

Rancang Bangun Sistem *Marketplace* Berbasis *Website* Bagi Usaha UMKM: Studi Kasus Kerupuk Lomang Bu Sita Kuok

Kasini^{1*}, Hidayati Rusnedi², Laila Syifa Tanjung³

^{1,2,3}Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Jalan Tuanku Tambusai No.23 Kabupaten Kampar
Provinsi Riau

Email Corespondent * : upkasini@gmail.com

Abstract

Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) still face limitations in marketing and expanding market reach due to the suboptimal use of digital technology. This study aims to design and build a website-based marketplace application for the Lomang Bu Sita Crackers MSME as a solution to improve the efficiency of online product sales and marketing. The research method used in this study is a prototype, which includes the stages of needs analysis, prototype design, user evaluation, interactive prototype refinement, and system development and testing. The results of this study indicate that the marketplace application built is able to provide integrated product management, ordering, and transaction features according to the needs of MSMEs. With this application, the sales and marketing process becomes more effective and can expand the market reach of MSMEs.

Keywords: *Informtion system, Marketplace, Prototype method, UMKM, Website*

Abstrak

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) masih memiliki keterbatasan dalam pemasaran dan perluasan jangkauan pasar dikarenakan belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun aplikasi marketplace berbasis website bagi UMKM Kerupuk Lomang Bu Sita sebagai solusi untuk meningkatkan efisiensi penjualan dan pemasaran produk secara online. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah prototype, yang meliputi tahapan analisis kebutuhan, perancangan prototipe, evaluasi pengguna, penyempurnaan prototype secara interaktif serta pengembangan dan pengujian sistem. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aplikais marketplace yang dibangun mampu menyediakan fitur pengelolaan produk, pemesanan dan transaksi secara terintegrasi sesuai dengan kebutuhan UMKM. Dengan adanya aplikasi ini proses penjualan dan pemasaran menjadi lebih efektif dan dapat memperluas jangkauan pasar UMKM.

Kata Kunci: *Marketplace, Metode prototype, UMKM, Sistem informasi, Website*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital mempercepat transformasi cara pelaku usaha melakukan transaksi dan pemasaran melalui platform digital seperti marketplace dan e-commerce berbasis website karena mampu menjangkau konsumen lebih luas dengan biaya lebih efisien (Susanti & Nurhidayah, 2025). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia namun masih menghadapi kendala adaptasi teknologi dan

keterbatasan literasi digital di era digitalisasi ini sehingga daya saingnya belum optimal (Pintor et al., 2023). UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia karena kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja yang signifikan. Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa transformasi digital melalui e-commerce dan marketplace dapat memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM secara signifikan. Misalnya, kajian menunjukkan bahwa e-commerce berperan

penting dalam transformasi digital UMKM meskipun keterbatasan literasi digital dan infrastruktur masih menjadi tantangan utama (Riset et al., 2025). pemanfaatan website sebagai marketplace dinilai memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan pemasaran digital UMKM, tetapi penerapannya belum merata di seluruh pelaku UMKM terutama yang berada di wilayah non-metropolitan. Transformasi digital melalui pemanfaatan platform berbasis web diperlukan agar UMKM dapat kompetitif dengan pelaku usaha lain dan tetap relevan di pasar modern (Oktavian et al., 2025).

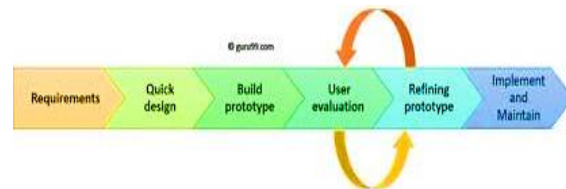
Berdasarkan observasi yang telah dilakukan di UMKM kerupuk lomang Bu Sita saat ini upaya untuk meningkatkan penjualan masih dilakukan dirumah, menitipkan produknya di rumah makan atau tempat sarapan pagi agar dikenali banyak orang serta melakukan promosi melalui media sosial seperti whatsapp dan facebook. Dalam penelitian pengabdian masyarakat di UMKM kerupuk lomang ini, pelaku usaha antusias dalam kesiapannya mengembangkan usaha dengan menggunakan teknolog digital serta mempromosikan produk nya secara online (Rusnedy et al., 2025).

