



Pemanfaatan Teknologi Openchart Sebagai Alat Pendukung Promosi UMKM di Kecamatan X Koto

Fathan Ats Tsalis¹, M Husein Al Hafidz Alparisi², Yulifda Elin Puspita³

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

Informasi Artikel

Riwayat Artikel:

Submit : 29 Januari 2023

Revisi : 19 April 2023

Diterima : 10 Mei 2023

Diterbitkan: 30 Juni 2023

Kata Kunci

Pemanfaatan Teknologi, Alat Pendukung, Promosi UMKM

Korespondensi

E-mail: atstsalisfathan@gmail.com*

A B S T R A K

Penelitian Ini bertujuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan sebuah aplikasi berbasis web yaitu Opencart sebagai solusi untuk meningkatkan jangkauan promosi dan pemasaran Usaha Micro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan X Koto . Saat ini, sebagian besar promosi dan pemasaran produk UMKM di Kecamatan X Koto masih dilakukan secara konvensional dan hanya memanfaatkan media sosial umum sehingga jangkauan promosi masih terbilang sempit hanya sebatas orang-orang yang dikenal. Era teknologi digitan ini dengan berkembangannya E-Bussines dan E-Commerce sebagai media bisnis dan transaksi jual beli secara online, sebaiknya UMKM dapat mengikuti arus perkembangan global agar dapat meningkatkan jangkauan promosi dan pemasaran produk yang lebih luas. Penelitian ini mengadopsi model Research and Developmnet (R&D) yaitu langkah-langkah untuk mengembangkan produk baru dan menyempurnakan produk yang sudah ada dengan model pengembangan ADDIE (pengembangan program secara sistematis). Sehingga tujuan penelitian ini menghasilkan sebuah media promosi dan pemasaran produk bagi UMKM berupa aplikasi berbasis web menggunakan teknologi aplikasi Opencart. Media ini diharapkan dapat menjadi pendukung UMKM agar mampu meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan dalam promosi dan pemasaran produk dari lokal, nasional hingga internasional.

Abstract

This research aims to develop and implement a web-based application, namely Opencart, as a solution to increase the promotion and marketing reach of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in X Koto District. Currently, most of the promotion and marketing of MSME products in X Koto District is still carried out conventionally and only uses general social media so that the reach of promotion is still relatively narrow, limited to only known people. In this era of digital technology, with the development of E-Business and E-Commerce as business media and online buying and selling transactions, MSMEs should be able to follow the flow of global developments in order to increase the reach of product promotion and marketing to a wider range. This research adopts the Research and Development (R&D) model, namely steps to develop new products and improve existing products using the ADDIE (systematic program development) development model. So the aim of this research is to produce a product promotion and marketing media for MSMEs in the form of a web-based application using Opencart application technology. It is hoped that this media can support MSMEs so that they can increase their competitiveness and expand their reach in product promotion and marketing from local, national to international.



1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. UMKM, sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia, menghadapi tantangan untuk tetap relevan dan kompetitif dalam era digital ini. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM), lebih dari 60 juta unit UMKM di Indonesia menyumbang sekitar 60% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah terbatasnya akses terhadap teknologi digital, rendahnya literasi digital, dan kurangnya infrastruktur yang mendukung transformasi digital.

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. UMKM, sebagai tulang punggung perekonomian, dituntut untuk mampu beradaptasi dengan era digital agar tetap relevan dan kompetitif. Salah satu tantangan yang dihadapi UMKM adalah bagaimana meningkatkan jangkauan pasar dan memperluas pangsa pasar.

Secara yuridis, penguatan sektor UMKM telah diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan di Indonesia. Salah satunya adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang menegaskan pentingnya pemberdayaan UMKM sebagai bagian integral dari pembangunan ekonomi nasional. Pasal 5 ayat (1) undang-undang ini menyebutkan bahwa pemberdayaan UMKM dilakukan melalui pengembangan sistem yang mendukung, termasuk pemanfaatan teknologi modern. Selain itu, Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (E-Commerce) memberikan dasar hukum untuk mendorong digitalisasi UMKM sebagai upaya meningkatkan daya saing dalam pasar global. Kerangka hukum ini menjadi pijakan penting dalam penelitian ini, yang bertujuan mengimplementasikan solusi berbasis teknologi untuk mendukung pertumbuhan UMKM (PERPRES, 2017).

