E-COMMERCE PADA TOKO LINDA ABEL MENGGUNAKAN RAPID APPLICATION DEVOLOPMENT (RAD)

Dwi Yuli Prasetyo[1], Nurul Hikmah Aulia[2]
[12]Sistem Informasi, Fakultas Teknik Dan Ilmu Komputer , Universitas Islma Indragiri,
Email: dwiyuliprasetyo2@gmail.com[1], nurulhikmahaulia058@gmail.com[2]

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital semakin mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk beradaptasi dengan sistem berbasis online guna memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan efektivitas operasional. Toko Linda Abel merupakan toko pakaian yang menyediakan berbagai produk fashion baru dan seken, namun selama ini proses pemasaran, pencatatan transaksi, dan penyampaian informasi produk masih dilakukan secara konvensional. Hal tersebut menyebabkan jangkauan promosi terbatas dan kurang efisien dalam pengelolaan data penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan website e-commerce pada Toko Linda Abel dengan menggunakan metode Rapid Application Development (RAD). Metode RAD dipilih karena mampu mempercepat proses pengembangan sistem melalui pembuatan prototipe berulang serta komunikasi intensif antara pengembang dan pengguna. Dalam penelitian ini, platform WordPress digunakan untuk membangun website karena menawarkan kemudahan dalam pengelolaan konten, kustomisasi tampilan, dan integrasi fitur e-commerce seperti katalog produk, keranjang belanja, serta sistem pemesanan daring.

Kata kunci: E-commerce, WordPress, RAD, UMKM

ABSTRACT

The rapid growth of digital technology encourages Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to adopt online systems in order to expand their market reach and improve operational efficiency. Toko Linda Abel is a clothing store that offers various new and second-hand fashion products, but its marketing, transaction recording, and product information dissemination are still carried out conventionally. This results in limited promotional reach and inefficiencies in managing sales data. This study aims to implement an e-commerce website for Toko Linda Abel using the Rapid Application Development (RAD) method. The RAD method was chosen because it accelerates system development through iterative prototyping and intensive communication between developers and users. In this study, the website is built using the WordPress platform, which provides ease of content management, interface customization, and integration of essential e-commerce features such as product catalogs, shopping carts, and online ordering systems.

Keywords: *E-commerce, WordPress, RAD, MSMEs*

1 PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan besar pada berbagai sektor, termasuk dunia usaha [1]. Transformasi digital mendorong pelaku bisnis untuk beradaptasi dengan sistem yang lebih modern, terutama melalui pemanfaatan platform berbasis internet [2]. Salah satu penerapan teknologi yang paling banyak digunakan adalah e-commerce, yaitu proses jual beli barang maupun jasa melalui jaringan online [3]. Penggunaan e-commerce memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar tanpa batas geografis, menampilkan produk secara lebih informatif, serta meningkatkan efisiensi operasional karena sistem yang digunakan dapat bekerja secara terintegrasi, cepat, dan dapat diakses kapan saja oleh konsumen [4]

Toko Linda Abel merupakan UMKM yang bergerak di bidang penjualan pakaian baru dan seken dengan variasi model yang beragam [5]. Namun, seluruh kegiatan penjualan sebelumnya masih dilakukan secara tradisional, yaitu mengandalkan kunjungan langsung pembeli tanpa adanya dukungan media digital. Kondisi ini menyebabkan beberapa kendala, seperti terbatasnya jangkauan promosi, tidak teraturnya pencatatan transaksi, serta kurang efektifnya pengelolaan stok barang. Selain itu, meningkatnya kompetisi dalam industri fashion, baik offline maupun online, menuntut UMKM seperti Toko Linda Abel untuk berinovasi dan memanfaatkan teknologi digital agar dapat bersaing dan terus berkembang.

Implementasi website e-commerce menjadi salah satu solusi strategis untuk menjawab tantangan tersebut [6]. Dengan adanya website, Toko Linda Abel dapat menampilkan katalog produk secara lebih rapi, menyediakan fitur pemesanan online yang mudah digunakan, serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, digitalisasi sistem penjualan juga membantu pemilik toko dalam memonitor stok, mencatat transaksi secara otomatis, dan melakukan promosi secara lebih efektif melalui media online [7]. Penerapan ini sejalan dengan upaya penguatan UMKM di era digital, di mana penggunaan teknologi menjadi faktor penting dalam mempertahankan keberlanjutan usaha [8].

Berdasarkan permasalahan dan kebutuhan tersebut, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Merancang dan mengimplementasikan website e-commerce yang dapat mendukung proses penjualan pada Toko Linda Abel.
2. Meningkatkan efisiensi operasional toko melalui pencatatan transaksi, pengelolaan stok, dan penyampaian informasi produk yang lebih terstruktur.
3. Mengukur pengaruh penerapan e-commerce terhadap peningkatan penjualan, jangkauan pasar, serta daya saing Toko Linda Abel sebagai UMKM di sektor fashion.

