

Perancangan Dan Implementasi Website E-commerce Toko Online Berbasis WordPress : Studi Kasus Rumah Roti Muaradua

Novi Puspita Sari¹, Mana Junita², Gita Agnesa N^{3*}, Pujianto⁴

¹Informatika/Tenik dan Komputer
(Universitas Baturaja)

¹noviipuspitasi31@gmail.com

²Informatika/Tenik dan Komputer
(Universitas Baturaja)

²manajunita346@gmail.com

³Informatika/Tenik dan Komputer
(Universitas Baturaja)

^{3*}gitaagnesai@gmail.com

⁴Informatika/Tenik dan Komputer
(Universitas Baturaja)

⁴Pujianto12@gmail.com

Abstrak— Masih banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang belum mengoptimalkan teknologi digital untuk mendukung aktivitas penjualan dan promosi mereka. Salah satu contohnya adalah Rumah Roti, sebuah usaha roti lokal yang beroperasi di Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan, yang hingga kini belum memiliki platform online untuk memperluas jangkauan konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan situs e-commerce berbasis WordPress sebagai solusi dari permasalahan tersebut. Penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif dan metode perancangan sistem, yang mencakup tahapan analisis kebutuhan, perancangan, implementasi, serta pengujian sistem. Situs web yang dikembangkan dilengkapi dengan fitur-fitur seperti katalog produk, keranjang belanja, formulir pemesanan, dan informasi kontak. Berdasarkan hasil pengujian, website dapat berfungsi dengan baik serta mudah digunakan oleh pemilik usaha dan pelanggan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kehadiran website mampu membantu Rumah Roti dalam memperluas pasar, mempermudah transaksi, serta meningkatkan promosi produk secara digital. Dapat disimpulkan bahwa penerapan situs e-commerce sederhana melalui WordPress merupakan solusi yang tepat bagi UMKM untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan bersaing di era digital saat ini.

Kata kunci— UMKM, Website, E-commers, WordPress.

Abstract— Many small and medium enterprises (SMEs) still face challenges in promoting their products and reaching more customers because they have not yet used digital technology effectively. One example is Rumah Roti, a local bakery in Ogan Komering Ulu Selatan, which does not have an online platform to support its sales and marketing. This study aims to design and implement a simple e-commerce website using WordPress to help solve this problem. The research uses a descriptive method with a system development approach, which includes requirement analysis, system design, implementation, and testing. The website features include a product catalog, shopping cart, order form, and contact page. After testing, the website functions well, is easy to use, and can be accessed on different devices. The results show that the website helps Rumah Roti promote its products, receive online orders, and provide better service to customers. In conclusion, building a simple e-commerce website using WordPress is an effective and affordable solution for helping SMEs grow and adapt to the digital era.

Keywords— SMEs, Website, E-commerce, WordPress.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merevolusi cara individu dalam berinteraksi, melakukan transaksi, serta menjalankan aktivitas ekonomi sehari-hari. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi tersebut adalah e-commerce (perdagangan elektronik), yakni aktivitas jual beli produk melalui platform digital, khususnya internet. Di Indonesia, tren e-commerce menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, didorong oleh peningkatan penetrasi internet dan perubahan

perilaku konsumsi masyarakat. Kondisi ini menciptakan peluang strategis bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas dan efisien tanpa batasan wilayah.

Berbagai studi sebelumnya telah mengkaji pemanfaatan e-commerce sebagai solusi digital yang mendukung kegiatan bisnis UMKM. Ardiansyah (2019) mengembangkan situs web penjualan kaos berbasis PHP dan MySQL untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produk. Sementara itu, Alfiah (2020) merancang sistem

