



# Perancangan E-Commerce Berbasis Opencart Untuk Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Produk Kerajinan Di Pasar Bawah Bukittinggi

Roni Rizki Dongoran<sup>1,\*</sup>, Firdaus Annas<sup>2</sup>, Muhammad Mu'tada<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam Negeri Syech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Bukittinggi, Indonesia

## Informasi Artikel

### Riwayat Artikel:

Submit : 10 Januari 2024

Revisi : 08 April 2024

Diterima : 19 Mei 2024

Diterbitkan: 25 Juni 2024

### Kata Kunci

E-Commerce, Opencart, Penjualan Online.

### Correspondence

E-mail: [roniriski363@gmail.com](mailto:roniriski363@gmail.com)\*

## A B S T R A K

Pasar Bawah Bukittinggi merupakan pusat perdagangan tradisional yang menjual berbagai produk kerajinan lokal, namun pelaku usaha di pasar ini masih menghadapi keterbatasan akses pemasaran dan penjualan daring di tengah persaingan era digital. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan e-commerce berbasis OpenCart dengan metode PPE (Perencanaan, Pengembangan, dan Evaluasi) guna meningkatkan pemasaran dan penjualan produk kerajinan. Analisis kebutuhan sistem dilakukan melalui wawancara dan observasi terhadap pelaku usaha. Pengembangan e-commerce mencakup fitur pengelolaan produk, transaksi daring, serta integrasi media sosial. Evaluasi melibatkan uji coba oleh pengguna akhir serta analisis data penjualan sebelum dan setelah implementasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce berbasis OpenCart meningkatkan daya saing pasar, memperluas jangkauan konsumen, serta meningkatkan penjualan produk hingga 35%. Pelaku usaha yang semula mengalami keterbatasan dalam akses teknologi kini memiliki platform yang mempermudah proses transaksi dan pemasaran. Selain itu, penelitian ini berkontribusi pada upaya digitalisasi UMKM di Indonesia, khususnya dalam membantu pasar tradisional mengadopsi teknologi untuk meningkatkan daya saing. Secara global, model ini dapat diadaptasi oleh pasar tradisional di negara berkembang guna mendorong digitalisasi sektor perdagangan tradisional. Dengan demikian, penerapan e-commerce berbasis OpenCart di Pasar Bawah Bukittinggi membuktikan efektivitas teknologi dalam memberdayakan pelaku usaha lokal serta mendukung transformasi digital di sektor perdagangan tradisional, yang dapat menjadi referensi bagi inisiatif serupa di berbagai wilayah.

### Abstract

*Pasar Bawah Bukittinggi is a traditional trading center that sells a variety of local handicraft products, but businesses in this market still face limited access to online marketing and sales in the midst of digital era competition. This research aims to design and implement OpenCart-based e-commerce using the PPE (Planning, Development and Evaluation) method to improve marketing and sales of craft products. System needs analysis was conducted through interviews and observations of business actors. The e-commerce development included product management features, online transactions, and social media integration. Evaluation involved end-user testing and analysis of sales data before and after implementation. The results showed that OpenCart-based e-commerce improved market competitiveness, expanded consumer reach, and increased product sales by 35%. Businesses that previously had limited access to technology now have a platform that simplifies the transaction and marketing*

*process. In addition, this research contributes to the digitalization efforts of MSMEs in Indonesia, particularly in helping traditional markets adopt technology to improve competitiveness. Globally, this model can be adapted by traditional markets in developing countries to encourage the digitalization of the traditional trade sector. Thus, the implementation of OpenCart-based e-commerce in Pasar Bawah Bukittinggi proves that the traditional market is not just a market.*

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

## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi saat ini telah menciptakan berbagai jenis dan peluang bisnis baru, di mana transaksi bisnis semakin sering dilakukan secara elektronik. Dalam konteks ini, setiap orang dapat dengan mudah melakukan pembuatan hukum, seperti melakukan jual beli. Pertumbuhan internet yang pesat memberikan dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan kita. Internet memungkinkan kita untuk berinteraksi dan berkomunikasi, bahkan melakukan perdagangan dengan orang di seluruh dunia secara cepat, murah, dan mudah (Clarke, 2020). Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan media internet telah mendorong banyak perusahaan untuk menawarkan berbagai produk mereka melalui platform ini. Salah satu manfaat utama dari keberadaan internet adalah kemampuannya sebagai media promosi produk. Dengan memasarkan produk secara online, perusahaan dapat menjangkau pasar global dan meningkatkan peluang keberuntungan mereka (Yuliani et al., 2022).

Penggunaan internet saat ini tidak hanya terbatas pada akses informasi, tetapi juga telah menjadi sarana penting untuk melakukan transaksi perdagangan, terutama di Indonesia. Aktivitas berjualan online kini menjadi hal yang umum di kalangan pebisnis internet, khususnya bagi pengusaha kecil. Hal ini sangat menguntungkan bagi mereka yang memiliki modal terbatas, karena dengan memanfaatkan internet, mereka dapat mempromosikan dan menjual produk mereka ke audiens yang lebih luas. Salah satu cara efektif bagi pengusaha kecil untuk memasarkan produk mereka adalah melalui toko online. Platform ini memungkinkan mereka untuk memamerkan dan mempromosikan barang yang mereka jual, sehingga menjadi solusi ideal untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan (Rahmawati, 2012). Meski demikian, para pengusaha kecil masih menghadapi sejumlah kendala dalam membangun dan mengelola toko online. Beberapa di antaranya adalah: Kesulitan dalam mendirikan toko online berbasis web, Kekhawatiran pemilik toko online mengenai persaingan di dunia maya, Minimnya dukungan dari layanan pendukung yang baik dan modern, yang membuat toko online mereka tersisih oleh toko-toko lain yang lebih lengkap dan canggih. Karena berbagai tantangan ini, tak jarang toko online yang baru saja berdiri terpaksa tutup, karena tidak mampu bersaing dengan toko online yang lebih maju dan menarik (Hidayati, 2018).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan UMKM yang bergerak dalam bidang penjualan produk kerajinan tangan berupa centong kayu, dandang serta cetakan kue dan produk pemesanan lainnya. Harga yang dibandrol bervariasi sesuai dengan tingkat kerumitan pembuatan produk, yakni sekitar Rp. 10.1000 sampai Rp. 900.000. UMKM ini terletak di Pasar Bawah Bukittinggi. Mekanisme penjualan yang diterapkan oleh UMKM masih sebatas pembeli datang langsung ke lokasi tersebut. Persaingan bisnis penjualan kerajinan tangan sekarang ini sangat ketat. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu media yang dapat meningkatkan penjualan (Sholiq et al., 2018). Pelaku UMKM di daerah dapat memperluas jangkauan penjualan produk melalui pemasaran digital, tetapi tidak banyak dari mereka yang memanfaatkan media digital sebagai media pemasaran, masih banyak yang enggan melakukan nya

