

**PERANCANGAN BISNIS APLIKASI E-COMMERCE UNTUK
(UMKM)**



Disusun oleh:

NAJJAH EMIRA ZAHWA

20106050053

PROGRAM STUDI INFORMATIKA

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 540971 Fax. (0274) 519739 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1594/U.n.02/DST/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : Perancangan Bisnis Aplikasi E-commerce untuk UMKM

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NAJJAH EMIRA ZAHWA
Nomor Induk Mahasiswa : 20106050053
Telah diujikan pada : Rabu, 14 Agustus 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sirkang

Dr. Agus Mulyanto, S.Si., M.Kom., ASEAN Eng.
SIGNED

Vakid: 6681a28c360



Penguji I

Ir. Maria Ulfah Siregar, S.Kom., MIT., Ph.D.
SIGNED

Vakid: 665f72a1484



Penguji II

Dwi Otik Kurniawati, M.Eng.
SIGNED

Vakid: 665a1f1a628



Yogyakarta, 14 Agustus 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

Prof. Dr. Dra. Hj. Khuzul Wulati, M.Si.
SIGNED

Vakid: 662b9852a60

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Najjah Emira Zahwa

NIM : 20106050053

Program Studi : Informatika

Fakultas : Sains dan Teknologi

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi dan sesungguhnya skripsi ini merupakan hasil pekerjaan penulis sendiri sepanjang pengetahuan penulis, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali bagian tertentu yang penulis ambil sebagai bahan acuan. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 9 Agustus 2024



Najjah Emira Zahwa

SURAT PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan Skripsi / Tugas Akhir

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Najjah Emira Zahwa

NIM : 20106050053

Judul Skripsi : Perancangan Bisnis Aplikasi E-commerce untuk UMKM

Sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Informatika Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Informatika.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 9 Agustus 2024



Dr. Agus Mulyanto, S.Si., M.Kom., ASEAN Eng.
NIP. 197108231999031003

PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR

Tugas akhir ini tidak dipublikasikan, tetapi tersedia di perpustakaan dalam lingkungan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, diperkenankan dipakai sebagai referensi kepustakaan, tetapi pengutipan harus seizin penyusun, dan harus menyebutkan sumbernya sesuai dengan kebiasaan ilmiah. Dokumen tugas akhir ini merupakan hak milik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



ABSTRAK

UMKM banyak menghadapi tantangan dalam menjalankan usahanya, mulai dari keterbatasan modal, keterbatasan akses pasar, kurangnya pengetahuan mengenai teknologi. Sehingga banyak UMKM yang masih dikelola secara manual dan tradisional. Dalam era digital ini, banyak UMKM yang belum memiliki pengetahuan atau sumber daya untuk membangun dan mengelola platform *e-commerce* mereka sendiri. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan perancangan UI/UX aplikasi *e-commerce* untuk UMKM, meningkatkan akses pasar, efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan.

UMKMart adalah aplikasi belanja online yang dikhususkan untuk UMKM di Indonesia, menawarkan kemudahan bagi UMKM dalam memasarkan produk secara efisien dan terjangkau melalui media *e-commerce*. UMKMart dirancang sebagai user-friendly dan fungsional dengan fitur-fitur seperti, katalog produk, sistem pembayaran terintegrasi, pelacakan pesanan, dan analisis penjualan. Penelitian ini juga bertujuan untuk menilai kelayakan pengembangan sistem tersebut dari perspektif industri, analisis pasar dan pemasaran, proyeksi penjualan.

UMKMart ini diharapkan dapat membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan mengoptimalkan operasional bisnis mereka. Aplikasi ini memberikan solusi yang efektif dan terjangkau dalam mengatasi masalah yang terjadi pada UMKM.

Kata Kunci: UMKM, *E-commerce*, UMKMart, Teknologi dan Penjualan



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

UMKM face many challenges in running their businesses, ranging from limited capital, limited market access, lack of knowledge about technology. So that many UMKM are still managed manually and traditionally. In this digital era, many UMKM do not have the knowledge or resources to build and manage their own e-commerce platforms. Therefore, this research aims to produce UI/UX design of e-commerce applications for UMKM, improving market access, operational efficiency and customer experience.