2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 E-Commerce

E-commerce merupakan suatu proses transaksi jual beli barang atau jasa yang memanfaatkan jaringan internet sebagai media utama.[9] Konsep ini memungkinkan interaksi antara penjual dan pembeli dilakukan secara virtual, sehingga memberikan fleksibilitas terkait waktu, lokasi, dan biaya operasional [10]. Dalam konteks UMKM, e-commerce memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas promosi, serta mempermudah proses pembayaran dan

pengelolaan pesanan [11]. Untuk toko pakaian seperti Toko Linda Abel, e-commerce dapat menampilkan produk secara lebih menarik melalui foto, deskripsi ukuran, kondisi barang, serta kategori produk yang tertata rapi dan mudah diakses oleh konsumen.

2.2 Toko Pakaian dalam Bisnis UMKM

Segmen bisnis toko pakaian, baik baru maupun seken, terus berkembang di kalangan UMKM [12]. Produk yang dijual menarik perhatian konsumen karena menawarkan variasi model yang beragam, kualitas yang masih layak pakai, serta harga yang kompetitif. Namun, karakteristik produk yang umumnya memiliki stok terbatas menuntut pengelolaan katalog yang rapi agar konsumen dapat memperoleh informasi secara jelas sebelum membeli. Digitalisasi melalui platform e-commerce menjadi solusi efektif bagi UMKM seperti Toko Linda Abel untuk menampilkan koleksi produk secara detail dan mempercepat proses transaksi.

2.3 WordPress sebagai CMS untuk E-Commerce

WordPress adalah salah satu Content Management System (CMS) yang banyak digunakan untuk pengembangan website, termasuk e-commerce [13]. WordPress menawarkan kemudahan pengelolaan konten, tampilan antarmuka yang fleksibel, serta dukungan berbagai plugin untuk menambah fungsi khusus. Untuk UMKM, WordPress menjadi pilihan ideal karena tidak memerlukan kemampuan pemrograman tingkat lanjut. Dalam penelitian ini, WordPress digunakan sebagai platform utama untuk membangun website Toko Linda Abel sehingga pemilik toko dapat mengelola katalog produk, pesanan, dan informasi lainnya dengan lebih mudah.

2.4 Plugin FoodPress v2 untuk Katalog Produk

FoodPress v2 awalnya dikembangkan sebagai plugin untuk bisnis kuliner, namun struktur datanya dapat dimodifikasi sehingga mampu menampilkan katalog produk non-makanan, termasuk produk yang dijual oleh toko pakaian [14]. Plugin ini menyediakan fitur kategorisasi, penentuan harga, deskripsi produk, serta status ketersediaan, sehingga memungkinkan pengelolaan koleksi produk secara terstruktur. Dengan fitur-fitur ini, FoodPress v2 dapat membantu Toko Linda Abel menampilkan produk secara sistematis dan mudah dipahami oleh pelanggan.

2.5 Unified Modeling Language (UML)

Unified Modeling Language (UML) adalah bahasa pemodelan visual yang digunakan untuk menggambarkan struktur dan perilaku sistem perangkat lunak.[15] UML menyediakan berbagai jenis diagram, namun dalam penelitian ini hanya digunakan Use Case Diagram, karena diagram ini efektif untuk menjelaskan interaksi antara pengguna (pelanggan dan admin) dengan fungsi utama sistem. Pemodelan ini membantu pengembang memahami alur kebutuhan sistem secara visual sebelum tahap implementasi, sehingga meminimalkan kesalahan dan meningkatkan kejelasan rancangan sistem.

2.6 Metode Rapid Application Development (RAD)

Rapid Application Development (RAD) adalah metode pengembangan perangkat lunak yang menekankan kecepatan pembangunan sistem melalui prototyping dan iterasi berulang.[16] Karakter utama RAD meliputi keterlibatan pengguna secara intensif dan kemampuan sistem untuk beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan. Metode ini sangat sesuai diterapkan pada UMKM seperti Toko Linda Abel, karena memungkinkan pembuatan sistem e-commerce yang cepat, fleksibel, dan sesuai dengan kebutuhan operasional toko, sekaligus meminimalkan waktu pengembangan dan risiko kegagalan implementasi.

3 METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di **Toko Linda Abel**, sebuah UMKM yang bergerak dalam penjualan toko pakaian. Toko ini berlokasi di jalan. Jendral Sudirman, tembilahan, kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau. Kegiatan penelitian dilaksanakan dari tangal 18 oktober 2025 hingga 18 november 2025. Proses penelitian mencakup analisis kebutuhan, perancangan sistem, pengembangan website e-commerce, serta pengujian sistem bersama pemilik toko dan pelanggan.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh informasi dan kebutuhan sistem secara akurat, penelitian ini menggunakan tiga metode pengumpulan data utama:

a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pemilik Toko Linda Abel untuk memahami alur bisnis yang berjalan, kendala dalam pengelolaan stok dan penjualan, serta kebutuhan terhadap sistem digital berbasis website.

b. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas penjualan di toko, termasuk pencatatan manual, penyimpanan produk, dan interaksi dengan pelanggan. Metode ini membantu peneliti memahami proses operasional yang sebenarnya dan menemukan titik-titik yang memerlukan digitalisasi.

c. Studi Dokumentasi

Dokumentasi data berupa laporan penjualan per 1 bulan, daftar produk, dan catatan transaksi sebelumnya dianalisis untuk melengkapi informasi wawancara dan observasi.

