan keberhasilan produk di pasar. Dalam konteks produk pangan khususnya keripik yang dihasilkan oleh UMKM di Kabupaten Tanjung Mutiara, konsepsi ini meliputi beberapa tahapan, mulai dari ide produk, konsepsi, produksi, hingga pengemasan dan distribusi. Desain produk tidak hanya berfokus pada aspek teknis saja, namun juga bagaimana produk tersebut dapat diterima oleh konsumen dan bersaing di pasar yang lebih luas (Alif et al., 2022). Prinsip desain produk khususnya pada industri makanan mencakup beberapa aspek penting. Produk harus berkualitas baik dan sesuai dengan preferensi konsumen. Produk harus diproduksi secara efisien dan dengan biaya yang wajar agar tetap memberikan keuntungan bagi produsen UMKM. Desain produk harus menarik dan memenuhi standar kebersihan dan keamanan pangan. Dalam hal ini keripik yang dihasilkan harus memperhatikan aspek kemasan yang aman dan menarik, guna meningkatkan daya tarik konsumen dan melindungi produk pada saat pendistribusian (Mutiara Zahra Herien dkk, 2023). Proses perancangan produk makanan keripik dimulai dengan identifikasi pasar sasaran dan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen. Hal ini dilakukan dengan riset pasar yang memungkinkan untuk memahami karakteristik dan preferensi konsumen terhadap produk keripik. Selanjutnya, dilakukan desain produk yang meliputi pemilihan bahan baku, teknik produksi, dan pengembangan rasa yang sesuai dengan selera pasar (Cahyana et al., 2022). Misalnya, penggunaan bahan kemasan ramah lingkungan atau desain kemasan yang menampilkan ciri khas lokal dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk. Proses perancangan yang mencakup riset, inovasi, dan desain yang terarah akan memastikan bahwa produk tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga memiliki daya tarik yang kuat dan mampu meningkatkan daya saing UMKM di era digital (Dewi et al., 2021).

Keripik merupakan salah satu jenis makanan ringan yang sangat populer di Indonesia, dengan variasi yang berbeda-beda mencerminkan keragaman selera masyarakat. Jenis keripik yang umum tersedia di pasaran antara lain keripik singkong, kentang, pisang, tempe, dan jagung. Setiap jenis keripik mempunyai karakteristik rasa dan tekstur yang membuatnya digemari konsumen. Misalnya keripik singkong yang terkenal dengan rasa gurihnya yang khas dan teksturnya yang renyah, sedangkan keripik pisang memiliki rasa manis alami dan tinggi serat (Yusuf et al., 2022). Keberagaman produk keripik ini membuka peluang bagi pelaku UMKM untuk berinovasi dan menawarkan variasi yang sesuai dengan selera pasar (Andreyana et al., 2024). Dari segi kandungan nutrisinya, keripik dapat memberikan manfaat yang berbeda-beda tergantung bahan baku yang digunakan. Keripik tempe misalnya, banyak mengandung protein nabati dan sangat baik untuk tubuh. Sebaliknya, keripik singkong dan kentang mengandung lebih banyak karbohidrat yang memberikan energi. Selain itu, seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen akan kebiasaan makan sehat, pembuat chip mulai berinovasi untuk menghasilkan produk yang lebih bergizi, seperti mengurangi kandungan minyak atau menggunakan bahan baku organik (Gagah Dwiki Putra Aryono, 2023).

Pendekatan ini bertujuan untuk menghasilkan produk yang lebih sehat dan ramah bagi konsumen yang peduli dengan kesehatan. Peluang pasar untuk produk keripik lokal sangatlah besar, baik di pasar domestik maupun internasional. Terlebih lagi, dengan tren gaya hidup yang semakin mengutamakan makanan praktis dan sehat, keripik lokal dapat menjadi pilihan yang diminati oleh banyak orang (Pertiwi & Martadi, 2023). Namun, untuk memanfaatkan peluang pasar yang luas ini, UMKM perlu memanfaatkan teknologi informasi dan platform digital seperti media sosial dan e-commerce untuk memperkenalkan produknya kepada lebih banyak konsumen. Dengan menggunakan platform digital ini, produk chip lokal dapat mencapai visibilitas yang lebih tinggi, memperluas jangkauan pasar, dan mempercepat proses transaksi. Tanpa pemanfaatan teknologi ini, akan sulit menjangkau potensi pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, keberadaan platform digital seperti e-commerce sangat penting untuk membantu UMKM mengembangkan dan memasarkan produknya secara efektif. Dalam konsep pemasaran, promosi tidak hanya berkaitan dengan pengiklanan produk, tetapi juga tentang membangun kesadaran masyarakat, menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen, dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka (Ningsih & Wahyuningsih, 2024). Di era digital saat ini, promosi melalui platform daring atau e-commerce menjadi cara yang sangat efektif untuk memperluas audiens dan menjangkau pasar yang lebih luas. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam mendorong perekonomian daerah, terutama dalam hal penyerapan tenaga kerja dan peningkatan taraf hidup masyarakat. Biasanya, UMKM memiliki ciri khas seperti jumlah pekerja yang terbatas dan modal yang relatif kecil, namun mereka sangat adaptif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen (Hendri et al., 2024). Di Kecamatan Tanjung Mutiara, UMKM seperti produsen keripik berkontribusi besar dalam memenuhi kebutuhan masyarakat lokal.

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia telah mendapat dasar hukum yang jelas melalui Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Undang-undang ini mencakup berbagai aspek terkait pengaturan dan pengembangan UMKM, termasuk dalam hal definisi, klasifikasi, serta hak dan kewajiban UMKM yang menjadi bagian penting dari perekonomian Indonesia. Dalam undang-undang ini, beberapa pasal memberikan dukungan yang signifikan terhadap pertumbuhan UMKM, seperti Pasal 5, yang memberikan kemudahan dalam akses pembiayaan, serta Pasal 6, yang menjamin adanya perlindungan bagi pelaku UMKM. Selain itu, pemerintah juga telah meluncurkan sejumlah kebijakan untuk meningkatkan kapasitas UMKM, seperti fasilitas kredit dengan bunga yang terjangkau, program pelatihan kewirausahaan, dan penyediaan akses pasar melalui platform digital. Kebijakan ini bertujuan untuk memperkuat posisi UMKM di pasar domestik maupun internasional (Ningsih & Wahyuningsih, 2024). Melalui Kementerian Koperasi dan UKM, pemerintah berkomitmen untuk mendukung pengembangan UMKM agar dapat bersaing dalam pasar global, terutama di era digital yang semakin berkembang (Gagah Dwiki Putra Aryono, 2023).

