

## Implementasi Prestashop Pengembangan Website Hingga Pemasaran Dan Logistik Pada Toko SS Galery Rantauprapat

<sup>1</sup>Juwita, <sup>2</sup>Syaiful Zuhri Harahap, <sup>3</sup>Budianto Bangun

<sup>1,2,3</sup>Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Labuhanbatu

Email: [juwitagirl227@gmail.com](mailto:juwitagirl227@gmail.com), [syaifulzuhriharahap@gmail.com](mailto:syaifulzuhriharahap@gmail.com),  
[budiantobangun44@email.com](mailto:budiantobangun44@email.com)

Corresponding Author : [juwitagirl227@gmail.com](mailto:juwitagirl227@gmail.com)

### *Abstract*

*This article discusses the implementation of PrestaShop in website development, marketing and logistics at the SS Galery Rantauprapat store. PrestaShop is an e-commerce platform designed to make it easier to create and manage online stores with features that support sales, including product management, payment systems, and sales analysis. In the context of SS Gallery, the implementation of PrestaShop aims to increase operational efficiency and expand market reach. The implementation process begins with designing a website that is responsive and user-friendly, allowing customers to access product information easily. The e-marketing features in PrestaShop are also used to increase product promotions, attract more customers and increase their loyalty. In addition, an integrated logistics system helps in managing goods delivery efficiently, reducing customer waiting time. The results of this research show that using PrestaShop not only increases sales productivity but also simplifies the marketing process and logistics management. In this way, SS Galery Rantauprapat can compete better in an increasingly competitive digital market. This research provides insight for other business actors about the importance of information technology in supporting business growth in the digital era.*

**Keywords :** PrestaShop, Website Development, Online Marketing, Logistics, Online Shop.

### 1. Pendahuluan

Penerapan teknologi informasi dalam dunia bisnis telah mengalami perkembangan yang pesat, terutama dalam era digital saat ini. Salah satu inovasi yang signifikan adalah penggunaan platform e-commerce untuk memfasilitasi transaksi antara penjual dan konsumen secara online. PrestaShop, sebagai salah satu sistem manajemen konten (CMS) berbasis PHP dan MySQL, telah menjadi pilihan populer di kalangan pelaku bisnis untuk membangun toko online. Dengan berbagai fitur yang ditawarkan, seperti manajemen produk, sistem pembayaran, dan analisis penjualan, PrestaShop memungkinkan penggunanya untuk mengelola toko online dengan lebih efisien dan efektif. E-Commerce merupakan platform online yang disediakan oleh internet untuk proses pembelian dan penjualan produk secara elektronik oleh konsumen melalui jaringan komputer atau internet. Ecommerce juga dapat diartikan sebagai suatu aktivitas atau kegiatan dalam pengelolaan pembelian, penjualan, dan pemesanan barang dengan memanfaatkan media *internet*. Indonesia sebagai pasar e-commerce terbesar di Asia Tenggara harus mengoptimalkan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemilik UMKM dibekali kesadaran dan kapasitas yang memadai dalam memanfaatkan teknologi e-commerce karena UMKM memiliki peran

penting dalam pertumbuhan ekonomi rakyat yang bisa diperhitungkan. Terbukti, di tengah gejolak ekonomi global, sektor UMKM mampu bertahan. (Utari et al., 2018) Keuntungan yang ditawarkan oleh E-Commerce termasuk akses yang luas bagi pemilik toko online untuk mendapatkan konsumen, sementara pelanggan dapat melakukan transaksi dari jarak jauh menggunakan layanan transfer bank. (Dilansyah et al., 2024). Transformasi digital merupakan modifikasi atau adaptasi model bisnis sejalan dengan kemajuan teknologi dan inovasi yang memicu perubahan perilaku konsumen dan sosial (Tulungen et al., 2022). Kegiatan pemasaran dan penjualan secara konvensional berkembang menjadi pemasaran digital yang mengubah proses bisnis menjadi semakin efektif dan efisien. (JASMINE, 2014) Pada era saat ini, penggunaan teknologi informasi sangat dibutuhkan oleh semua tingkat usaha, mulai dari usaha yang besar sampai usaha yang kecil atau yang biasa disebut dengan Usaha Kecil Menengah (UKM). UKM saat ini sangat memerlukan perhatian yang khusus dari pemerintah, khususnya dalam hal pemasaran produk. Dengan didukung informasi yang akurat diharapkan dapat terjadi link bisnis yang terarah antara pelaku UKM dengan jaringan pasar. (Palupi et al., 2013). Website sebagai alat promosi atau biasa disebut pemasaran online merupakan salah satu dari pemasaran langsung (direct marketing). Media digital memungkinkan UKM mengakses pasar global tanpa dibatasi oleh batasan geografis atau waktu. Hal ini disebabkan oleh kemudahan dan kenyamanan dalam mengoptimalkan komunikasi, pemasaran, live chat, dan pembayaran online sehingga menghasilkan penghematan waktu dan biaya yang signifikan. (Nugroho Himawan et al., 2024).