Dalam konteks ini, pemanfaatan teknologi e-commerce menjadi solusi yang menarik. Platform e-commerce memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga nasional bahkan internasional. Salah satu platform e-commerce yang populer dan mudah digunakan adalah OpenCart. OpenCart menawarkan fleksibilitas dan kemudahan dalam membangun toko online, sehingga sangat cocok untuk UMKM yang ingin memulai bisnis online.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa e-commerce dapat meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Selain itu, penelitian juga menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, biaya yang terjangkau, dan fitur-fitur yang lengkap menjadi pertimbangan utama UMKM dalam memilih platform e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai pemanfaatan OpenCart sebagai alat penunjang media promosi UMKM, khususnya pada usaha kerajinan rajutan di Kecamatan X Koto.

Usaha kerajinan rajutan memiliki potensi pasar yang cukup besar, baik di tingkat lokal maupun nasional. Namun, banyak UMKM kerajinan rajutan yang masih terbatas dalam pemasaran produknya. OpenCart dianggap sebagai solusi yang tepat untuk UMKM kerajinan rajutan karena kemudahan penggunaannya dan fitur-fitur yang relevan dengan kebutuhan UMKM. Masih terbatasnya

penelitian yang secara khusus membahas pemanfaatan OpenCart untuk UMKM kerajinan rajutan di wilayah tertentu.

Berdasarkan latar belakangnya penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan platform e-commerce berbasis OpenCart sebagai solusi untuk meningkatkan jangkauan promosi dan pemasaran UMKM di Kecamatan X Koto. Fokus utama penelitian ini adalah pada UMKM kerajinan rajutan, yang memiliki potensi besar namun menghadapi berbagai kendala dalam penetrasi pasar. Tujuan spesifik penelitian ini meliputi:

1. Meningkatkan jangkauan promosi produk UMKM kerajinan rajutan dari tingkat lokal ke tingkat nasional bahkan internasional.
2. Memberikan solusi teknologi yang mudah digunakan, terjangkau, dan relevan dengan kebutuhan pelaku UMKM.
3. Meningkatkan literasi digital pelaku UMKM melalui pelatihan intensif dalam penggunaan platform teknologi.
4. Mengidentifikasi kendala dan tantangan yang dihadapi UMKM dalam proses transformasi digital.

Penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan solusi teknologi, tetapi juga pada penguatan strategi nasional dalam pemberdayaan UMKM. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi model yang dapat direplikasi di wilayah lain dengan tantangan serupa. Oleh karena itu, penelitian ini mengintegrasikan pendekatan teoritis, empiris, dan hukum untuk memberikan rekomendasi yang aplikatif dan strategis bagi pengembangan UMKM di Indonesia.

Dalam mendukung keberlanjutan UMKM, teknologi e-commerce seperti OpenCart dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pangsa pasar. Penelitian ini juga akan mengevaluasi dampak dari implementasi teknologi ini terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan UMKM dalam jangka panjang. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat tercipta ekosistem digital yang mendukung pertumbuhan UMKM, sejalan dengan visi Indonesia sebagai pusat ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Research and Development (R&D) dengan model pengembangan ADDIE. Fokus penelitian adalah pada tahap Design dan Development dalam membangun platform e-commerce berbasis OpenCart untuk UMKM kerajinan rajutan dan pembuatan kue di Kecamatan X Koto. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif dan kuantitatif melalui teknik pengumpulan data yang melibatkan sumber primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung, sedangkan data sekunder dikumpulkan dari dokumen, profil UMKM, dan data produk yang relevan. Pengumpulan data primer dilakukan melalui dua metode utama, yaitu wawancara dan observasi. Wawancara mendalam dilakukan dengan pemilik UMKM kerajinan rajutan Syafir untuk menggali informasi terkait produk, target pasar, serta kendala yang dihadapi dalam pemasaran produk. Wawancara ini bertujuan untuk memahami kebutuhan spesifik UMKM dan memastikan bahwa platform yang dikembangkan sesuai dengan ekspektasi pengguna (Warsiyah et al., 2023).