Beberapa peneliti juga sudah melakukan penelitian yang hampir sama dengan penulis yaitu seperti *Pendampingan UMKM untuk Memenangkan Pasar Keripik Debog Pisang Online Melalui Manajemen Pengemasan*

Inovatif dan Pemasaran Berbasis E-Commerce oleh Dhea Amellia dan Wahyu Eko Pujiyanto, 2023. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan solusi bagi UMKM dengan meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam hal promosi, menyediakan kemasan yang higienis, ekonomis, bersih, dan rapi, serta memastikan kemasan memiliki merek dengan desain menarik dan informasi yang lengkap. Selain itu, kegiatan ini juga menyediakan media sosial sebagai saluran promosi bagi mitra UMKM (Amellia & Pujiyanto, 2023). *Desain Kemasan Produk UMKM Makanan Ringan sebagai Peningkatan Daya Beli Konsumen Keripik Singkong* oleh Rizki Puspita Dewanti, Hardian Ningsih, Edi Paryanto, Sigied H Yudhanto, 2021 Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah terciptanya desain kemasan baru untuk mitra serta pembuatan akun media sosial untuk mitra sebagai upaya maksimalisasi pemanfaatan digital marketing. Diharapkan, hal ini dapat meningkatkan omzet penjualan mitra (Pertiwi & Martadi, 2023). *Pemanfaatan Aplikasi E-Commerce Pada Pemasaran Produk UMKM Keripik Beras Di Desa Kalumpang* oleh Gagah Dwiki Putra Aryono, 2023 Tujuan dari perancangan aplikasi dan pemanfaatan e-commerce adalah dengan membuat aplikasi atau situs web sebagai platform untuk promosi dan penjualan produk Keripik Beras, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar (Gagah Dwiki Putra Aryono, 2023). Dalam beberapa tahun terakhir, diperkenalkannya platform e-commerce seperti OpenCart untuk mendukung pengelolaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) telah menarik banyak perhatian. OpenCart, platform e-niaga sumber terbuka, menawarkan fleksibilitas dan pengelolaan penjualan online yang mudah. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa platform ini menawarkan manfaat bagi usaha kecil dengan menyediakan berbagai fitur yang mendukung manajemen katalog produk, proses pembayaran, dan interaksi pelanggan. Hal ini memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasarnya dengan biaya lebih rendah dibandingkan metode pemasaran tradisional sekaligus mengurangi hambatan operasional yang ada di pasar tradisional (Amellia & Pujiyanto, 2023). Platform seperti OpenCart yang mudah diakses dan disesuaikan dengan kebutuhan spesifik UMKM bisa menjadi solusi yang sangat penting untuk mengatasi masalah ini (Fatma et al., 2024).

Dalam studi terbaru, pentingnya pengembangan literasi digital di kalangan pengusaha UMKM semakin ditekankan. Penelitian menunjukkan bahwa untuk memaksimalkan manfaat platform e-commerce seperti OpenCart, pengusaha perlu dibekali dengan pelatihan dan pemahaman tentang cara kerja sistem digital. Dengan mengimplementasikan platform ini secara tepat, UMKM dapat memperbaiki layanan pelanggan, memperluas pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional melalui berbagai fitur seperti pengelolaan produk secara online, sistem pembayaran yang aman, serta kemampuan untuk melacak pesanan secara langsung. Oleh karena itu, penelitian ini semakin menunjukkan relevansi dan kebutuhan pengembangan platform berbasis OpenCart dalam memperkuat daya saing UMKM lokal (Andreyana et al., 2024). UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara, terutama yang bergerak di bidang makanan lokal seperti keripik, menghadapi berbagai kendala dalam memasarkan produk mereka. Meskipun produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik, sebagian besar pelaku usaha masih bergantung pada cara pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung di pasar atau melalui perantara. Akibatnya, produk keripik tersebut hanya dikenal di kalangan pasar lokal, tanpa adanya upaya yang maksimal untuk memperluas jangkauan pasar ke tingkat yang lebih luas. Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi dan platform digital, seperti media sosial atau e-commerce, masih sangat terbatas di kalangan pelaku UMKM, padahal kedua hal tersebut dapat membuka akses ke pasar yang lebih luas (Basma & Alam, 2023). Selain itu, banyak pelaku UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara yang belum menerapkan inovasi dalam strategi pemasaran mereka. Pemasaran produk yang dilakukan masih mengandalkan metode konvensional, seperti membagikan brosur atau mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, yang tidak efektif untuk menarik perhatian konsumen baru. Kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, influencer, atau iklan berbayar, membuat mereka kesulitan bersaing di pasar yang semakin bergantung pada teknologi (Akbar et al., 2023). Keterbatasan sumber daya (Rachmadi et al., 2023), baik dari segi modal, keahlian, maupun infrastruktur, menjadi salah satu penghambat utama dalam mengimplementasikan strategi pemasaran yang lebih modern dan efisien. Masalah lain yang dihadapi oleh UMKM di daerah ini adalah ketidakefisienan dalam sistem transaksi dan pengelolaan pesanan (Ridwan et al., 2024). Banyak pelaku UMKM yang masih mengelola pesanan secara manual melalui telepon atau transaksi langsung, yang

membutuhkan banyak waktu dan rentan terhadap kesalahan. Tanpa adanya sistem yang lebih terstruktur dan otomatis, proses transaksi menjadi lebih lambat dan sulit untuk memenuhi harapan konsumen yang semakin menginginkan kenyamanan dalam berbelanja online.

Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah yang ada, diperlukan perancangan solusi berbasis teknologi yang dapat membantu UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara dalam meningkatkan pemasaran dan memperluas jangkauan pasar mereka. Salah satu pendekatan yang efektif adalah dengan merancang platform e-commerce berbasis OpenCart, yang dapat memfasilitasi promosi produk secara digital. Dengan perancangan platform ini, UMKM dapat memanfaatkan berbagai fitur seperti katalog produk, sistem pembayaran online, dan pengelolaan pesanan secara efisien, yang akan memperbesar visibilitas produk dan mempercepat proses transaksi. Selain itu, platform e-commerce ini juga akan mengurangi ketergantungan pada metode pemasaran tradisional, memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing mereka di pasar digital yang terus berkembang.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang solusi berbasis teknologi yang dapat membantu UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara dalam meningkatkan pemasaran dan memperluas jangkauan pasar mereka. Salah satu pendekatan yang efektif adalah dengan merancang platform e-commerce berbasis OpenCart yang dapat memfasilitasi promosi produk secara digital. Dengan memanfaatkan platform ini, UMKM akan memiliki akses ke berbagai fitur canggih, seperti katalog produk yang memudahkan konsumen untuk menelusuri pilihan produk, sistem pembayaran online yang mempermudah transaksi, serta pengelolaan pesanan yang efisien untuk memastikan kelancaran operasional. Selain itu, platform ini akan meningkatkan visibilitas produk UMKM di pasar global, memungkinkan produk mereka dikenal lebih luas. Di sisi lain, penggunaan e-commerce juga akan mengurangi ketergantungan pada metode pemasaran tradisional, yang terbatas pada pasar lokal dan jaringan yang terbatas. Dengan kemampuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui internet, UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara dapat memperkuat daya saing mereka, membuka peluang baru untuk ekspansi pasar, dan merespons permintaan konsumen dengan lebih cepat dan fleksibel. Penerapan platform ini tidak hanya memberikan dampak positif bagi UMKM secara lokal, tetapi juga memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi global dengan menciptakan peluang bagi produk-produk lokal untuk memasuki pasar internasional. Dengan memperluas akses ke pasar global, UMKM di Tanjung Mutiara dapat bersaing di tingkat global, meningkatkan kualitas dan daya saing produk mereka, serta membuka peluang kerjasama dan investasi dari luar negeri.

2. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian dan pengembangan Research and Development (R&D). Penelitian dan pengembangan (R&D) merupakan suatu metode penelitian yang digunakan untuk menciptakan produk khusus dan menguji keefektivitasan metode tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti berupaya merancang dan mengembangkan sebuah platform *e-commerce* berbasis *OpenCart* yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara guna meningkatkan promosi dan pemasaran produk keripik mereka. Dengan model pengembangan 4-D (*Define, Design, Development, Dissemination*) dipilih karena terbukti efektif dalam merancang produk berbasis teknologi melalui tahapan yang sistematis dan terstruktur (Hendri et al., 2024). Setiap tahap memainkan peran penting dalam memastikan bahwa pengembangan platform berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat nyata bagi UMKM.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian dan pengembangan (Research and Development atau R&D), yang dirancang untuk menciptakan produk spesifik dan menguji efektivitasnya. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan platform e-commerce berbasis OpenCart yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara untuk meningkatkan promosi dan pemasaran produk keripik mereka. R&D memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi kebutuhan pasar dan merancang solusi berbasis teknologi yang relevan

dan efisien. Metode ini mengutamakan penciptaan produk yang tidak hanya mengadopsi teknologi yang ada, tetapi juga memodifikasi dan menyesuaikannya dengan konteks lokal, dalam hal ini, kebutuhan pemasaran UMKM di Tanjung Mutiara. Dalam tahap ini, peneliti mengumpulkan data melalui observasi langsung dan wawancara dengan pelaku UMKM untuk mengetahui lebih dalam mengenai tantangan yang mereka hadapi serta peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing mereka melalui platform e-commerce.

Untuk memastikan bahwa pengembangan platform dapat memberikan hasil yang maksimal dan relevan bagi UMKM, model pengembangan 4-D (Define, Design, Development, Dissemination) digunakan. Pendekatan ini dipilih karena prosesnya yang terstruktur dan sistematis, yang memastikan bahwa setiap tahap pengembangan dilakukan dengan cermat dan mendalam. Pada tahap pertama (Define), peneliti mengidentifikasi masalah dan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh platform e-commerce tersebut. Tahap kedua (Design) berfokus pada perancangan fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan UMKM, seperti pengelolaan produk dan sistem pembayaran yang sederhana. Pada tahap ketiga (Development), peneliti mengembangkan platform OpenCart dengan integrasi fitur yang telah dirancang, sementara tahap keempat (Dissemination) berfokus pada penyebaran dan implementasi platform kepada UMKM, serta evaluasi efektivitas penggunaan platform dalam meningkatkan pemasaran produk. Setiap tahapan ini memiliki peran yang sangat penting dalam memastikan bahwa platform yang dikembangkan tidak hanya sekadar solusi teknologi, tetapi juga solusi yang praktis dan sesuai dengan kebutuhan UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara.

3. Hasil dan Pembahasan

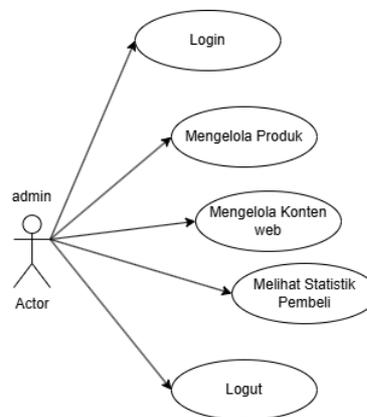
3.1. Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era E-Commerce

UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara menghadapi beberapa tantangan signifikan dalam pengelolaan bisnis mereka, terutama dalam hal pemasaran dan distribusi produk. Sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung di pasar lokal dan promosi melalui mulut ke mulut, yang membatasi jangkauan pasar mereka. Hal ini membuat produk yang mereka tawarkan hanya dikenal oleh segelintir orang, sehingga potensi pasar yang lebih besar terlewatkan. Di sisi lain, kesadaran akan pentingnya pemasaran digital yang berbasis teknologi sudah mulai muncul, namun kebanyakan pelaku usaha masih kurang terbiasa dan tidak memiliki sumber daya yang memadai untuk mengembangkan pemasaran mereka secara online. Oleh karena itu, dibutuhkan adanya perubahan yang signifikan dengan penerapan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar UMKM, mempermudah promosi produk secara digital, dan memungkinkan mereka untuk bersaing di pasar yang lebih luas, terutama pasar digital yang semakin berkembang pesat.

UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara juga menghadapi tantangan besar dalam hal pengelolaan inventori dan transaksi penjualan. Banyak pelaku usaha yang masih menggunakan metode manual dalam mencatat stok barang dan transaksi, yang berisiko menyebabkan kesalahan pencatatan, ketidaksesuaian antara stok barang dan pesanan, serta kesulitan dalam melacak riwayat transaksi. Hal ini mengakibatkan inefisiensi dalam operasional bisnis, dan seringkali berujung pada kerugian finansial yang dapat menghambat pertumbuhan usaha mereka. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk beralih ke sistem yang lebih modern dan terintegrasi, yang memungkinkan pengelolaan stok barang, pemrosesan transaksi, dan pencatatan keuangan dilakukan secara digital. Penggunaan platform e-commerce berbasis OpenCart dapat memberikan solusi dalam hal ini, dengan menyediakan fitur-fitur seperti manajemen inventori yang efisien, pengaturan pesanan secara otomatis, serta integrasi dengan sistem pembayaran online yang memudahkan transaksi dengan pelanggan. Dengan sistem yang lebih

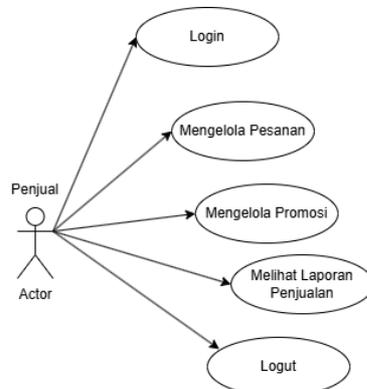
terstruktur, proses operasional UMKM akan lebih cepat, efisien, dan akurat, yang tentunya akan meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan usaha.

Penggunaan teknologi ini sangat penting (Machmudianta & Aryanto, 2023), pelaku UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara juga menghadapi tantangan dalam hal kesiapan dan penerimaan terhadap teknologi baru. Banyak dari mereka yang belum familiar dengan penggunaan platform digital dan merasa kesulitan dalam mengoperasikan sistem e-commerce yang memerlukan keterampilan teknis tertentu. Oleh karena itu, keberhasilan implementasi platform e-commerce tidak hanya bergantung pada pengembangan teknologi itu sendiri, tetapi juga pada proses pendidikan dan pelatihan yang harus diberikan kepada para pelaku UMKM. Pelatihan mengenai cara mengelola inventori, melakukan promosi produk secara digital, serta memproses transaksi secara online sangat diperlukan agar mereka dapat memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh sistem ini secara maksimal. Selain itu, dalam merancang platform e-commerce berbasis OpenCart, sangat penting untuk memastikan bahwa platform tersebut mudah diakses dan user-friendly, sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan spesifik UMKM setempat. Pendampingan yang berkelanjutan juga diperlukan untuk memastikan bahwa pelaku UMKM dapat terus berkembang dan memaksimalkan manfaat teknologi dalam meningkatkan daya saing mereka di pasar global.