SS Galery Rantauprapat, sebagai salah satu toko yang berupaya meningkatkan daya saingnya di pasar, memutuskan untuk mengimplementasikan PrestaShop dalam pengembangan website mereka. Tujuan utama dari implementasi ini adalah untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan efisiensi logistik. Dengan adanya website yang responsif dan user-friendly, pelanggan dapat dengan mudah mengakses informasi produk dan melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Selain itu, fitur-fitur e-marketing dalam PrestaShop memberikan peluang bagi SS Galery untuk meningkatkan promosi produk serta menarik lebih banyak pelanggan. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses implementasi PrestaShop di SS Galery Rantauprapat, mulai dari tahap pengembangan website hingga strategi pemasaran dan logistik yang diterapkan. Diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan bagi SS Galery dalam mengoptimalkan penggunaan platform e-commerce tetapi juga dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha lainnya yang ingin memanfaatkan teknologi informasi dalam bisnis mereka. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya integrasi teknologi dalam meningkatkan kinerja bisnis di era digital.

## 2. Landasan Teori PrestaShop

PrestaShop adalah PrestaShop adalah platform e-commerce open-source yang dirancang untuk memudahkan pembuatan dan pengelolaan toko online. Dikenal karena kemudahan penggunaannya, PrestaShop memungkinkan individu dan bisnis untuk membangun website jual beli tanpa memerlukan pengetahuan teknis yang mendalam. Platform ini menawarkan berbagai fitur, termasuk manajemen produk, integrasi

pembayaran, dan dukungan untuk pengiriman, yang membuatnya menjadi pilihan populer di kalangan pelaku usaha kecil hingga menengah.

Sejak diluncurkan pada tahun 2007, PrestaShop telah berkembang pesat dan memiliki komunitas pengguna yang besar. Salah satu keunggulan utama dari PrestaShop adalah sifatnya yang open-source, yang berarti pengguna dapat mengunduh, menginstal, dan memodifikasi kode sumbernya secara gratis. Ini memberikan fleksibilitas bagi pengguna untuk menyesuaikan toko online mereka sesuai dengan kebutuhan spesifik. Keunggulan prestashop dibandingkan CMS ecommerce lainnya sudah tidak diragukan lagi, karena memiliki fitur yang cukup lengkap, siap pakai, mudah digunakan, dan banyak pilihan modul-modul gratis yang bisa di dapatkan dengan mudah yang dibuat oleh pengembang independen. (Prakoso & Asmunin, 2016).

PrestaShop juga mendukung berbagai bahasa dan mata uang, memungkinkan bisnis untuk menjangkau pasar internasional. Dengan lebih dari 300 fitur bawaan dan ribuan modul tambahan yang tersedia, PrestaShop memberikan solusi lengkap untuk mengelola semua aspek e-commerce, mulai dari pemasaran hingga logistik.

### Pengembangan Website

Pengembangan website, atau yang dikenal sebagai *web development*, adalah proses yang mencakup pembangunan, penciptaan, dan pemeliharaan aplikasi berbasis web yang dapat diakses melalui internet. Secara umum, istilah ini terdiri dari dua komponen utama: "web," yang merujuk pada aplikasi atau halaman online, dan "development," yang berarti proses membangun sesuatu dari awal. Dalam pengertian yang paling umum, hanya menciptakan situs web yang mengiklankan dan mempromosikan produk anda dapat dianggap "ecommerce". (Kurniawan et al., 2023).

### Pemasaran Online

Pemasaran online adalah kegiatan mempromosikan produk atau jasa melalui internet, yang mencakup berbagai strategi dan teknik untuk menjangkau konsumen secara efektif. Dalam konteks ini, pemasaran online sering kali disebut juga sebagai pemasaran internet, e-marketing, atau online marketing. Tujuan utamanya adalah untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan media digital.