menggunakan media digital. Oleh karena itu masalah yang dihadapi sejumlah produsen UMKM yaitu masalah pemasaran produk (Jatiningrum et al., 2022).

Salah satu UMKM ini adalah kerajinan yang terletak di pasar bawah Bukittinggi, yaitu usaha industri kreatif yang memanfaatkan limbah alam, produk yang dihasilkan seperti dandang, centong kayu dan masih banyak lainnya. Pemasaran yang selama ini terjadi pada pelaku UMKM adalah penjualan masih menggunakan hubungan secara langsung dengan pertemuan antara vendor dan pembeli, pemesanan barang masih di daerah lokal saja belum adanya pemesana dari luar, dan media promosi yang terbatas karena tidak adanya brosur. UMKM merupakan usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang bergerak dalam aktivitas ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 (Lametti, 2003). Salah satu contohnya di Kabupaten Pringsewu adalah UMKM Kerajinan Batok Kelapa yang berlokasi di Kecamatan Adiluwih, yang termasuk dalam kategori industri kreatif. Hingga saat ini, pemasaran produk masih dilakukan secara offline, yang mengakibatkan penjualan belum optimal dan promosi hanya menjangkau kalangan terbatas karena metode promosi yang masih mengandalkan dari mulut ke mulut. Penjualan produk pun masih dilakukan secara tradisional. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk merancang aplikasi dan memanfaatkan e-commerce berupa aplikasi atau website sebagai sarana promosi dan penjualan. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan hasil penjualan serta memperluas pangsa pasar produk kerajinan batok kelapa (Markavia et al., 2022).

Toko XYZ, usaha rumahan di Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah, memproduksi dan menjual kerajinan tangan. Sistem penjualan mereka masih manual, menggunakan buku tulis dan komunikasi via WhatsApp atau kunjungan langsung ke toko, yang menyulitkan pelanggan luar daerah. Promosi melalui Instagram dan Facebook kurang efektif, dan pandemi Covid-19 semakin memperburuk penjualan (Latifah, 2024). Permasalahan utamanya meliputi promosi yang tidak efektif, proses pemesanan yang lambat, pencatatan pembayaran manual, kesulitan melacak pengiriman, dan kesulitan mengidentifikasi produk terlaris. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan pengembangan sistem E-Commerce untuk meningkatkan penjualan dan jangkauan pasar, memudahkan transaksi, dan memperluas pemasaran (Turbudi & Hamdani, 2022). E-Commerce merupakan salah satu aktivitas di internet yang berhubungan dengan transaksi bisnis. Produk dan layanan dijual secara online melalui internet. E-Commerce melibatkan interaksi bisnis antara penjual dan pelanggan secara daring. Pelanggan dapat melihat produk di berbagai platform, mencari informasi terkait produk, melakukan pemesanan, dan menyelesaikan pembayaran menggunakan opsi yang tersedia.

Berbeda dengan proses tradisional di mana pelanggan harus datang langsung ke lokasi penjualan, hal ini membuat penjualan menjadi kurang efektif dan efisien (Kusuma, 2020). CMS adalah perangkat lunak yang dirancang khusus untuk membangun toko online atau yang sering dikenal sebagai E-Commerce. Dengan CMS, administrator dapat mengelola konten di situs web, termasuk teks, gambar, audio, video, serta berbagai jenis file lainnya yang akan diterbitkan di situs web (Nugraha & Triyono, 2020). Perkembangan teknologi dalam beberapa waktu terakhir berlangsung sangat pesat, seiring dengan meningkatnya kebutuhan manusia. Teknologi kini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Kemajuan dalam bidang teknologi telah menghasilkan berbagai inovasi yang mendukung kebutuhan informasi dan komunikasi. Selain itu, perkembangan ini juga mempermudah manusia dalam mengakses informasi dengan cepat. Internet menjadi salah satu bukti nyata dari kemajuan teknologi yang memiliki dampak besar pada kehidupan manusia. Internet juga berperan penting dalam proses penyebaran informasi (Baenil Huda & Bayu Priyatna, 2019).

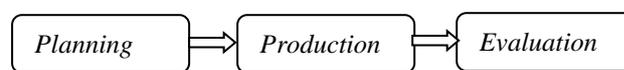
Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti terdorong untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan menerapkan bisnis digital melalui platform yang memudahkan pengelolaan toko online berbasis

web, yaitu dengan menggunakan Content Management System (CMS) OpenCart. CMS adalah sistem pengelolaan toko online melalui situs web yang tersedia secara gratis. CMS ini cocok digunakan oleh bisnis berskala kecil, sehingga sangat mendukung pengusaha pemula dalam merintis toko online. (Hasyim et al., 2020) Bagi pengusaha yang ingin menjalankan bisnis tanpa merasa terbebani oleh pengelolaan usaha sekaligus menyelesaikan tugas akademik, CMS OpenCart dapat menjadi solusi yang efektif. CMS ini memungkinkan pengguna untuk menambahkan konten agar situs web terlihat lebih menarik, sehingga pengusaha hanya perlu fokus pada strategi dan konten yang ingin ditampilkan di toko online mereka. Implementasi bisnis digital menggunakan CMS bertujuan membantu pengusaha menciptakan dan mengelola toko online dengan lebih mudah serta memaksimalkan potensi bisnis digitalnya. (Nurharjadmo, W., Khadija, M. A., & Usman, 2022)

