

Analisis Pengaruh Website E-commerce Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Dua Putri

¹Khairul Ihwan, ²Melsa

¹Teknik Industri, ²Sistem Informasi Fakultas Teknik Dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri,
Jl. Provinsi No. 1, Parit 1 Tembilahan Hulu, Kabupaten Indragiri Hilir

Email: ihwanp5@gmail.com, nabilamelsa910@gmail.com

ABSTRAK

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, banyak UMKM masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan jangkauan pemasaran, rendahnya efisiensi operasional, dan minimnya pemanfaatan teknologi digital. Kondisi ini menyulitkan pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan transaksi berbasis daring. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerapan website e-commerce terhadap peningkatan penjualan UMKM Dua Putri. Sistem dikembangkan menggunakan platform WordPress dengan metode Rapid Application Development (RAD), yang mendukung proses pembangunan cepat dan melibatkan pengguna secara langsung dalam setiap tahapannya. Tahapan penelitian meliputi observasi, wawancara, analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi, dan evaluasi. Data dikumpulkan melalui perbandingan data penjualan sebelum dan sesudah implementasi serta kuesioner kepada pelanggan dan pemilik usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan website e-commerce berbasis WordPress mampu meningkatkan volume penjualan, efisiensi transaksi, memperlancar pengelolaan pesanan, serta memperluas jangkauan pasar. Pelanggan dapat melakukan pemesanan dengan lebih mudah, sedangkan pemilik usaha dapat mengelola produk dan memantau transaksi secara lebih terstruktur. Secara keseluruhan, sistem ini meningkatkan produktivitas, kualitas layanan, dan mendukung proses transformasi digital UMKM Dua Putri. Implementasi ini membuktikan bahwa adopsi teknologi e-commerce dapat memperkuat daya saing usaha kecil di era digital.

Kata Kunci: E-commerce, UMKM, Peningkatan Penjualan, WordPress, Transformasi Digital, RAD

ABSTRACT

MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) play a strategic role in the national economy by absorbing labor and improving community welfare. However, many MSMEs still face challenges such as limited marketing reach, low operational efficiency, and minimal utilization of digital technology. These conditions make it difficult for MSME actors to adapt to changes in consumer behavior that increasingly prioritize online-based transactions. This study aims to analyze the impact of implementing an e-commerce website on sales improvement of UMKM Dua Putri. The system was developed using the WordPress platform with the Rapid Application Development (RAD) method, which supports fast development processes and directly involves users at each stage. The research stages include observation, interviews, needs analysis, system design, implementation, and evaluation. Data were collected through comparison of sales data before and after implementation as well as questionnaires to customers and business owners. The results show that the implementation of a WordPress-based e-commerce website can increase sales volume, transaction efficiency, streamline order management, and expand market reach. Customers can place orders more easily, while business owners can manage products and monitor transactions in a more structured manner. Overall, this system improves productivity, service quality, and supports the digital transformation process of UMKM Dua Putri. This implementation proves that the adoption of e-commerce technology can strengthen the competitiveness of small businesses in the digital era.

Keywords: E-commerce, MSME, Sales Improvement, WordPress, Digital Transformation, RAD

Khairul Ihwan, Melsa: Analisis Pengaruh Website E-commerce Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Dua Putri

I. PENDAHULUAN

E-commerce adalah konsep di mana produk dan layanan dapat dipesan, dibayar, dan dikirimkan melalui platform online [1]. Saat ini perkembangan sistem informasi dengan menggunakan berbagai teknologi yang ada mengalami kemajuan pesat [2]. Teknologi yang berkembang begitu pesat dan semakin canggih sangat berguna dan memiliki manfaat yang luar biasa untuk menunjang segala kegiatan diberbagai bidang[3]. Kemajuan teknologi informasi telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental, terutama dalam transaksi perdagangan dan pemasaran digital [4]. Di era digital seperti sekarang, teknologi informasi (TI) muncul sebagai solusi strategis untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional UMKM[5]. Teknologi tidak hanya membantu mempercepat proses bisnis, tetapi juga meningkatkan akurasi data, memudahkan pelaporan keuangan, dan memperluas jangkauan pasar [6]. E-commerce sebagai platform perdagangan berbasis internet telah menjadi solusi strategis bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar tanpa batasan geografis, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengoptimalkan pengelolaan bisnis secara menyeluruh. E-commerce adalah singkatan dari "electronic commerce" atau perdagangan elektronik. E-commerce adalah aktivitas bisnis yang dilakukan secara online, yang melibatkan pembelian [7] Penjualan produk atau jasa melalui internet. Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat [6].

