

Perancangan E-Commerce Menggunakan Shopify untuk Peningkatan Daya Jual UMKM

Gabriel Kenisa Meqfaden Baali¹

¹Fakultas Teknik, Teknik Informatika, Universitas Negeri Manado, Minahasa, Indonesia

Email Corresponding: gabrielbaali@unima.ac.id¹

Abstrak. Perkembangan teknologi saat ini terjadi dengan sangat cepat, kegiatan jual beli pun mulai beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi informasi yang lebih aman dan nyaman baik bagi penjual dan pembeli selama kita memiliki koneksi internet. Salah satunya adalah pemanfaatan website sebagai E-Commerce yang bisa menjadi toko online. UMKM kesulitan untuk menjual produknya dikarenakan kebanyakan masih menggunakan cara tradisional untuk berjualan. Pegiat UMKM tidak semua memiliki pengetahuan tentang pengembangan website sehingga banyak tools yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan sebuah E-Commerce. Shopify merupakan salah satu tools yang dapat digunakan, Shopify memiliki keunggulan memberikan free trial agar para UMKM dapat belajar dahulu. Dengan adanya tools pembuatan e-commerce menjadi lebih cepat karena tidak memerlukan pemrograman. Agar lebih maksimal dalam menggunakan tools ini diperlukan pembelian paket yang sesuai kebutuhan. E-commerce diuji coba selama 1 bulan (31 hari) dengan rentang waktu dari 12 Februari 2022 sampai 14 Maret 2022. Dari percobaan ini didapatkan kenaikan keuntungan sebanyak 13% dan kenaikan pada penjualan produk hingga 18%. Selain itu dengan adanya E-Commerce perluasan pasar pun berhasil dilakukan dengan mulai adanya pengunjung dari luar kota Tomohon.

Kata kunci: Website, E-Commerce, Shopify, UMKM

1. PENDAHULUAN

Kegiatan jual beli dimasa saat ini sudah tidak lagi hanya melewati proses secara tatap muka melainkan sudah mulai beralih ke online yang dirasa lebih cepat dan nyaman dalam transaksinya dan memudahkan penjual untuk menjual produknya dengan lebih cepat. Dengan perkembangan ini muncullah pemanfaatan bisnis online dengan mengandalkan model E-Commerce [1]. Adanya E-Commerce dapat membantu dalam perluasan area penjualan sehingga dapat membantu banyak UMKM untuk mengembangkan usahanya [2]. Penggunaan E-Commerce pada saat ini merupakan syarat bagi sebuah organisasi atau perusahaan, agar perusahaan itu dapat bersaing secara global. Banyak penelitian yang menekankan efisiensi dalam penggunaan E-Commerce. Selain itu juga banyak didapati dampak positif yang diberikan oleh E-Commerce dibandingkan dampak negatifnya [3]. E-Commerce dapat membantu pengusaha dalam mengembangkan atau menjual produknya, sehingga bagi UMKM dengan memanfaatkan hal ini akan menaikkan penjualan mereka [4].

Vitt-Health adalah salah satu UMKM yang ada di kota Tomohon yang berfokus pada penjualan produk kecantikan dan kesehatan. Vitt-Health dijadikan objek penelitian untuk pemanfaatan E-Commerce ini. UMKM ini masih berfokus pada penjualan dengan cara tradisional yaitu dari orang ke orang. Penjualan yang seperti ini tentunya hanya akan memberikan pelanggan yang sedikit karena cakupannya kurang luas dan penjualan yang cenderung lambat. Dengan adanya E-Commerce dapat membantu UMKM untuk berkembang dikarenakan sangat memudahkan penjualan dan pengembangan bisnis [5].