### Logistik

Logistik adalah proses yang melibatkan perencanaan, implementasi, dan pengendalian aliran barang, jasa, dan informasi dari titik asal hingga titik konsumsi. Tujuan utama dari logistik adalah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang efisien dan efektif. Proses ini mencakup berbagai aspek, termasuk pengadaan, penyimpanan, transportasi, dan distribusi barang.

### Toko Online

Toko online, atau yang sering disebut sebagai toko daring atau e-commerce, adalah platform digital yang digunakan oleh individu atau perusahaan untuk menjual produk dan layanan kepada pelanggan melalui internet. Toko online memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi secara virtual tanpa harus mengunjungi lokasi fisik. Dengan adanya toko online, pelanggan dapat menelusuri, memilih, dan membeli

barang dari mana saja dan kapan saja, asalkan mereka memiliki akses internet. Pembuatan toko online diawali dengan pembelian domain web hosting sebagai sarana tempat untuk menyediakan layanan internet. Domain yang telah dibeli adalah domain dengan alamat [www.ukm-aluminium.com](http://www.ukm-aluminium.com). Dengan data yang telah didapatkan pada tahapan sebelumnya toko online dapat dibuat sesuai dengan kebutuhan UKM mitra pengabdian. (Kecil & Menengah, 2018).

### 3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel "Implementasi PrestaShop Pengembangan Website hingga Pemasaran dan Logistik pada Toko SS Galery Rantauprapat" dirancang untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai proses implementasi sistem e-commerce menggunakan platform PrestaShop. Metode ini terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut:

#### a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk menggali informasi mendalam tentang implementasi PrestaShop, serta untuk memahami dampaknya terhadap pengembangan website, pemasaran, dan logistik di Toko SS Galery.

#### b. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, antara lain:

##### 1. Wawancara

Melakukan wawancara dengan pemilik toko, staf, dan pelanggan untuk mendapatkan informasi mengenai pengalaman mereka sebelum dan sesudah implementasi PrestaShop. Wawancara ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah yang ada dan mengevaluasi efektivitas sistem baru.

##### 2. Observasi Langsung

Peneliti melakukan observasi langsung terhadap proses operasional di Toko SS Galery, termasuk bagaimana pelanggan berinteraksi dengan website dan bagaimana staf mengelola pesanan dan pengiriman barang.

##### 3. Studi Pustaka

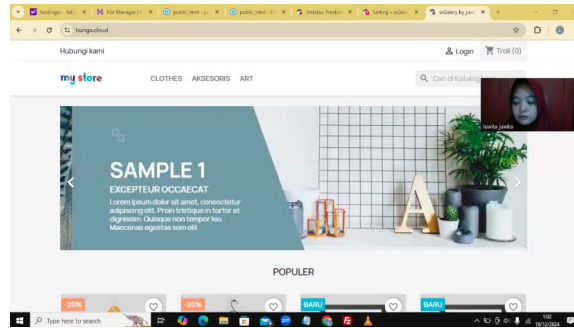
Mengumpulkan informasi dari literatur terkait mengenai e-commerce, PrestaShop, serta praktik terbaik dalam pemasaran dan logistik. Ini membantu dalam memahami konteks yang lebih luas dari penelitian yang dilakukan.

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### Perancangan Sistem

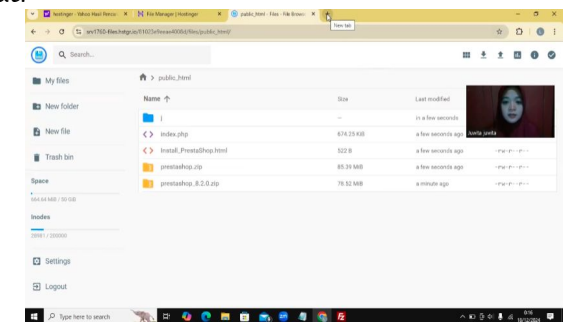
Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, perancangan sistem dilakukan untuk memastikan bahwa platform PrestaShop dapat memenuhi kebutuhan bisnis toko (Lestari et al., 2022). Langkah-langkah pada tahap ini meliputi:

1. Desain Sistem, Membuat desain awal berupa use case diagram dan workflow untuk menggambarkan alur kerja sistem e-commerce. Fokus utama adalah fitur-fitur inti seperti manajemen inventori, integrasi pembayaran, dan halaman katalog produk.

