

## PERANCANGAN E-BUSINESS PADA UMKM DJADIBATIK MENGUNAKAN ANALISA SWOT DAN PESTEL

Pipin Yuliyanto<sup>1</sup>, Alphi Rinaldi Nalendra Mukti<sup>2</sup>, Putri Taqwa Prasetyaningrum<sup>3</sup>

<sup>123</sup> Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi,  
Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yogyakarta

<sup>1</sup>201210068@student.mercubuana-yogya.ac.id,

<sup>2</sup>201210090@student.mercubuana-yogya.ac.id, <sup>3</sup>putri@mercubuana-yogya.ac.id

### Abstrak

E-Business memberikan dampak bagi suatu perusahaan dalam memproses data internal dan eksternal dalam sistem secara online. Hal tersebut memiliki pengaruh dalam menjalankan sebuah bisnis terutama di sektor UMKM yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dan semakin meningkat juga para pelaku UMKM di Indonesia. Berbagai sektor dan jenis usaha yang dapat dikembangkan menjadikan potensi besar bagi pelaku UMKM dalam memulai sebuah bisnis yang dapat meningkatkan ekonomi pada masyarakat. Salah satu sektor UMKM yang layak di-kembangkan adalah batik, yang merupakan salah satu warisan bangsa Indonesia yang wajib di-jaga dan dilestarikan. DJADIBATIK merupakan pelaku UMKM yang menjadikan batik sebagai se-buah bisnis dengan menggabungkan dua budaya, yaitu budaya Indonesia dengan budaya Korea Selatan yaitu hanbok. Inovasi dan ide kreatif tersebut dikembangkan karena karena keduanya cukup memiliki persamaan dalam segi tampilan dan gaya busana. Akan tetapi dengan seiring pertumbuhan UMKM akan diikuti pula dengan bertambahnya jumlah pelaku UMKM yang akan menimbulkan persaingan pada bidang bisnis yang sama. Oleh karena itu, kemungkinan yang muncul tersebut menjadikan para pelaku UMKM perlu inovasi dan berpikir kreatif agar dapat ber-saing secara sehat dengan para pelaku UMKM yang lainnya ialah dengan memanfaatkan tekno-logi informasi sebagai alat dalam mengembangkan bisnis dan meningkatkan pendapatan. Obser-vasi dilakukan dalam memahami proses bisnis dan tantangan yang dihadapi DJADIBATIK, dimana arus penjualan produk hanya dilakukan dengan platform pihak ketiga dan memerlukan solusi dalam memperkenalkan produk dan perluasan segmentasi pasar. Metode penelitian ini menggunakan Analisa SWOT dan PESTEL untuk mengetahui strategi bisnis pada UMKM DJADIBATIK. Penelitian ini menghasilkan perancangan konsep E-business yang berbasis websi-te berdasarkan kebutuhan UMKM DJADIBATIK tersebut.

**Kata kunci:** E-Business, Perancangan, UMKM DJADIBATIK, SWOT, dan PESTEL

### Abstract

E-Business has an impact on a company in processing internal and external data in an online system. This has an influence on running a business, especially in the MSME sector which has increased from year to year and also increasing MSME actors in Indonesia. Various sectors and types of businesses that can be developed make great potential for MSME players in starting a business that can improve the economy in society. One of the MSME sectors that deserves to be developed is batik, which is one of the heritages of the Indonesian nation that must be protect-ed and preserved. DJADIBATIK is an MSME actor who makes batik a business by combining two cultures, namely Indonesian culture and South Korean culture, namely hanbok. These innovati-ons and creative ideas were developed because both of them had similarities in terms of ap-pearance and fashion style. However, along with the growth of MSMEs, it will also be followed by an increase in the number of MSME actors which will lead to competition in the same business sector. Therefore, the possibility that arises makes MSME actors need to innovate and think crea-tively in order to compete in a healthy manner with other MSME actors by utilizing information technology as a tool in developing business and increasing income. Observations were made in order to understand the business processes and challenges faced by DJADIBATIK, where the flow of product sales is only carried out with third party platforms and requires solutions in intro-ducing products and expanding market segmentation. This research method uses SWOT and PESTEL analysis to find out the business strategy of DJADIBATIK