3.3 Metode Pengembangan Sistem (RAD)

Pengembangan website e-commerce pada Toko Linda Abel menggunakan metode Rapid Application Development (RAD). Metode ini dipilih karena menekankan kecepatan pengembangan, fleksibilitas, dan keterlibatan pengguna secara intensif. RAD sangat cocok diterapkan pada UMKM yang membutuhkan sistem fungsional dalam waktu relatif singkat namun tetap sesuai kebutuhan operasional.

Tahapan RAD dalam penelitian ini meliputi:

a. Perencanaan Kebutuhan

Tahap ini melibatkan pengumpulan seluruh kebutuhan fungsional dan non-fungsional dari pemilik toko, termasuk fitur katalog produk, sistem pemesanan, halaman checkout, serta pengelolaan pesanan oleh admin.

b. Perancangan Sistem

Tahap ini mencakup pemodelan sistem menggunakan UML, khususnya Use Case Diagram, untuk menggambarkan interaksi antara pelanggan dan admin. Diagram ini menjadi dasar pembuatan prototipe tampilan dan alur transaksi pada website.

c. Implementasi dan Uji Coba

Sistem dibangun menggunakan WordPress dan plugin FoodPress v2, kemudian diuji coba pada server lokal dan hosting komersial. Pengujian melibatkan pemilik toko dan beberapa pelanggan untuk memastikan sistem berjalan sesuai kebutuhan, mudah digunakan, dan bebas dari kesalahan.

3.4 Alat dan Teknologi yang Digunakan

a. Content Management System (CMS): WordPress

WordPress digunakan karena fleksibel, mudah dikonfigurasi, dan mendukung berbagai plugin untuk kebutuhan e-commerce.

b. Plugin FoodPress v2

FoodPress v2 diadaptasi untuk menampilkan katalog produk toko pakaian, termasuk foto, ukuran, kondisi, dan harga. Plugin ini juga mendukung pengiriman notifikasi pesanan otomatis ke admin.

c. Database: MySQL

MySQL digunakan sebagai basis data untuk menyimpan informasi produk, pesanan, dan data pelanggan.

d. Bahasa Pemrograman

PHP digunakan sebagai logika utama pada WordPress. HTML dan CSS digunakan untuk membangun tampilan antarmuka website agar responsif dan menarik.

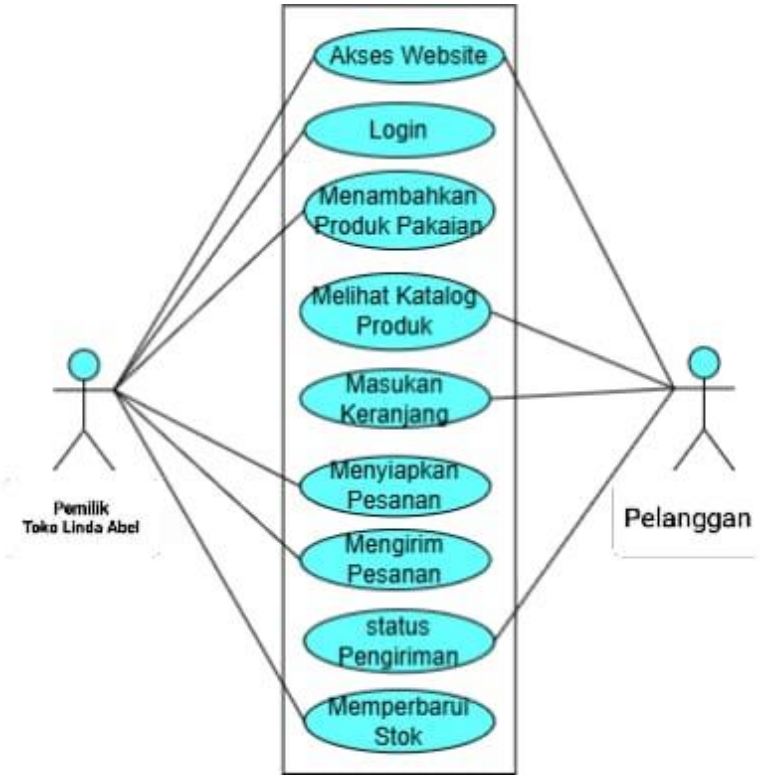
e. Hosting Komersial

Hosting dan domain komersial digunakan agar website dapat diakses publik secara luas, menjadi media distribusi utama bagi calon pelanggan Toko Linda Abel. Pada penelitian ini digunakan hosting komersial dengan domain http://nurulindaabel.my.id/, sehingga website dapat diakses publik tanpa menggunakan server lokal.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Perancangan Sistem

Perancangan sistem dilakukan menggunakan Unified Modeling Language (UML) sebagai pendekatan utama, karena UML menyediakan notasi standar untuk menggambarkan struktur, perilaku, dan interaksi dalam sistem secara jelas dan sistematis. Penggunaan UML memudahkan proses perancangan agar lebih terarah dan mudah dipahami baik oleh pengembang maupun pengguna, sehingga meminimalkan kesalahpahaman dalam interpretasi kebutuhan sistem. Salah satu diagram yang digunakan adalah Use Case Diagram, yang berfungsi untuk menggambarkan alur kerja antar komponen sistem secara visual. Dengan pendekatan ini, rancangan sistem dapat disusun lebih akurat sebelum tahap implementasi, sekaligus memastikan sistem yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan operasional Toko Linda Abel.