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai kontributor PDB maupun penyerap tenaga kerja [8]. Namun, sebagian besar UMKM masih menghadapi kendala dalam akses pasar, pengelolaan penjualan yang belum optimal, dan minimnya adopsi teknologi digital. Kondisi ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi UMKM untuk bertransformasi menuju ekosistem bisnis digital yang lebih kompetitif. pertumbuhan UMKM diproyeksikan semakin pesat 5-10 tahun mendatang. UMKM bakal menjadi penyokong utama perekonomian nasional, pengentasan kemiskinan dan lapangan kerja. Kontribusi terhadap PDB diperkirakan akan menembus 70 persen dengan terus bertambahnya wirausahawan dan inovasi produk UMKM.

UMKM Dua Putri merupakan pelaku usaha lokal yang bergerak di bidang produksi dan penjualan produk konsumen. Sistem penjualan yang diterapkan saat ini masih mengandalkan transaksi langsung di lokasi usaha dan pemasaran terbatas melalui media sosial. Model penjualan konvensional ini menimbulkan keterbatasan jangkauan pasar, kesulitan pencatatan transaksi secara sistematis, serta kurangnya efisiensi dalam pengelolaan stok dan layanan pelanggan. Akibatnya, potensi pertumbuhan penjualan UMKM Dua Putri belum dapat dimaksimalkan secara optimal.

Penerapan website e-commerce dipandang sebagai solusi strategis untuk mengatasi permasalahan tersebut. Melalui platform e-commerce, UMKM Dua Putri diharapkan dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi transaksi, membangun sistem penjualan yang terintegrasi, serta memperkuat kehadiran merek di ranah digital.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji pengaruh implementasi website e-commerce terhadap peningkatan penjualan UMKM Dua Putri. E-commerce didefinisikan sebagai proses pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer melalui Internet. (Kozinets et al., 2010)[3].

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat praktis bagi UMKM Dua Putri dalam mengoptimalkan strategi perdagangan digital, serta memberikan sumbangsih akademis sebagai bahan rujukan bagi kajian berikutnya mengenai penerapan e-commerce pada sektor UMKM di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memiliki relevansi dalam konteks pengembangan usaha individual, namun juga turut mendukung agenda nasional dalam mempercepat transformasi digital UMKM sebagai fondasi perekonomian Indonesia.

II. METODELOGI PENELITIAN

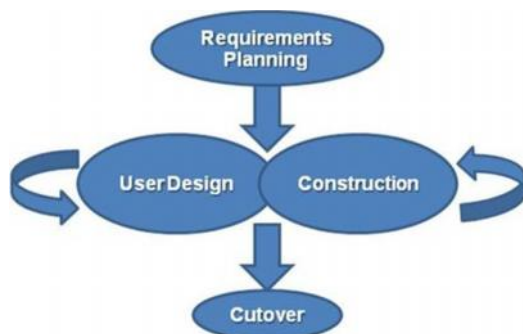
Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Dua Putri yang berlokasi di Sungai Beringin Parit 16 Tembilahan. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai dari bulan Oktober hingga Desember 2025.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pemilik UMKM, observasi sistem penjualan, dan data transaksi penjualan sebelum serta sesudah implementasi e-commerce[9]. Data sekunder diperoleh dari

jurnal ilmiah, buku, dan penelitian terdahulu terkait penerapan e-commerce pada UMKM [10].

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik UMKM Dua Putri untuk mengetahui proses bisnis, kendala yang dihadapi, dan kebutuhan sistem [11]. Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap aktivitas penjualan, proses transaksi, dan pengelolaan stok barang [12].

Penelitian ini menggunakan metode Rapid Application Development (RAD) karena dapat mempercepat proses pembangunan sistem dengan melibatkan pengguna secara aktif [13]. Untuk pengembangan suatu sistem informasi yang normal membutuhkan waktu minimal 180 hari, akan tetapi dengan menggunakan metode RAD suatu sistem dapat diselesaikan hanya dalam waktu 30-90 hari [14].



Gambar 1 Rapid Application Development

Analisis data menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan membandingkan data penjualan sebelum dan sesudah implementasi website e-commerce.