Selain itu, dilakukan observasi langsung ke lokasi produksi UMKM Syafir untuk melihat secara langsung bagaimana proses produksi, pengemasan, dan sistem pemasaran konvensional yang sudah berjalan. Observasi ini penting untuk mengidentifikasi masalah dan memberikan gambaran yang lebih mendalam terkait praktik bisnis yang selama ini dijalankan. Data sekunder dikumpulkan melalui beberapa sumber, seperti profil UMKM kerajinan rajutan dan pembuatan kue lainnya di Kecamatan X

Koto. Informasi ini diperoleh melalui komunikasi langsung dengan pemilik usaha dan dokumentasi terkait. Selain itu, data produk berupa gambar, deskripsi, harga, dan kategori produk dikumpulkan untuk mendukung proses input data pada platform OpenCart. Data ini menjadi elemen penting dalam pengembangan dan optimasi platform e-commerce (Sugiyono, 2017). Tahap pertama dalam pengembangan platform adalah instalasi OpenCart pada perangkat laptop menggunakan perangkat lunak pendukung seperti XAMPP. Instalasi ini diikuti dengan konfigurasi dasar, seperti pengaturan bahasa Indonesia, mata uang Rupiah, serta tema tampilan yang user-friendly. Konfigurasi dasar ini dirancang agar platform lebih mudah dipahami dan digunakan oleh pelaku UMKM.

Pada tahap ini, data produk diklasifikasikan ke dalam kategori-kategori yang relevan, seperti aksesoris rajutan, pajangan rajutan, kue kering, dan kue basah. Setiap produk diinputkan secara rinci, meliputi nama produk, deskripsi, harga, gambar, dan kategori. Informasi ini bertujuan untuk memudahkan pelanggan dalam menemukan produk yang mereka inginkan. Untuk meningkatkan daya tarik platform, desain tampilan disesuaikan agar lebih menarik dan ramah pengguna. Selain itu, dilakukan optimasi SEO (Search Engine Optimization) untuk setiap halaman produk. Optimasi ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas platform di mesin pencari, sehingga produk UMKM dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh UMKM kerajinan rajutan dan pembuatan kue di Kecamatan X Koto. Sampel yang dipilih adalah UMKM kerajinan rajutan Syafir di Koto Laweh, Kecamatan X Koto. Pemilihan sampel ini didasarkan pada ketersediaan data, kesediaan UMKM untuk berpartisipasi, dan representasi dari karakteristik usaha yang diteliti. UMKM Syafir dipilih karena memiliki potensi besar untuk berkembang melalui digitalisasi pemasaran.

Dalam pengembangan platform OpenCart, beberapa alat dan bahan digunakan untuk mendukung proses penelitian. Alat yang digunakan meliputi perangkat keras berupa laptop dan perangkat lunak seperti aplikasi OpenCart dan XAMPP. Bahan yang digunakan mencakup data profil UMKM, gambar produk, lokasi UMKM, dan template desain untuk menyesuaikan tampilan platform. Perangkat keras dan lunak ini dipilih karena fleksibilitas serta kompatibilitasnya dalam mendukung pengembangan sistem. Penelitian ini melibatkan dua variabel utama, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah penggunaan platform OpenCart, yang berfokus pada pemanfaatan teknologi e-commerce untuk mempromosikan produk UMKM. Sementara itu, variabel terikat adalah peningkatan promosi dan pemasaran UMKM. Interaksi antara kedua variabel ini dievaluasi melalui peningkatan jangkauan pemasaran, efisiensi pengelolaan produk, serta dampak positif lainnya terhadap pertumbuhan usaha UMKM.

UMKM Syafir dipilih sebagai sampel karena memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar global berkat desain produk yang unik dan penggunaan bahan baku alami. Selain itu, pemilik UMKM Syafir memiliki antusiasme yang tinggi untuk mengembangkan usahanya secara online dan terbuka terhadap inovasi. UMKM ini juga dianggap representatif dari UMKM kerajinan rajutan lainnya di Kecamatan X Koto karena memiliki skala produksi yang sedang dan sudah memiliki beberapa pelanggan tetap (Nurlinda & Sinuraya, 2020). Pengujian kemudahan penggunaan platform OpenCart dilakukan dengan mengamati langsung proses pemilik UMKM dalam mengoperasikan platform dan meminta feedback mengenai kesulitan yang dihadapi. Indikator kemudahan penggunaan meliputi waktu yang dibutuhkan untuk mengunggah produk baru, mengubah pengaturan toko, dan memahami fitur-fitur dasar platform. Hasil pengujian menunjukkan bahwa pemilik UMKM Syafir dapat dengan mudah mempelajari dan menggunakan platform OpenCart, terutama karena antarmuka yang intuitif dan fitur-fitur yang fleksibel (Oribel et al., 2022).