Gambar 4.1 Use Case Diagram

Gambar 4.1 memperlihatkan alur use case sistem pemesanan Toko Linda Abel yang melibatkan dua aktor utama, yaitu Pemilik Toko dan Pelanggan. Pelanggan dapat mengakses website untuk melihat katalog produk, melakukan pemesanan, dan memantau status pesanan. Sementara itu, pemilik toko dapat login untuk menambahkan produk, memperbarui stok, memproses pesanan, serta memperbarui status pengiriman. Interaksi yang digambarkan menunjukkan bahwa sistem dirancang untuk mengintegrasikan seluruh proses bisnis, mulai dari pengelolaan produk hingga pemantauan transaksi, sehingga meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman belanja yang lebih cepat dan informatif bagi pelanggan.

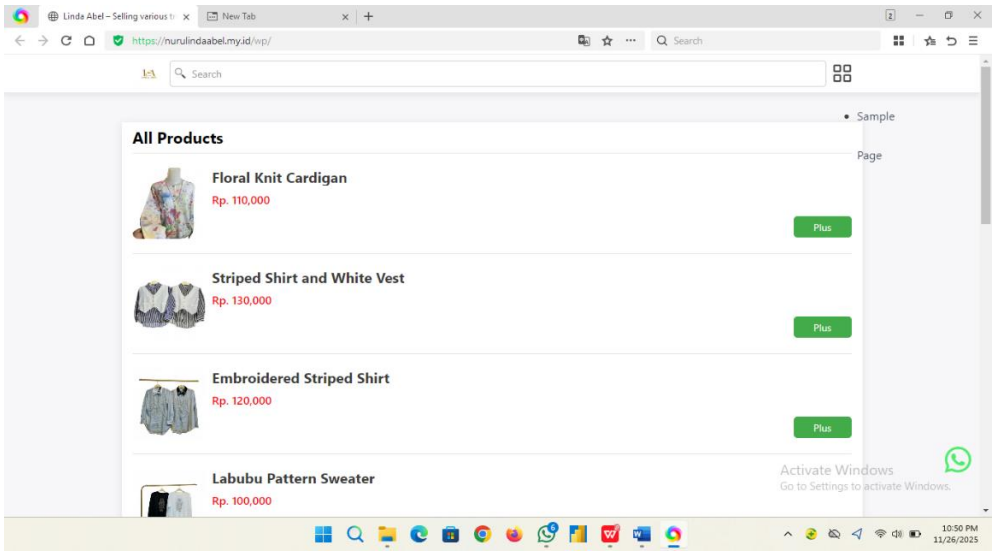
4.2 Implementasi Website E-Commerce

Tahap implementasi dimulai dengan pembelian domain dan layanan hosting agar website dapat diakses publik secara online. Setelah konfigurasi server selesai, WordPress dipasang sebagai platform utama karena kemudahannya dalam pengelolaan konten serta kompatibilitas dengan berbagai plugin pendukung. Selanjutnya, plugin FoodPress v2 diadaptasi untuk menyediakan katalog produk, fitur pemesanan online, pengaturan ketersediaan produk, serta manajemen pesanan yang terintegrasi.

Melalui dashboard WordPress, pemilik Toko Linda Abel dapat menambahkan daftar produk lengkap dengan foto, deskripsi, harga, dan kategori, memperbarui stok sesuai kondisi, serta memantau pesanan masuk. Sistem juga memungkinkan proses pemesanan dilakukan secara otomatis, mulai dari penerimaan pesanan, konfirmasi, hingga pencatatan transaksi, sehingga proses penjualan menjadi lebih cepat, terstruktur, dan mudah dipantau. Implementasi ini memastikan bahwa website tidak hanya menjadi media informasi, tetapi juga berfungsi sebagai alat operasional untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan.

Website e-commerce yang dibangun memiliki fitur utama:

a) Halaman katalog produk, menampilkan foto, deskripsi, harga, dan status ketersediaan produk.
b) Fitur pemesanan online, memungkinkan pelanggan memilih produk, menambahkan ke keranjang, dan melanjutkan proses checkout.
c) Halaman checkout, berisi formulir data pelanggan, alamat pengiriman, dan metode pembayaran.
d) Dashboard admin, untuk melihat pesanan masuk, mengatur stok produk, dan mengelola laporan penjualan.
e) Konfirmasi pesanan melalui WhatsApp, memudahkan komunikasi langsung antara pelanggan dan pemilik toko.



