

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Website Sleman Mart merupakan salah satu inisiatif dari pemerintah daerah Sleman yang ditujukan untuk mendukung promosi serta penjualan produk-produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui media digital. Keberadaan platform ini diharapkan mampu menjadi sarana strategis dalam memperkenalkan potensi lokal ke masyarakat yang lebih luas, sekaligus menjadi jembatan antara pelaku UMKM dan konsumen di era digital. Dengan adanya website Sleman Mart, para pelaku UMKM memperoleh kesempatan lebih besar dalam memperluas pasar, meningkatkan daya saing, dan memperkuat kontribusi terhadap perekonomian daerah.

Meskipun demikian, pengelolaan dan pemanfaatan website Sleman Mart masih menghadapi sejumlah keterbatasan. Website yang dibangun menggunakan generator otomatis berbasis PHP belum didukung dengan desain antarmuka yang optimal, dokumentasi sistem, serta fitur yang memadai untuk mendukung proses transaksi daring secara efektif. Tampilan yang kurang interaktif, keterbatasan fitur dalam mendukung promosi produk, dan minimnya dukungan teknologi modern menjadi hambatan dalam meningkatkan kenyamanan pengguna maupun efektivitas pemasaran. Kondisi ini menyebabkan fungsi website Sleman Mart masih belum berjalan secara maksimal sebagai media informasi dan penjualan produk UMKM.

Permasalahan ini sejalan dengan temuan dalam beberapa referensi bahwa keterbatasan dalam desain antarmuka, kelengkapan fitur, serta pengalaman pengguna seringkali menjadi faktor yang menurunkan efektivitas sebuah website e-commerce dalam menunjang proses pemasaran digital. Implementasi Lean UX pada aplikasi e-commerce SuperIndo menunjukkan bahwa aspek efisiensi dan kepuasan pengguna menurun ketika UI/UX belum didesain dengan baik, terutama pada navigasi dan penyajian informasi produk [1]. Penelitian pada Tutus Betta Farm juga melaporkan bahwa katalog produk dan sistem pesanan yang kurang

intuitif membingungkan pengguna dan menurunkan keinginan membeli [2]. Evaluasi pada Butik Ryshop memperlihatkan bahwa ketidaktersediaan update produk secara real-time dan navigasi yang kurang baik menyebabkan pengguna merasa tidak puas [3]. Di UMKM Surya Kencana, pengguna menyebut bahwa fitur pengiriman yang kurang fleksibel dan pilihan produk yang terbatas memperburuk pengalaman mereka [4]. Tanpa adanya sistem yang terstruktur, fungsional, dan user-friendly, platform digital sulit bersaing dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang semakin dinamis. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tujuan awal dibangunnya website Sleman Mart dengan kondisi aktual yang terjadi di lapangan.

Sebagai alternatif solusi, dibutuhkan sebuah pengembangan sistem baru yang tidak hanya mampu memperbaiki keterbatasan website lama, tetapi juga menghadirkan inovasi sesuai dengan kebutuhan pengguna dan pelaku UMKM. Perancangan ulang website dengan pendekatan yang terstruktur melalui metode pendekatan SDLC Prototyping dapat menjadi pilihan terbaik untuk menghasilkan sistem yang fungsional, mudah digunakan, dan lebih efektif dalam mendukung promosi serta penjualan produk UMKM secara daring. Dengan demikian, website Sleman Mart dapat bertransformasi menjadi platform digital yang optimal dalam mempertemukan potensi lokal dengan peluang pasar yang lebih luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, penelitian ini difokuskan pada upaya membangun website Sleman Mart yang mampu mendukung kolaborasi dengan berbagai UMKM. Website tersebut diharapkan berfungsi sebagai media informasi dan sarana penjualan produk secara daring, sehingga dapat mempermudah promosi, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional bagi UMKM yang tergabung dalam platform ini.