UMKM yang belum memiliki platform digital mandiri sering kali hanya bergantung pada marketplace pihak ketiga sehingga fleksibilitas dan kontrol atas brand serta data pelanggan menjadi sangat terbatas (Ardana et al., 2025). Penelitian ini bertujuan merancang dan membangun aplikasi marketplace berbasis website yang efesien dan responsif dalam penjualan serta dapat digunakan untuk meningkatkan jangkauan pemasaran dan keterlibatan konsumen bagi UMKM kerupuk lomang Bu Sita melalui fitur pemesanan,

katalog produk, dan manajemen transaksi secara digital.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian rancang bangun sistem yang menggunakan metode Prototype dalam pengembangan aplikasi marketplace berbasis website bagi UMKM Kerupuk Lomang Bu Sita. Metode prototype dipilih karena memungkinkan keterlibatan pengguna secara langsung dalam proses pengembangan sehingga sistem yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan proses bisnis UMKM (Azhar & Rini, 2023)



Gambar 1. Metode *prototype*

Tahap pertama adalah analisis kebutuhan sistem yang dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan pemilik UMKM untuk mengidentifikasi permasalahan pemasaran dan kebutuhan fungsional aplikasi, seperti pengelolaan produk, pemesanan, dan transaksi. Tahap kedua adalah perancangan dan pembuatan prototipe awal, yang bertujuan untuk memberikan gambaran awal sistem marketplace berbasis website kepada pengguna (Sidiq et al., 2023).

Tahap selanjutnya adalah evaluasi dan penyempurnaan prototipe secara iteratif berdasarkan umpan balik pengguna hingga sistem sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan. Tahap terakhir adalah pengembangan sistem dan pengujian, yang dilakukan setelah prototipe disetujui untuk memastikan seluruh fungsi aplikasi berjalan dengan baik dan siap digunakan sebagai

sarana pemasaran digital UMKM (Syukron et al., 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini membahas hasil penelitian berupa perancangan dan implementasi aplikasi marketplace UMKM berbasis website pada usaha Kerupuk Lomang Bu Sita. Penyajian hasil penelitian tidak dipisahkan antara hasil dan pembahasan, melainkan diuraikan secara terintegrasi melalui analisis kebutuhan sistem, perancangan sistem, serta implementasi aplikasi yang telah dibangun. Setiap hasil yang diperoleh dianalisis dan diinterpretasikan untuk melihat keterkaitannya dengan tujuan penelitian serta relevansinya terhadap penelitian-penelitian sebelumnya.

1. Analisa Kebutuhan

Analisis kebutuhan sistem dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna terhadap aplikasi marketplace UMKM berbasis website pada usaha Kerupuk Lomang Bu Sita. Berdasarkan hasil analisis, sistem melibatkan dua aktor utama yang berinteraksi langsung dengan sistem, yaitu owner UMKM dan pengguna (*Costumer*). Pembagian aktor ini bertujuan untuk menyederhanakan alur sistem serta menyesuaikan dengan kebutuhan dan skala usaha UMKM.

1) Kebutuhan owner UMKM

Owner UMKM merupakan aktor yang memiliki hak akses penuh terhadap sistem. Aktor ini bertanggung jawab dalam mengelola seluruh informasi dan konten yang terdapat pada website marketplace Kerupuk Lomang Bu Sita.

Kebutuhan Owner/pemilik UMKM antara lain:

- a. *Owner* dapat melakukan login dan logout ke dalam sistem.
- b. *Owner* dapat mengelola profil usaha Kerupuk Lomang Bu Sita.
- c. *Owner* dapat menambahkan, mengubah, dan menghapus data produk.
- d. *Owner* dapat mengelola deskripsi, harga, dan stok produk.
- e. *Owner* dapat mengelola konten website seperti halaman beranda, tentang kami, dan testimoni.
- f. *Owner* dapat memantau interaksi pengguna melalui fitur hubungi kami.

Kebutuhan ini menunjukkan bahwa sistem dirancang untuk memudahkan pemilik UMKM dalam mengelola pemasaran produk secara digital tanpa memerlukan sistem yang kompleks.

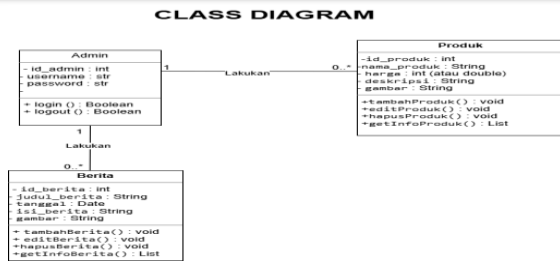
2) Kebutuhan Costumer

Costumer merupakan pengguna yang mengakses website untuk memperoleh informasi produk dan melakukan pemesanan. Sistem harus memberikan kemudahan akses informasi tanpa proses yang kompleks.