## 2. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan e-commerce berbasis Opencart untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk kerajinan di Pasar Bawah Bukittinggi adalah metode *Research and Development (R&D)*. Metode ini melibatkan serangkaian langkah sistematis, dimulai dari analisis kebutuhan untuk memahami permasalahan dalam pemasaran saat ini, dilanjutkan dengan perancangan dan pengembangan sistem berbasis Opencart yang mencakup fitur seperti katalog produk, keranjang belanja, dan integrasi pembayaran. Selanjutnya, dilakukan uji validasi terhadap prototipe untuk memastikan fungsi dan kenyamanan pengguna, diikuti dengan revisi berdasarkan masukan yang diperoleh. (Tata, 2022) Tahap akhir adalah uji efektivitas untuk mengukur dampak implementasi e-commerce terhadap peningkatan penjualan dan perluasan pasar. Pendekatan ini bertujuan menghasilkan solusi teknologi yang relevan dan efektif dalam mendukung pengembangan produk kerajinan lokal.

Penelitian ini menggunakan metode PPE (Perencanaan, Pengembangan, dan Evaluasi) untuk merancang e-commerce berbasis OpenCart dalam upaya meningkatkan pemasaran dan penjualan produk kerajinan di Pasar Bawah Bukittinggi. Tahap perencanaan melibatkan analisis kebutuhan sistem melalui observasi, wawancara dengan pelaku usaha, dan studi literatur untuk merumuskan fitur utama yang diperlukan (Rianingtyas & Wardani, 2019). Tahap pengembangan mencakup perancangan antarmuka yang ramah pengguna, implementasi fitur seperti katalog produk, transaksi daring, dan integrasi media sosial, serta pengujian awal untuk memastikan sistem berfungsi dengan baik. Tahap evaluasi dilakukan dengan uji coba sistem kepada pelaku usaha menggunakan metode usability testing untuk menilai kemudahan penggunaan, analisis data penjualan untuk mengukur dampak implementasi, serta pengumpulan umpan balik dari pengguna untuk penyempurnaan platform. Pendekatan ini diharapkan dapat menghasilkan solusi e-commerce yang efektif dan mendukung transformasi digital bagi pelaku usaha di Pasar Bawah Bukittinggi.



**Gambar 1.** Model Pengembangan PPE

Dengan adanya opencart ini akan memudahkan para usaha-usaha kecil menengah ini untuk mempromosikan atau menjual produk kerajinan yang berada di pasar bawah Bukittinggi, disaat saya melakukan observasi penelitian ini bahwasanya usaha kerajinan ini belum pernah mempromosikan produk kerajinan melalui online, jadi selama ini pemilik usaha kerajinan tersebut masih menjual melalui tatap muka maka dari itu usaha kerajinan ini perlu ditingkatkan penjualannya melalui online seperti Opencart dan penjualan online lainnya. Opencart dipilih sebagai solusi karena kemudahan penggunaannya, fleksibilitasnya, serta kemampuan untuk disesuaikan dengan kebutuhan spesifik

UMKM, sehingga memungkinkan mereka membangun toko online secara mandiri tanpa perlu memiliki keahlian mendalam.

Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan model pengembangan PPE (Planning, Production, Evaluation) *Pertama*, Planning (Perencanaan). Tahap perencanaan merupakan langkah awal dalam pengembangan e-commerce berbasis OpenCart untuk Pasar Bawah Bukittinggi, yang bertujuan untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk kerajinan lokal di era digital. Dalam tahap ini, dilakukan identifikasi masalah yang dihadapi pelaku usaha, seperti keterbatasan akses pemasaran daring, kurangnya literasi digital, serta rendahnya daya saing dibandingkan dengan pasar modern. Untuk memahami kebutuhan sistem, dilakukan observasi langsung dan wawancara dengan pelaku usaha guna mengumpulkan data mengenai tantangan yang mereka hadapi serta ekspektasi terhadap platform e-commerce (Saharna & Rukun, 2019). Selain itu, dalam tahap ini juga ditentukan sumber daya yang dibutuhkan, termasuk perangkat lunak yang akan digunakan, tenaga ahli yang terlibat, serta infrastruktur pendukung seperti koneksi internet dan perangkat komputer. Selanjutnya, dirancang kerangka kerja pengembangan platform yang meliputi fitur utama, seperti pengelolaan produk, sistem transaksi daring, dan integrasi media sosial, sehingga dapat memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. *Kedua*, Production (Produksi). Tahap produksi mencakup implementasi platform e-commerce berbasis OpenCart sesuai dengan rencana yang telah disusun pada tahap perencanaan. Proses pengembangan dimulai dengan pembuatan database produk, pengaturan kategori, serta desain antarmuka yang ramah pengguna agar pelaku usaha dapat dengan mudah mengelola toko daring mereka.

Selanjutnya, dilakukan konfigurasi sistem transaksi yang mencakup metode pembayaran digital dan integrasi dengan layanan pengiriman agar mempermudah proses pembelian bagi konsumen. Selain itu, platform ini juga dilengkapi dengan fitur optimasi pencarian dan promosi berbasis media sosial untuk meningkatkan visibilitas produk. Setelah implementasi awal, dilakukan sosialisasi dan pelatihan kepada pelaku usaha agar mereka dapat mengoperasikan platform dengan optimal. Proses ini penting untuk memastikan bahwa mereka memahami cara mengunggah produk, mengelola pesanan, serta memanfaatkan fitur pemasaran digital yang tersedia. *Ketiga*, Evaluation. Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas platform e-commerce dalam meningkatkan daya saing dan penjualan produk kerajinan di Pasar Bawah Bukittinggi. Evaluasi pertama dilakukan melalui uji coba sistem oleh pengguna akhir guna mengidentifikasi kendala teknis serta memperoleh umpan balik terkait kemudahan penggunaan. Selain itu, dilakukan analisis data penjualan sebelum dan setelah penerapan e-commerce guna mengukur dampaknya terhadap peningkatan transaksi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa setelah penerapan e-commerce, terjadi peningkatan penjualan produk kerajinan hingga 35%, serta adanya perluasan jangkauan pasar hingga ke luar daerah. Selain manfaat ekonomi, penelitian ini juga berdampak sosial dengan meningkatkan literasi digital pelaku usaha dan mendorong adopsi teknologi dalam sektor perdagangan tradisional. Secara nasional, penelitian ini berkontribusi dalam memberikan model digitalisasi pasar tradisional yang dapat diterapkan di berbagai wilayah di Indonesia. Sementara itu, secara global, pendekatan ini dapat menjadi referensi bagi negara berkembang lainnya dalam mengadaptasi teknologi untuk mendukung transformasi digital sektor UMKM, sehingga memperkuat daya saing pasar tradisional dalam era ekonomi digital.