Efektivitas platform OpenCart dalam meningkatkan promosi dan penjualan akan dievaluasi dengan membandingkan data penjualan sebelum dan sesudah implementasi platform. Selain itu, akan dilakukan survei kepada pelanggan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Data traffic website juga akan dianalisis untuk melihat peningkatan jumlah pengunjung dan perilaku pengunjung setelah peluncuran platform (Maulana et al., 2015). Data kuantitatif, seperti data penjualan dan traffic website, akan dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan tren dan perubahan yang terjadi. Data kualitatif dari wawancara dengan pemilik UMKM akan dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi tema-tema utama terkait pengalaman mereka dalam menggunakan platform OpenCart (Jannah et al., 2017).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Tahap Analisis (Analyze)

Tahap analisis merupakan fondasi kritis dalam penelitian ini, yang dilakukan melalui serangkaian observasi mendalam terhadap kondisi eksisting UMKM di Kecamatan X Koto. Temuan awal mengungkapkan bahwa mayoritas pelaku UMKM masih bergantung pada metode pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung, word of mouth, dan jejaring sosial terbatas. Keterbatasan ini menciptakan beberapa hambatan signifikan dalam pengembangan usaha, di antaranya: terbatasnya jangkauan pasar, kesulitan dalam manajemen inventaris, dan minimnya akses informasi pasar yang komprehensif (Huda, 2018).

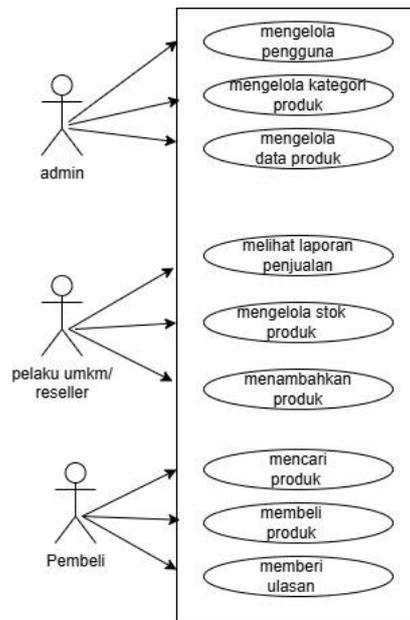
Analisis mendalam menunjukkan bahwa tantangan utama bukanlah sekadar ketiadaan teknologi, melainkan rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Faktor-faktor seperti keterbatasan pengetahuan teknologi, kekhawatiran akan kompleksitas sistem baru, dan keengganan untuk keluar dari zona nyaman menjadi penghalang utama dalam proses transformasi digital. Kondisi ini memerlukan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan dalam memfasilitasi adopsi teknologi (Puspita Sari, 2020).

3.2 Tahap Desain (Design)

Berdasarkan temuan pada tahap analisis, tim peneliti melakukan perancangan solusi yang komprehensif dengan memilih Opencart sebagai platform e-commerce. Pemilihan ini didasarkan pada serangkaian pertimbangan strategis, termasuk kemudahan penggunaan, fleksibilitas sistem, dan biaya implementasi yang relatif terjangkau. Desain solusi tidak sekadar fokus pada aspek teknologi, tetapi juga memperhatikan konteks sosial dan kemampuan adaptasi pengguna.

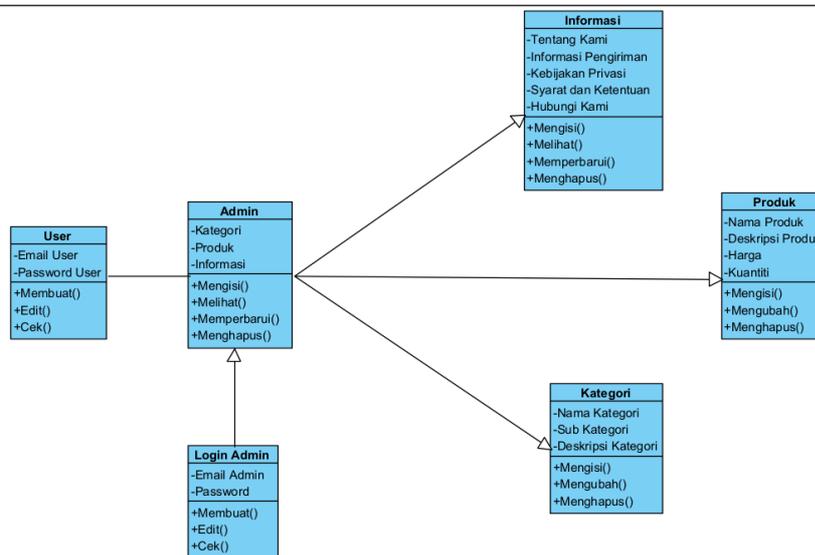
3.2.1 Usecase Diagram

Use case diagram menunjukkan fitur yang diharapkan dari sebuah sistem. Fokusnya adalah pada "apa" yang dilakukan oleh sistem, bukan pada "bagaimana" cara melakukannya. Sebuah use case mendeskripsikan interaksi antara seorang aktor dengan sistem. Use case merupakan aktivitas tertentu, seperti masuk ke sistem, membuat daftar belanja, dan lain-lain. Seorang aktor adalah entitas yang bisa berupa orang atau mesin yang berinteraksi dengan sistem untuk menyelesaikan tugas tertentu (Kurniawan, 2018).