Pembuatan website memang cenderung sulit untuk orang-orang yang kurang ahli dalam programming, akan tetapi dengan perkembangannya sudah banyak tools yang dapat mempermudah untuk pembuatan sebuah website yang bahkan tanpa perlu adanya orang yang ahli dalam programming [6]. Salah satunya adalah Shopify, tools ini dirasa paling tepat digunakan dikarenakan bersifat open source yang mudah dikustomisasi. Selain itu jika dibandingkan dengan tools lainnya seperti WooCommerce dan Wix bisa dilihat Shopify menawarkan uji coba menggunakan Shopify selama 14 hari. Dengan adanya fitur uji coba gratis ini kita bisa mempelajari dulu dengan baik mengenai tools tersebut sebelum benar-benar memutuskan untuk membeli paketnya. Hal ini membuat Shopify cocok untuk UMKM yang masih merintis yang memiliki modal yang belum terlalu besar. Selain itu Shopify memiliki kekuatan marketing berdasarkan keyword di Google yang bisa dikustomisasi sebaik mungkin agar produk lebih bisa ditemukan ketika dicari dengan Google.

Hasil akhir yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebuah website berbentuk E-Commerce yang bisa menaikkan daya jual UMKM hingga 10% dan bisa memperluas area penjualannya. Selain itu dapat mengurangi biaya pemasaran.

2. METODOLOGI

Penelitian terkait pengembangan sistem e-commerce terus mengalami perkembangan seiring meningkatnya kebutuhan pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi digital dalam memperluas jangkauan pasar. Beberapa studi sebelumnya telah berkontribusi dalam pengembangan sistem e-commerce berbasis web, baik dari sisi teknis maupun pengalaman pengguna.

Rahmadani dan Prasetyo [7] menekankan pentingnya penerapan sistem e-commerce berbasis web bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Di sisi lain, Wibowo dan Sari [8] menyoroti peran krusial dari user experience dalam membangun loyalitas dan kepuasan pengguna terhadap platform e-commerce. Lestari dan Nugroho

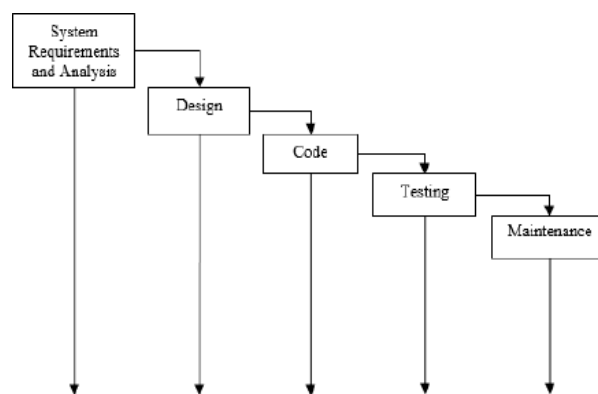
[9] menunjukkan bahwa penggunaan metode prototyping dapat mempercepat siklus pengembangan sistem serta memudahkan pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi.

Penelitian oleh Putra dan Handayani [10] menggarisbawahi pentingnya penggunaan framework yang efisien dan aman, seperti Laravel, dalam pembangunan sistem e-commerce untuk UMKM. Sementara itu, aspek keamanan transaksi menjadi perhatian utama dalam studi Yuliana dan Pradana [11], yang mengadopsi metode OWASP untuk meminimalkan risiko keamanan dalam sistem.

Meskipun berbagai studi telah membahas aspek pengembangan, UX, dan keamanan, sebagian besar penelitian masih bersifat umum dan belum banyak yang fokus pada integrasi menyeluruh antara kemudahan penggunaan, keamanan sistem, serta skalabilitas untuk kebutuhan pelaku usaha skala kecil dan menengah di daerah tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan merancang dan membangun sistem e-commerce yang tidak hanya fungsional dan aman, tetapi juga responsif terhadap kebutuhan UMKM lokal.

Penelitian dilakukan secara kualitatif dengan pengumpulan data yang berasal dari pemilik UMKM. Data didapatkan dengan cara wawancara kebutuhan, penjualan, dan pasar. Hasil wawancara kemudian dilakukan analisis permasalahan dan dilakukan pengembangan untuk menutupi permasalahan yang ditemukan. Adapun dilakukan studi literatur dengan mengumpulkan beberapa jurnal yang terkait dengan penelitian untuk dijadikan referensi dalam pengembangan e-commerce.