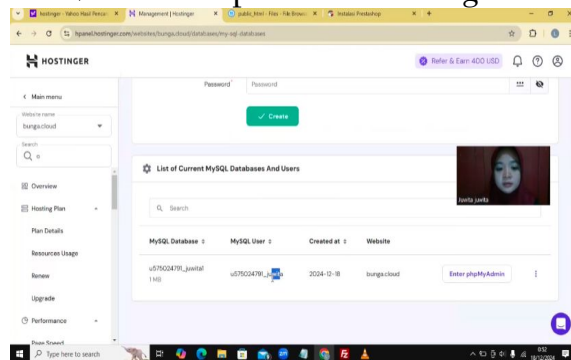


Gambar 1. Tampilan Depan Website

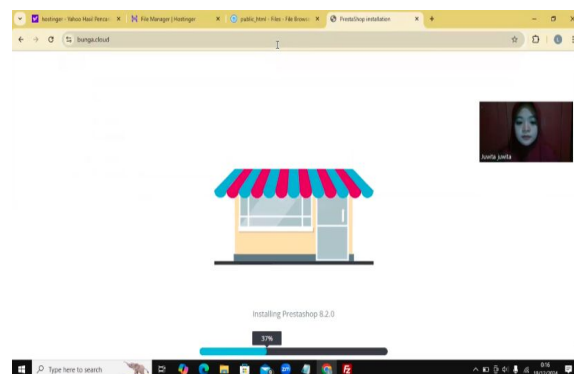
2. Konfigurasi Prestashop, Instalasi platform PrestaShop dilakukan pada hosting online, dengan konfigurasi fitur-fitur utama sesuai kebutuhan Toko SS Galery Rantaupratap.



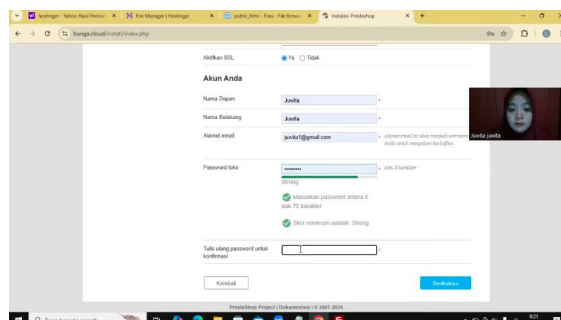
Gambar 2. Persiapan Server Hosting Online



Gambar 3. Persiapan Database

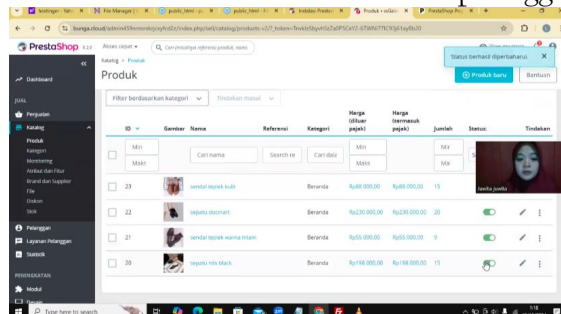


Gambar 1. Instalasi Prestashop



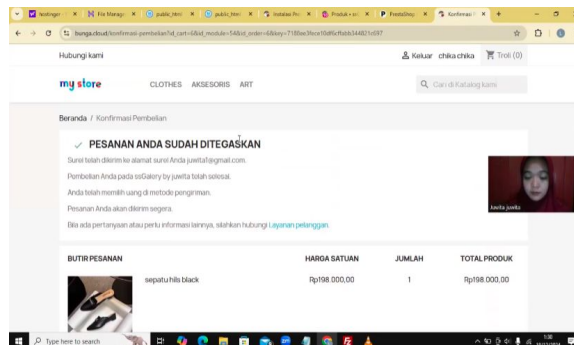
Gambar 5. Pengaturan Dasar Prestashop

3. Menguji Sistem Prestashop  
Setelah proses instalasi dan konfigurasi awal selesai, langkah berikutnya adalah mengujicobakan sistem PrestaShop untuk memastikan bahwa semua fitur dan fungsionalitas yang telah diatur berfungsi dengan baik. Pengujian ini meliputi berbagai tahap, dari pendaftaran produk, pembelian, hingga pengujian transaksi untuk memastikan kelancaran operasional toko online. Pada tahap pertama pengujian, produk didaftarkan ke dalam sistem PrestaShop. Gambar 6 menunjukkan langkah di mana pengelola toko mengisi informasi produk seperti nama produk, deskripsi, harga, gambar, kategori, dan spesifikasi lainnya yang relevan. Pendaftaran produk ini penting agar produk dapat ditampilkan di katalog toko online dan tersedia untuk dibeli oleh pelanggan.