e-commerce berbasis WordPress pada toko pakaian A&S yang bertujuan mempermudah proses pengelolaan produk dan transaksi. Selanjutnya, Mirani (2023) mengembangkan situs e-commerce untuk toko AHHA Hijab menggunakan WordPress dan WooCommerce, dengan fokus pada kemudahan penggunaan bagi pelaku usaha yang tidak memiliki latar belakang teknis. Hasil dari penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa e-commerce dapat meningkatkan daya saing UMKM, khususnya dalam hal pemasaran dan efisiensi operasional. Kendati demikian, dari hasil kajian literatur tersebut dapat diidentifikasi adanya kekurangan, khususnya dalam konteks dan pendekatan penelitian. Sebagian besar studi tidak secara spesifik membahas implementasi sistem e-commerce yang disesuaikan dengan karakteristik lokal serta kebutuhan riil UMKM di daerah tertentu. Selain itu, sebagian besar sistem yang dirancang belum diuji dalam implementasi nyata, sehingga belum menjawab aspek keberlanjutan penggunaan teknologi tersebut dalam bisnis lokal. Hal ini menjadi celah (gap) ilmiah yang perlu diisi, yaitu bagaimana membangun dan menerapkan sistem e-commerce berbasis WordPress yang tidak hanya dikembangkan secara teknis, tetapi juga diimplementasikan langsung pada usaha kecil daerah, seperti Rumah Roti Muaradua, guna menjamin efektivitas dan kebermanfaatannya secara nyata.

Penelitian ini menjadi urgensi mengingat mayoritas pelaku UMKM di daerah seperti Muaradua masih menjalankan aktivitas bisnis secara konvensional dan belum optimal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk keperluan pemasaran dan transaksi. Dengan tersedianya sistem e-commerce yang tepat guna dan mudah dioperasikan, diharapkan UMKM dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, serta memperkuat eksistensi bisnis mereka di era digital. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi permasalahan tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang serta mengimplementasikan sistem e-commerce berbasis WordPress pada UMKM Rumah Roti Muaradua, guna mendukung digitalisasi proses

bisnis dan memperluas jangkauan pemasaran secara efektif dan efisien.

A. Tinjauan Pustaka

1. UMKM (Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah)

UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama dalam mendorong pemerataan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha dengan kriteria tertentu berdasarkan kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan [1]. Usaha mikro biasanya memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 50 juta, usaha kecil hingga Rp 500 juta, dan usaha menengah sampai Rp 10 miliar. UMKM berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menjadi tulang punggung perekonomian di berbagai daerah.

Namun, dalam era digitalisasi saat ini, banyak UMKM yang masih mengalami kendala dalam mengakses teknologi informasi untuk menunjang aktivitas bisnisnya. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia, modal, dan akses pengetahuan teknologi. Sari dan Prasetyo dalam penelitiannya menyebutkan bahwa UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital seperti website dan e-commerce cenderung sulit bersaing dan memperluas pasar [2]. Oleh karena itu, peningkatan kemampuan digital UMKM menjadi fokus utama dalam mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah secara berkelanjutan.

2. Website

Website adalah kumpulan halaman web yang berisi informasi digital dan dapat diakses melalui jaringan internet menggunakan perangkat seperti komputer, tablet, atau smartphone. Menurut Wibowo, website terdiri dari berbagai elemen seperti teks, gambar, video, dan media interaktif lainnya yang tersimpan di web server dan dihubungkan dengan hyperlink sehingga pengguna dapat menjelajah berbagai halaman dengan mudah [3]. Website dapat dikategorikan menjadi website statis yang isinya

jarang diperbarui dan website dinamis yang memungkinkan interaksi langsung dengan pengguna serta pembaruan konten secara berkala.

Selain sebagai media penyampaian informasi, website kini berfungsi sebagai platform bisnis yang menyediakan berbagai layanan, mulai dari pendaftaran online, pengelolaan data pelanggan, hingga transaksi jual beli secara elektronik. Menurut Sari (2021), pemanfaatan website dinamis mampu memberikan nilai tambah bagi bisnis, khususnya dalam meningkatkan aksesibilitas dan interaksi pelanggan dengan perusahaan [4].

3. E-Commerce

Electronic commerce atau e-commerce adalah kegiatan jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui jaringan elektronik, terutama internet. Menurut Hidayat, e-commerce mencakup berbagai proses bisnis yang terintegrasi secara digital, mulai dari pemasaran, transaksi, pembayaran, hingga pengiriman barang [5]. Teknologi ini memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang jauh lebih luas tanpa harus memiliki toko fisik dan dapat mengurangi biaya operasional secara signifikan.

UMKM yang memanfaatkan e-commerce dapat mengakses konsumen nasional bahkan internasional dengan modal yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Namun, seperti yang diungkapkan Prasetyo (2021), tantangan terbesar UMKM dalam mengadopsi e-commerce adalah keterbatasan infrastruktur, kurangnya pemahaman teknologi, serta kepercayaan konsumen terhadap transaksi digital [6]. Oleh karena itu, penyediaan platform e-commerce yang mudah digunakan dan murah sangat dibutuhkan untuk membantu UMKM mengatasi hambatan ini.