Tahapan perancangan e-commerce menggunakan konsep Software Development Cycle (SDLC) dengan model Waterfall. Model ini cocok digunakan untuk melakukan pengembangan E-Commerce dikarenakan terdiri dari lima tahapan yaitu : pertama, tahap analisa kebutuhan pengguna; kedua, desain; ketiga, pembuatan kode program; keempat, pengujian; kelima, pemeliharaan [6]. Tahapan tersebut dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Model Waterfall

Penelitian awal dilakukan dengan wawancara sekaligus meminta perizinan untuk membangun sebuah website berbasis E-Commerce. Dalam wawancara didapatkan kebutuhan apa saja yang diperlukan dari pemilik toko. Dalam metode waterfall ini ada sedikit perubahan pada tahap Code, dimana pada penelitian ini menggunakan tools Shopify sehingga tidak diperlukan pemrograman melainkan kustomisasi sesuai keinginan dan kebutuhan pemilik toko.

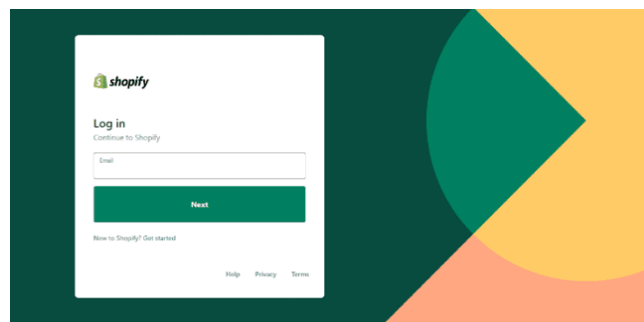
2. HASIL DAN DISKUSI

Penelitian ini menghasilkan sebuah E-Commerce dengan memanfaatkan tools dari Shopify dengan alamat <https://vitthealth.myshopify.com>. Website tersebut masih bersifat sederhana dengan dua tampilan yaitu tampilan admin dan user/customer.

3.1 Halaman Admin

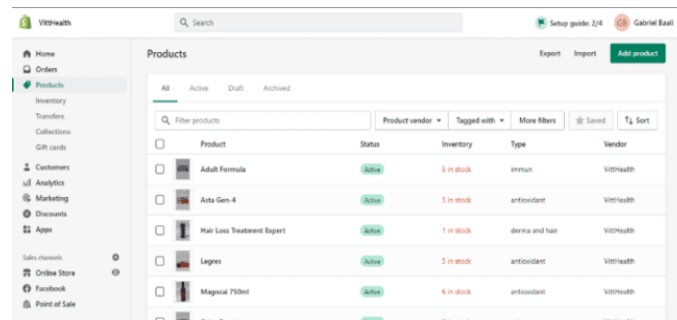
Pada halaman ini admin bisa mengoperasikan toko dengan menambahkan, menghapus, merubah produk yang dijual. Admin juga dapat melihat analisis penjualan produk lewat dashboard yang sudah disediakan dari Shopify. Selain itu admin juga bisa mengkustomisasi toko seperti mengganti tema dan layout dari tampilan toko.

a. Halaman *Login Admin*: Untuk masuk ke halaman admin hanya diperlukan login ke Shopify bisa menggunakan email yang didaftarkan ke Shopify. Seperti yang terlihat pada Gambar 2. Login diperlukan agar data toko aman, pemilik toko dapat login menggunakan email yang didaftarkan di Shopify.