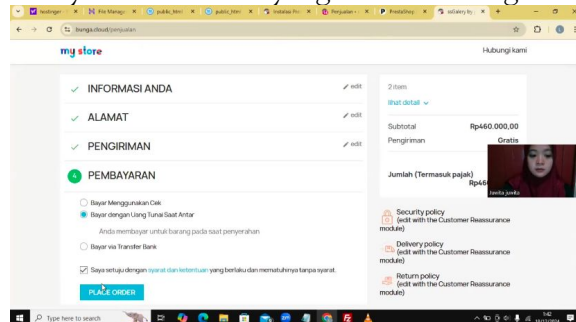
Gambar 6. Mendaftarkan Produk Ke Prestashop

Setelah produk berhasil didaftarkan, langkah selanjutnya adalah melakukan uji coba pembelian. Gambar 7 menggambarkan proses pembelian yang dilakukan oleh seorang pengguna untuk menguji apakah alur transaksi berfungsi dengan baik. Pengujian ini mencakup pemilihan produk, penambahan produk ke keranjang belanja, serta proses checkout.



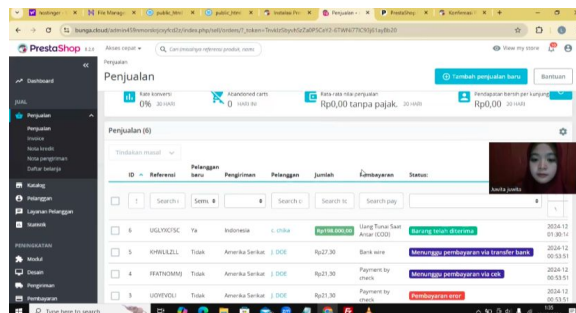
Gambar 7. Melakukan Uji Coba Pembelian

Selanjutnya, dilakukan uji coba pembayaran diterima untuk memverifikasi bahwa sistem pembayaran berfungsi dengan baik. Gambar 8 menunjukkan tahap pengujian di mana pelanggan menyelesaikan proses pembayaran menggunakan metode yang telah dipilih, misalnya transfer bank yang sudah dikonfigurasi di PrestaShop.



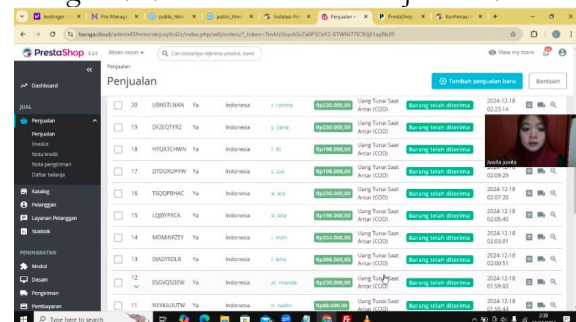
**Gambar 8. Uji Coba Pembayaran Diterima**

Setelah pembayaran diterima, uji coba pengiriman barang dilakukan untuk memastikan bahwa alur pengiriman produk berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Gambar 9 menunjukkan bahwa barang yang telah dibayar dikirimkan dan diterima oleh pelanggan.



**Gambar 9. Uji Coba Barang Telah Diterima**

Tahap pengujian terakhir adalah uji coba transaksi dengan volume yang lebih tinggi, yaitu 20 transaksi yang dilakukan oleh pelanggan berbeda. Gambar ini menggambarkan pengujian yang dilakukan untuk memastikan bahwa sistem PrestaShop dapat menangani beban transaksi dalam jumlah besar tanpa gangguan.



**Gambar 10. Melakukan Uji Coba Transaksi Sebanyak 20 Pelanggan**

Secara keseluruhan, hasil implementasi PrestaShop pada toko SS Galery Rantauprapat menunjukkan bahwa teknologi informasi dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam meningkatkan kinerja bisnis. Dengan pendekatan terintegrasi antara pengembangan website, pemasaran, dan logistik, toko ini berhasil menciptakan pengalaman belanja online yang lebih baik bagi pelanggan sekaligus meningkatkan

efisiensi operasionalnya. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi pelaku usaha lain tentang pentingnya adopsi teknologi dalam menghadapi persaingan di pasar digital saat ini.