4. WordPress

WordPress adalah platform manajemen konten (Content Management System) open-source yang sangat populer digunakan untuk membangun berbagai jenis website, mulai dari blog pribadi hingga situs e-commerce skala kecil hingga menengah. Menurut Prasetyo, WordPress menawarkan kemudahan instalasi,

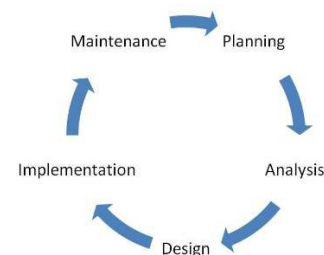
pengelolaan konten tanpa perlu pengetahuan pemrograman mendalam, dan dukungan plugin yang sangat beragam, termasuk WooCommerce yang memungkinkan pengelolaan toko online dengan fitur lengkap [7].

WordPress sangat cocok digunakan oleh UMKM karena tidak memerlukan biaya lisensi yang besar dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan bisnis. Fitur seperti manajemen produk, sistem pembayaran, keranjang belanja, dan pelacakan pesanan tersedia dalam plugin yang mudah dipasang dan dikonfigurasi. Widodo (2020) juga menyatakan bahwa WordPress dapat menjadi solusi praktis bagi pelaku usaha untuk mempercepat transformasi digital tanpa harus bergantung pada jasa pengembang website yang mahal [8].

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan rekayasa perangkat lunak dengan model pengembangan sistem System Development Life Cycle (SDLC). SDLC merupakan metode terstruktur yang terdiri dari serangkaian tahapan yang sistematis untuk membangun atau mengembangkan sistem informasi. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan kerangka kerja yang jelas dan terorganisir dalam proses perancangan serta implementasi sistem berbasis web.

Menurut Pressman (2010), SDLC merupakan model pengembangan perangkat lunak yang terdiri dari beberapa tahap utama, yaitu: planning (perencanaan), analysis (analisis), design (perancangan), implementation (implementasi), dan maintenance (pemeliharaan). Setiap tahapan dalam model ini saling berkaitan dan harus dilakukan secara berurutan guna menghasilkan sistem yang optimal.



Gambar 1. Tahapan Metode SDLC

Dalam konteks penelitian ini, SDLC diterapkan dalam pengembangan website e-commerce untuk Rumah Roti Muaradua, yang sebelumnya belum memanfaatkan teknologi informasi secara maksimal untuk proses penjualan. Adapun tahapan pelaksanaan metode SDLC dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

A. *Planning (Perencanaan)*

Tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tujuan dari sistem yang akan dikembangkan. Pada fase ini dilakukan observasi langsung terhadap proses bisnis di Rumah Roti Muaradua, wawancara dengan pemilik toko, serta studi literatur mengenai pengembangan sistem e-commerce. Hasil dari tahap ini berupa dokumen kebutuhan sistem dan rencana awal pengembangan website.

B. *Analysis (Analisis)*

Setelah kebutuhan sistem diidentifikasi, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap fungsionalitas yang dibutuhkan oleh pengguna. Analisis mencakup identifikasi aktor (admin dan pelanggan), kebutuhan fitur (seperti katalog produk, pemesanan online, sistem checkout, dan integrasi pembayaran), serta alur kerja sistem.

C. *Design (Perancangan)*

Pada tahap ini dilakukan perancangan struktur sistem secara visual dan teknis. Rancangan meliputi desain antarmuka pengguna (user interface), struktur halaman website, serta pemilihan tema dan plugin yang sesuai pada platform WordPress. Selain itu, juga dilakukan perancangan basis data sederhana yang mendukung penyimpanan data produk, transaksi, dan pengguna. Prinsip desain yang digunakan berorientasi pada kemudahan navigasi, responsif, dan ramah pengguna (user friendly).

D. *Implementation (Implementasi)*

Tahap ini merupakan proses realisasi rancangan ke dalam bentuk sistem yang dapat digunakan. Website e-commerce dikembangkan menggunakan Content Management System (CMS) WordPress, dengan plugin utama seperti WooCommerce untuk mengelola produk dan transaksi. Tahap ini juga mencakup proses instalasi WordPress, konfigurasi sistem,

pengisian data awal produk, serta uji coba sistem secara internal oleh pihak toko.