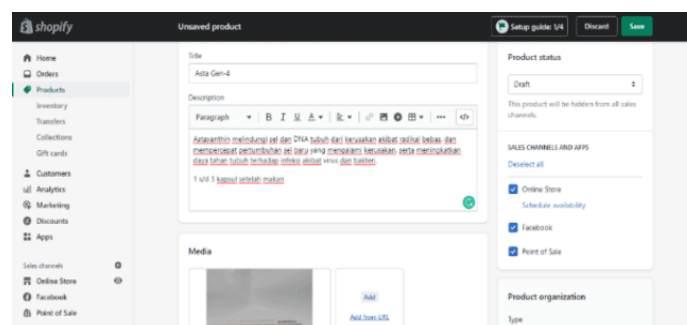


Gambar 2. Halaman Login Admin

b. Halaman *Dashboard*: Setelah login akan langsung diarahkan ke dashboard toko dimana admin bisa mengolah toko seperti pada gambar 3 dan pada gambar 4 terlihat contoh ketika menambahkan sebuah produk.

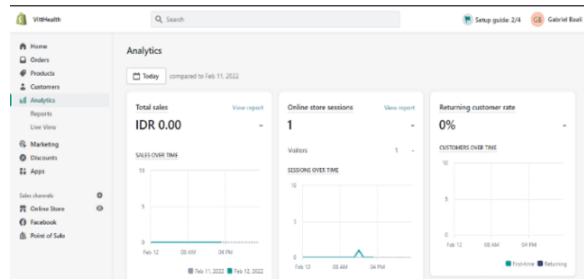


Gambar 3. Halaman Dashboard



Gambar 4. Menambahkan Produk

- c. Halaman Analisis Produk: Admin juga bisa menganalisa penjualan yang sudah dilakukan yang terekam secara otomatis yang langsung masuk ke menu *Analytics* seperti pada gambar 5.

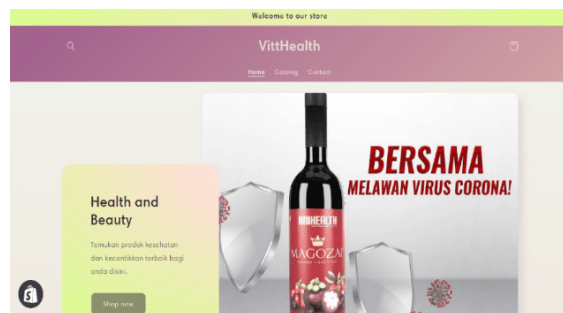


Gambar 5. Halaman Menu Analisis

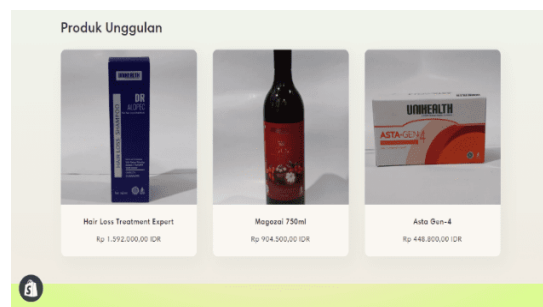
3.2 Halaman User

Halaman User menampilkan tampilan front-end sebuah website dimana user akan langsung diarahkan pada menu Home. User dapat melihat beberapa produk yang sedang dijual toko pada saat masuk ke website.

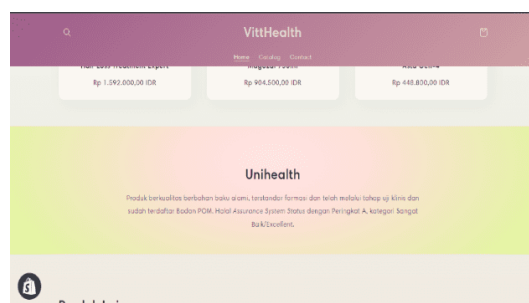
- a. Halaman Home: Ketika mengakses website user langsung diarahkan ke home dimana user dapat melihat produk unggulan, penjelasan tentang produk yang dijual dan juga beberapa produk lainnya seperti yang terlihat pada gambar 6, gambar 7 dan gambar 8.