UMKMart is an online shopping application specialized for UMKM in Indonesia, offering convenience for UMKM in marketing products efficiently and affordably through e-commerce media. UMKMart is designed as user-friendly and functional with features such as, product catalog, integrated payment system, order tracking, and sales analysis. This research also aims to assess the feasibility of developing such a system from an industry perspective, market and marketing analysis, sales projections.

UMKMart is expected to help UMKM in expanding their market reach, increasing sales, and optimizing their business operations. This application provides an effective and affordable solution in overcoming the problems that in UMKM.

Keyword: UMKM, E-commerce, UMKMart, Technology and Sales

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta inayahnya kepada hamba-hamba-nya. Shalawat serta salam kita haturkan kepada *nabiyullah* Muhammad SAW, yang telah membawa islam sampai saat ini. Atas izin Allah, *Alhamdulillah* akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “**Perancangan Bisnis Aplikasi E-commerce untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**”. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat menghasilkan karya selanjutnya yang lebih baik. Proses penulisan tugas akhir ini tentu banyak mendapatkan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Diri sendiri. Terimakasih kepada diri sendiri yang sudah memperjuangkan semuanya. Terimakasih sudah bertahan dan berjuang sejauh ini, sudah mengorbankan banyak hal. Tetap bertahan untuk hal-hal baik yang akan terjadi kedepannya.
2. Prof. Noorhaidi, M.A, M.Phil., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Prof. Dr., Dra., Hj. Khurul Wardani, M.si. selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ir. Maria Ulfah Siregar, S.Kom., MIT., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Informatika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

5. Dwi Otik Kurniawati, M.Eng. selaku Sekretaris Program Studi Informatika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Dr. Agus Mulyanto, S.Si., M.Kom., ASEAN Eng. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan dukungan, bimbingan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
7. Kepada seluruh bapak dan ibu dosen Fakultas Sains dan Teknologi yang telah memberikan ilmunya kepada mahasiswa-mahasiswi sains dan teknologi serta seluruh civitas akademika UIN Sunan Kalijaga.
8. Ucapan terimakasih yang tiada henti kepada kedua orang tua yang sangat penulis cintai, sayangi dan penulis banggakan Bapak Jawad Akrom dan Ibu Endang Fatmawati yang telah memberikan do'a, cinta, semangat serta dukungan secara penuh kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Kakak-kakak dan adik penulis yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis. Mba Vina Akfa Dyani, S.H., M.Kn Mas Vijay Asya Beetay Seer, S.Ag., M.Ag Mba Farah Asyifi El-Khanna, S.E dan adik penulis Vandim Asyifudin Akrom yang tak pernah bosan memberikan kasih sayang dan doa serta semangat kepada penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Mamah Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A. dan papa Heri Prasetyo yang telah menjadi orang tua bagi penulis selama di Jogja. Terimakasih telah menjadi motivator dan inspirator bagi penulis untuk lebih baik.

11. Kepada keluarga besar penulis yang telah banyak memberikan dukungan baik moril maupun materil. terimakasih atas segala dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Kepada sepupu sekaligus sahabat penulis Nesytia Amara Bilqis yang telah kebersamai perjalanan penulis, yang selalu mendukung dan memberi semangat kepada penulis. Tak lupa kepada Fatma Nurhayati terimakasih telah menjadi sahabat penulis yang senantiasa mengingatkan kepada kebaikan.
13. Kepada Rich Aunty (Ika, Buna Mila, Mei, dan Silma) yang telah kebersamai penulis selama ini, terimakasih atas segala bantuan dan dukungan yang diberikan kepada penulis.
14. Kepada seluruh mahasiswa Informatika Angkatan 2020 telah menjadi tempat berproses dan tempat berbagi ilmu dan wawasan. Terimakasih atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis.
15. Kepada boygroup K-Pop BTS (Namjoon, Seokjin, Yoongi, Hoseok, Jimin, Taehyung, Jungkook) dan boygroup Seventeen (Seungcheol, Jeonghan, Jisoo, Junhui, Soonyoung, Wonwoo, Jihoon, Myungho, Mingyu, Seokmin, Seungkwan, Hansol, Chan) terimakasih atas kehadiran kalian di hidup penulis, dan telah kebersamai penulis ketika berada di titik terberat dan sulit. Memberikan kembali semangat kepada penulis melalui lagu serta *content* yang menghibur.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada kedua orang tua dan keluarga yang sangat dan selalu saya sayangi dan cintai.