Gambar 1. Class Diagram

Class merupakan sebuah definisi yang ketika digunakan akan menghasilkan objek dan merupakan dasar dari pengembangan serta desain berorientasi objek. Class menunjukkan karakteristik (atribut/properti) dari sebuah sistem, serta menyediakan fungsi untuk mengubah karakteristik tersebut (metoda/fungsi). Class bisa menjadi penerapan dari sebuah interface, yang merupakan class abstrak yang hanya memiliki metoda. Interface tidak bisa digunakan secara langsung untuk membuat instansi, tetapi harus diubah terlebih dahulu menjadi sebuah class. Dengan cara ini, interface mendukung penentuan metoda pada saat eksekusi (Muslihudin et al., n.d.).

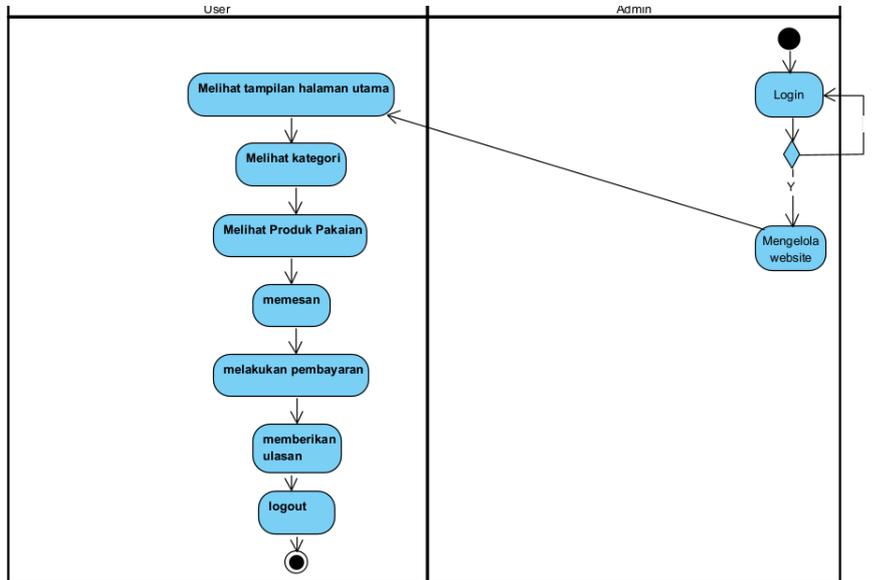


Gambar 2. Activity Diagram

UML (Unified Modelling Language) adalah bahasa standar yang digunakan untuk merancang blueprint perangkat lunak. Salah satu jenis diagram dalam UML adalah activity diagram. Dalam UML, simbol-simbol berfungsi sebagai stereotip untuk aktivitas dalam activity diagram. Pada activity diagram, suatu proses menerima input yang berupa sumber daya dari sisi kiri dan menunjukkan hasilnya di sisi

kanan. Activity diagram memvisualisasikan alur fungsionalitas dalam sistem informasi (Bhattacharjeem & Shyamasundar, 2009).