Pengembangan website e-commerce UMKM Dua Putri memerlukan berbagai alat dan bahan pendukung yang berfungsi sebagai fondasi teknis sistem. Berikut adalah komponen-komponen yang digunakan dalam penelitian ini:

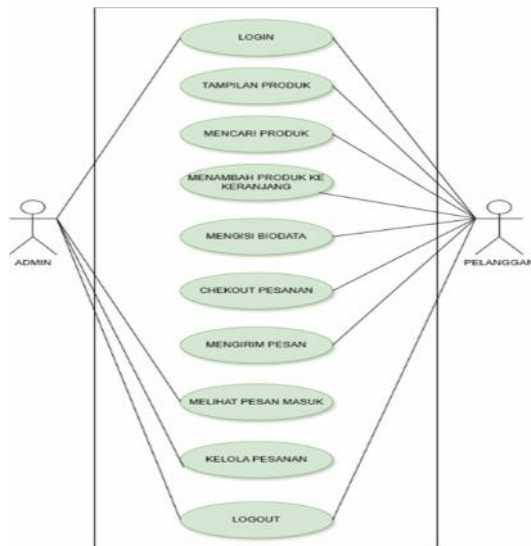
1. Content Management System merupakan platform yang digunakan untuk membangun, mengelola, dan mempublikasikan konten website tanpa memerlukan penulisan kode secara manual. Penelitian ini menggunakan WordPress versi 6.8.3 sebagai CMS utama dengan pertimbangan kemudahan penggunaan, fleksibilitas dalam kustomisasi, serta dukungan terhadap berbagai plugin e-commerce yang dapat memperkaya fungsionalitas sistem.

2. Plugin merupakan komponen tambahan yang berfungsi untuk menambahkan fitur-fitur spesifik pada sebuah CMS. Dalam penelitian ini digunakan WooCommerce sebagai plugin e-commerce utama yang menyediakan berbagai fitur seperti katalog produk, keranjang belanja, sistem pembayaran online, manajemen pesanan, dan pengaturan pengiriman yang sesuai dengan kebutuhan UMKM Dua Putri.
3. Database adalah sistem penyimpanan data terstruktur yang berfungsi untuk menyimpan berbagai informasi seperti data produk, transaksi penjualan, informasi pelanggan, dan akun pengguna. Website e-commerce ini menggunakan MySQL sebagai sistem manajemen database karena kompatibilitasnya yang tinggi dengan WordPress serta memiliki performa penyimpanan yang stabil, aman, dan efisien dalam mengelola data transaksi.
4. Bahasa pemrograman adalah serangkaian instruksi yang digunakan untuk membangun logika sistem dan tampilan antarmuka website. Menurut (Dipraja, 2014) "Programming language (bahasa pemrograman) merupakan suatu sintak untuk mendefinisikan program komputer, bahasa ini memungkinkan seorang programmer dapat membuat suatu program aplikasi, contohnya: borland delphi" [15]. Pengembangan website e-commerce ini menggunakan kombinasi beberapa bahasa pemrograman yaitu PHP untuk membangun logika server dan pemrosesan backend WordPress, HTML untuk menyusun struktur dan elemen halaman website, CSS untuk mengatur tampilan visual, tata letak, dan desain responsif, serta JavaScript untuk menambahkan interaktivitas dan fungsionalitas dinamis pada website.
5. Server hosting adalah layanan yang digunakan untuk menyimpan dan menjalankan website agar dapat diakses secara online melalui jaringan internet. Penelitian ini menggunakan layanan hosting komersial dengan nama domain dua putri.my.id, sehingga website e-commerce dapat diakses oleh publik secara luas tanpa ketergantungan pada server lokal dan memiliki ketersediaan layanan yang optimal.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Perancangan Sistem

Pemodelan sistem dalam penelitian ini menggunakan Unified Modeling Language (UML) sebagai alat bantu visualisasi. Unified Modeling Language (UML) adalah bahasa pemodelan visual standar yang digunakan untuk merancang, mendokumentasikan, dan memvisualisasikan sistem perangkat lunak. Analisis dan pemodelan desain suatu pengembangan perangkat lunak penting untuk memastikan kualitas proses dan produk [16]. UML menyediakan seperangkat diagram dan notasi grafis yang memungkinkan pengembang sistem untuk menggambarkan struktur, perilaku, dan interaksi komponen-komponen dalam sistem secara jelas dan terstruktur. Dengan menggunakan UML, kompleksitas sistem dapat dipresentasikan dalam bentuk diagram yang mudah dipahami oleh berbagai pihak yang terlibat dalam pengembangan sistem, baik dari sisi teknis maupun non-teknis. UML mencakup berbagai jenis diagram seperti use case diagram, activity diagram, sequence diagram, class diagram, dan diagram lainnya yang masing-masing memiliki fungsi spesifik dalam menggambarkan aspek-aspek berbeda dari sistem yang dirancang. Penggunaan UML bertujuan untuk mempermudah pemahaman terhadap struktur dan alur kerja sistem secara komprehensif. Berikut merupakan desain sistem yang diusulkan:

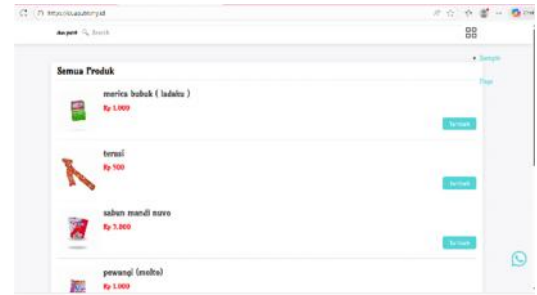


Gambar 2 Use Case Diagram

3.2 Implementasi Website E-Commerce

Proses implementasi sistem diawali dengan pengadaan nama domain dan

layanan hosting sebagai landasan teknis website. Langkah berikutnya adalah pemasangan WordPress beserta plugin WooCommerce yang berfungsi menambahkan kemampuan transaksi online pada sistem. Melalui panel administrasi, pengelola dapat mengatur daftar produk, menetapkan harga jual, memberikan deskripsi produk, serta memperbarui informasi ketersediaan barang secara berkala.



Gambar 3 Halaman Website UMKM Dua Putri

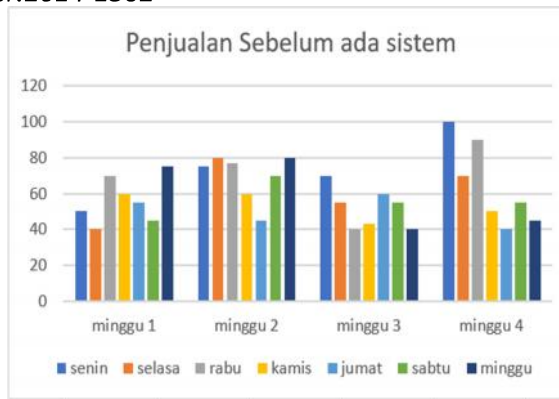
Website e-commerce yang dibangun dilengkapi dengan sejumlah fitur utama sebagai berikut:

1. Halaman katalog produk yang menampilkan seluruh item dagangan beserta informasi lengkapnya
2. Sistem pemesanan online dan keranjang belanja untuk memudahkan pelanggan dalam memilih produk
3. Halaman pembayaran yang dilengkapi dengan formulir data pengiriman dan opsi metode pembayaran
4. Panel kontrol admin untuk mengelola pesanan masuk dan mengakses laporan penjualan
5. Integrasi konfirmasi pembayaran melalui WhatsApp yang memungkinkan pelanggan mengirim bukti transfer secara langsung.

3.3 Hasil Coba dan Evaluasi

Pelaksanaan uji coba sistem dilakukan bekerja sama dengan pemilik Warung Pempek guna memastikan kelancaran operasional sistem.

1. Penjualan sebelum ada system



Gambar 4 Grafik Penjualan Sebelum Ada system

Gambar 3 menampilkan grafik penjualan harian pada warung dua putri selama empat minggu sebelum penerapan website e-commerce. Setiap kelompok batang mewakili satu minggu, sedangkan setiap batang di dalam kelompok tersebut menggambarkan penjualan dari hari Senin hingga Minggu. Secara umum, terlihat bahwa pola penjualan sebelum penerapan sistem masih menunjukkan fluktuasi yang cukup tinggi dan belum menunjukkan konsistensi antar hari maupun antar minggu.

a. Minggu 1

Pada minggu pertama, penjualan berkisar antara 40 hingga 75 produk. Hari Senin mencatat penjualan sebesar 50 produk, kemudian meningkat pada hari Selasa menjadi 60 produk. Puncak penjualan terjadi pada hari Rabu dan Minggu dengan masing-masing 70 produk dan 75 produk. Sementara itu, hari Kamis menunjukkan penjualan terendah di angka 40 produk. Fluktuasi ini menggambarkan bahwa permintaan pelanggan masih sangat dipengaruhi oleh kondisi harian dan belum terbentuk pola pembelian yang teratur.