Saya persembahkan juga untuk diri sendiri yang sudah banyak melewati kesulitan,
I did it.



MOTTO

“Tuhanmu tidak meninggalkanmu dan tidak membencimu” ~ Surah ad-Dhuha:3

“Jangan terlalu dikejar, jika memang jalannya pasti Allah memperlancar, karena yang menjadi takdirmu akan mencari jalannya untuk memelukmu”

~ Ali bin Abi Thalib

“Believe in yourself and all your possibilities even the small once ~ Kim Namjoon

You’ve shown me i have reasons, I should love myself. (I’m learning how to love myself)” ~ BTS - Answer: Love Myself

“Di dalam duniamu kamu adalah kamu, seseorang yang sangat berharga”

~ SVT - Kidult

“Gemuruh ombakmu menenangkan, hingga aku ingin tenggelam bersamanya” ~

“Bright After Rain” ~ Choi Seungcheol

“We’re Not Perfect, but That’s Okay” ~ Jeon Wonwoo

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
SURAT PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
MOTTO.....	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan.....	2
1.5 Manfaat.....	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA	4
2.1 Tinjauan Pustaka.....	4
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN BISNIS	20
3.1 Tahap Analisis Industri.....	20
3.2 Tahap Penetapan Deskripsi Perusahaan	21
3.3 Tahap Analisis Pasar.....	22
3.4 Tahap Analisis Perekonomian Bisnis	23
3.5 Tahap Strategi Pemasaran.....	24
3.6 Tahap Pembuatan Desain dan Pengembangan	25
3.7 Tahap Analisis Rencana Operasi	25
3.8 Tahap Penentuan Jadwal Keseluruhan	25

3.9	Tahap Penetapan Proyeksi Keuangan.....	26
3.10	Tahap Analisis Kelayakan Usaha	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		30
4.1	Ringkasan Eksekutif.....	30
4.2	Analisis Industri	30
4.2.1	Ukuran Industri, Pertumbuhan Industri, dan Proyeksi Penjualan	31
4.2.2	Struktur Industri	38
4.2.3	Faktor Kunci Keberhasilan	40
4.2.4	Tren Industri.....	41
4.2.5	Prospek Jangka Panjang.....	41
4.3	Deskripsi Perusahaan	43
4.4	Analisis Pasar	44
4.4.1	Segmentasi Pasar.....	44
4.4.2	Analisis Kompetitor	46
4.4.3	Ukuran Pasar	46
4.5	Perekonomian Bisnis.....	46
4.5.1	Analisis Makroekonomi.....	46
4.5.2	Analisis Mikroekonomi.....	47
4.5.3	Proyeksi Pendapatan	47
4.6	Rencana Pemasaran.....	47
4.6.1	Pemahaman Target Market.....	48
4.6.2	Branding dan Positioning.....	48
4.6.3	Pemasaran Digital	48
4.6.4	Marketing Mix	48
4.7	Rencana Desain dan Pengembangan.....	49
4.7.1	Perancangan Aplikasi.....	49
4.7.2	User Interface Desktop.....	56