E. *Maintenance (Pemeliharaan)*

Setelah website selesai dikembangkan dan diimplementasikan, dilakukan tahap pemeliharaan untuk memastikan sistem tetap berjalan dengan baik. Kegiatan pemeliharaan meliputi pembaruan plugin, perbaikan bug, penambahan fitur jika diperlukan, serta pelatihan singkat kepada admin toko agar dapat mengelola konten dan transaksi secara mandiri.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. *Perencanaan (Planning)*

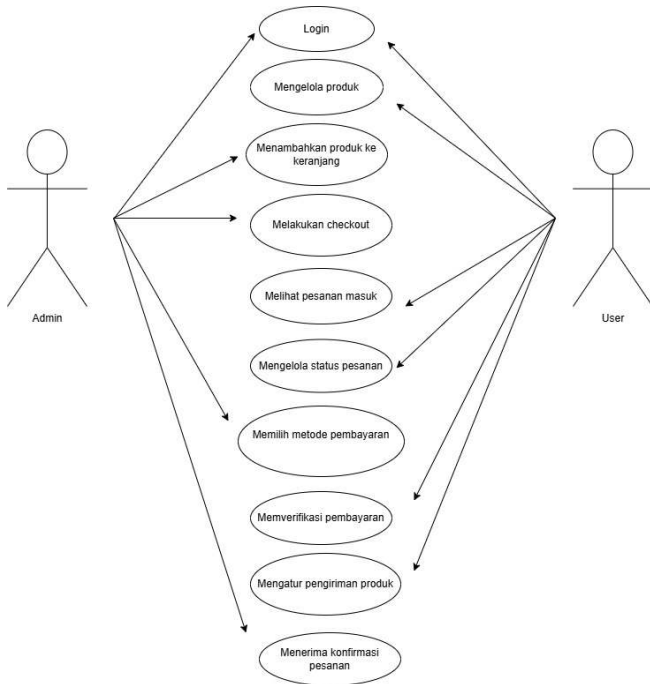
Pada fase perencanaan, peneliti melakukan observasi langsung serta wawancara mendalam dengan pemilik usaha Rumah Roti Muaradua. Tujuannya adalah menggali informasi seputar kebutuhan sistem digital yang sesuai dengan kondisi operasional usaha saat ini. Hasil dari proses ini menunjukkan bahwa Rumah Roti belum memiliki platform digital untuk mendukung proses promosi dan penjualan produk secara optimal. Berdasarkan hasil analisis tersebut, disusunlah dokumen kebutuhan sistem yang mencakup fitur utama, antara lain: katalog produk, formulir pemesanan, keranjang belanja, serta halaman kontak pelanggan.

B. *Analisis (Analysis)*

Analisis kebutuhan dilakukan secara komprehensif dengan mengidentifikasi aktor utama dalam sistem, yaitu admin toko dan pelanggan. Setiap aktor memiliki peran dan kebutuhan yang berbeda yang harus difasilitasi oleh sistem. Berdasarkan hasil analisis, dirumuskan fitur-fitur utama yang wajib tersedia guna mendukung kelancaran aktivitas bisnis secara daring. Fitur tersebut meliputi katalog produk dengan informasi lengkap, sistem pemesanan online yang intuitif, proses checkout yang sederhana, serta integrasi metode pembayaran yang sesuai dengan kemampuan dan karakteristik pelaku UMKM.

Untuk mendukung kelancaran transaksi dan interaksi pengguna, dirancanglah diagram alur kerja sistem (workflow) yang menggambarkan tahapan-tahapan proses secara logis dan efisien.

Perancangan alur ini bertujuan untuk meminimalkan potensi kesalahan pengguna, meningkatkan kenyamanan dalam berbelanja, serta mengoptimalkan proses bisnis secara keseluruhan.