Gambar 4.2 tampilan Website

4.3 Hasil Uji Coba dan Evaluasi



Gambar 4.3 Pelatihan dan Uji Coba Sistem

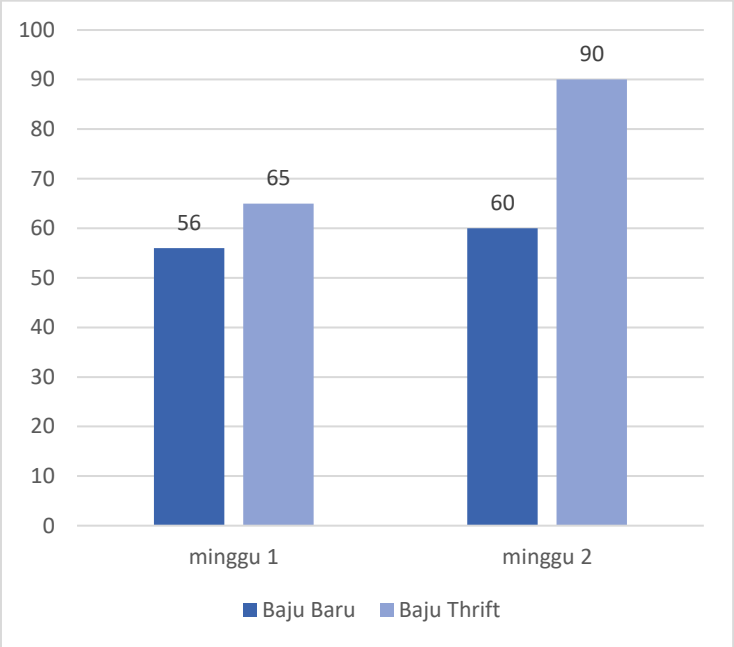
Uji coba dilakukan bersama pemilik Toko Linda Abel untuk memastikan sistem berjalan sesuai kebutuhan operasional. Pemilik toko mencoba seluruh proses pemesanan, mulai dari melihat katalog, menambahkan produk ke keranjang, melakukan checkout, hingga menerima notifikasi konfirmasi pesanan.

Selain itu, pengujian dilakukan pada sisi admin untuk memastikan pengelolaan produk, pengecekan pesanan masuk, pembaruan harga, dan pemantauan laporan penjualan dapat dilakukan tanpa kendala. Setiap temuan atau kendala dicatat untuk evaluasi dan perbaikan sehingga sistem dapat berfungsi optimal sebelum digunakan secara penuh. Tahap uji coba ini penting untuk memastikan sistem tidak hanya berjalan secara teknis, tetapi juga sesuai alur kerja dan kebutuhan pemilik usaha.

4.3.1 Data penjualan sebelum adanya sistem e-commerce

Tabel 1 Data Penjualan Toko Linda Abel Sebelum ada sistem

Produk	Minggu 1	Minggu 2
1. Baju Baru	56	60
2. Baju Thrift	65	90



Gambar 4.3.1 Diagram Batang PenjualanSebelum adanya Sistem E-Commerce

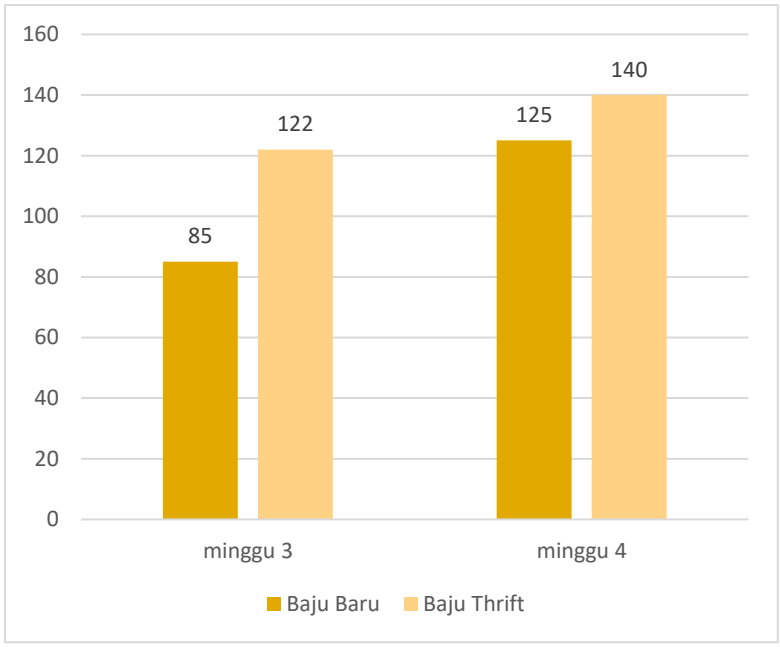
Diagram batang 4.3.1 menggambarkan kondisi penjualan baju baru dan baju thrift sebelum diterapkannya sistem e-commerce. Pada periode ini, terlihat bahwa penjualan baju thrift sudah menunjukkan kecenderungan yang lebih tinggi dibandingkan baju baru, meskipun keduanya masih mengandalkan metode penjualan tradisional seperti toko fisik atau transaksi langsung. Perbedaan pola antar minggu juga menunjukkan bahwa minat terhadap baju thrift meningkat lebih cepat, sementara baju baru hanya mengalami perubahan kecil. Hal ini menunjukkan bahwa bahkan tanpa dukungan platform digital, daya tarik baju thrift sudah kuat mungkin faktor karena harga, keunikan barang, atau preferensi konsumen terhadap pilihan

yang lebih ekonomis. Dengan demikian, grafik ini memberikan gambaran awal bahwa tren thrift sudah berkembang positif sebelum adanya pengaruh sistem e-commerce.