b. Minggu 2

Minggu kedua memperlihatkan peningkatan volume penjualan dengan rentang 45 hingga 80 produk. Hari Senin dan Selasa mencatat penjualan yang cukup tinggi masing-masing 75 produk dan 80 produk. Namun, terjadi penurunan drastis pada hari Kamis dengan hanya 45 produk terjual, sebelum kembali meningkat pada hari Jumat dan Sabtu mencapai 70 produk. Pola naik-turun yang signifikan ini menunjukkan ketidakstabilan sistem penjualan yang masih bergantung pada kunjungan

c. Minggu 3

Pada minggu ketiga, penjualan menunjukkan penurunan dengan rentang 40 hingga 70 produk. Hari Senin mencatat 70 produk, kemudian menurun secara bertahap hingga hari Kamis yang hanya mencapai 40 produk. Hari Jumat dan Sabtu kembali menunjukkan kenaikan moderat di kisaran 60 dan 55 produk, namun hari Minggu turun kembali ke 40 produk. Pola penurunan di minggu ketiga ini mengindikasikan adanya faktor eksternal seperti daya beli pelanggan atau persaingan yang mempengaruhi volume penjualan.

d. Minggu 4

Minggu keempat memperlihatkan lonjakan penjualan yang signifikan dengan rentang 45 hingga 100 produk. Hari Senin langsung mencatat angka tertinggi yaitu 100 unit, diikuti oleh hari Rabu sebesar 90 produk. Meskipun terjadi penurunan pada pertengahan minggu (Kamis 50 produk), penjualan kembali stabil di akhir minggu dengan Jumat, Sabtu, dan Minggu masing-masing 55, 55, dan 45 produk. Peningkatan drastis pada minggu keempat ini mengindikasikan adanya momentum permintaan yang tinggi, kemungkinan akibat promosi atau peningkatan kesadaran pelanggan terhadap produk warung pempek.

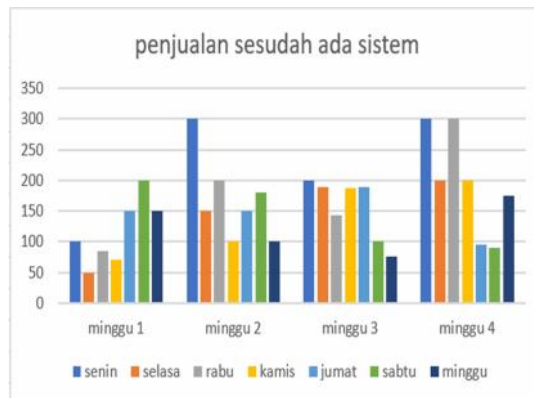
Penjualan sebelum penerapan website menunjukkan fluktuasi yang sangat tinggi dengan rentang 40 hingga 100 produk per hari, mencerminkan ketidakstabilan dan kesulitan dalam memprediksi pola permintaan pelanggan.

Variasi penjualan harian sangat bergantung pada kunjungan pelanggan secara langsung, terlihat dari perbedaan volume yang signifikan antar hari seperti lonjakan drastis pada minggu 4 hari Senin (100 produk) dan penurunan tajam pada minggu 3 hari Kamis dan Minggu (40 produk), yang menunjukkan belum adanya sistem pemesanan online yang dapat menjangkau pelanggan secara lebih luas.

Ketiadaan sistem digital menyebabkan hilangnya potensi penjualan optimal, terutama terlihat pada minggu 3 yang mengalami penurunan konsisten, mengindikasikan bahwa keterbatasan akses pelanggan untuk melakukan pemesanan di luar jam operasional atau tanpa

harus datang langsung berdampak negatif pada performa penjualan warung pempek.

2. Penjualan Setelah ada system



Gambar 4 Grafik Penjualan setelah ada sistem

Berikut analisis dengan gaya bahasa yang berbeda:

Gambar 4 memperlihatkan data penjualan harian warung pempek pada minggu ke-1 sampai minggu ke-4, yakni masa setelah website e-commerce mulai digunakan. Tiap kelompok batang menggambarkan satu minggu, sedangkan masing-masing batang di dalamnya merepresentasikan penjualan dari hari Senin sampai Minggu. Dari grafik terlihat jelas bahwa terjadi kenaikan yang cukup besar dan pola penjualan menjadi lebih teratur bila dibandingkan dengan masa sebelum sistem diimplementasikan.

a. Minggu 1

Minggu pertama pasca implementasi sistem memperlihatkan kenaikan penjualan yang cukup berarti dengan kisaran 50-200 produk. Awal minggu di hari Senin tercatat 100 produk, lalu turun di hari Selasa dan Rabu ke angka 50 produk dan 80 produk. Mulai hari Kamis penjualan naik lagi mencapai 70 produk dan berlanjut di hari Jumat dengan 150 produk. Titik tertinggi terjadi pada hari Sabtu yang menyentuh angka 200 produk, kemudian turun sedikit ke 150 produk di hari Minggu. Perubahan penjualan antar hari sudah memperlihatkan keteraturan yang lebih baik ketimbang periode sebelumnya.

b. Minggu 2

Di minggu keenam terlihat konsistensi yang lebih bagus dengan jangkauan 100-300 produk.