Gambar 6. Halaman Home

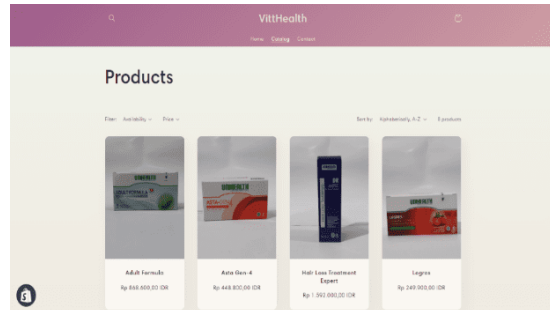


Gambar 7. Halaman Home (Produk Unggulan)



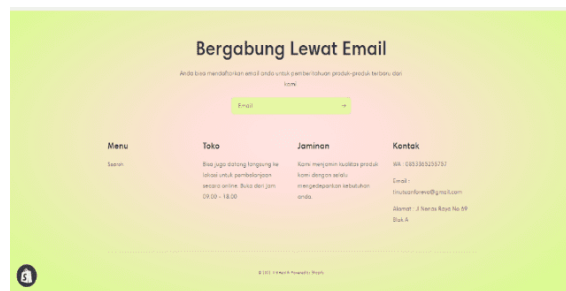
Gambar 8. Halaman Home (Deskripsi Produk)

- a. Halaman Catalog: Produk lainnya dapat dilihat user pada menu Catalog dimana pada menu ini diperlihatkan produk-produk lainnya yang dijual yang bisa difilter agar mempermudah user untuk melihat produk yang tersedia seperti pada gambar 9.



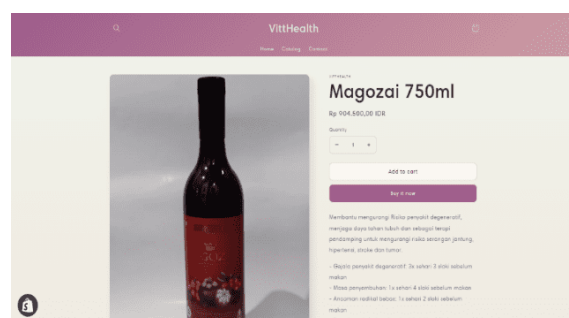
Gambar 9. Halaman Katalog

- b. Halaman Footer: Halaman footer ini berisi informasi tentang toko dan juga user bisa mendaftarkan emailnya agar bisa mendapatkan info-info produk terbaru yang ada di toko via email seperti pada gambar 10.



Gambar 10. Halaman Footer

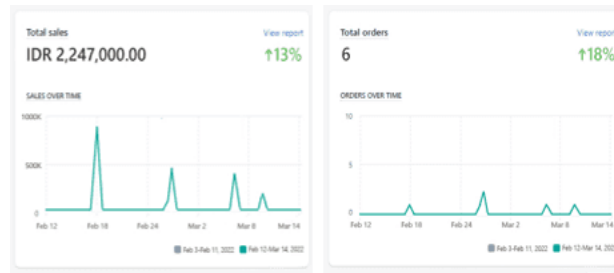
- c. Halaman Checkout: Halaman ini menampilkan produk yang ingin dibeli, pada halaman ini menunjukkan gambar produk, harga, deskripsi dan cara pakai yang dianjurkan. Model pembelian di E- Commerce ini seperti mall dimana pembeli dapat menyimpan dulu dalam keranjang belanja lalu di checkout secara bersamaan seperti yang terlihat pada gambar 11.



Gambar 11. Halaman Checkout

3.3 Analisa Penjualan

E-Commerce dijalankan selama satu bulan (31 hari) dengan rentang waktu dari 12 Februari 2022 sampai 14 Maret 2022. Didapatkan peningkatan keuntungan dan peningkatan penjualan barang. Untuk keuntungan terjadi kenaikan sebanyak 13% dan untuk penjualan produk naik hingga 18% seperti yang terlihat di gambar 12.

**Gambar 12.** Kenaikkan Keuntungan dan Penjualan Produk

Perluasan pasar pun terjadi ketika menggunakan E- Commerce ini, penjualan sudah bisa mencapai sampai keluar dari kota Tomohon. Gambar 13 menunjukkan jumlah pengunjung dan asal kota dari pengunjung. Untuk luar pulau Sulawesi ada Jakarta. Luar Negeri ada Council Buffs dari Amerika Serikat dan dari pulau Sulawesi ada Makassar, Manado dan Tomohon.