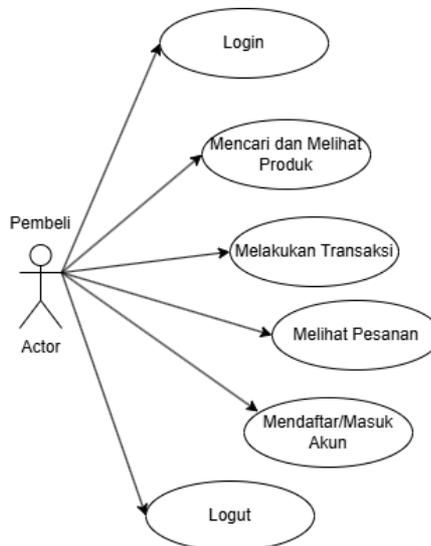
Gambar 1. UseCase Diagram Admin

Diagram use case di atas menggambarkan interaksi antara seorang admin dengan sistem. Admin dalam hal ini memiliki beberapa aktivitas yang dapat dilakukan, yaitu login ke sistem, mengelola produk, mengelola konten web, melihat statistik pembeli, dan logout. Hubungan antara admin (actor) dan aktivitas-aktivitas tersebut menunjukkan bahwa admin adalah pengguna yang berinteraksi langsung dengan sistem dan memiliki hak akses untuk melakukan semua tindakan yang tercantum dalam use case.



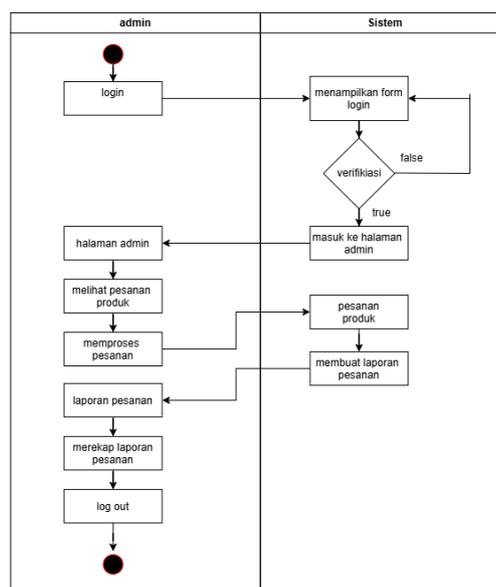
Gambar 2. UseCase Diagram Penjual

Diagram use case ini menggambarkan interaksi antara seorang penjual dengan sistem. Sebagai seorang penjual, pengguna dalam sistem ini dapat melakukan beberapa aktivitas, seperti login ke sistem, mengelola pesanan yang masuk, mengatur promosi produk, melihat laporan penjualan, dan tentu saja, logout ketika selesai beraktivitas. Dengan kata lain, diagram ini menunjukkan berbagai fungsi atau tugas yang dapat dilakukan oleh seorang penjual dalam menjalankan bisnisnya melalui sistem tersebut. Sederhananya, diagram ini memberikan gambaran umum tentang peran dan tanggung jawab seorang penjual dalam sistem yang sedang dimodelkan.



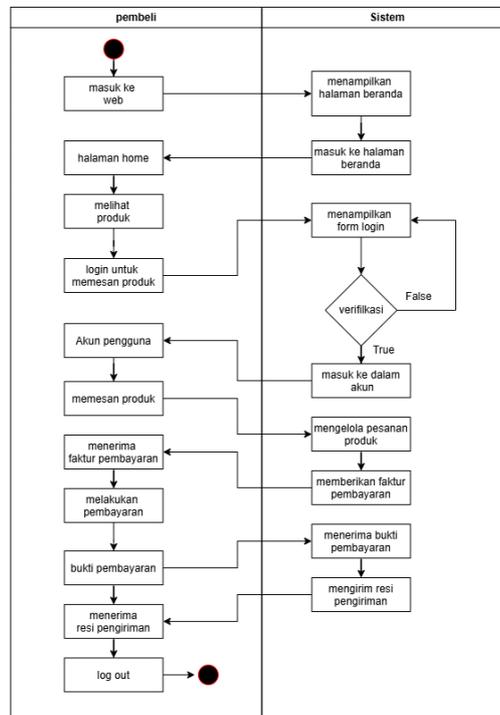
Gambar 3. UseCase Pembeli

Diagram use case ini menggambarkan interaksi antara seorang pembeli dengan sebuah sistem e-commerce. Sebagai seorang pembeli, pengguna dalam sistem ini dapat melakukan beberapa aktivitas, seperti login atau mendaftar akun, mencari dan melihat produk yang tersedia, melakukan transaksi pembelian, melihat status pesanan yang telah dilakukan, dan tentu saja, logout ketika selesai beraktivitas. Dengan kata lain, diagram ini menunjukkan berbagai fungsi atau tugas yang dapat dilakukan oleh seorang pembeli dalam berbelanja secara online melalui sistem tersebut. Sederhananya, diagram ini memberikan gambaran umum tentang pengalaman pengguna (user experience) seorang pembeli saat berinteraksi dengan sistem e-commerce.



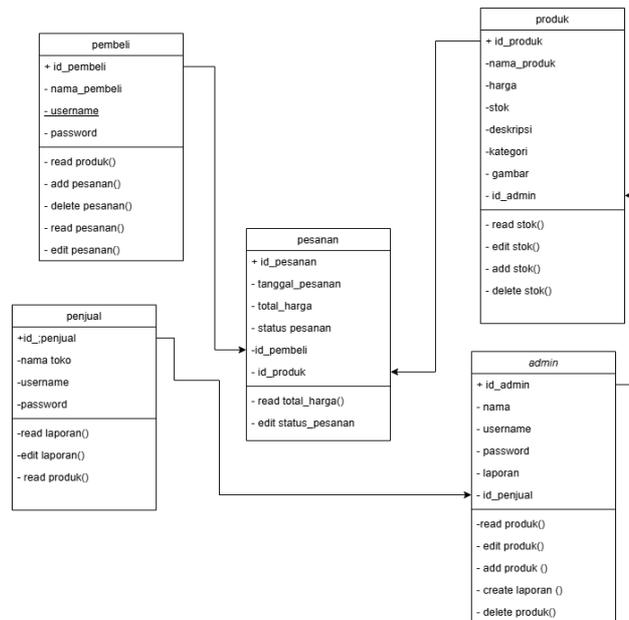
Gambar 4. Activity Diagram Admin

Flowchart ini menggambarkan alur kerja seorang admin dalam mengelola pesanan pada suatu sistem. Proses dimulai ketika admin melakukan login. Sistem kemudian akan menampilkan form login untuk memverifikasi identitas admin. Jika verifikasi berhasil, admin akan masuk ke halaman utama admin. Di halaman ini, admin dapat melihat daftar pesanan yang masuk, memproses pesanan, membuat laporan pesanan, dan merangkum laporan tersebut. Setelah selesai bekerja, admin dapat melakukan logout dari sistem. Secara garis besar, flowchart ini menunjukkan langkah-langkah yang dilakukan oleh seorang admin dalam menjalankan tugas sehari-harinya dalam mengelola pesanan melalui sistem tersebut.