Gambar 2. Use Case Diagram Proses Pemesanan

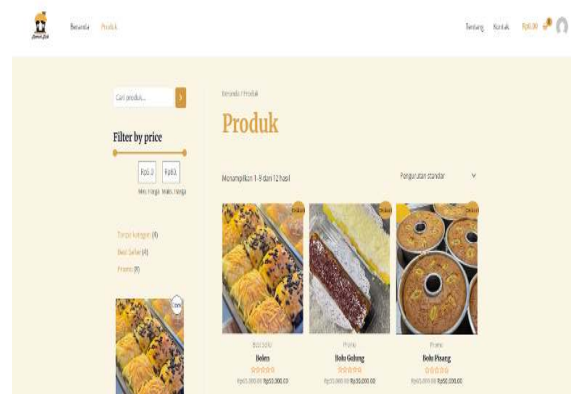
Tahap implementasi merupakan proses merealisasikan rancangan sistem menjadi sebuah website e-commerce yang berfungsi dan siap digunakan oleh pengguna. Pada penelitian ini, proses implementasi dilakukan dengan menggunakan platform WordPress, yang dipilih karena kemudahan dalam pengelolaan konten serta fleksibilitas dalam integrasi berbagai fitur pendukung. Plugin utama yang digunakan adalah WooCommerce, yang berperan dalam pengelolaan produk, keranjang belanja, pemrosesan pesanan, serta sistem pembayaran. Setelah selesai, website yang telah dibangun diuji untuk memastikan fungsionalitas dan navigasi berjalan dengan lancar.



Gambar 3. Halaman Beranda

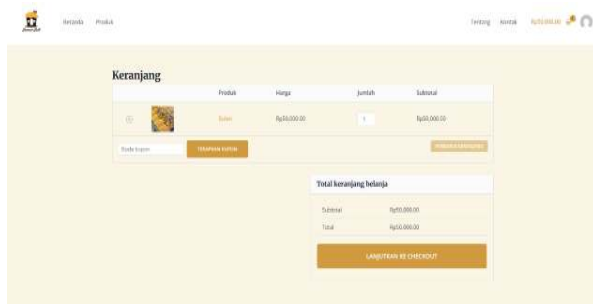
C. Perancangan (Design)

Desain antarmuka pengguna dibuat dengan fokus pada kemudahan navigasi, responsivitas, dan estetika yang menarik. Tema WordPress dipilih karena kemudahannya serta kompatibilitas dengan plugin WooCommerce yang menjadi basis toko online. Struktur halaman meliputi beranda, katalog produk, detail produk, keranjang belanja, checkout, dan kontak. Perancangan database juga dilakukan untuk mendukung penyimpanan data produk, transaksi, dan pengguna secara terorganisir. Desain yang responsif dan user-friendly sangat penting agar website dapat diakses dengan baik dari berbagai perangkat dan memudahkan pengunjung dalam menemukan informasi serta melakukan transaksi.

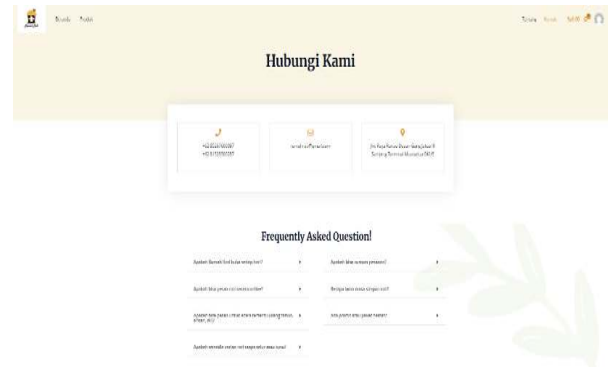


Gambar 4. Halaman Katalog Produk

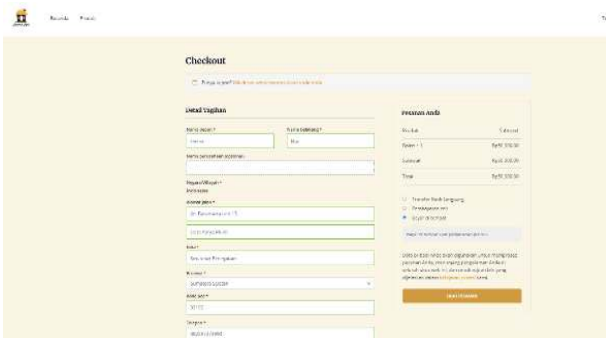
D. Implementation (Implementasi)