The screenshot shows a dashboard titled 'Sessions by location' with a date range of Feb 12-Mar 14, 2022. It features a table with columns for Country/Region, City, Visitors, and Sessions. The data is as follows:

Country/Region	City	Visitors	Sessions
Summary		42	42
United States	Council Buffs	15	15
United States	N/A	9	9
Indonesia	Jakarta	2	2
Indonesia	Manado	5	5
Indonesia	Makassar	3	3
Indonesia	Tomohon	8	8

Gambar 13. Pengunjung Berdasarkan Kota

4. KESIMPULAN

Dengan memanfaatkan teknologi seperti E-Commerce dapat membantu menaikkan daya jual dari UMKM. Dalam penelitian ini didapatkan hasil yang sesuai tujuan pembangunan E- Commerce ini. Peningkatan terjadi pada keuntungan penjualan sebesar 13% dan penjualan produk sebesar 18%. Hanya dalam waktu satu bulan (31 hari) peningkatan yang dicapai sudah melebihi target. Perluasan pasar pun berhasil dilakukan dengan mulai mendatangkan pengunjung dari luar kota Tomohon. Pengembangan website menggunakan tools juga sangat memudahkan bagi pegiat UMKM meskipun kurang memiliki pengetahuan dalam pemrograman website.

Referensi

- [1] E. D. Maulana dan B. C. Putra, "Membangun E- Commerce Berbasis CMS (Content Management System) Wordpress Pada Khasanah Hijab," *IDEALIS*, vol. 2, no. 6, hlm. 377–382, 2019.
- [2] S. Kosasi, "Perancangan Sistem E-Commerce Untuk Memperluas Pasar Produk Oleh-Oleh Khas Pontianak," *SNASTIA*, hlm. 110–119, 2015.
- [3] Alwendi, "Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha," *Manajemen Bisnis*, vol. 17, no. 3, hlm. 317–325, 2020.
- [4] I. Kamil, A. A. Bakri, S. Salingkat, Ardenny, J. P. Tahirs, dan Alfiana, "Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E- Commerce," *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, vol. 3, no. 2, hlm. 517–526, 2022.
- [5] Winarno, "Sistem E-Commerce Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah," *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, vol. 2, no. 1, hlm. 40–51, 2018.
- [6] S. Aisyah, R. Amelia, I. Sabrina, dan T. Syahrifah, "Perancangan Aplikasi E-Commerce Pada Toko Lili Dengan Penerapan Metode Waterfall," *JUSIKOM PRIMA*, vol. 5, no. 1, hlm. 33–36, 2021.
- [7] I. Rahmadani dan A. Prasetyo, "Pengembangan Sistem E-Commerce Berbasis Web pada UMKM untuk Meningkatkan Jangkauan Pasar," *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, vol. 9, no. 2, hlm. 45–52,

2021.

- [8] A. Wibowo dan D. Sari, “Analisis Pengaruh User Experience terhadap Kepuasan Pengguna dalam Aplikasi E-Commerce,” *Jurnal Sistem Informasi*, vol. 18, no. 1, hlm. 33–41, 2022.
- [9] M. Lestari dan Y. Nugroho, “Implementasi Metode Prototyping dalam Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce,” *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 7, no. 1, hlm. 12–20, 2020.
- [10] R. Putra dan L. Handayani, “Penerapan Framework Laravel dalam Pembangunan Sistem E-Commerce untuk UMKM,” *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 10, no. 3, hlm. 55–63, 2023.
- [11] T. Yuliana dan D. Pradana, “Analisis Keamanan Transaksi pada Sistem E-Commerce Berbasis Web dengan Metode OWASP,” *Jurnal Keamanan Siber*, vol. 5, no. 2, hlm. 77–85, 2021.