SMEs. This research resulted in the design of a website-based E-business concept based on the needs of the DJADIBATIK UMKM

**Keywords:** *E-Business, Design, MSME DJADIBATIK, SWOT, and PESTEL*

## 1. Pendahuluan

Menurut (Ilmi, Aradea, & Aldya, 2019) E-Business merupakan suatu kegiatan bisnis yang dilakukan secara otomatis dan juga semi otomatis dengan menggunakan sistem informasi yang terkomputerisasi. E-Business memungkinkan suatu perusahaan memiliki sistem yang mampu melakukan proses data internal dan eksternal secara lebih efektif dan efisien. Dimana mulai dari proses pemesanan barang, konfirmasi pembayaran, hingga konfirmasi pengiriman barang tersebut telah sampai di tangan konsumen akan dilakukan secara elektronik (online). E-Business memiliki karakteristik dan tujuan yang sama dengan bisnis konvensional yang melakukan kegiatan transaksi jual dan beli, namun yang memberikan perbedaan besar ialah E-Business memiliki cakupan yang lebih luas dan lebih fleksibel jika dibandingkan dengan bisnis yang dilakukan secara konvensional. Tujuan pengimplementasian E-Business ialah menunjang dan mendukung efektifitas dan efisiensi dalam pengolahan sebuah data Sumber Daya Manusia (SDM), keuangan, serta *supply chain management*. Di samping untuk menunjang kebutuhan bisnis, E-Business juga berfungsi sebagai sarana komunikasi dan informasi bagi *stakeholder* ataupun masyarakat luas untuk lebih mengenal terkait bisnis yang dijalankan dengan basis internet yang dapat diakses siapa saja, dimana saja dan kapan saja.

DJADIBATIK merupakan sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang tergerak pada dunia fashion (pakaian dan aksesoris) dengan memanfaatkan batik sebagai bahan utama yang digunakan. Dimana DJADIBATIK menggabungkan dua budaya antara budaya Indonesia yaitu batik dan budaya Korea Selatan yaitu hanbok. DJADIBATIK masih belum cukup dikenal oleh masyarakat luas dengan proses pengenalan produk dan alur penjualan produk yang ada masih dilakukan dengan melalui platform/aplikasi pihak ketiga dan belum memiliki website sendiri dalam proses bisnis.

Observasi terhadap DJADIBATIK jika dilihat dari alur proses pemesanan, periklanan, pemberian harga dan etalase toko masih belum didukung pemanfaatan tek-

nologi informasi yang sesuai atau layak. Maka diperlukan pembuatan sebuah perancangan E-Business untuk menampung semua permintaan pelanggan dan menjalin komunikasi yang baik dengan para pelanggan demi terciptanya loyalitas pelanggan. Dari latar belakang yang telah dijabarkan diatas, penelitian dengan judul "**Perancangan E-Business pada UMKM DJADIBATIK**" sangat menarik untuk dikaji dan layak untuk diangkat sebagai tema penelitian tugas akhir semester.

## 2. Tinjauan Pustaka

### A. Batik

Batik ditetapkan sebagai salah satu warisan budaya Indonesia yang sudah di-sahkan oleh UNESCO sebagai salah satu warisan budaya dunia sejak 2 Oktober 2009. Bangsa ini patut untuk melestarikan warisan budaya tak benda (Batik) ini agar generasi selanjutnya dapat menikmati dan menggunakan corak khas tradisional dan keberlangsungan batik dapat hidup dari zaman ke zaman sebagai warisan bangsa Indonesia.

### B. E-Business

E-business adalah salah satu contoh dari strategi berbasis teknologi internet yang dapat membantu pelaku usaha untuk berkomunikasi dan mendistribusikan barang dan jasanya kepada konsumen. E-business sendiri bisa didefinisikan sebagai penggunaan teknologi internet untuk meningkatkan performa dari proses bisnis yang meliputi penjualan dan pembelian produk dan jasa melalui situs web yang melibatkan stakeholder seperti konsumen, pemilik usaha, vendor dan pemasok.

### C. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*), dan peluang (*Opportunity*) dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Jadi, analisis SWOT adalah analisis yang membandingkan antara faktor internal dengan faktor eksternal yang akan mencapai titik temu dalam penentuan keputusan.