4.3.2 Data Penjualan Setelah Adanya Sistem E-Commerce

Tabel 2 Data Penjualan Toko Linda Abel Sebelum ada sistem

Produk	Minggu 1	Minggu 2
1. Baju Baru	85	125
2. Baju Thrift	122	140



Gambar 4.3.2 Diagram Batang Penjualan Setelah Ada Sistem E-Commerce

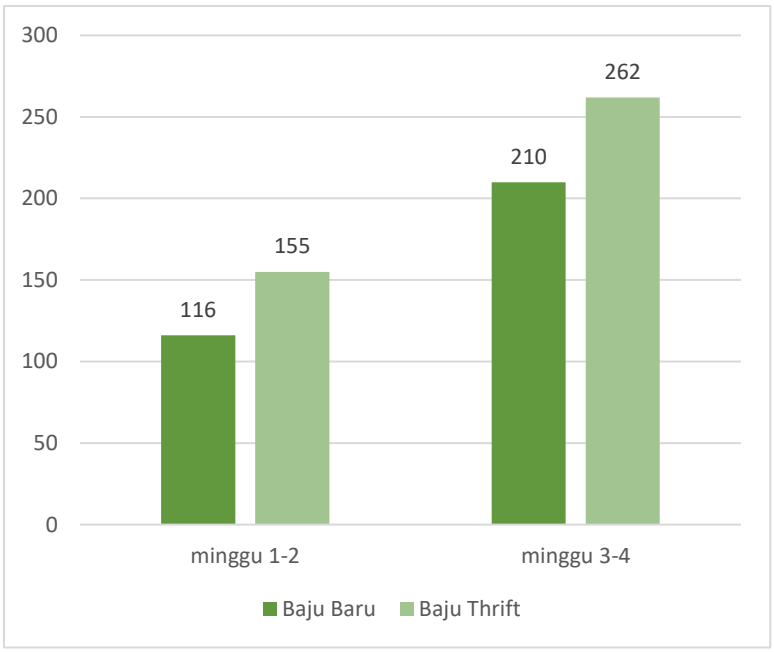
Pada Diagram Batang 4.3.2 yang menggambarkan perkembangan penjualan pada minggu ketiga dan keempat, terlihat adanya peningkatan yang signifikan setelah penerapan sistem e-commerce. Implementasi platform digital memberikan dampak positif terhadap penjualan baik pada produk baju baru maupun baju thrift. Meskipun keduanya mengalami kenaikan, produk baju thrift menunjukkan pertumbuhan yang lebih dominan. Hal ini menggambarkan bahwa kemudahan akses, jangkauan pasar yang lebih luas, serta algoritma rekomendasi dalam e-commerce mampu memperkuat daya tarik produk-produk thrift yang sebelumnya sudah

Pada minggu ketiga, posisi penjualan baju thrift sudah berada jauh di atas baju baru, mencerminkan respon konsumen yang cepat terhadap ketersediaan produk melalui kanal digital. Peningkatan ini berlanjut pada minggu keempat, menandakan bahwa penetrasi e-commerce tidak hanya meningkatkan volume penjualan, tetapi juga memperkuat preferensi konsumen terhadap barang thrift yang lebih variatif dan ekonomis. Secara keseluruhan, grafik ini menampilkan bahwa penerapan e-commerce berperan penting dalam mempercepat pertumbuhan penjualan, terutama pada kategori produk yang sejak awal memiliki potensi pasar seperti baju thrift.

4.3.3 Perbandingan total penjualan sebelum dan sesudah adanya sistem e-commerce

Tabel 3 Data Penjualan Toko Linda Abel Sebelum ada sistem

Produk	Minggu 1-2	Minggu 3-4
1. Baju Baru	116	155
2. Baju Thrift	155	262



Gambar 4.3.3 Grafik Total Penjualan Sebelum dan sesudah adanya Sistem E-Commerce

Grafik perbandingan penjualan antara minggu 1–2 dan minggu 3–4 menunjukkan adanya peningkatan yang jelas setelah penerapan sistem e-commerce. Pada periode awal, sebelum e-commerce digunakan secara penuh, penjualan baju thrift sudah terlihat lebih unggul dibandingkan baju baru, meskipun keduanya masih berada pada tingkat penjualan yang relatif moderat. Polarisasi ini menunjukkan bahwa pr