Kebutuhan Costumer antara lain:

- a. Costumer dapat mengakses halaman beranda tanpa harus login.
- b. Costumer dapat melihat informasi tentang usaha Kerupuk Lomang Bu Sita.
- c. Costumer dapat melihat daftar dan detail produk.
- d. Costumer dapat melihat testimoni pelanggan.
- e. Costumer dapat menghubungi pemilik UMKM melalui fitur hubungi kami yang terintegrasi dengan WhatsApp.

Kebutuhan Costumer ini dirancang untuk meningkatkan kenyamanan pengguna dalam memperoleh informasi produk serta mempermudah proses komunikasi dengan pemilik UMKM.



Gambar 3. Class diagram

3. Desain User Interface

Desain antarmuka pengguna (UI) yang dirancang dalam sistem marketplace ini dilakukan untuk menciptakan tampilan yang responsive, *user friendly*, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Tujuan dari perancangan UI adalah untuk memastikan sistem mudah digunakan serta mendukung pengalaman pengguna dalam transaksi penjualan secara online.

a. Halaman Login

Admin (pemilik usaha) diwajibkan memasukkan *username* dan *password* yang valid untuk produk.

Admin Login

Username

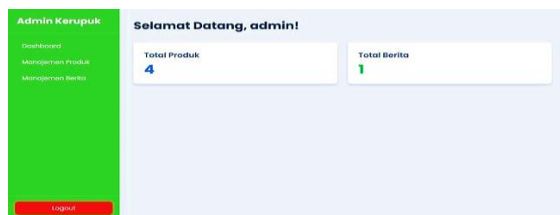
Password

Login

Gambar 4. Admin login

b. Halaman Beranda

Setelah berhasil *login*, admin diarahkan ke *Dashboard* utama. Halaman ini menampilkan ringkasan statistik sederhana, seperti "Total Produk" (4) dan "Total Berita" (1), serta menyediakan menu navigasi di sisi kiri (sidebar) untuk mengelola produk dan berita.



Gambar 5. Halaman beranda

c. Halaman Kelola Produk

Halaman ini menampilkan tabel daftar produk yang ada dalam sistem, lengkap dengan ID, Nama Produk, dan Harga. Pada halaman ini, admin dapat melakukan aksi pengelolaan data (*CRUD*) seperti menambah produk baru, mengedit informasi produk yang sudah ada, atau menghapus produk.



Gambar 6. Halaman kelola produk

d. Halaman Kelola Berita

Serupa dengan manajemen produk, halaman ini menampilkan daftar artikel berita yang telah diterbitkan beserta tanggal publikasinya. Admin memiliki kontrol penuh untuk menambah artikel baru, mengedit konten, atau menghapus berita guna menjaga informasi di website tetap aktual.



Gambar 7. Halaman kelola berita

e. Halaman beranda Customer

Halaman ini merupakan tampilan awal (*landing page*) yang dilihat pengunjung saat mengakses website. Terdapat *Hero Section* dengan judul utama "Kerupuk Lomang Balado Ibu Sita" dan slogan yang menarik perhatian. Halaman ini juga dilengkapi tombol *Call to Action* (CTA) bertuliskan "Cicipi Sekarang" untuk mengarahkan pengunjung melakukan pemesanan, serta fitur ikon WhatsApp melayang (*floating*

button) di pojok kiri bawah untuk akses komunikasi cepat.



Gambar 8. Halaman beranda customer

f. Halaman Tentang Kami

Halaman ini menyajikan narasi "Cerita di Balik Kerupuk Lomang" yang menjelaskan sejarah usaha, tradisi, dan komitmen kualitas dari dapur Ibu Sita. Tujuannya adalah membangun hubungan emosional dengan pelanggan melalui cerita pemberdayaan petani lokal dan penggunaan resep warisan keluarga.