4.7.3	User Interface Mobile	64
4.8	Rencana Operasi.....	70
4.8.1	Pendekatan Umum untuk Operasi.....	70
4.8.2	Fasilitas dan Peralatan.....	71
4.8.3	Sumber Daya Manusia	72
4.8.4	Status dan Tugas Pengembangan	72
4.8.5	Tantangan dan Resiko	74
4.8.6	Proyeksi Biaya Pengembangan.....	74
4.9	Jadwal Keseluruhan.....	77
4.10	Proyeksi Keuangan.....	79
4.10.1	Laporan Sumber dan Penggunaan Dana	79
4.10.2	Laporan Laba Rugi Proforma.....	79
4.11	Analisis Kelayakan Usaha	80
4.11.1	Break Even Point (BEP).....	80
4.11.2	Payback Period (PP).....	81
4.11.3	Net Present Value (NPV)	81
4.11.4	Internal Rate Return (IRR).....	82
BAB V PENUTUP		95
5.1	KESIMPULAN	95
5.2	SARAN	96
DAFTAR PUSTAKA		95
CURRICULUM VITAE		97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Jumlah UMKM ekosistem digital	33
Gambar 4. 2 Jumlah UMKM di Indonesia 2022.....	34
Gambar 4. 3 Logo UMKMart	43
Gambar 4. 4 Use Case Diagram.....	50
Gambar 4. 5 DFD level 0	51
Gambar 4. 6 DFD level 1	52
Gambar 4. 7 DFD level 2 login.....	52
Gambar 4. 8 DFD level 2 kelola produk.....	53
Gambar 4. 9 DFD 2 kelola data penjualan.....	53
Gambar 4. 10 DFD 2 kelola data penjualan.....	54
Gambar 4. 11 DFD level 2 mencari UMKM	54
Gambar 4. 12 DFD level 2 rating dan ulasan.....	55
Gambar 4. 13 Form registrasi.....	56
Gambar 4. 14 Form login.....	56
Gambar 4. 15 Form membuat toko	57
Gambar 4. 16 Halaman utama pembeli.....	58
Gambar 4. 17 Dashboard.....	58
Gambar 4. 18 Data user.....	59
Gambar 4. 19 Data penjualan.....	60
Gambar 4. 20 Data UMKM	60
Gambar 4. 21 Profil UMKM.....	61
Gambar 4. 22 Rating dan Ulasan	62
Gambar 4. 23 Tambahkan rating dan ulasan	63
Gambar 4. 24 UI Splash screen.....	64
Gambar 4. 25 UI Form Registrasi dan Login.....	64
Gambar 4. 26 UI Form Membuat Toko.....	65
Gambar 4. 27 UI Form Membuat Toko.....	65
Gambar 4. 28 UI Menu home	66
Gambar 4. 29 UI Dashboard	67

Gambar 4. 30 UI Data User.....	67
Gambar 4. 31 UI Data penjualan.....	68
Gambar 4. 32 UI Data UMKM	69
Gambar 4. 33 UI Profil UMKM.....	69
Gambar 4. 34 UI Rating dan ulasan.....	70



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Data UMKM	31
Tabel 4. 2 Proyeksi Pelanggan Tahun 2026 di Pulau Jawa	34
Tabel 4. 3 Proyeksi Pelanggan Tahun 2027 di Pulau Jawa	35
Tabel 4. 4 Proyeksi Pelanggan Tahun 2028 di Pulau Jawa	35
Tabel 4. 5 Proyeksi Pelanggan Tahun 2029 di Pulau Jawa	36
Tabel 4. 6 Proyeksi Pelanggan Tahun 2030 di Pulau Jawa	36
Tabel 4. 7 Proyeksi Pelanggan Tahun 2031 di Pulau Jawa	37
Tabel 4. 8 Proyeksi Pelanggan Tahun 2032 di Pulau Jawa	37
Tabel 4. 9 Kelebihan dan Kekurangan Kompetitor.....	38
Tabel 4. 10 Status dan Tugas Pengembangan	73
Tabel 4. 11 Biaya Pembuatan Aplikasi.....	75
Tabel 4. 12 Proyeksi Biaya Operasional	75
Tabel 4. 13 Proyeksi Biaya Tetap.....	76
Tabel 4. 14 Proyeksi Biaya Variabel	77
Tabel 4. 15 Jadwal Keseluruhan Proyek	77
Tabel 4. 16 Penggunaan dana.....	79
Tabel 4. 17 Laporan Laba Rugi Proforma.....	80
Tabel 4. 18 Analisis Kelayakan.....	83

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

E-commerce atau perdagangan elektronik telah mengubah cara bisnis di seluruh dunia. Dalam beberapa dekade terakhir, *e-commerce* telah berkembang pesat dan telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang paling cepat berkembang di dunia. Hal ini disebabkan oleh kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah pada penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. *E-commerce* memungkinkan pengguna untuk berbelanja online dengan mudah, memungkinkan pengusaha untuk memperluas jangkauan produk mereka dan meningkatkan daya saing mereka di pasar global. [1]

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas pada Masyarakat. UMKM mampu berperan dalam proses pemerataan dan meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. [2] Namun UMKM menghadapi tantangan dalam menjalankan usahanya, mulai dari keterbatasan modal, keterbatasan akses pasar, kurangnya pengetahuan mengenai teknologi. Sehingga banyak UMKM yang masih dikelola secara manual dan tradisional yang membatasi jangkauan pasar mereka. Dalam era digital ini, banyak UMKM yang belum memiliki pengetahuan atau sumber daya untuk membangun dan mengelola platform *e-commerce* mereka sendiri.