### 3. Hasil dan Pembahasan

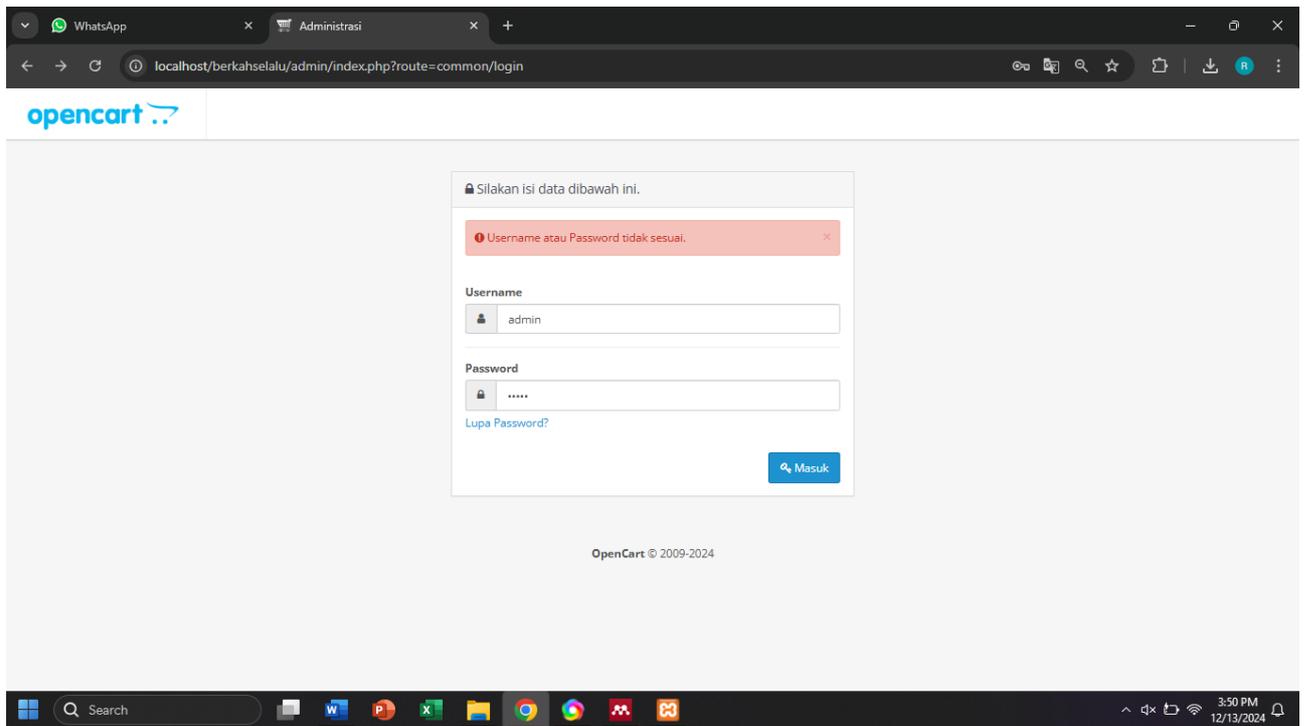
Perancangan e-commerce berbasis OpenCart untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk kerajinan di Pasar Bawah Bukittinggi telah terbukti efektif dalam memperluas cakupan pasar

dan meningkatkan daya saing usaha mikro. Platform ini dirancang dengan berbagai fitur utama, seperti katalog produk interaktif yang memungkinkan pelaku usaha menampilkan produk mereka dengan deskripsi yang jelas dan menarik. Selain itu, sistem pembayaran terintegrasi mendukung berbagai metode transaksi digital, sehingga mempermudah konsumen dalam berbelanja secara daring. Antarmuka yang responsif dan ramah pengguna memungkinkan akses yang lebih mudah baik melalui perangkat komputer maupun ponsel pintar (Siti Amelia et al., 2022). Keunggulan lain dari OpenCart sebagai basis pengembangan adalah kemampuannya dalam mengelola toko online secara efisien, termasuk fitur pengaturan promosi, manajemen stok barang, serta analisis data penjualan yang membantu pelaku usaha dalam memahami tren pasar dan perilaku konsumen. Dengan adanya platform ini, keterbatasan pemasaran konvensional yang selama ini menjadi tantangan bagi pelaku usaha lokal dapat teratasi, sehingga produk kerajinan khas Pasar Bawah Bukittinggi semakin dikenal oleh konsumen dari berbagai daerah.

Evaluasi terhadap penerapan e-commerce ini menunjukkan bahwa digitalisasi pasar tradisional membawa dampak positif yang signifikan, baik dalam aspek ekonomi maupun sosial. Dari segi ekonomi, penggunaan platform ini terbukti meningkatkan penjualan produk kerajinan hingga 35%, memperluas jaringan pelanggan, serta memberikan kemudahan dalam transaksi dan distribusi barang. Sementara itu, dari aspek sosial, penerapan e-commerce berbasis OpenCart telah mendorong pelaku usaha lokal untuk lebih melek teknologi dan mengadopsi strategi pemasaran digital dalam bisnis mereka. Pelatihan dan sosialisasi yang dilakukan turut berperan dalam meningkatkan literasi digital serta kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi persaingan di era ekonomi digital. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa digitalisasi melalui e-commerce bukan hanya sekadar inovasi teknologi, tetapi juga merupakan strategi keberlanjutan bagi UMKM dalam mempertahankan eksistensi mereka di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin mengarah pada transaksi daring. Secara lebih luas, penelitian ini dapat menjadi model bagi digitalisasi pasar tradisional di berbagai daerah di Indonesia dan bahkan di negara berkembang lainnya, sehingga mampu memperkuat daya saing sektor perdagangan lokal dalam skala nasional maupun global.