Hari Senin dibuka dengan angka fantastis 300 produk, kemudian hari Selasa turun ke 100 produk dan naik kembali di hari Rabu mencapai 200 produk. Hari Kamis kembali ke 100 produk, lalu naik bertahap di hari Jumat (120 produk) dan Sabtu (180 produk), sebelum ditutup dengan 100 produk pada hari Minggu. Lonjakan besar di awal minggu menandakan bahwa sistem mulai berdampak nyata dalam mendongkrak volume pesanan, khususnya dari pemesanan yang masuk saat akhir pekan sebelumnya.

c. Minggu 3

Minggu ketujuh menampilkan kestabilan yang cukup solid dengan range 80-200 produk. Di hari Senin tercatat 200 produk, disusul hari Selasa 180 produk, Rabu 150 produk, dan Kamis 180 unit. Untuk hari Jumat dan Sabtu angkanya cukup stabil di 190 produk dan 100 produk, baru turun di hari Minggu menjadi 80 produk. Distribusi penjualan yang lebih rata menunjukkan bahwa konsumen sudah mulai familiar dengan platform e-commerce dan rutin memesan sepanjang minggu.

d. Minggu 4

Minggu kedelapan membuktikan tren kenaikan yang sangat impresif dengan rentang 90-310 produk. Hari Senin dibuka dengan 300 produk, dilanjutkan dengan peningkatan di hari Selasa (200 produk), Rabu yang mencapai puncak 310 produk, dan Kamis (200 produk). Meski sempat turun di hari Jumat (100 produk) dan Sabtu (90 produk), hari Minggu bangkit lagi ke angka 180 produk. Angka penjualan tinggi di awal sampai tengah minggu membuktikan bahwa sistem e-commerce berhasil meningkatkan volume penjualan secara dramatis dan membentuk pola pemesanan yang lebih variatif, tidak lagi hanya fokus di akhir pekan saja.

3. Perbandingan Total Penjualan



Gambar 5 Grafik Perbandingan Total Penjualan

Perbandingan total penjualan sebelum dan sesudah implementasi sistem e-commerce memperlihatkan lonjakan yang sangat mengesankan. Di masa sebelum sistem digunakan, jumlah penjualan tercatat hanya sekitar 1.700 produk. Setelah platform e-commerce berbasis website mulai beroperasi, angka penjualan melesat tinggi mencapai kisaran 4.500 produk. Kenaikan fantastis sekitar 2.800 produk atau setara 164% ini membuktikan bahwa implementasi sistem membawa perubahan besar dan berdampak sangat baik bagi performa penjualan Warung Dua Putri.

Lonjakan penjualan yang begitu besar ini dipicu oleh berbagai hal, seperti kemudahan konsumen untuk memesan kapan pun dan dari mana pun secara online, cakupan pasar yang melebar tidak lagi bergantung pada pengunjung yang datang langsung, plus proses pemesanan yang jauh lebih simpel, cepat, dan efisien ketimbang cara konvensional sebelumnya. Lebih dari itu, sistem berbasis web memberi kesempatan kepada pelanggan untuk mengecek menu secara detail, melakukan order tanpa perlu antri, serta mendapat konfirmasi pesanan secara otomatis dan instan.

Pencapaian ini membuktikan bahwa pendekatan Rapid Application Development (RAD) yang diterapkan dalam pengembangan sistem berhasil menciptakan aplikasi yang pas dengan kebutuhan operasional bisnis dan bisa langsung dijalankan, sehingga memberi keuntungan riil kepada pemilik usaha dalam tempo yang tidak terlalu lama. Jadi, bisa disimpulkan bahwa kehadiran sistem e-commerce sangat berperan dalam mendongkrak produktivitas, memperluas jangkauan konsumen, dan secara dramatis menaikkan volume penjualan Warung Dua Putri sampai hampir tiga kali lipat dari kondisi awal.