Gambar 5. Activity Diagram Pembeli

Flowchart ini menggambarkan alur proses pembelian produk secara online dari sudut pandang pembeli dan sistem. Proses dimulai ketika pembeli mengakses situs web. Sistem kemudian menampilkan halaman beranda. Pembeli kemudian memilih produk yang ingin dibeli dan melakukan login ke akunnya. Setelah berhasil login, pembeli dapat memesan produk dan sistem akan mengeluarkan faktur pembayaran. Pembeli melakukan pembayaran dan mengunggah bukti pembayaran. Setelah pembayaran diverifikasi, sistem akan mengirimkan resi pengiriman kepada pembeli. Proses berakhir ketika pembeli melakukan logout dari akunnya. Secara garis besar, flowchart ini menunjukkan alur interaksi antara pembeli dan sistem dalam melakukan transaksi jual beli secara online.



Gambar 6. Class Diagram

Diagram ERD ini menggambarkan hubungan antara tabel-tabel dalam sebuah sistem e-commerce. Ada empat tabel utama, yaitu pembeli, produk, pesanan, dan admin. Tabel pembeli menyimpan data pelanggan, tabel produk menyimpan data produk yang dijual, tabel pesanan menyimpan data transaksi pembelian, dan tabel admin menyimpan data administrator sistem. Hubungan antar tabel menunjukkan bagaimana data-data tersebut saling terkait. Misalnya, tabel pesanan memiliki hubungan dengan tabel pembeli dan produk, yang berarti setiap pesanan pasti terkait dengan satu pembeli dan satu atau lebih produk. Selain itu, tabel produk juga memiliki hubungan dengan tabel admin, yang menunjukkan bahwa admin memiliki hak akses untuk mengelola data produk. Secara keseluruhan, diagram ERD ini memberikan gambaran tentang struktur database yang digunakan untuk mendukung operasi sebuah toko online.

Tabel 1. 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 2. 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 3. 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

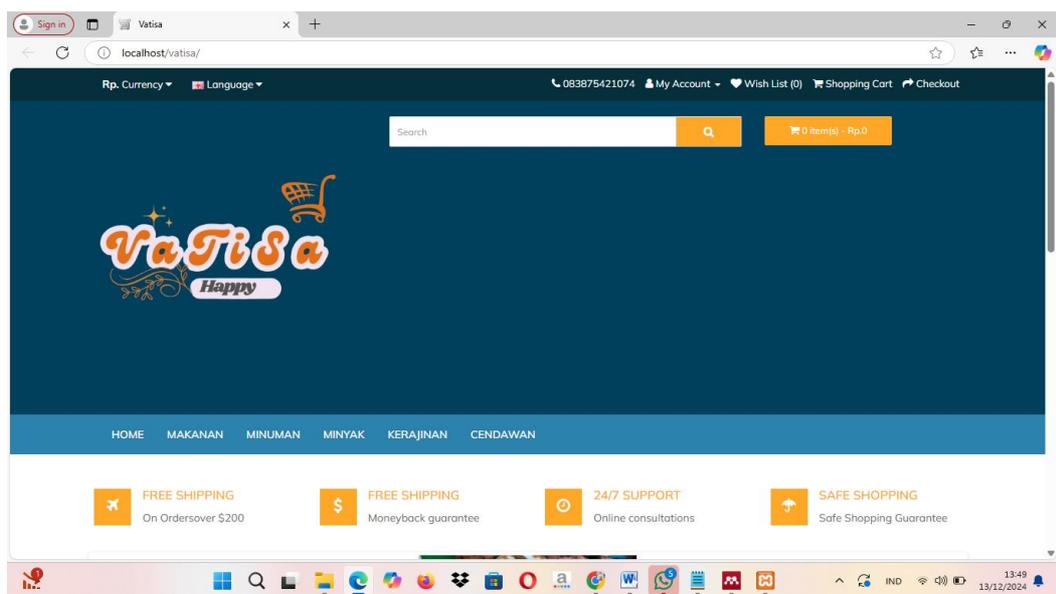
Tabel 4. Tabel Admin

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 5. 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

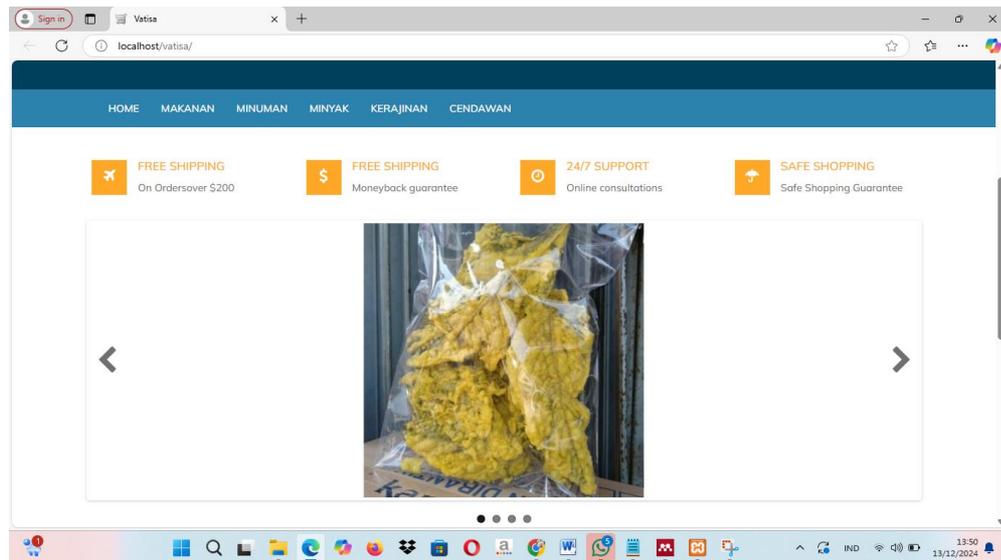
UMKM keripik yang dikelola di kecamatan tanjung mutiara mempunyai potensi luas untuk berkembang dan membawa manfaat bagi masyarakat sekitar. Dengan memanfaatkan platform e-commerce berbasis opencart, produk keripik ini lebih dikenal dan diakses oleh warga setempat, bahkan oleh mereka yang tinggal pelosok desa. Pengembangan ini tentang mendekatkan produk keripik kepada konsumen dengan cara yang lebih menarik, kemudahan pembayaran, dan promosi yang menyentuh kebutuhan masyarakat. Setelah desain selesai, tahap pengembangan dimulai dengan membangun prototipe platform OpenCart yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha. Konsumen dapat dengan mudah menelusuri produk berdasarkan kategori atau kata kunci.