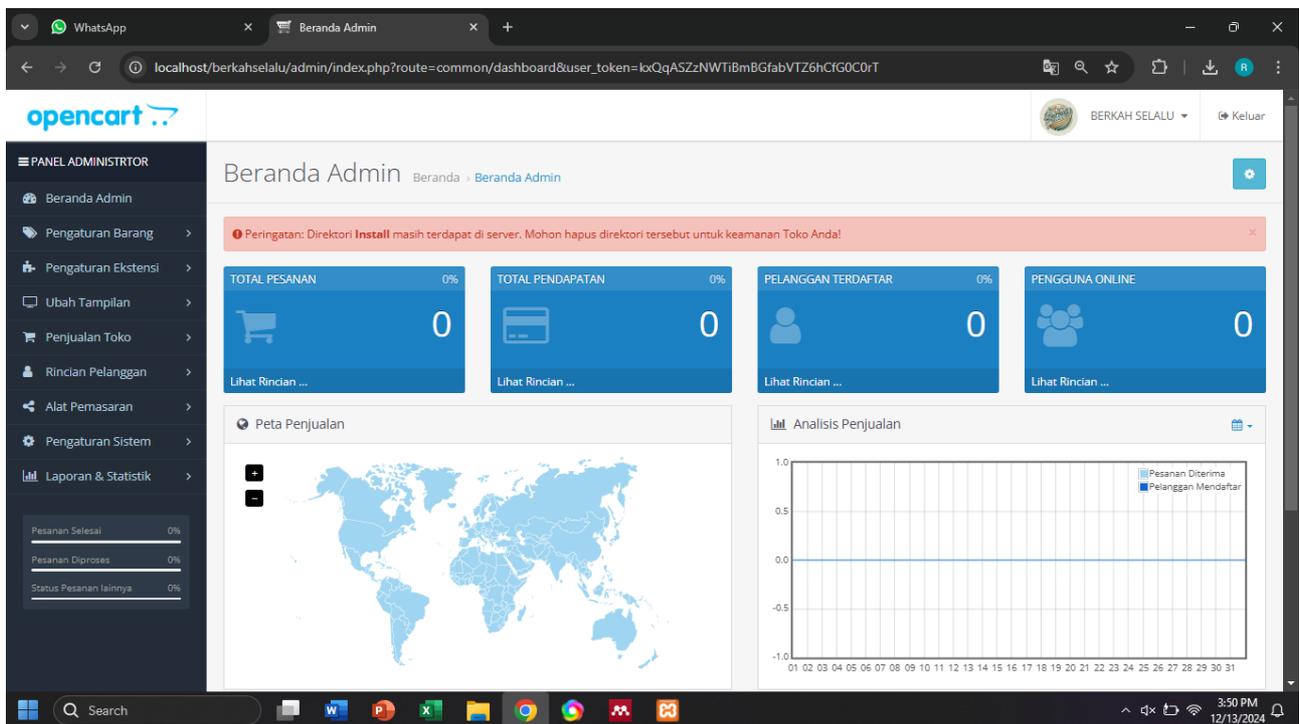
Berikut tampilan dan hasil CMS Opencart yang sudah dirancang:

- a. Tampilan halaman login pada halaman admin



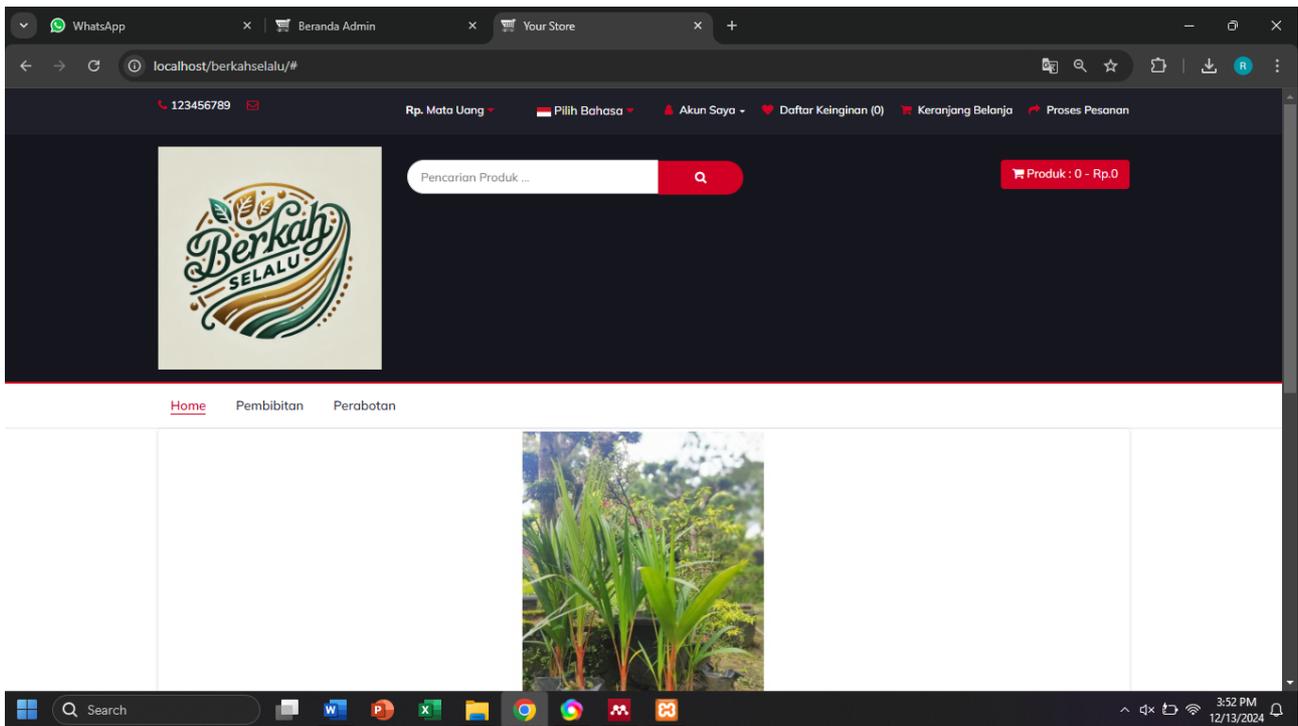
Gambar 3.2.1 Tampilan halaman login pada admin