Oleh karena itu, tujuan dari perancangan aplikasi *e-commerce* ini untuk menyediakan platform yang mudah digunakan bagi UMKM dalam menjual produk mereka secara online. Aplikasi ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan, akses pasar, dan efisiensi operasional, serta dapat memberikan solusi yang efektif dan terjangkau dalam mengatasi masalah yang terjadi pada UMKM.

Aplikasi *e-commerce* ini nantinya diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat bagi UMKM. Seperti, meningkatkan jangkauan pasar sehingga pelaku

UMKM dapat menjual produk mereka di seluruh wilayah bahkan secara global. Meningkatkan pelayanan pelanggan sehingga pelanggan dapat dengan mudah mengakses informasi produk, melakukan pemesanan, dan melacak pemesanan.

Aplikasi ini dirancang untuk dapat digunakan oleh berbagai jenis UMKM, seperti bisnis makanan, pakaian, hingga fashion. Pada perancangan aplikasi ini mencakup fitur inti seperti manajemen produk, keranjang belanja, sistem pembayaran, pelacakan pesanan, dan layanan pelanggan

Peningkatan bisnis *e-commerce* ini diharapkan bisa membantu usaha para pelaku UMKM. *E-commerce* dapat menjadi peluang besar untuk pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnisnya serta memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga menembus ekspor.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan dalam rumusan masalah ialah *bagaimana merancang aplikasi e-commerce untuk memudahkan UMKM dalam memasarkan produk mereka?*

1.3 Batasan Masalah

1. Sistem meliputi proses bisnis pada usaha jual beli.
2. Hasil dari tugas akhir ini berupa perancangan UI/UX.
3. Sistem dapat memberikan informasi mengenai laporan penjualan, pembelian, dan stok barang.
4. Sistem dapat memberikan informasi mengenai pengguna.

1.4 Tujuan

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menghasilkan perancangan UI/UX aplikasi *e-commerce* untuk UMKM serta meningkatkan akses pasar, efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan UMKM.

1.5 Manfaat

1. Aplikasi *e-commerce* yang dirancang dapat membantu UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan penjualan,
2. Meningkatkan efisiensi operasional UMKM melalui fitur-fitur yang ditawarkan aplikasi.
3. UMKM dapat meningkatkan daya saing di pasar.
4. Sebagai referensi developer dalam membangun aplikasi *e-commerce* untuk UMKM.



BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Perancangan bisnis aplikasi e-commerce merupakan usaha yang dikhususkan untuk UMKM di Indonesia, menawarkan kemudahan bagi UMKM dalam memasarkan produk mereka secara luas melalui media *e-commerce*. Dengan adopsi teknologi, biaya implementasi lebih rendah, dan fitur yang mudah digunakan, membuat bisnis ini mampu bersaing di pasaran.

Pada analisis bisnis yang telah dilakukan, aplikasi UMKMart mengalami peningkatan penjualan sekitar 20%-50% setiap tahunnya. Dengan mengoptimalkan proses bisnis dan adopsi teknologi, bisnis ini mampu membantu perekonomian UMKM khususnya, untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatnya pendapatan setiap tahunnya

Berdasarkan analisis kelayakan usaha pada bisnis aplikasi UMKMart, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis kelayakan usaha pada *Break Even Point* (BEP) menunjukkan bisnis aplikasi UMKMart layak untuk dijalankan. Dikarenakan laba yang didapatkan lebih besar dari nilai *Break Even Point*.
2. Analisis perhitungan *Payback Period* (PP) pada bisnis UMKMart menghasilkan bahwa waktu yang dibutuhkan untuk pengembalian atas investasi adalah 0,84 atau 1 tahun. Maka dapat disimpulkan bisnis layak dijalankan.
3. Nilai *Net Present Value* (NPV) pada bisnis UMKMart adalah positif, diperoleh nilai sebesar Rp 388.638.452. Berdasarkan nilai yang didapat maka bisnis layak untuk dijalankan.
4. Perhitungan *Internal Rate of Return* (IRR) 19,18% lebih besar dari perkiraan tingkat suku bunga yaitu 10%. Sehingga bisnis layak dijalankan.