Gambar 9. Halaman tentang kami

g. Halaman Katalog Produk dan pemesanan

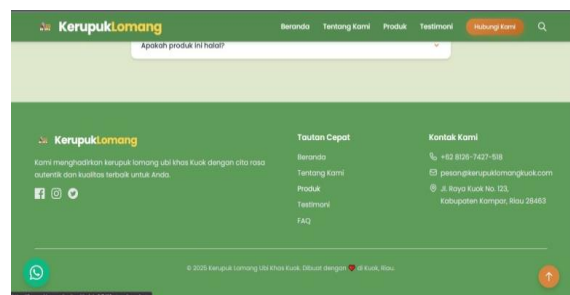
Halaman ini berfungsi sebagai etalase website pada halaman bagi customer yang dapat menampilkan produk (varian, harga dan cara pemesanan melalui aplikasi whatsapp yang otomatis terhubung dengan owner).



Gambar 10. Halaman katalog produk dan pemesanan

h. Halaman Informasi Kontak dan Footer

Bagian kaki website (*footer*) memuat informasi praktis yang lengkap, termasuk tautan cepat (*Quick Links*), FAQ, alamat lengkap lokasi usaha di Kabupaten Kampar, nomor telepon, email, serta tautan ke media sosial. Bagian ini memastikan pengunjung dapat dengan mudah menghubungi pemilik usaha.



Gambar 11. Halaman informasi dan kontak

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pembuatan sistem dengan metode prototype dalam rencang bangun aplikasi marketplace berbasis website bagi UMKM kerupuk lomang Bu Sita menghasilkan sistem yang sesuai dengann kebutuhan pengguna. Metode prototype menerapkan keterlibatan pengguna secara langsung sehingga sistem yang dibangun mampu mendukung proses pemasaran dan penjualan produk secara efektif dan efisien. Aplikasi marketplace yang dibangun menyediakan fitur utama berupa pengelolaan produk, transaksi pemesanan yang sudah terintegrasi. Dengan adanya sistem ini mampu meningkatkan efisiensi penjualan dan pemasaran produk dengan jangkauan wilayah yang lebih luas. Dengan demikian aplikasi marketplace berbasis website ini dapat menjadi solusi digital yang tepat dalam mendukung UMKM di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat

menjadi referensi bagi pengembangan sistem marketplace berbasis website bagi UMKM sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardana, F. B., Arwani, I., & Brata, D. W. (2025). *Pengembangan E-Commerce UMKM Berbasis Website (Studi Kasus: UMKM Desa Sukorejo , Kecamatan Gandusari , Kabupaten Trenggalek)*. 9(6), 1–10.
- Azhar, I. T. (Politeknik N. M., & Rini, A. (U. P. K. M. (2023). *Rancang Bangun Website Ekatalog Sekarpuro*. 29–38.
- Malius, H., Ali, A., Dani, H., Studi, P., Informatika, T., Teknik, F., Andi, U., & Palopo, D. (2021). *Sistem Informasi Sekolah Berbasis Web Pada Sekolah Dasar Negeri (Sdn) 109 Seriti*. 1(3), 156–168.
- Oktavian, I., Susena, E., & Surakarta, P. I. (2025). *Pengembangan Sistem E-Commerce Berbasis Web untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Pasar Digital*. 53–61.
- Pintor, S., Patirol, S., Aryani, D., & Rekarti, E. (2023). *Peningkatan pengetahuan marketplace pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan website education marketplace data dari website Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik*. 6(204), 12–26.
<https://doi.org/10.33474/jipemas.v6i1.19282>
- Riset, J., Silviawati, S., Wibawa, E. S., Wardani, N. A., & Wahyuning, S. (2025). *Peran E-Commerce dalam Transformasi Digital UMKM Indonesia : Sebuah Kajian Literatur*. 3.
- Rusnedy, H., Marwa, S., Adeswastoto, H., Joko, R., Yusmita, Y., & Librianty, N. (2025). *Sosialisasi Penggunaan Website Sebagai Media Promosi UMKM di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar*. 3(4), 1134–1138.
- setyawan Shandy didiary, chotijah umi. (2023). *Rancang Bangun Sistem Pendaftaran Event*. 6(2), 222–230.
- Sidiq, M., Rohayati, T., Studi, P., Informasi, S., Teknik, F., & Galuh, U. (2023). *Perancangan Aplikasi Penjualan Berbasis Web Dengan Metode Prototyping Pada*. 9(1), 76–83.
- Susanti, E. D., & Nurhidayah, M. P. (2025). *Jurnal Sinabis*. 1, 1306–1311.
- Syukron, A., Saputro, E., & Widodo, P. (2023). *Penerapan Metode Prototype Pada Perancangan Sistem Informasi Koperasi Simpan Pinjam Berbasis Website*. 3(1), 21–28.