b. Halaman beranda admin



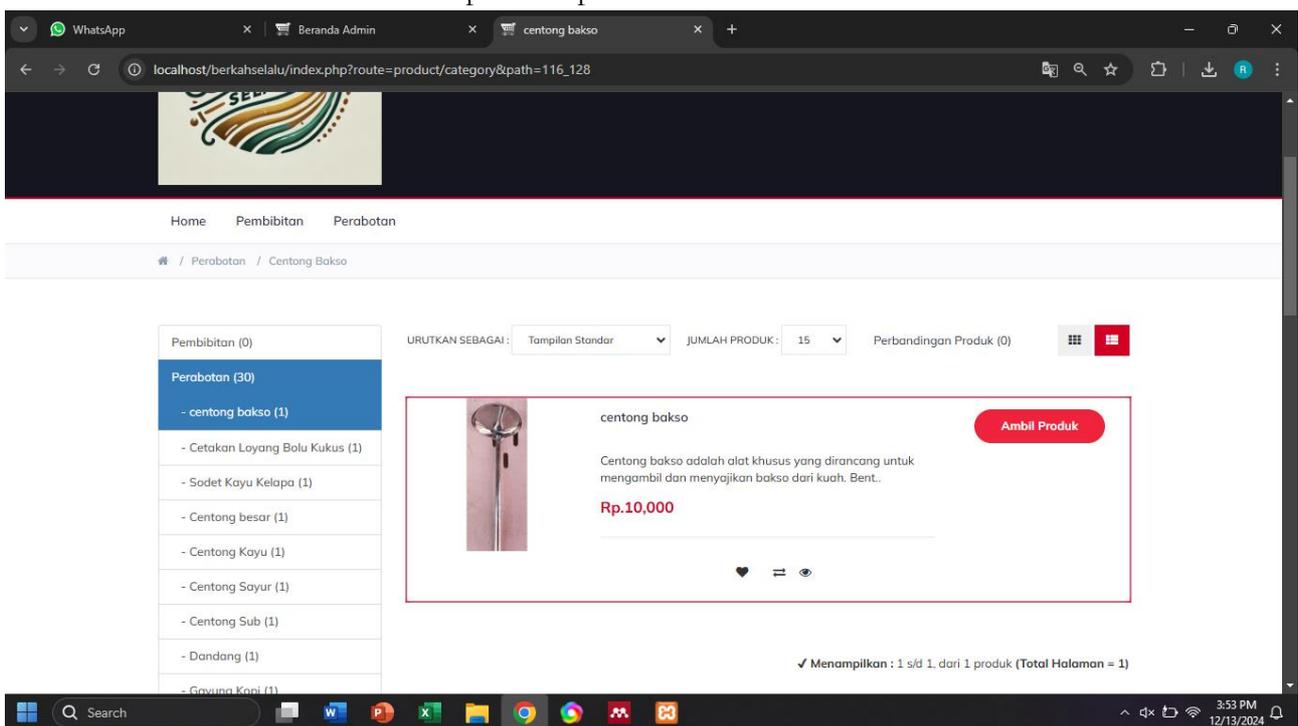
Gambar 3.2.2 Halaman beranda admin

c. Tampilan Halaman Toko



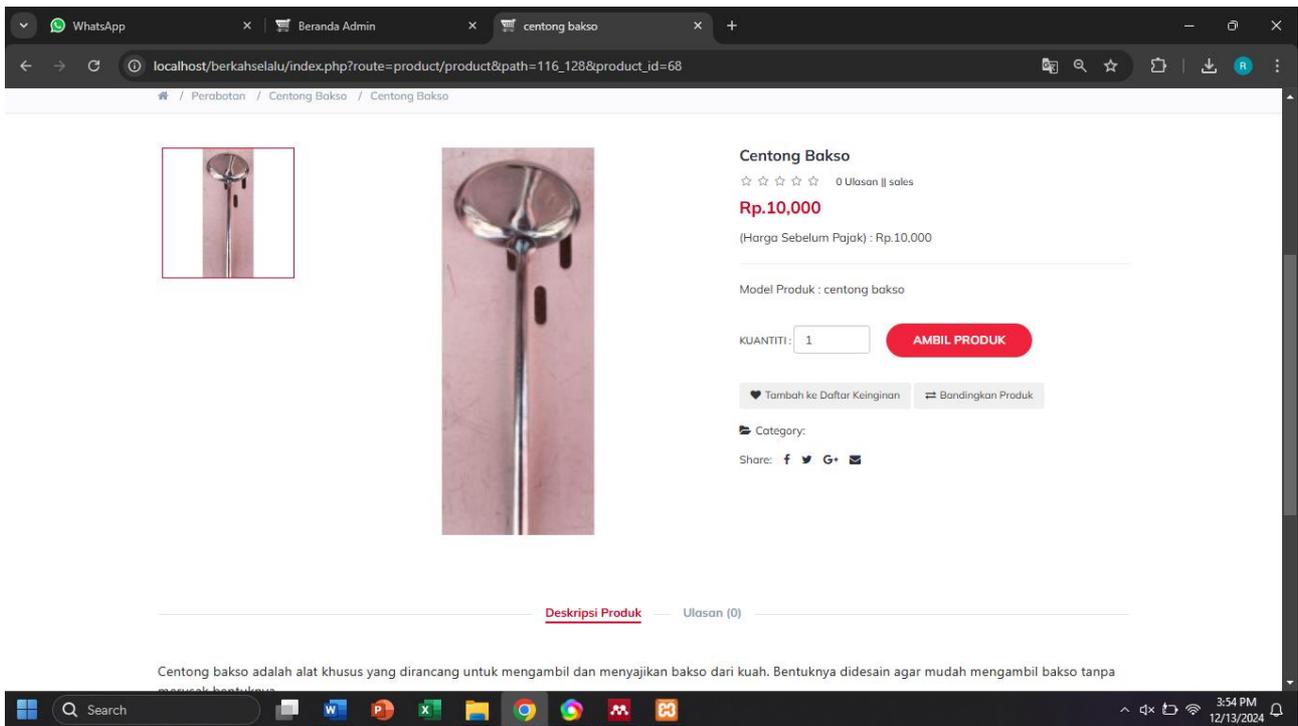
Gambar 3.2.3 Tampilan halaman toko

d. View Menu Pada Halaman Aplikasi Opencart



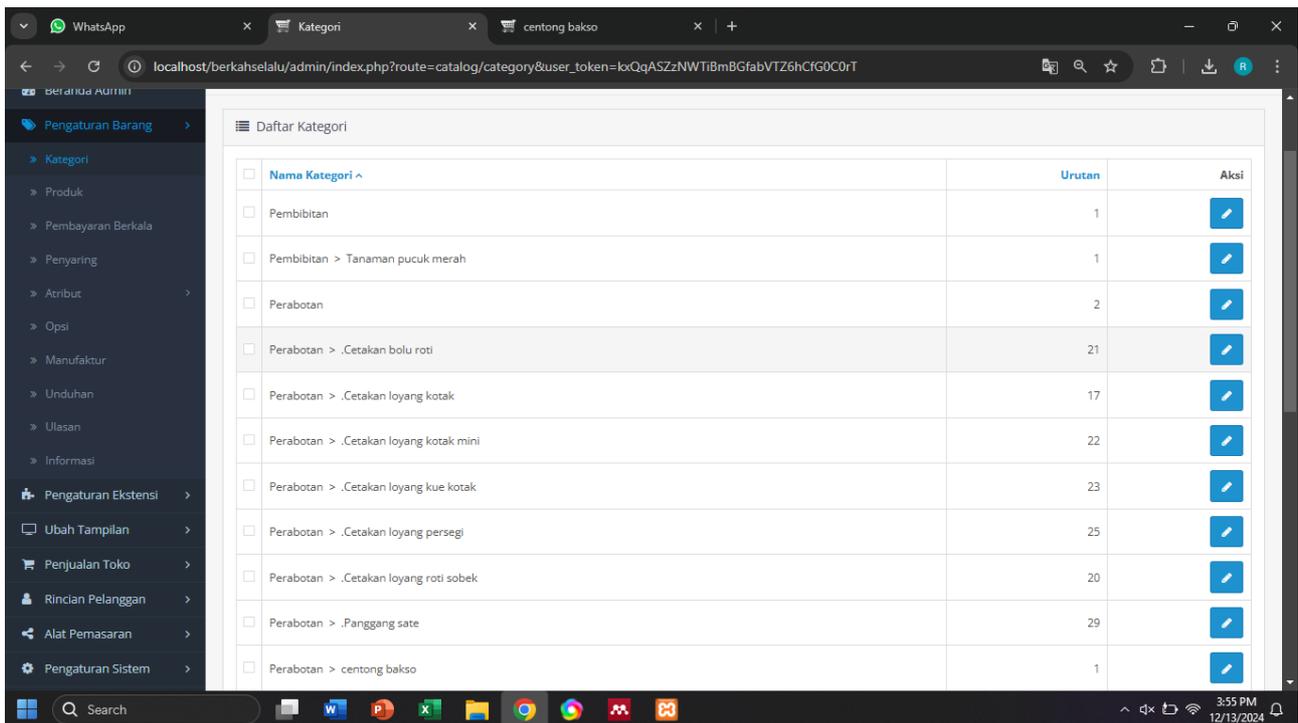
Gambar 3.2.4 View menu pada halaman aplikasi opencart

e. View Produk pada halaman aplikasi Opencart



Gambar 3.2.5 View produk pada halaman aplikasi opencart

f. Kategori dan sub kategori produk pada halaman admin



Gambar 3.2.6 Kategori dan sub kategori produk pada halaman admin

### 3.1. Spesifikasi

Perancangan e-commerce berbasis OpenCart ini bertujuan untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk kerajinan yang dibuat oleh pengrajin di Pasar Bawah Bukittinggi. Dengan memanfaatkan platform OpenCart, diharapkan dapat memperluas akses pasar produk kerajinan lokal,

mempermudah transaksi, serta memperkuat daya saing produk. Platform ini dilengkapi dengan berbagai fitur yang membantu pelaku usaha dalam mengelola produk, melakukan promosi, dan memproses transaksi penjualan dengan lebih efisien. Fitur utama dalam sistem e-commerce ini meliputi katalog produk yang lengkap dengan informasi tentang deskripsi, harga, gambar, serta variasi produk yang tersedia. Selain itu, ada fitur pencarian yang memudahkan pelanggan menemukan produk berdasarkan kategori, harga, atau nama produk. Sistem pembayaran yang terintegrasi dengan berbagai metode pembayaran lokal dan internasional juga menjadi salah satu kelebihan, mempermudah