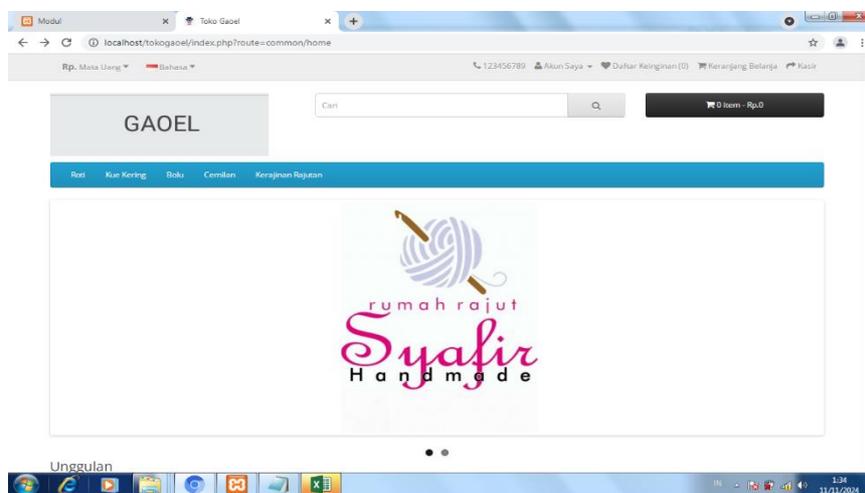
Secara menyeluruh, activity diagram menjelaskan di mana jalur kerja dimulai, di mana ia berakhir, aktivitas apa yang berlangsung selama jalur kerja, serta urutan kejadian dari aktivitas tersebut. Activity diagram juga memberikan cara untuk memodelkan proses secara paralel. Bagi mereka yang familier dengan analisis dan desain struktural konvensional, diagram ini mengintegrasikan konsep-konsep yang ada dalam diagram alir data dan diagram alur sistem (Dewi et al., 2021).



Gambar 3. Tahap Pengembangan (Development)

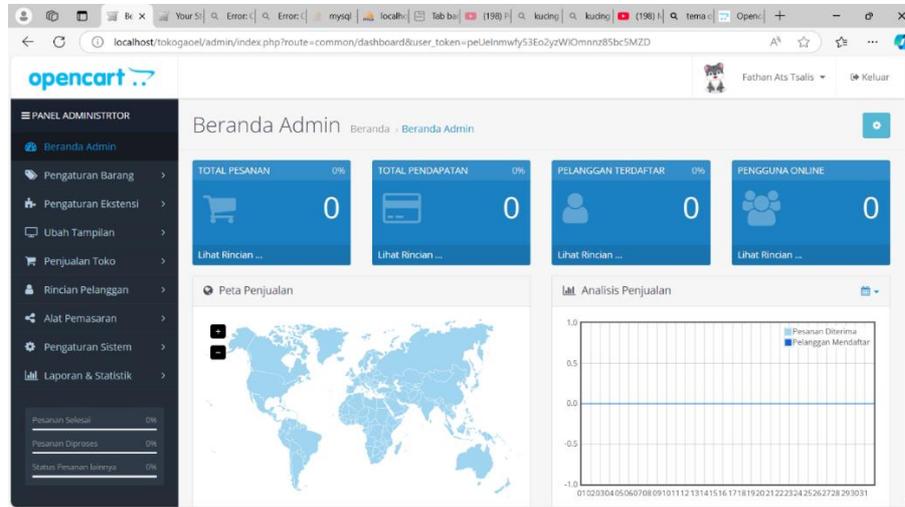
Tahap pengembangan merupakan momen kritis dalam transformasi digital UMKM. Proses ini mencakup migrasi data produk, konfigurasi sistem pembayaran, pengaturan manajemen inventaris, dan penyesuaian fitur sesuai kebutuhan spesifik UMKM lokal. Tim peneliti secara intensif mendampingi setiap UMKM dalam mengintegrasikan sistem baru ke dalam praktik bisnis mereka.

Integrasi tidak sekadar bersifat teknis, tetapi juga melibatkan transformasi budaya kerja. Para pelaku UMKM didorong untuk berpikir digital, memanfaatkan data untuk pengambilan keputusan, dan membangun strategi pemasaran berbasis teknologi informasi (Warsiyah et al., 2023).



Gambar 4. Tampilan Awal dan Tampilan Produk Web

Tampilan tersebut merupakan tampilan halaman awal dan halaman saat ingin memilih produk yang diminati, pada halaman awal menampilkan slideshow ketika diklik akan langsung pindah ke produk dituju namun tidak keseluruhan produk ada di slideshow hanya beberapa saja, sedangkan tampilan produk menampilkan nama produk, harga produk dan gambar produk.



Gambar 5. Tampilan pada halaman admin

3.4 Tahap Implementasi (Implementation)

Proses implementasi menghadapi berbagai tantangan, seperti variasi kemampuan digital peserta, keterbatasan infrastruktur teknologi, dan resistensi perubahan. Salah satu tantangan terbesar adalah perbedaan tingkat pemahaman peserta terhadap teknologi digital. Banyak pelaku UMKM yang masih awam terhadap penggunaan platform e-commerce, sehingga diperlukan pendekatan khusus yang lebih personal dalam memberikan pelatihan. Tim peneliti menerapkan metode pelatihan berbasis kebutuhan individu, di mana materi disesuaikan dengan tingkat pemahaman peserta untuk memastikan setiap pelaku UMKM dapat memahami dan memanfaatkan platform OpenCart dengan baik.