Setelah sistem e-commerce diterapkan, peningkatan penjualan tampak semakin signifikan pada kedua kategori produk. Namun, perkembangan penjualan baju thrift mengalami pemutaran yang lebih kuat dibandingkan baju baru. Hal ini menunjukkan bahwa e-commerce memberikan perluasan akses yang lebih optimal terhadap produk-produk thrift, yang umumnya mengandalkan variasi, stok terbatas, dan ketertarikan konsumen terhadap barang murah namun berkualitas. Sementara itu, baju baru juga menunjukkan peningkatan yang menandakan bahwa digitalisasi turut memperbaiki visibilitas dan keterjangkauan produk bagi konsumen, meskipun tidak kecepatan pertumbuhan baju thrif

Secara keseluruhan, grafik ini menegaskan bahwa penerapan e-commerce tidak hanya meningkatkan skala penjualan, tetapi juga memperkuat pola preferensi yang sudah terlihat pada periode sebelumnya. Sistem digital terbukti mampu mempercepat distribusi, memperluas jangkauan pasar, dan memfasilitasi keputusan pembelian

konsumen, terutama pada kategori produk thrift yang sejak awal memiliki potensi daya tarik lebih tinggi.

4.3.4 Pemanfaatan Analisis Tren Penjualan untuk Insight Bisnis

1) Produk Thrift Memiliki Daya Tarik Lebih Tinggi Sejak Sebelum E-Commerce

   Pada periode awal (minggu 1–2), penjualan baju thrift sudah lebih tinggi dibandingkan baju baru. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki preferensi yang kuat terhadap produk hemat bahkan sebelum adanya digitalisasi. Faktor harga yang lebih rendah, keunikan barang, dan nilai keinginan kemungkinan besar menjadi pendorong utama minat tersebut.
2) Implementasi E-Commerce Meningkatkan Penjualan Secara Signifikan

   Setelah e-commerce diterapkan (minggu 3–4), kedua kategori produk mengalami peningkatan penjualan yang cukup besar. Peningkatan ini menegaskan bahwa kanal digital memberikan dampak positif terhadap visibilitas produk, mempermudah akses pembeli, dan memperluas jangkauan pasar.
3) Produk Thrift Mendapatkan Manfaat Lebih Besar dari Digitalisasi

   Meskipun terjadi peningkatan pada kedua kategori, pertumbuhan baju thrift jauh lebih tinggi dibandingkan baju baru. Hal ini menunjukkan bahwa produk thrift lebih responsif terhadap pemasaran digital. Kemungkinan penyebabnya adalah:
   a) Pembeli dapat melihat variasi produk thrift yang beragam melalui katalog online.
   b) Produk thrift cocok dengan konsumen yang sensitif terhadap harga dan suka eksplorasi barang unik.
   c) Distribusi secara online mengurangi batasan lokasi, sehingga stok yang terbatas dapat lebih cepat terserap.
4) Peluang Strategi untuk Fokus pada Pengembangan Segmen Thrift

   Dengan tren pertumbuhan yang konsisten, bisnis dapat memperkuat fokus pada kategori thrift melalui:
   a) Penambahan stok dan kuras barang berkualitas.
   b) Penggunaan foto produk yang lebih menarik.
   c) Penerapan strategi storytelling (misalnya sejarah produk, gaya vintage, atau konsep keberlanjutan).
   d) Optimalisasi promosi di platform e-commerce dan media sosial.
5) Baju Baru Masih Memiliki Potensi Pertumbuhan, tetapi Membutuhkan Strategi Diferensiasi

   Meskipun tidak membicarakan thrift, data menunjukkan bahwa baju baru tetap mengalami peningkatan setelah e-commerce. Artinya, kategori ini tidak stagnan, tetapi perlu strategi seperti:
   a) Penawaran bundling atau diskon khusus.
   b) Penguatan kualitas dan brand positioning.
   c) Segmentasi pasar yang lebih jelas (misalnya fashion casual, formal, atau remaja).
6) E-Commerce Terbukti Efektif sebagai Pendorong Skala Penjualan

Lonjakan total penjualan dari minggu 1–2 hingga minggu 3–4 menunjukkan bahwa e-commerce bukan sekadar saluran tambahan, tetapi merupakan faktor utama peningkatan pendapatan. Ini menekankan pentingnya investasi pada:

a) Pengelolaan toko online yang lebih profesional.
b) Sistem manajemen stok.
c) Layanan pelanggan dan pengiriman yang cepat.

5 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerapan website e-commerce pada Toko Linda Abel, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi digital memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan efektivitas operasional dan kinerja penjualan UMKM. Sebelum adanya sistem e-commerce, proses penjualan berlangsung secara tradisional sehingga jangkauan pasar terbatas, pengelolaan stok belum optimal, dan pencatatan transaksi kurang terstruktur. Kondisi ini membatasi perkembangan usaha, meskipun penjualan produk thrift telah menunjukkan potensi pasar yang cukup kuat.