1.3 Batasan Masalah

Supaya penelitian lebih terarah dan tidak meluas, maka batasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian hanya difokuskan pada perancangan dan pengembangan website Sleman Mart sebagai media informasi dan penjualan produk UMKM berbasis web, tidak mencakup pengembangan aplikasi berbasis mobile.
2. Data produk UMKM yang digunakan dalam website bersifat sampel atau contoh, bukan keseluruhan produk UMKM yang ada di Sleman.
3. Metode pembayaran yang diintegrasikan dalam website hanya berupa simulasi misalnya transfer bank atau manual, tidak dilakukan pengembangan sistem pembayaran online yang kompleks seperti payment gateway pihak ketiga.
4. Pengujian sistem difokuskan pada aspek fungsionalitas (blackbox testing) dan pengalaman pengguna (*usability*), tidak mencakup pengujian performa server, keamanan tingkat lanjut, maupun skalabilitas sistem.
5. Lokasi penelitian dibatasi pada wilayah Sleman dengan melibatkan pelaku UMKM yang berada di bawah cakupan pengelolaan Sleman Mart.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kebutuhan fungsionalitas yang diperlukan dalam pengembangan website Sleman Mart agar sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM dan pengguna.
2. Merancang desain antarmuka serta fitur website Sleman Mart yang mampu mendukung penyajian informasi dan penjualan produk UMKM secara daring.
3. Mengimplementasikan hasil perancangan ke dalam bentuk website Sleman Mart serta melakukan pengujian untuk mengetahui tingkat efektivitas media informasi dan sarana penjualan produk UMKM.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang teknologi informasi dan sistem informasi berbasis web. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi akademis mengenai perancangan dan pengembangan website sebagai media informasi dan penjualan produk UMKM. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk kajian serupa terkait penerapan teknologi digital dalam mendukung perekonomian lokal.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi UMKM di Sleman

Website Sleman Mart dapat menjadi sarana efektif untuk mempromosikan dan memasarkan produk secara lebih luas, sehingga membantu meningkatkan daya saing dan potensi penjualan produk.

b. Bagi Konsumen

Website Sleman Mart memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi serta melakukan pembelian produk lokal dengan cara yang lebih praktis dan efisien.

c. Bagi Pengelola Sleman Mart

Hasil penelitian ini dapat membantu dalam mengembangkan platform digital yang lebih optimal baik dari sisi tampilan, fitur, maupun kemudahan pengguna sehingga mendukung tujuan dari Sleman Mart sebagai wadah promosi dan penjualan produk daerah atau produk lokal.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan atau bahan pembanding untuk pengembangan lebih lanjut, baik dalam hal pengembangan aplikasi berbasis mobile, integrasi sistem pembayaran digital, maupun peningkatan keamanan dan performa website.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini disusun dengan uraian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bab ini memberikan gambaran umum mengenai alasan penelitian dilakukan, arah penelitian, dan lingkup penelitian yang akan dilakukan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat landasan teori yang relevan dengan penelitian, hasil penelitian terdahulu yang mendukung topik penelitian, serta kerangka berpikir penelitian. Pada bab ini dijelaskan dasar-dasar teori mengenai sistem informasi, website, e-commerce, UMKM, serta metode penelitian dan pengembangan yang digunakan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode penelitian yang digunakan, seperti jenis penelitian, pendekatan pengembangan sistem, objek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis kebutuhan sistem, serta tahapan perancangan dan pengembangan website. Bab ini menjelaskan langkah-langkah yang ditempuh peneliti dalam merancang dan mengembangkan website Sleman Mart.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil dari perancangan dan pengembangan website Sleman Mart. Pada bab ini terdapat uraian mengenai analisis kebutuhan, desain sistem, implementasi website, serta hasil pengujian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh dan saran-saran yang dapat diberikan untuk pengembangan lebih lanjut. Kesimpulan disusun berdasarkan tujuan penelitian, sedangkan saran ditujukan bagi pengelola Sleman Mart, pelaku UMKM, maupun peneliti selanjutnya.