#### D. Analisa PEST/PESTEL (*Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal*)

Menurut Ward dan Peppard (2002), analisis PEST/PESTEL adalah analisis terhadap faktor lingkungan eksternal bisnis meliputi politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan dan hukum atau legalitas. Analisis PEST/PESTEL digunakan untuk menilai pasar dari suatu unit bisnis atau unit organisasi. Arah analisis PEST adalah kerangka untuk menilai sesuai situasi, dan menilai strategi atau posisi arah perusahaan, rencana pemasaran atau ide. Dimana analisis ini dapat diambil suatu peluang atau ancaman baru bagi perusahaan

### 3. Metode Penelitian

Tahapan yang akan dilakukan dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 tahap bagian, yaitu tahap pendahuluan (Studi literatur, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta landasan teori), tahap perancangan (pengumpulan data dan pembuatan perancangan E-Business), dan tahap akhir (Evaluasi/analisa, kesimpulan).

#### 3.1. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini mengumpulkan data yang digunakan dari data sekunder yang diperoleh secara tidak langsung dari platform/aplikasi pihak ketiga yang digunakan oleh DJADIBATIK. Pengambilan data-data yang digunakan juga berasal dari sumber yang relevan dan hasil publikasi yang dilakukan oleh pihak terkait.

#### 3.2. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan Analisa yang digunakan sebagai salah satu perencanaan strategis dalam penentuan keputusan bisnis dan dari setiap strategi bisnis yang sudah dibuat dan menjelaskan mengenai kekuatan (*Strengths*), dan peluang (*Opportunity*) dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*) dari UMKM DJADIBATIK.

#### 3.3. Analisis PEST/PESTEL

Analisis PEST/PESTEL yang meliputi beberapa faktor yaitu politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, serta legalitas/hukum merupakan analisis yang dilakukan pada lingkungan eksternal suatu organisasi atau perusahaan yang dapat mem-

pengaruhi aktivitas atau kinerja bisnis dari organisasi atau perusahaan tersebut. Analisis PEST dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menggambarkan informasi tentang faktor eksternal yang dalam proses pengembangan bisnis.

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### 4.1. Analisa SWOT

Analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis untuk mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam usaha mencapai tujuan, yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*), baik itu tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Pembuatan analisis SWOT melibatkan tujuan bisnis yang spesifik dan identifikasi faktor internal-eksternal untuk mencapai tujuan tersebut. Berikut ini tabel dari pemetaan matriks Analisa SWOT pada penelitian yang berjudul “Perancangan E-Business pada UMKM DJADIBATIK” sebagai berikut.

Tabel 1 Analisis SWOT (S-O)

Faktor Eksternal	OPPORTUNITY (PELUANG)				
	Terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat.	Terbuka peluang pasar internasional dengan keunikan budaya yang ditampilkan.	Dukungan pemerintah terhadap UMKM meningkat.	Mode dalam dunia fashion mengalami perkembangan	Pelestarian batik sebagai warisan bangsa tetap terjaga
Faktor Internal	1	2	3	4	5
STRENGTH (KEKUATAN)	STRATEGIS-O				
Kolaborasi 2 (dua) kebudayaan yang berbeda.	1	1. Memanfaatkan kolaborasi dua kebudayaan yang berbeda untuk meningkatkan peluang pasar internasional dengan keunikan budaya yang ditampilkan tersebut. (S1-O2)			
Keunikan motif dan nilai filosofi produk.	2	2. Memanfaatkan penyerapan tenaga kerja dari masyarakat setempat untuk meningkatkan keterbukaan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat daerah setempat (S3-O1)			
Penyerapan tenaga kerja dari masyarakat setempat.	3	3. Memanfaatkan inovasi-inovasi baru dari keberagaman motif batik yang diproduksi untuk meningkatkan dukungan pemerintah terhadap perkembangan UMKM (S5-O3)			
Menggunakan kualitas bahan yang terbaik.	4	4. Memanfaatkan kualitas bahan yang terbaik untuk meningkatkan terjaganya pelestarian batik sebagai warisan bangsa (S4-O5)			
Inovasi motif batik dari produk yang beragam.	5	5. Memanfaatkan keunikan motif dan nilai filosofi produk untuk meningkatkan perkembangan mode/tren dalam dunia fashion (S2-O4)			