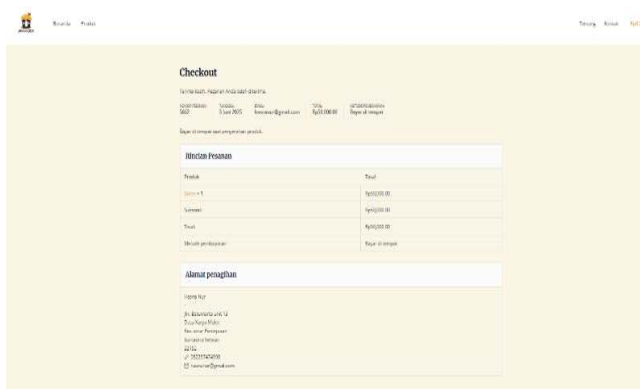
Gambar 5. Halaman Keranjang



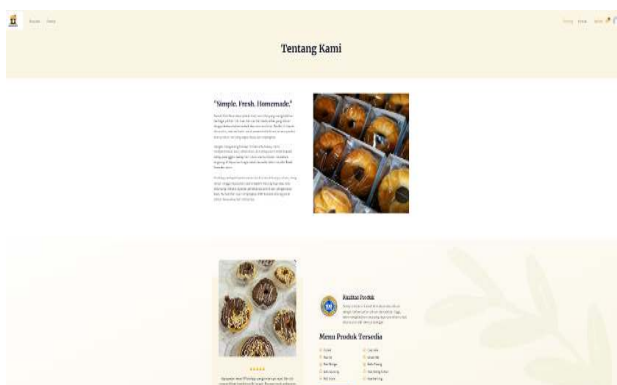
Gambar 9. Halaman Kontak



Gambar 6. Halaman Proses Pemesanan



Gambar 7. Halaman Pesanan Produk



Gambar 8. Halaman Tentang Kami

IV. KESIMPULAN

Pengembangan website e-commerce berbasis WordPress untuk Rumah Roti Muaradua berhasil dilakukan secara efisien dengan memanfaatkan kemudahan konfigurasi dan fleksibilitas plugin seperti WooCommerce. Platform ini memungkinkan pemanfaatan komponen siap pakai yang dapat disesuaikan, sehingga mempercepat proses implementasi serta mengurangi kompleksitas teknis. Struktur sistem yang terorganisir mendukung pengembangan fitur utama, seperti katalog produk roti, sistem pemesanan online, dan pengelolaan data pelanggan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa sistem dapat berjalan sesuai dengan yang dirancang dan mampu memenuhi kebutuhan operasional toko secara efektif.

REFERENSI

- [1] Republik Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara, 2008.
- [2] H. T. Saputra, F. M. Rif'ah, and B. A. Andrianto, "Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing UMKM," *Journal of Economics, Management, Business, and Entrepreneurship*, vol. 1, no. 1, pp. 29–37, 2023.
- [3] T. I. J. Kusumawati, D. Triana, and R. Safitra, "PKM pembuatan web e-commerce dengan CMS WordPress untuk meningkatkan penjualan pada UMKM E-Nambah Kota Tangerang," in *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, vol. 8, no. 2, pp. 1812–1818, 2024.
- [4] A. F. Yanto and A. C. Rusda, "Perancangan website sebagai media pemasaran online pada industri rumah tangga TRUST menggunakan PrestaShop," *Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika*, vol. 10, no. 1, pp. 11–17, 2022.
- [5] S. Solikha and I. Salsyabila, "Penerapan digital marketing untuk meningkatkan daya saing UMKM di Desa Sambongari, Kecamatan Weleri, Kabupaten Kendal," *Pandawa: Pusat Publikasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 4, pp. 68–72, 2024.
- [6] F. Ramadhani and Y. Arifin, "Optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi komunikasi berbasis e-commerce sebagai media

pemasaran usaha kecil menengah guna meningkatkan daya saing dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN 2015,” *Economics Development Analysis Journal*, vol. 2, no. 2, pp. 135–139, 2013.

- [7] D. S. Abbas and R. Hidayat, “Digital marketing usaha kecil dan menengah melalui media sosial di masa pandemi COVID-19,” *Jurnal Pengabdian Universitas*, vol. 3, no. 1, pp. 15–22, 2021.
- [8] Daud, A. (2011). Perilaku Konsumen dan Faktor Determinan yang Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Marketing*, 8(4), 471–479.
- [9] Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga
- [10] Danang, Sunyoto. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. CAPS. Yogyakarta.