5.2 SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh beberapa saran. Sebagai berikut:

1. Melakukan implementasi menyeluruh dari rancangan bisnis ini.
2. Melakukan inovasi dan pengembangan secara berkala.
3. Melakukan proyeksi keuangan secara lebih matang.
4. Membangun *brand image* agar UMKMart lebih dikenal secara lebih luas oleh Masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. B. Prasetyo, “Pengaruh E-Commerce dalam Dunia Bisnis,” vol. 1, no. 1, pp. 1–12, 2023.
- [2] L. Hanim and M. Noorman, *UMKM & Bentuk-bentuk Usaha*. 2018.
- [3] N. ERIDIAR, “Rancang Bangun Website E-commerce UMKM Bismillah Distributor Berdasarkan Product Knowledge,” UNIVERSITAS DINAMIKA, 2024.
- [4] Rianto and Ari Kusuma Wardana, “Pemodelan Data Flow Diagram untuk Aplikasi Web Pendukung Kegiatan E-Business dan Direktori Bisnis UMKM,” *J. Din. Inform.*, vol. 8, no. 2, pp. 1–16, 2019.
- [5] A. R. Bungsu, “Rancang Bangun Aplikasi E-commerce Berbasis Website Pada UMKM Batu Akik Mandiri Surabaya,” *Modul Biokimia Mater. Metab. Lemak, Daur Asam Sitrat, Fosforilasi Oksidatif Dan Jalur Pentosa Fosfat*, pp. 1–57, 2021.
- [6] W. Ismayanti and Sewaka, “Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Pada Umkm Berbasis Web Sebagai Sarana Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk (Studi Kasus : Umkm Hoki Donut’S),” *J. Artif. Intell. Innov. Appl.*, vol. 2, no. 4, pp. 292–299, 2021, [Online]. Available: <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JOAIIA/index>
- [7] A. J. Bahruly, “Rancang Bangun Sistem E-commerce Marketplace Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Website,” pp. 1–132, 2019.
- [8] A. Rahmadhani, A. Septiawan, B. A. Bhagaskara, and A. D. W. Sumari, “Aplikasi Penolong Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk Penjualan Melalui e-Commerce,” *Aiti*, vol. 20, no. 1, pp. 1–16, 2023, doi: 10.24246/aiti.v20i1.48-63.
- [9] P. Dono Saputro, “Pemanfaatan E-Commerce Business To Consumer (B2C) Marketplace Untuk Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm),” *JKIE (Journal Knowl. Ind. Eng.)*, vol. 7, no. 1, pp. 1–10, 2020, doi: 10.35891/jkie.v7i1.2092.
- [10] Creativepreneurship, “Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia,” Binus University. [Online]. Available: <https://binus.ac.id/bandung/2020/11/peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia/>
- [11] Y. Septiani, E. Arribe, and R. Diansyah, “Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrab Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrab Pekanbaru),” vol. 3, no. 1, pp. 131–143, 2020.

- [12] A. Suwandi, "Analisis Pasar dan Pemasaran," *Angew. Chemie Int. Ed.* 6(11), 951–952., no. Tkt 304, pp. 1–16, 2019, [Online]. Available: <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf>
- [13] M. R. Rianto, A. Sulistyowati., W. W. Hidayat, C. Woestho., and C. Husadha., "Analisis Faktor Makro dan Mikro Ekonomi terhadap Harga Saham pada Sektor Perbankan yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (2013-2017)," *J. Ilm. Akunt. dan Manajemen(JIAM)*, vol. 15, No.2, no. 0216–7832, pp. 28–37, 2019.
- [14] D. Yanuar, "Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkal Pinang," *J. E-KOMBIS*, vol. II, no. 1, p. 41, 2016.
- [15] L. Narindro and H. Maya Topani, "Perencanaan Bisnis Sistem Informasi Percetakan Online Berbasis Aplikasi Web," *JIKA (Jurnal Inform.*, vol. 1, no. 2, 2017, doi: 10.31000/jika.v1i2.1396.
- [16] H. Maruta, "Analisis Break Even Point (Bep) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Bagi Manajemen," *J. Akuntansi Syariah*, vol. 2, no. 1, pp. 9–28, 2018.
- [17] R. Kurniawan, "Analisis Studi Kelayakan Keuangan Sentra Peningkatan Performa Olahraga Indonesia (SP2OI) di Menara Mandiri," vol. 2, no. 1, pp. 23–36, 2019.