Tabel 2 Analisis SWOT (S-T)

Faktor Eksternal	THREAT (ANCAMAN)			
	Persaingan pasar dengan produk tekstil lain tinggi	Menurunnya daya beli karena produksi yang terbatas	Produk dikerjakan secara manual yang tinggi kesalahannya	Daya minat pembeli masih rendah.
Faktor Internal	1	2	3	4
STRENGTH (KEKUATAN)		STRATEGI S-T		
Kolaborasi 2 (dua) kebudayaan yang berbeda.	1	1. Memanfaatkan keunikan motif dan nilai filosofi produk untuk mengatasi persaingan pasar dengan produk tekstil lain tinggi (S2-T1)		
Keunikan motif dan nilai filosofi produk.	2	2. Memanfaatkan penyerapan tenaga kerja dari masyarakat setempat dan penggunaan kualitas bahan terbaik untuk mengatasi menurunnya daya beli karena jumlah produksi yang terbatas (S3;S4-T-2)		
Penyerapan tenaga kerja dari masyarakat setempat.	3	3. Memanfaatkan kolaborasi dari dua kebudayaan yang berbeda dan inovasi motif batik dari produk yang beragam untuk mengatasi daya minat pembeli yang masih rendah (S1;S5-T4)		
Menggunakan kualitas bahan yang terbaik.	4	4. Memanfaatkan penyerapan tenaga kerja dari masyarakat setempat untuk mengatasi tingginya kesalahan produk yang dikerjakan secara manual (S3-T3)		
Inovasi motif batik dari produk yang beragam	5			

Tabel 3 Analisis SWOT (W-O)

Faktor Eksternal	OPPORTUNITY (PELUANG)				
	Terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat	Terbuka peluang pasar internasional dengan keunikan budaya yang ditampilkan.	Dukungan pemerintah terhadap UMKM meningkat.	Mode dalam dunia fashion mengalami perkembangan	Pelestarian batik sebagai warisan bangsa tetap terjaga
Faktor Internal	1	2	3	4	5
WEAKNESS (KELEMAHAN)		STRATEGI W-O			
Proses produksi yang masih dikerjakan secara manual	1	1. Meningkatkan proses produksi yang masih dikerjakan secara manual dengan memanfaatkan perkembangan mode/tren dalam dunia fashion mengalami (W1-O3)			
Pembelian produk yang menggunakan sistem PO (Pre-Order)	2	2. Meningkatkan ketersediaan barang yang diproduksi terbatas dan pengerjaan cukup lama dengan memanfaatkan terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat (W5-O1)			
Tenaga kerja yang masih terbatas	3	3. Meningkatkan tenaga kerja yang masih terbatas dan pembelian produk yang menggunakan sistem PO (Pre-Order) dengan memanfaatkan pelestarian batik sebagai warisan bangsa yang terjaga (W3;W2-O2)			
Harga jual yang cenderung lebih mahal	4	4. Meningkatkan harga jual yang cenderung lebih mahal dengan memanfaatkan peluang pasar internasional dengan keunikan budaya yang ditampilkan serta dukungan dari pemerintah terhadap perkembangan UMKM (W4-O2;O3)			
Ketersediaan barang yang diproduksi terbatas dan pengerjaan cukup lama	5				

Tabel 2 Analisis SWOT (W-T)