## 5. Kesimpulan

Kesimpulan menunjukkan bahwa penerapan PrestaShop sebagai platform e-commerce memberikan dampak signifikan terhadap pengembangan bisnis toko SS Galery. Dengan memanfaatkan PrestaShop, toko ini berhasil menciptakan website yang responsif dan user-friendly, yang memungkinkan pelanggan untuk dengan mudah mengakses informasi produk dan melakukan transaksi secara online. Keunggulan PrestaShop, seperti kemudahan instalasi, fitur manajemen produk yang lengkap, serta dukungan untuk berbagai metode pembayaran, telah meningkatkan efisiensi operasional toko. Selain itu, fitur e-marketing yang tersedia dalam PrestaShop memungkinkan SS Galery untuk melakukan promosi yang lebih efektif, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada.

1. Implementasi sistem logistik yang terintegrasi juga berkontribusi pada pengelolaan pengiriman barang yang lebih baik, sehingga mempercepat proses distribusi dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan PrestaShop tidak hanya membantu dalam pengembangan website tetapi juga dalam aspek pemasaran dan logistik, menjadikan SS Galery lebih kompetitif di pasar digital.
2. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana teknologi informasi, khususnya platform e-commerce seperti PrestaShop, dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja dan pertumbuhan bisnis di era digital. Ini juga menjadi referensi penting bagi pelaku usaha lain yang ingin mengadopsi teknologi serupa untuk mengoptimalkan operasional bisnis mereka.

## 6. Daftar Pustaka

- Dilansyah, D. M., Dwi Prasetyo, B., Sulistiani, H., & Fernando, Y. (2024). Penerapan CMS Prestahop pada Pengembangan Sistem E-Commerce Akrilik pada PT Maha Kreatif Industri. *Jurnal Komputasi*, 12(1), 58–69. <https://doi.org/10.23960/komputasi.v12i1.245>
- Hartini, S. (2020). Metode Analytical Hierarchy Process Pada Pemilihan Platform Website E-Commerce Terbaik Untuk Membangun Toko Online. *Information System for Educators and Professionals*, 4(2), 136.
- JASMINE, K. (2014). Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu, 26, 65–80.
- Kecil, U., & Menengah, D. A. N. (2018). Implementasi Aplikasi Website E-Commerce Sebagai Upaya Peningkatan Promosi Pemasaran Usaha Kecil Dan Menengah. *Rekayasa*, 15(2), 112–115.
- Kurniawan, S. R., Wijonarko, W., & Supandi, S. (2023). Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Menggunakan Prestashop Pada K.Ling\_Collection. *JIPETIK: Jurnal Ilmiah Penelitian Teknologi Informasi & Komputer*, 3(2), 59–66. <https://doi.org/10.26877/jipetik.v3i2.11760>



- Lestari, S., Desi, E., & Azzahra, B. (2022). Pelatihan Penggunaan Platform Prestashop dalam Membuat Toko Online. *Journal of Community Service*, 4(1), 40–51.
- Nugroho Himawan, E., Djuwaini, A., & Darmawan Putra, A. (2024). Adoption Of E-Commerce In Small And Medium-Sized Enterprises In Bogor District. *International Journal of Science, Technology & Management*, 5(1), 211–219. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i1.1050>
- Palupi, I. N. A., Santoso, P. B., & Choiri, M. (2013). Rekayasa E-Commerce untuk Mendukung Pengembangan Jaringan Pemasaran (Studi Kasus pada Sentra IKM Perhiasan Perak Tempeh Lumajang). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Industri*, 1(2), 358–368.
- Prakoso, A., & Asmunin. (2016). Aplikasi Website Content Based Commerce Menggunakan Content Management. *Manajemen Informatika*, 5(0), 27–36.
- Utari, T., Sekolah, S., Multi, T., Mmtc, M. ", & Yogyakarta, ". (2018). Commerce Pada Umkm Guna Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus Pada Umkm Toko Dede Gordyn). *Jurnal Ilmiah Multimedia Dan Komunikasi* |, 3, 128–138.
- Yudharta Pasuruan, U. (2024). IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI PEMASARAN PRODUK SEPATU LOKAL HANDMADE DESA BAUJENG KEC. BEJI BERBASIS WEB Risqiyatul Adawiyah. *PROFICIO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 645–653. <https://kedai-sepatu-mas-jhii.business.site/>