Penerapan website e-commerce berbasis WordPress yang didukung plugin FoodPress v2 berhasil meningkatkan profesionalitas pengelolaan toko sekaligus memperluas akses pelanggan terhadap informasi produk. Sistem ini memungkinkan pengelolaan katalog, stok, pemesanan, dan transaksi dilakukan secara lebih cepat, akurat, dan terintegrasi. Hasil uji coba menunjukkan bahwa pemilik toko dapat mengoperasikan sistem dengan mudah, sementara pelanggan memperoleh pengalaman berbelanja yang lebih informatif dan efisien.

Analisis tren penjualan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan setelah e-commerce diterapkan. Produk baju thrift mengalami pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi dibandingkan baju baru, baik sebelum maupun sesudah digitalisasi. Hal ini menegaskan bahwa e-commerce secara efektif memperkuat preferensi konsumen terhadap kategori produk yang memiliki variasi tinggi dan harga ekonomis. Sementara itu, produk baju baru juga mengalami peningkatan, menunjukkan bahwa digitalisasi mampu menambah daya saing seluruh kategori produk.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa implementasi e-commerce tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga mendukung efisiensi operasional dan daya saing UMKM. Digitalisasi melalui website e-commerce menjadi solusi strategi yang relevan untuk menghadapi persaingan industri fashion yang semakin ketat. Dengan terus mengoptimalkan fitur platform digital, Toko Linda Abel berpotensi memperluas pasar, meningkatkan kualitas layanan, dan memperkuat kelangsungan usaha di era informasi teknologi.

REFERENSI

[1] 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.

[2] 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

[3] U. A. S. Anandri and M. N. Arkan, "Pemanfaatan Power BI Untuk Visualisasi Data Penjualan Produk Pada Perusahaan Percetakan," *Jurnal Sistem Informasi (TEKNOFILE)*, vol. 3, no. 10, pp. 716–721, Oct. 2025, [Online]. Available: https://jurnal.nawansa.com/index.php/teknofile/article/view/562

[4] A. Adelia, D. Aulia, Radiansyah, and Nurbaiti, "Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Keunggulan Bisnis Di Era Globalisasi," *Jurnal ekonomi dan bisnis digital*, vol. 02, no. 03, p. 12, 2020.

[5] L. K. Nasution, M. Murni, and I. S. Dewi, "Peningkatan Produktivitas dan Penjualan pada UMKM Pakaian Muslimah Ummu Syuraih di Kecamatan Medan Marelan," *Jurnal Pengabdian dan Pengembangan Masyarakat*, vol. 3, no. 1, p. 349, 2020, doi: 10.22146/jp2m.49367.

[6] 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.

[7] 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

[8] Mhd. N. Arkan and U. A. S. Anandri, "Perancangan Entity-Relationship Diagram (ERD) Menggunakan SQL Server Database Pada Platform Tautanhalaman 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

[9] M. D. Kartika and Y. Priyadi, "Pengembangan Sistem Penjualan Menggunakan UML dan Proses Bisnis E-Commerce Pada TB.Purnama Banjarnegara," *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, vol. 7, no. 3, pp. 480–497, 2020, doi: 10.35957/jatisi.v7i3.416.

[10] J. Abdimas Berdaya *et al.*, "Pengembangan website E-Commerce sebagai Sarana Promosi pada UMKM 'Sehati Kopi' E-Commerce website Development as a Promotional Media for MSMEs 'Sehati Kopi,'" *JURNAL ABDIMAS BERDAYA*, vol. 7, no. 1, pp. 88–98, May 2024, [Online]. Available: http://sehatikopi.my.id/

[11] Muhammadrisky, Nuraini, and Melsa, "PERANCANGAN DATABASE SISTEM INFORMASI PERPUSTAKAAN DAERAH KABUPATEN INDRAGIRI HILIR MENGGUNAKAN ERD," *Jurnal Sistem Informasi (TEKNOFILE)*, vol. 3, no. 8, pp. 623–632, Aug. 2025, [Online]. Available: https://jurnal.nawansa.com/index.php/teknofile/article/view/402/355

[12] P. Hastuti and dkk, *"Definisi UMKM, P. Hastuti, dkk."* 2021.

[13] T. Ahman *et al.*, "Implementasi E-Commerce Menggunakan CMS Wordpress Pada Tuju Tuju Coffee & Roastery," 2025.

[14] K. JASMINE, "Pengembangan Plugin e-DDC sebagai Aplikasi Tambahan pada Senayan Library Management System Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP dan Database," *Pengembangan Plugin e-DDC sebagai Aplikasi Tambahan pada Senayan Library Management System Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP dan Database*, vol. 2, pp. 16–34, 2014.

[15] M. Sumiati, R. Abdillah, and A. Cahyo, "Pemodelan UML," *Jurnal Fasilkom*, vol. Vol.11 No., no. 2, pp. 79–86, 2021.

[16] D. Prastyo and D. Irawan, "Rancang Bangun Aplikasi Inspeksi dan Checklist Terintegrasi menggunakan Metode Rapid Application Development (RAD)," *bit-Tech*, vol. 7, no. 1, pp. 162–173, 2024, doi: 10.32877/bt.v7i1.1603.