Gambar 7. Halaman Beranda

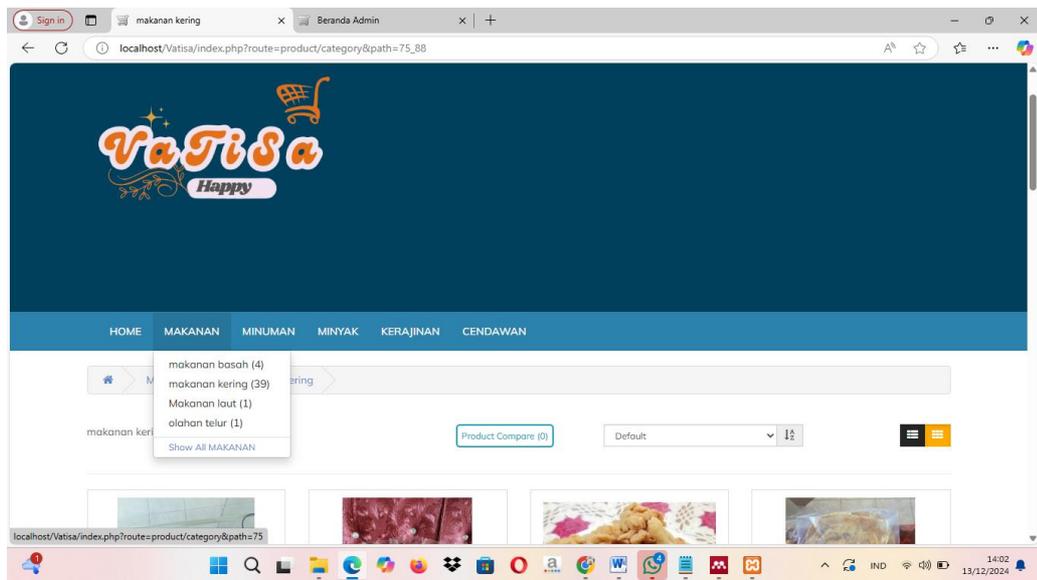
Gambar tersebut menampilkan antarmuka situs e-commerce dengan nama VaTisa Happy. Situs ini memiliki tata letak yang sederhana dan profesional, dilengkapi dengan beberapa menu navigasi utama seperti Makanan, Minuman, Minyak, Kerajinan, dan Cendawan. Bagian atas laman mencantumkan informasi kontak, opsi bahasa, tautan ke akun pengguna, daftar keinginan (wishlist), keranjang belanja, dan tombol checkout. Di bagian tengah, terdapat kotak pencarian untuk memudahkan pengguna mencari produk. Di bawahnya, terdapat baris ikon yang menyoroti keunggulan platform, seperti free shipping, jaminan pengembalian uang, dukungan 24/7, dan keamanan belanja. Antarmuka ini dirancang untuk memberikan kenyamanan dan kepercayaan kepada pengguna dalam berbelanja.

3.1.1. Dashboard UMKM



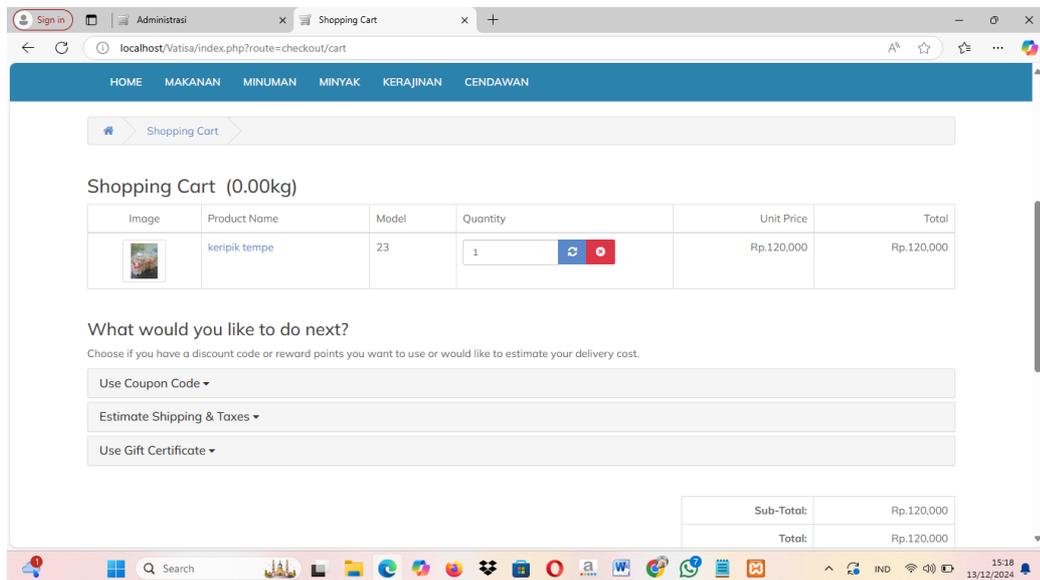
Gambar 8. Dashboard UMKM

Gambar tersebut menunjukkan antarmuka sebuah platform e-commerce yang menampilkan produk berupa keripik yang dikemas rapi dalam plastik transparan. Di bagian atas halaman terdapat menu navigasi utama, seperti Makanan, Minuman, Minyak, Kerajinan, dan Cendawan. Di bawah menu tersebut, terdapat baris fitur utama yang menonjolkan keunggulan platform, seperti Free Shipping untuk pesanan tertentu, jaminan pengembalian uang, konsultasi online 24/7, dan keamanan dalam berbelanja. Desain antarmuka ini memprioritaskan kemudahan navigasi dan informasi produk secara jelas untuk meningkatkan pengalaman pengguna.



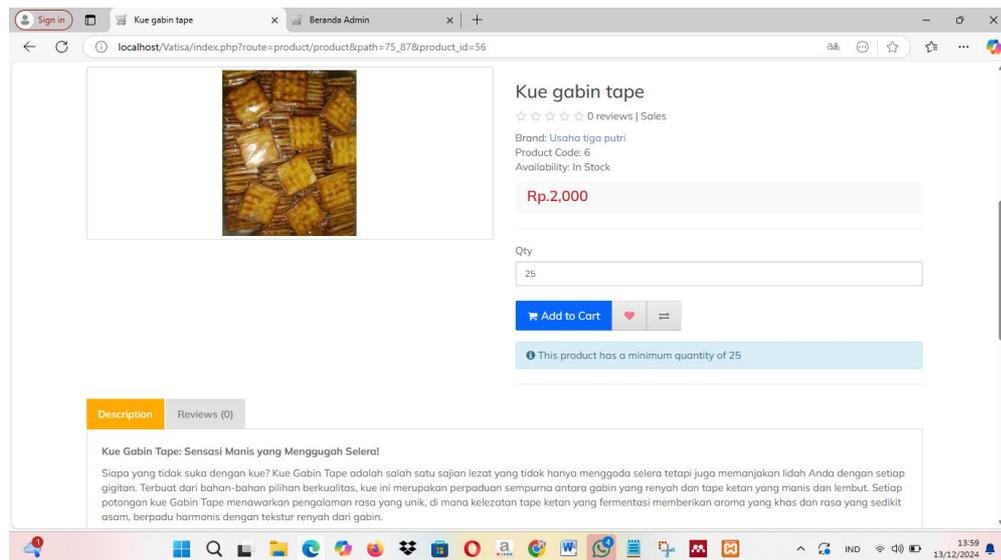
Gambar 9. Halaman kategori produk

Gambar tersebut menampilkan halaman kategori produk dalam sebuah platform e-commerce bernama *VaTisa Happy*. Menu navigasi utama mencakup pilihan seperti *Makanan*, *Minuman*, *Minyak*, *Kerajinan*, dan *Cendawan*. Saat menu *Makanan* dibuka, terlihat submenu yang mengelompokkan produk ke dalam kategori seperti makanan basah, makanan kering, makanan laut, dan adonan siap pakai. Halaman ini juga memiliki fitur pencarian produk berdasarkan kategori, opsi penyortiran (*Product Compare*), serta tampilan daftar atau grid untuk produk. Antarmuka ini dirancang untuk mempermudah pengguna dalam menemukan dan membandingkan produk sesuai kebutuhan.