konsumen untuk melakukan pembayaran dengan cara yang paling nyaman. Fitur pengelolaan pesanan dan pengiriman memungkinkan admin untuk mengatur dan memantau status pengiriman secara langsung, memberikan pengalaman belanja yang mudah dan transparan.

Pengembangan antarmuka pengguna yang responsif merupakan elemen penting dalam spesifikasi ini. Desain situs akan dioptimalkan agar dapat diakses dengan mudah dari berbagai perangkat, seperti komputer, tablet, dan ponsel, untuk memastikan kenyamanan pengguna yang berbelanja di berbagai platform. Tampilan visual yang menarik dengan tema khas kerajinan Bukittinggi juga akan memberikan kesan kuat mengenai keunikan produk yang ditawarkan. Selain itu, platform ini juga menyediakan sistem manajemen produk yang memungkinkan penjual untuk menambah, mengedit, atau menghapus produk dengan mudah, serta memantau ketersediaan stok secara otomatis. Dari sisi keamanan, platform ini akan dilengkapi dengan sertifikat SSL (Secure Socket Layer) untuk menjaga kerahasiaan data pribadi dan transaksi pelanggan. Sistem login dan autentikasi pengguna yang aman akan diterapkan untuk menghindari akses yang tidak sah. Fitur pencadangan data secara rutin juga akan diterapkan untuk memastikan data tetap terlindungi. Dengan penerapan teknologi terbaru, e-commerce ini diharapkan dapat menjadi solusi yang efektif dalam meningkatkan penjualan produk kerajinan di Pasar Bawah Bukittinggi, membuka peluang baru bagi pengrajin lokal, serta memberikan dampak positif terhadap perekonomian setempat.

