

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang memiliki nilai seni dan ekonomi tinggi, terutama di wilayah Yogyakarta yang dikenal sebagai pusat industri batik. Perkembangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta juga menunjukkan peningkatan yang signifikan, termasuk pada sektor batik. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM DIY yang dikutip dalam penelitian Furwati & Harsoyo (2025) [1], tercatat sekitar 324.400 UMKM aktif di Yogyakarta, dengan 235 unit di antaranya merupakan UMKM batik. Hal ini menunjukkan bahwa industri batik masih memiliki peran besar dalam perekonomian daerah dan menjadi salah satu sektor usaha yang terus berkembang dan diminati masyarakat.

DJADI Batik merupakan usaha kreatif asal Yogyakarta yang mengusung konsep perpaduan budaya Indonesia dan Korea melalui kombinasi motif batik dengan desain pakaian tradisional Korea, Hanbok. Inovasi ini menjadi wujud pelestarian budaya sekaligus bentuk ekspresi seni kontemporer yang menonjolkan harmoni lintas budaya. Dalam proses produksinya, DJADI Batik menggunakan teknik cap dan colet yang membutuhkan ketelitian serta keterampilan tinggi sehingga menghasilkan produk bernilai estetika. Akan tetapi, proses penjualan masih dilakukan secara konvensional melalui toko fisik dan promosi yang terbatas pada media sosial, sehingga jangkauan pemasaran belum maksimal. Selain itu, pencatatan stok dan penataan katalog produk masih dilakukan secara manual, yang menyebabkan informasi ketersediaan produk tidak selalu akurat dan menyulitkan pelanggan saat ingin melakukan pemesanan.

Penelitian yang dilakukan oleh Turki Salem (2023) , menunjukkan bahwa penerapan platform penjualan berbasis website dapat membantu pelaku usaha mengatasi kendala promosi dan pengelolaan transaksi yang sebelumnya dilakukan secara manual. Melalui website, proses pemesanan, pengelolaan produk, dan

interaksi dengan pelanggan dapat dilakukan lebih efisien dan terstruktur [2]. Sejalan dengan itu, penelitian oleh Yuniana Cahyaningrum (2024) menjelaskan bahwa pengembangan website e-commerce dengan tampilan yang mudah dipahami serta terintegrasi dengan media sosial dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan [3].

Dengan mempertimbangkan hal tersebut, pengembangan Website Penjualan Djadi Batik Yogyakarta menjadi langkah strategis untuk meningkatkan efisiensi penjualan dan promosi digital guna memperkuat nilai serta citra batik di pasar modern.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi metode Waterfall dalam perancangan dan pengembangan website penjualan untuk meningkatkan efisiensi proses transaksi pada Djadi Batik Yogyakarta?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tetap fokus dan tidak melebar dari tujuan utama, maka batasan masalah ditetapkan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas proses perancangan dan pengembangan website penjualan untuk Djadi Batik Yogyakarta sebagai media pemasaran dan transaksi produk batik secara digital.
2. Metode pengembangan sistem yang digunakan pada penelitian ini mengacu pada model Waterfall, dengan ruang lingkup penelitian yang dibatasi pada tahapan analisis kebutuhan (requirement), perancangan sistem, implementasi, serta pengujian (verification).
3. Sistem ini dirancang sebagai platform yang menyediakan informasi produk, katalog, stok, dan pemesanan secara daring sehingga mempermudah proses transaksi tanpa harus datang ke toko. Selain itu, sistem ini juga memberikan kemudahan akses bagi pelanggan untuk melihat dan melakukan pemesanan kapan saja dan dari mana saja secara

lebih praktis.

4. Sistem ini digunakan oleh dua jenis pengguna, yaitu admin untuk mengelola data produk, stok, transaksi, serta konsumen untuk melakukan pencarian, melihat katalog, dan melakukan pemesanan.
5. Penelitian ini berfokus pada tahap perancangan dan implementasi sistem, tanpa melakukan pembahasan secara mendalam terkait aspek keamanan jaringan maupun performa server.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menghasilkan rancangan dan pengembangan website penjualan untuk Djadi Batik Yogyakarta yang dapat meningkatkan efisiensi dalam proses transaksi dan pengelolaan data produk.
2. Menerapkan sistem penjualan berbasis website sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pasar serta mempermudah promosi produk batik secara digital.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik bagi pihak Djadi Batik Yogyakarta selaku objek penelitian maupun bagi pengembangan penelitian berikutnya di bidang sistem informasi dan pemasaran digital.

1. Manfaat bagi Objek Penelitian

Penerapan sistem penjualan berbasis website diharapkan dapat membantu Djadi Batik Yogyakarta dalam meningkatkan efektivitas promosi, memperluas jangkauan pasar, serta mempercepat proses transaksi secara digital. Dengan adanya sistem ini, pengelolaan data produk dan transaksi menjadi lebih terorganisir, sehingga kegiatan penjualan dapat berjalan lebih efisien dan terantau dengan baik.

2. Manfaat bagi Penelitian Selanjutnya

Secara akademik, penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan bagi peneliti lain yang ingin mengkaji penerapan metode Waterfall dalam pengembangan sistem informasi penjualan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar dalam pengembangan sistem serupa di bidang industri kreatif lainnya, khususnya dalam upaya digitalisasi usaha kecil dan menengah.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran umum mengenai susunan pembahasan pada setiap bab sehingga memudahkan pembaca dalam memahami alur penelitian yang dilakukan. Adapun sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

- BAB I PENDAHULUAN , Bab ini memuat dasar awal penelitian yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Pada bagian ini dijelaskan alasan dilakukannya penelitian mengenai perancangan website penjualan pada Djadi Batik Yogyakarta serta tujuan yang ingin dicapai dari penelitian tersebut.
- BAB II TINJAUAN PUSTAKA , Bab ini berisi landasan teori dan kajian penelitian terdahulu yang mendukung penelitian. Pembahasan dalam bab ini meliputi konsep sistem informasi, e-commerce, metode Waterfall, UML, website, framework Laravel, database, serta teori lain yang berkaitan dengan pengembangan sistem penjualan berbasis web.
- BAB III METODE PENELITIAN , Bab ini menjelaskan tahapan penelitian yang digunakan, meliputi objek penelitian, alur penelitian, alat dan bahan yang digunakan, teknik pengumpulan data, serta tahapan pengembangan sistem menggunakan metode Waterfall. Selain itu, pada bab ini juga dijelaskan proses analisis kebutuhan dan perancangan sistem yang menjadi dasar implementasi website.
- BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN , Bab ini memaparkan hasil

penelitian yang diperoleh, mulai dari pengumpulan data, identifikasi masalah, analisis kebutuhan, perancangan database, perancangan proses menggunakan UML, implementasi sistem, hingga pengujian sistem. Pada bagian ini juga dibahas hasil tampilan website penjualan Djadi Batik serta evaluasi fungsi sistem yang telah dibangun..

- BAB V PENUTUP , Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran untuk pengembangan sistem di masa mendatang agar website dapat terus disempurnakan sesuai kebutuhan pengguna.