3.4 Dampak Implementasi

Dampak positif yang dirasakan meliputi:

- Volume penjualan mengalami kenaikan signifikan pasca implementasi sistem berkat kemudahan akses pemesanan bagi pelanggan.
- Stabilitas penjualan harian meningkat secara konsisten mengingat platform website dapat diakses tanpa batasan waktu.
- Akuisisi pelanggan baru bertambah pesat karena keberadaan warung lebih mudah ditemukan melalui pencarian online.
- Pesanan dapat masuk di luar waktu operasional reguler sehingga berkontribusi pada peningkatan total penjualan per hari.
- Tingkat pembelian berulang dari pelanggan meningkat karena sistem pemesanan yang efisien dan user-friendly.
- Efisiensi waktu pemesanan memungkinkan warung untuk menangani volume pesanan yang lebih besar.
- Fungsi website sebagai media promosi digital berhasil menarik minat calon pembeli dalam jumlah yang lebih banyak.



Gambar 6 sosialisasi system kepada pemilik UMKM

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerapan website e-commerce pada UMKM Dua Putri menggunakan metode Rapid Application Development (RAD), dapat disimpulkan bahwa sistem yang dibangun berhasil memberikan dampak transformatif yang sangat signifikan terhadap proses penjualan dan operasional usaha. Website e-commerce berbasis WordPress yang diimplementasikan mampu mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan secara daring kapan saja dan dari mana saja, sehingga secara dramatis memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi tanpa harus datang langsung ke lokasi usaha.

Hasil uji coba menunjukkan adanya peningkatan penjualan yang sangat mengesankan setelah sistem diterapkan. Penjualan yang sebelumnya cenderung sangat fluktuatif dengan rentang 40-100 unit per hari dan tidak stabil menjadi jauh lebih konsisten dengan rentang 50-310 unit per hari pada setiap minggunya. Total penjualan juga meningkat secara drastis dari sekitar 1.700 produk sebelum adanya sistem menjadi sekitar 4.500 produk setelah sistem diterapkan, atau mengalami kenaikan sebesar kurang lebih 2.800 porsi (164%). Peningkatan yang sangat substansial ini menunjukkan bahwa kehadiran sistem e-commerce berkontribusi langsung dan sangat signifikan terhadap lonjakan volume penjualan UMKM Dua Putri. Selain itu, proses pemesanan menjadi lebih cepat, akurat, dan terstruktur dengan sistem yang terintegrasi, sehingga meningkatkan efisiensi pelayanan, mengurangi kesalahan dalam pencatatan pesanan, serta meningkatkan kemampuan warung dalam menangani volume pesanan yang jauh lebih banyak dibandingkan sebelumnya. Sistem ini juga memungkinkan penerimaan pesanan di luar jam operasional, yang turut berkontribusi pada peningkatan total penjualan harian secara keseluruhan.