Gambar 10. Halaman keranjang

Pada halaman berada di halaman keranjang belanja. Di sini, Anda dapat melihat daftar barang yang telah Anda pilih untuk dibeli, termasuk gambar produk, nama produk, model, jumlah, harga satuan, dan total harga. Anda juga dapat menggunakan kode kupon, memperkirakan biaya pengiriman, atau menggunakan sertifikat hadiah untuk transaksi Anda.



Gambar 11. Halaman deskripsi produk

Produk ini ditawarkan dengan harga Rp2.000 per bungkus dan tampaknya cukup populer dengan telah terjual sebanyak 5 kali. Deskripsi produk menekankan cita rasa khas kue gabin tape yang manis dan legit, serta bahan-bahan berkualitas yang digunakan. Selain itu, terdapat informasi mengenai ketersediaan produk yang masih dalam stok. Desain tampilan halaman produk terlihat sederhana namun informatif, dengan gambar produk yang jelas dan informasi penting yang disajikan secara ringkas. Hal ini menunjukkan bahwa platform e-commerce ini berusaha memberikan pengalaman belanja yang mudah dan menyenangkan bagi para pelanggannya.

3.2. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform e-commerce berbasis OpenCart yang dikembangkan secara efektif mampu memenuhi kebutuhan UMKM dalam mempromosikan produk keripik di Kecamatan Tanjung Mutiara. Platform ini dirancang dengan fitur-fitur seperti katalog produk, keranjang belanja, sistem pembayaran online, dan pengelolaan pesanan yang intuitif sehingga memudahkan pengguna dalam proses pemasaran dan transaksi. Keberhasilan ini dapat dijelaskan oleh kemampuan teknologi e-commerce dalam meningkatkan visibilitas produk secara luas, memberikan akses yang lebih mudah bagi konsumen, dan menyederhanakan proses penjualan. Selain itu, respons positif dari pelaku UMKM menunjukkan bahwa platform ini tidak hanya membantu menghemat waktu dan biaya, tetapi juga mendukung mereka dalam memanfaatkan peluang di pasar digital secara lebih efektif. Implementasi platform ini menjadi solusi konkret atas permasalahan terbatasnya promosi dan pemasaran yang sebelumnya dihadapi UMKM lokal (Fatma et al., 2024).

Hasil penelitian ini mencerminkan bagaimana penerapan platform e-commerce berbasis OpenCart dapat memberikan dampak signifikan pada peningkatan daya saing UMKM di era digital. Kondisi ini sejalan dengan tren global, di mana digitalisasi menjadi kunci dalam memperluas akses pasar bagi usaha kecil dan menengah. Platform yang dirancang tidak hanya membantu UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara untuk mengatasi tantangan lokal, seperti keterbatasan promosi, tetapi juga menunjukkan potensi untuk diterapkan pada skala yang lebih luas, khususnya bagi UMKM di daerah lain dengan karakteristik serupa. Dalam konteks ekonomi digital, keberhasilan platform ini menggambarkan bagaimana teknologi informasi mampu menjembatani keterbatasan geografis dan infrastruktur, membuka peluang baru bagi pelaku usaha kecil untuk bersaing secara lebih inklusif di pasar nasional maupun global.

Keunggulan penelitian saya yang berjudul *Perancangan Produk Makanan Keripik Berbasis E-Commerce dengan Platform OpenCart untuk Meningkatkan Promosi UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara* terletak pada penerapan platform e-commerce sebagai solusi utama dalam memperluas jangkauan pasar UMKM keripik di era digital. Sementara penelitian oleh Dhea Amellia dan Wahyu Eko Pujiyanto lebih fokus pada pengemasan produk dan promosi melalui media sosial, penelitian saya menawarkan pendekatan yang lebih holistik dengan memanfaatkan OpenCart, yang tidak hanya mendukung promosi tetapi juga memfasilitasi transaksi online secara langsung. Hal ini memungkinkan UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara untuk meningkatkan visibilitas mereka di pasar digital dan memberikan akses yang lebih mudah bagi konsumen untuk membeli produk secara online, yang sangat relevan dengan tren e-commerce yang berkembang pesat saat ini (Amellia & Pujiyanto, 2023).

Keunggulan dari penelitian yang berjudul *Perancangan Produk Makanan Keripik Berbasis E-Commerce dengan Platform OpenCart untuk Meningkatkan Promosi UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara* terletak pada integrasi antara pengembangan platform e-commerce berbasis OpenCart dan strategi digital marketing untuk mempromosikan produk keripik. Penelitian ini berfokus pada pemberdayaan UMKM melalui penerapan teknologi, memungkinkan mereka untuk memanfaatkan potensi pasar digital secara efektif. Dengan menggunakan OpenCart, platform yang ramah pengguna dan dapat disesuaikan, UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara dapat meningkatkan visibilitas produk mereka, memperluas jangkauan pasar, serta mempermudah transaksi online. Ini akan berdampak positif pada peningkatan omzet dan daya saing usaha kecil, serta mendukung keberlanjutan UMKM dalam era digital (Pertiwi & Martadi, 2023).

Keunggulan penelitian saya yang berjudul *Perancangan Produk Makanan Keripik Berbasis E-Commerce dengan Platform OpenCart untuk Meningkatkan Promosi UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara* terletak pada penggunaan platform OpenCart yang sudah terbukti efektif dalam mengelola e-commerce, memberikan kemudahan bagi UMKM untuk tidak hanya mempromosikan produk tetapi juga melakukan transaksi secara langsung melalui sistem yang lebih terstruktur dan efisien. Berbeda dengan penelitian oleh Gagah Dwiki Putra Aryono yang mengembangkan aplikasi atau situs web sebagai platform untuk penjualan produk Keripik Beras, penelitian saya lebih fokus pada pemanfaatan fitur lengkap dari OpenCart, termasuk pengelolaan inventaris, pembayaran, dan pelaporan yang memudahkan UMKM dalam mengelola operasional bisnis secara lebih profesional dan terintegrasi, serta memberikan pengalaman belanja yang lebih baik bagi konsumen (Gagah Dwiki Putra Aryono, 2023).

Penggunaan platform e-commerce berbasis OpenCart memberikan manfaat signifikan bagi berbagai pihak. Bagi pengguna atau pembeli, platform ini mempermudah akses terhadap produk lokal seperti keripik dengan fitur pencarian yang praktis dan opsi pembayaran yang beragam. Bagi masyarakat, keberadaan e-commerce mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, meningkatkan peluang kerja, dan memperkenalkan produk daerah ke pasar yang lebih luas. Untuk pelaku UMKM, platform ini menjadi solusi untuk meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pemasaran, dan mengoptimalkan penjualan tanpa harus bergantung pada toko fisik (Yolanda, 2024).

4. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu masalah utama yang dihadapi UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara adalah rendahnya literasi digital dan keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk promosi dan pemasaran produk. Hal ini menyebabkan produk lokal, seperti keripik, sulit bersaing di pasar yang lebih luas. Dengan penerapan platform e-commerce berbasis OpenCart, kendala tersebut dapat diatasi melalui fitur-fitur yang dirancang untuk mempermudah pengelolaan toko online. OpenCart membantu pelaku UMKM meningkatkan visibilitas produk mereka, menjangkau konsumen di luar wilayah, dan mengoptimalkan proses pemasaran tanpa membutuhkan keahlian teknologi yang tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa solusi berbasis teknologi tidak hanya mampu menjawab masalah keterbatasan promosi, tetapi juga mendukung UMKM untuk lebih kompetitif dalam era digital. Sebagai langkah strategis untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kecamatan Tanjung Mutiara, disarankan agar pelaku usaha mulai memanfaatkan platform e-commerce seperti OpenCart secara maksimal. Pemerintah daerah dan instansi terkait dapat berperan aktif dengan

menyediakan program pelatihan literasi digital untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap teknologi informasi. Selain itu, diperlukan kemitraan dengan pihak swasta untuk mendukung pengadaan infrastruktur digital dan layanan pendampingan dalam mengelola toko online. Dengan kolaborasi yang baik, UMKM tidak hanya mampu meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperluas pangsa pasar, memperkuat branding produk lokal, dan memanfaatkan potensi teknologi digital secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Akbar, B. M., Nurbani, S., & ... (2023). Perancangan Strategi Promosi Toko Kopi Banjaran. ... *of Art & ...*, 10(2), 3312–3328.
- Alif, R. P., Barlian, Y. A., & Aulia, R. (2022). *Perancangan Promosi Umkm Better Be Butter Di Bandung Designing Msme Better Be Butter Promotional Strategy in Bandung*. 8(5), 3348.
- Amellia, D., & Pujiyanto, W. E. (2023). *Pendampingan UMKM untuk Memenangkan Pasar Keripik Debg Pisang Online Melalui Manajemen Pengemasan Inovatif dan*. 1(4), 5–9.
- Andreyana, P. V., Putra, Y. D., Info, A., Testing, B. B., Programming, E., & Testing, U. A. (2024). *Smart Expo UMKM Based on Extreme Programming Method : Evaluating on Black Box and UAT*. 5(2), 189–197. <https://doi.org/10.59395/ijadis.v5i2.1344>
- Arya Favian, D., Machfiroh, R., & Aisyi Syafikarani, dan. (2023). *Perancangan Strategi Promosi Untuk Umkm Jari Hitam Ecoprint Promotion Strategy Design for Umkm Jari Hitam Ecoprint*. 10(2), 3369.
- Basma, A. M. H., & Alam, S. (2023). *PERANCANGAN PROMOSI UNTUK SHAHIR CAFÉ DI KABUPATEN PANGKAJENE DAN KEPULAUAN PROMOTIONAL DESIGN FOR SHAHIR CAFÉ IN PANGKAJENE REGENCY AND THE ARCHIPELAGO*. 10(2), 2645–2657.
- Cahyana, Y., Buana, U., Karawang, P., Ronggowaluyo, J. H. S., & Karawang, T. T. (2022). Perancangan Sistem Informasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Web Di Desa Bojongsari. *Jurnal IKRAITH-INFORMATIKA*, 6(2), 47.
- Dewi, S. D., Laudeciska, L., Figa, A., Auliani, A., Marbun, D. V., & Dwiyantri, W. (2021). Perancangan Sistem Informasi Berbasis Website Pada Umkm Jaya Punggur. *Universitas Internasional Batam*, 3(1), 841–848.
- Fatma, M., Studi Ilmu Administrasi Bisnis, P., Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, F., & Riau, U. (2024). The Effect Of Using E-Commerce And Digital Payment On UMKM Income (Case Study On UMKM In The Culinary Sector Of Buah Madani Sub-District, Pekanbaru City) Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Digital Payment Terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus Pada Umkm Se. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3518–3535.
- Gagah Dwiki Putra Aryono. (2023). Pemanfaatan Aplikasi E-Commerce Pada Pemasaran Produk UMKM Keripik Beras Di Desa Kalumpang. *Pandawa : Pusat Publikasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 86–98. <https://doi.org/10.61132/pandawa.v1i4.172>
- Hendri, V. R., Putra, W. J., Hasanah, S. N., Nikmah, S., & Sari, V. N. (2024). Analisis Promosi dan Permasalahan yang dialami UMKM Alpukat Kocok. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(9), 1200–1203. <https://doi.org/10.59837/x5y8wh95>
- Kunci, K. (2020). Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Laporan Posisi Keuangan Pada UMKM Berbasis WEB (Studi Kasus UMKM Home Catering). *Jurnal Ilmiah Komputasi*, 19(3), 383–390. <https://doi.org/10.32409/jikstik.19.3.65>
- Machmudianta, Q., & Aryanto, H. (2023). Perancangan Promosi Umkm Alpukat Kocok Avocados Berbasis Media Sosial Dan E-Commerce. *Barik*, 4(3), 244–258.
- Mutiara Zahra Herien dkk. (2023). PERANCANGAN PROMOSI UMKM MAMACA DI BEKASI:

Designing Promotional Strategy for Mamaca Small Medium Enterprises in Bekasi. *E-Proceeding of Art & Design*, 10(2), 3385.

- Ningsih, S. P., & Wahyuningsih, E. (2024). *Implementasi Sistem E-Commerce Berbasis Web Pada UMKM Batik Kebumen (Studi Kasus : Batik Slamet)*. 4, 8854–8862.
- Pertiwi, M. K., & Martadi, M. (2023). Perancangan Brand Identity Umkm Jamu Sabay. *Jurnal Desgrafia*, 1(1), 199–212.
- Rachmadi, P., Krisnawaty Tachjar, N., Evi, T., Anisah, & Idham Prasojo Karmawan, M. (2023). Penggunaan website WIX untuk meningkatkan kreativitas dalam upaya penunjang pemasaran UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat TEKNO*, 4(1), 09–14. <https://doi.org/10.29207/jamtekno.v4i1.4695>
- Ridwan, M., Ahmad Jazuli, & Tutik Khotimah. (2024). Implementasi E-Marketplace Kerupuk Di Desa Kalitekuk. *PROSISKO: Jurnal Pengembangan Riset Dan Observasi Sistem Komputer*, 11(1), 72–83. <https://doi.org/10.30656/prosisko.v11i1.7197>
- 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.
- 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>
- Yusuf, S., Seftiana, E., & Lidyah, R. (2022). Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai Sendi Perekonomian Indonesia. *Journal of Regional Economics Indonesia*, 3(2), 30–47. <https://doi.org/10.26905/jrei.v3i2.9122>