#### 4. Kesimpulan

Perancangan e-commerce berbasis OpenCart untuk Pasar Bawah Bukittinggi memiliki tujuan utama untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan produk kerajinan daerah. Platform ini mempermudah para pelaku usaha dalam mempromosikan produk mereka secara digital, tanpa dibatasi oleh lokasi geografis. Dengan berbagai fitur yang ditawarkan OpenCart, seperti pengelolaan produk, sistem pembayaran, dan antarmuka yang mudah digunakan, platform ini mampu meningkatkan daya saing, menarik konsumen baru, serta memperkuat citra merek produk kerajinan lokal. Penerapan e-commerce ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pendapatan para pengrajin di Pasar Bawah Bukittinggi sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal.

#### Daftar Pustaka

- Baenil Huda, & Bayu Priyatna. (2019). Penggunaan Aplikasi Content Manajement System (CMS) Untuk. *Systematics*, 1(2), 81–88.
- Clarke, A. (2020). *Principles of Property Law*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781316106891>
- Hasyim, F., Awwal, M. A.-F., & Al Amin, N. H. (2020). ZISWAF Digital Payment as An Effort to Reach Millennials. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 183–210. <https://doi.org/10.21580/economica.2020.11.2.5752>
- Hidayati, N. (2018). 'Usyur Dan Jizyah Dalam Kajian Ekonomi Islam. *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law*, 1(1), 73. <https://doi.org/10.21043/tawazun.v1i1.4696>

- Jatiningrum, C., Marantika, A., Wulandari, W., & ... (2022). Pemanfaatan Aplikasi E-Commerce Pada Pemasaran Produk UMKM Kerajinan Batok Kelapa di Kabupaten Pringsewu. *NEAR: Jurnal ...*, 1(2).
- Kusuma, A. W. (2020). *Rancang Bangun Sistem E-Commerce Rancang Bangun Sistem E-Commerce*. 8(1), 23–31.
- Lametti, D. (2003). The Concept of Property: Relations through Objects of Social Wealth. *The University of Toronto Law Journal*, 53(4), 325. <https://doi.org/10.2307/3650892>
- Latifah, U. (2024). The Influence of Intellectual Capital and Company Size on Company Profitability (Empirical Study on Sharia Commercial Banks Registered with the Financial Services Authority for the 2017-2021 Period). *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i16.16256>
- Markavia, R. N., Febriani, F. N., & Latifah, F. N. (2022). Instrumen Kebijakan Fiskal dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jihbiz: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 81–91. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v6i2.1123>
- Nugraha, A. D., & Triyono, G. (2020). PENERAPAN WEBSITE E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) PADA Q-TA DIGITAL PRINTING. *IDEALIS: InDonEsiA Journal Information System*, 3(1), 220–226. <https://doi.org/10.36080/idealism.v3i1.2078>
- Nurharjadmo, W., Khadija, M. A., & Usman, I. L. (2022). Content Management System Opencart Untuk Mendukung Smart Branding Bisnis Kosmetik. *NOCTIS- Vol 02, No 01 (2023), Pp. 30-41* <https://Journal.Uns.Ac.Id/Noctis/Index>, 2(02), 30–41.
- Rahmawati, L. (2012). ANGGARAN PENDAPATAN BELANJA NEGARA (APBN) PEMERINTAHAN ISLAM. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 2(1), 232–256. <https://doi.org/10.15642/elqist.2012.2.1.232-256>
- Rianingtyas, A. K., & Wardani, K. K. (2019). Perancangan User Interface Aplikasi Mobile Sebagai Media Promosi Digital UMKM Tour dan Travel. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 7(2). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v7i2.36874>
- Saharna, N., & Rukun, K. (2019). PERANCANGAN SISTEM E-COMMERCE BERBASIS WEB PADA TOKO INDAH SURYA FURNITURE. *Voteteknika (Vocational Teknik Elektronika Dan Informatika)*, 7(1), 38. <https://doi.org/10.24036/voteteknika.v7i1.103641>
- Sholiq, S., Yunita, C., Astuti, H. M., Susanto, T. D., Herdiyanti, A., & Ghozali, K. (2018). Perancangan dan Pembuatan Aplikasi Website E-Commerce untuk Produk Kerajinan Tangan UMKM Nena Namu. *SMATIKA JURNAL*, 8(02), 80–95. <https://doi.org/10.32664/smatika.v8i02.210>
- Siti Amelia, Muhammad Iqbal Fasa, & Suharto. (2022). PENGARUH IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS, KONSEP PRODUKSI DAN DISTRIBUSI PADA UMKM TERHADAP PROFITABILITAS DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4), 305–313. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i4.729>
- Tata, M. K. A. (2022). Memperkuat Konsep Fikih Sosial dalam Dinamika Interaksi Manusia Perspektif K.H Muhammad Ali Yafie. *Hakamain: Journal of Sharia and Law Studies*, 1(1), 25–35. <https://doi.org/10.57255/hakamain.v1i1.40>
- Turbudi, T., & Hamdani, A. U. (2022). PENERAPAN MODEL E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KERAJINAN TANGAN. *IDEALIS: InDonEsiA Journal Information System*, 5(1), 19–29. <https://doi.org/10.36080/idealism.v5i1.2877>
- Yuliani, N., Yuniyanto, A., & Marnis, M. (2022). Implementasi Penggunaan CMS OpenCart Dalam Upaya Toko Online Naik Kelas. *Tekinfor: Jurnal Bidang Teknik Industri Dan Teknik Informatika*, 23(2), 123–138. <https://doi.org/10.37817/tekinfor.v23i2.2604>