REFERENSI

- [1] U. Mikro, K. Dan, M. Di, and K. Padang, "Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan," vol. 4, no. 1, pp. 152–161, 2022.
- [2] E. Frankford, D. Crazzolaro, C. Sauerwein, M. Vierhauser, and R. Breu, "Requirements for an Online Integrated Development Environment for Automated Programming Assessment Systems," *16th International Conference on Computer Supported Education (CSEDU 2024)*, vol. 1, pp. 305–313, 2024, doi: 10.5220/0012556400003693.
- [3] M. Pradana, "Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia," vol. 27, no. 2, pp. 163–174, 2015.
- [4] U. A. S. Anandri, "Business plan and financial feasibility study of 'Prata Bubuhan' breakfast UMKM stall in Indragiri Hilir Regency," *Priviet Social Sciences Journal*, vol. 5, no. 11, pp. 388–399, Nov. 2025, doi: 10.55942/pssj.v5i11.746.
- [5] P. M. Lopulalan, R. H. S. Suhartono, B. Bakri, A. Karim, and U. A. S. Anandri, "Reconstructing a Sustainable Quality Management System in Higher Education through an Integrative Approach between Academic Audits and Organizational Reflection," *Journal of Educational Analytics*, vol. 4, no. 3, pp. 675–690, Aug. 2025, doi: 10.55927/jeda.v4i3.362.
- [6] K. Bengkalis-riau and S. Susie, "Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)," vol. 29, no. 1, pp. 1–10, 2018.
- [7] A. Febriyani, I. Penerapan, and M. Rapid, "Rancang bangun aplikasi penjualan kebutuhan pokok berbasis web pada toko khansaa," vol. 7, no. 1, pp. 510–515, 2023.
- [8] U. A. S. Anandri and D. Y. Prasetyo, "Analisis Model Bisnis Inovatif Kue Pancung Keliling Untuk Pemberdayaan Umkm Tembilahan," *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 3, no. 6, pp. 204–212, Jun. 2025, [Online]. Available: <https://jurnal.nawansa.com/index.php/abdimas/article/view/629>
- [9] S. Informasi, F. Teknik, and U. I. Indragiri, "Perancangan Database Sistem Informasi Perpustakaan Daerah," vol. 3, no. 8, pp. 623–632, 2025.
- [10] U. A. S. Anandri, M. Nabil Arkan, M. Risky, Y. Elma Sudiarti, A. Isya Alfassa, and A. Rachman, "Analisis Statistika Deskriptif Data Mahasiswa Sistem Informasi B 2024 Universitas Islam Indragiri," *TEKNOFILE: Jurnal Sistem Informasi*, vol. 3, no. 6, pp. 422–432, Jun. 2025, [Online]. Available: <https://jurnal.nawansa.com/index.php/teknofile/article/view/619>
- [11] Mhd. N. Arkan and U. A. S. Anandri, "Perancangan Entity-Relationship Diagram (ERD) Menggunakan SQL Server Database Pada Platform Tautan halaman Web Lynk.Id," *TEKNOFILE: Jurnal Sistem Informasi*, vol. 4, no. 3, pp. 221–227, Apr. 2025, [Online]. Available: <https://jurnal.nawansa.com/index.php/teknofile/article/view/411>
- [12] L. D. Martias, "Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi," *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, vol. 16, no. 1, p. 40, 2021, doi: 10.14421/fhrs.2021.161.40-59.
- [13] S. Yacob, U. Sulistiyo, E. Erida, and A. P. Siregar, "The importance of E-commerce adoption and entrepreneurship orientation for sustainable micro, small, and medium enterprises in Indonesia," *Development Studies Research*, vol. 8, no. 1, pp. 244–252, 2021, doi: 10.1080/21665095.2021.1976657.
- [14] F. T. Industri, J. T. Informatika, and U. K. Petra, "STUDI ANALISIS RAPID APLICATION DEVELOPMENT SEBAGAI PERANGKAT LUNAK Agustinus Noertjahyana," vol. 3, no. 2, pp. 74–79, 2002.
- [15] S. Hendrian, I. Himawan, D. Y. Aditya, and S. Artikel, "Kapas : Kumpulan Artikel Pengabdian Masyarakat Penerapan Bahasa Pemrograman Web Sebagai Peningkatan Pengetahuan Teknologi Sebagai Abstrak teknologi , khususnya dalam dunia pendidikan . Media Website ini sangat banyak sekali digunakan di Teknologi Informasi sekarang ini mempengaruhi gaya belajar siswa dimana

JUTI-UNISI (Jurnal Teknik Industri UNISI)
komputer . Instruksi tersebut berfungsi untuk mengatur pekerjaan apa keluaran yang diharapkan . Dapat juga dikatakan bahwa sebuah program merupakan himpunan atau kumpulan instruksi tertulis yang dibuat oleh programmer atau suatu bagian executable dari sebuah perangkat lunak (Sidik & Anton Suryoprayogo , 2020) . Menurut (Adi Chandra Setiawan , 2015),” vol. 1, no. 2, pp. 72–79, 2022.

mereka telah mengenal namanya internet dan lebih sering menghabiskan waktu senggang dengan membuka website yang dapat di akses dengan Smartphone maupun PC (Personal Komputer) , hal ini lah yang dapat di keberadaan teknologi informasi ini benar-benar dijadikan hal yang baik dan positif dalam rangka Masalah yang dihadapi oleh mitra adalah para siswa-siswi SMP Bina Bangsa Mandiri belum mengetahui bagaimana membuat dan mengelola sebuah Website dengan baik dan benar sehingga apa yang ingin disampaikan lewat tulisan dalam Website dapat disampaikan dengan tepat sesuai dengan apa yang diinginkan . Selain itu juga , melalui pembekalan pengetahuan teknologi informasi ini untuk mengembangkan pengetahuannya agar kedepannya , kemampuan adopsi teknologi informasi oleh siswa-siswi SMP Bina Bangsa Mandiri dapat terus ditingkatkan . bahasa yang dimengerti oleh

- [16] H. Azizah, “ANALISIS PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PUSAT STUDI PADA,” vol. 25, no. 2, pp. 345–356, 2021, doi: 10.46984/sebatik.v25i2.1587.