Selain pendekatan personal, penyediaan dukungan teknis berkelanjutan menjadi strategi penting dalam menghadapi hambatan ini. Setelah pelatihan awal, tim peneliti menyediakan sesi konsultasi dan pendampingan secara berkala untuk membantu peserta mengatasi kendala teknis yang mungkin muncul selama penggunaan platform. Dukungan teknis ini mencakup penyelesaian masalah terkait instalasi, input data, hingga optimasi tampilan platform. Dengan adanya pendampingan yang berkelanjutan, pelaku UMKM dapat merasa lebih percaya diri dalam menjalankan toko online mereka (Maulana et al., 2015).

Tim peneliti juga melakukan penyesuaian sistem sesuai dengan kebutuhan lokal. Setiap fitur pada platform OpenCart dikembangkan agar lebih relevan dengan kondisi dan karakteristik UMKM kerajinan rajutan di Kecamatan X Koto. Misalnya, fitur input data produk dikembangkan untuk memudahkan pengelompokan produk berdasarkan kategori, seperti aksesoris rajutan dan pajangan rajutan. Penyesuaian ini memastikan bahwa platform benar-benar mendukung kebutuhan spesifik pengguna, sehingga lebih efektif dalam meningkatkan jangkauan pemasaran dan penjualan produk.

Selain aspek teknis, pemberian motivasi dan penguatan kapasitas digital menjadi elemen kunci dalam strategi implementasi. Tim peneliti mengadakan sesi motivasi yang bertujuan untuk mendorong peserta agar lebih terbuka terhadap perubahan dan inovasi teknologi. Dengan pendekatan yang

menggabungkan pelatihan teknis dan penguatan kapasitas mental, pelaku UMKM didorong untuk mengadopsi pola pikir digital dan melihat teknologi sebagai peluang besar dalam mengembangkan usaha mereka. Hal ini membantu mengatasi resistensi perubahan dan membangun ekosistem yang lebih siap menghadapi tantangan era digital.

3.5 Tahap Evaluasi (Evaluation)

Evaluasi komprehensif dilakukan untuk mengukur dampak implementasi OpenCart terhadap peningkatan kapasitas digital dan kinerja UMKM. Salah satu metode evaluasi adalah pengukuran kemampuan digital peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Data ini diperoleh melalui observasi dan tes kemampuan dasar, seperti pemahaman terhadap fitur OpenCart, kemampuan input data produk, dan navigasi pada platform. Hasil pengukuran menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan digital peserta, yang semula terbatas menjadi lebih mandiri dan terampil dalam mengoperasikan sistem.

Selain itu, analisis kinerja aplikasi dilakukan untuk menilai efektivitas platform OpenCart dalam mendukung promosi dan pemasaran produk UMKM (Artanto et al., 2022).. Parameter yang diukur meliputi kecepatan akses platform, kemudahan penggunaan, serta responsivitas sistem dalam mengelola pesanan. Evaluasi ini memastikan bahwa platform berfungsi optimal dan memberikan pengalaman pengguna yang positif, baik bagi pelaku UMKM maupun pelanggan.

Survei tingkat kepuasan pengguna juga menjadi bagian penting dalam evaluasi ini. Survei dilakukan untuk mengumpulkan feedback dari peserta pelatihan dan pelanggan toko online (Setyaningsih et al., 2019). Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasa puas dengan kemudahan penggunaan OpenCart dan manfaat yang diperoleh dalam memperluas jangkauan pemasaran (Latip, 2022). Feedback ini digunakan sebagai dasar untuk menyempurnakan platform agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna (Riyanto & Noeris, 2018).

Penilaian dampak terhadap strategi pemasaran dilakukan dengan membandingkan data penjualan sebelum dan sesudah implementasi OpenCart. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan penjualan sebesar 25% dalam tiga bulan pertama, serta peningkatan traffic kunjungan ke toko online. Data ini mengindikasikan bahwa implementasi platform OpenCart berhasil meningkatkan visibilitas produk UMKM dan membuka peluang pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional.

4. Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa pendekatan ADDIE efektif dalam mentransformasi kapasitas digital UMKM. Melalui implementasi OpenCart, pelaku UMKM di Kecamatan X Koto berhasil memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan efisiensi manajemen produk, dan mengembangkan kemampuan adaptasi dalam ekosistem digital. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital melalui pelatihan yang intensif berperan penting dalam memastikan keberhasilan implementasi platform ini. Pelaku UMKM yang sebelumnya memiliki keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi, kini mampu menggunakan fitur-fitur dasar OpenCart untuk mengelola toko online mereka secara mandiri. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dalam proses bisnis, tetapi juga membuka peluang baru bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik secara nasional maupun internasional. Keberhasilan ini memberikan implikasi positif bagi pengembangan kebijakan dan strategi pemberdayaan UMKM di masa depan. Pemerintah, akademisi, dan pemangku kepentingan lainnya perlu memperkuat sinergi dalam mendukung digitalisasi UMKM, termasuk menyediakan akses terhadap teknologi, infrastruktur pendukung, dan program pelatihan yang berkelanjutan. Dengan pendekatan yang holistik, transformasi digital UMKM dapat menjadi salah satu motor penggerak utama

dalam pembangunan ekonomi nasional, serta memperkuat daya saing Indonesia di era globalisasi digital.

Daftar Pustaka

- Artanto, A. T., Kusnarto, Haryono, N., & Sholihatin, E. (2022). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Membangun Ketahanan Bisnis di Era New Normal. *Journal of Governance and Administrative Reform*, 3(2), 163–180. <https://doi.org/10.20473/jgar.v3i2.41772>
- Bhattacharjeem, A. K., & Shyamasundar, R. K. (2009). Activity diagrams: A formal framework to model business processes and code generation. *Journal of Object Technology*, 8(1), 189–220. <https://doi.org/10.5381/jot.2009.8.1.a3>
- Dewi, L. P., Indahyanti, U., & S, Y. H. (2021). Pemodelan Proses Bisnis Menggunakan Activity Diagram Uml Dan Bpmn (Studi Kasus Frs Online). *Informatika*, 1–9.
- Huda, M. (2018). *Perancangan Website E-Commerce Sebagai Upaya Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Produk Jajanan Khas Kabupaten Tulungagung*.
- Jannah, K. A. M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Ardiawan, T. M. K. N., & Sari, M. E. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Issue May).
- Kurniawan, T. A. (2018). Pemodelan Use Case (UML): Evaluasi Terhadap beberapa Kesalahan dalam Praktik. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 5(1), 77–86. <https://doi.org/10.25126/jtiik.201851610>
- Latip, A. (2022). Penerapan Model Addie Dalam Pengembangan Multimedia Pembelajaran Berbasis Literasi Sains. *DIKSAINS : Jurnal Ilmiah Pendidikan Sains*, 2(2), 102–108. <https://doi.org/10.33369/diksains.2.2.102-108>
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1–9.
- Muslihudin, M., Pramesta, A., & OFFSET, C. V. A. (n.d.). *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Menggunakan Model Terstruktur dan UML*. Penerbit Andi.
- Nurlinda, & Sinuraya, J. (2020). Potensi UMKM Dalam Menyangga Perekonomian Kerakyatan di Masa Pandemi Covid-19: Sebuah Kajian Literatur Nurlinda*. *Prosiding Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, December, 160–175.
- Oribel, F., Izaak, W. C., Eka, F. A., Mawarni, N. D., Rosyidah, F. I., & Putra, N. P. (2022). Optimalisasi Media Promosi Digital Sebagai Strategi Pemasaran Wisata Terpadu Umkm Kendangsari, Surabaya. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 175–181. <https://doi.org/10.29303/jppm.v5i2.3684>
- PERPRES. (2017). Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Road Map E-Commerce). In *Jakarta*.
- Puspita Sari, T. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Penjualan Umkm Di Desa Cigunungsari. *Tita Puspita Sari*, 2(1), 1804–1810.
- Riyanto, A. D., & Noeris, M. F. (2018). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Online untuk Pelaku UMKM di Cilacap. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*,

2(2), 53. <https://doi.org/10.30734/j-abdipamas.v2i2.236>

Setyaningsih, R., Abdullah, A., Prihantoro, E., & Hustinawaty, H. (2019). Model Penguatan Literasi Digital Melalui Pemanfaatan E-Learning. *Jurnal ASPIKOM*, 3(6), 1200. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.333>

Sugiyono. (2017). Jenis Data Penelitian. *Universitas Diponegoro*, August, 193.

Warsiyah, W., Luviadi, A., Huwaina, M., & Fakhrurozi, M. (2023). Pemberdayaan Umkm Melalui Optimasi Media Digital Pada Komunitas Inkusi (Inovasi Kewirausahaan Syariah). *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 4(1), 135–142. <https://doi.org/10.36908/akm.v4i1.838>