Faktor Eksternal	THREAT (ANCAMAN)			
	Persaingan pasar dengan produk tekstil lain tinggi	Menurunnya daya beli karena produksi yang terbatas	Produk dikerjakan secara manual yang tinggi kesalahannya	Daya minat pembeli masih rendah.
Faktor Internal	1	2	3	4
WEAKNESS (KELEMAHAN)		STRATEGI W-T		
Proses produksi yang masih dikerjakan secara manual	1	1. Meningkatkan tenaga kerja yang masih terbatas serta pembelian produk yang menggunakan sistem PO (Pre-Order) dengan memanfaatkan tingginya persaingan pasar dengan produk tekstil lain guna mengatasi tidak terpenuhinya permintaan produk yang membengkak (W3;W2-T1)		
Pembelian produk yang menggunakan sistem PO (Pre-Order)	2	2. Meningkatkan proses produksi yang masih dikerjakan secara manual serta harga jual yang cenderung lebih mahal dengan memanfaatkan turunya daya beli karena produksi yang terbatas serta daya minat pembeli yang rendah pada produk guna mengatasi penurunan kualitas barang yang diproduksi (W1;W4-T2;T4)		
Tenaga kerja yang masih terbatas	3			
Harga jual yang cenderung lebih mahal	4	3. Meningkatkan terbatasnya ketersediaan barang yang diproduksi dan pengerjaan cukup lamadengan memanfaatkan tingginya kesalahan produksi yang dikerjakan secara manual guna mengatasi hilangnya pangsa pasar yang masih (W5-T3)		
Ketersediaan barang yang diproduksi terbatas dan pengerjaan cukup lama	5			

#### 4.2. Analisis PEST/PESTEL

Analisis PEST/PESTEL yang meliputi politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum merupakan analisis yang dilakukan pada lingkungan eksternal suatu organisasi atau perusahaan yang dapat mempengaruhi aktivitas atau kinerja bisnis dari organisasi atau perusahaan tersebut.

Analisis PEST/PESTEL yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menggambarkan informasi tentang faktor eksternal yang dalam proses pengembangan bisnis. Dari proses Analisa tersebut memberikan hasil analisis PEST pada "Perancangan E-Business pada UMKM DJADIBATIK".

##### 1. Politik

DJADIBATIK merupakan sebuah bisnis UMKM yang bergerak dalam bidang pakaian dan aksesoris. Sesuai dengan PP No. 7 Tahun 2021 yang memuat beragam regulasi kebijakan pada aspek kemudahan pendirian usaha, perizinan, fasilitasi, akses pembiayaan, akses ke rantai pasok, sampai akses pasar bagi koperasi dan UMKM dengan modal usaha mulai dari 1 miliar hingga 10 miliar dengan hasil penjualan tahunan sebesar 2 miliar – 50 miliar

##### 2. Ekonomi

Faktor ekonomi memberi pengaruh terhadap kegiatan industri pada UMKM DJADIBATIK, tren ekono-

mi lokal memberikan dampak bagi arus penjualan, begitu pula terkait kebijakan perpajakan UMKM ini yang berasal dari hasil potongan pajak para konsumen yang mamou membantu menopang ekonomi para tenaga kerja dan pelaku bisnis di DJADIBATIK.

### 3. Sosial

DJADIBATIK merupakan sebuah bisnis UMKM yang tergerak dalam bidang pakaian dan aksesoris. Hal ini membantu menyerap para tenaga kerja dan membuka lapangan pekerjaan baru di lingkungan masyarakat sekitar tempat bisnis ini dikembangkan yang mampu mengurangi angka pengangguran serta membantu menopang ekonomi dan kebutuhan hidup masyarakat.

### 4. Teknologi

Kebutuhan teknologi yang telah berkembang pesat saat ini bisa dimanfaatkan dengan baik untuk meningkatkan sistem dan prosedur yang terkomputerisasi dari DJADIBATIK yang semula belum terintegrasi menjadi lebih baik dan layak.

### 5. Lingkungan

DJADIBATIK yang merupakan sebuah bisnis UMKM yang tergerak dalam produksi pembuatan pakaian dan aksesoris yang mana menimbulkan limbah tekstil dapat dikelola dengan layak sesuai dengan peraturan terkait serta polusi lingkungan yang ditimbulkan dapat ditanggulangi.

### 6. Hukum

Tenaga kerja yang ada pada DJADIBATIK merupakan salah satu bagian penting dalam proses produksi telah disesuaikan dengan peraturan upah tenaga kerja yang telah diatur dalam PP No. 36 Tahun 2021 tentang Pengupahan

Dari hasil Analisis PEST yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menggambarkan informasi tentang faktor eksternal pada UMKM DJADIBATIK. Berikut ini hasil analisis PEST pada “Perancangan E-Business pada UMKM DJADIBATIK” sebagai berikut.

Tabel 3 Analisis PESTEL

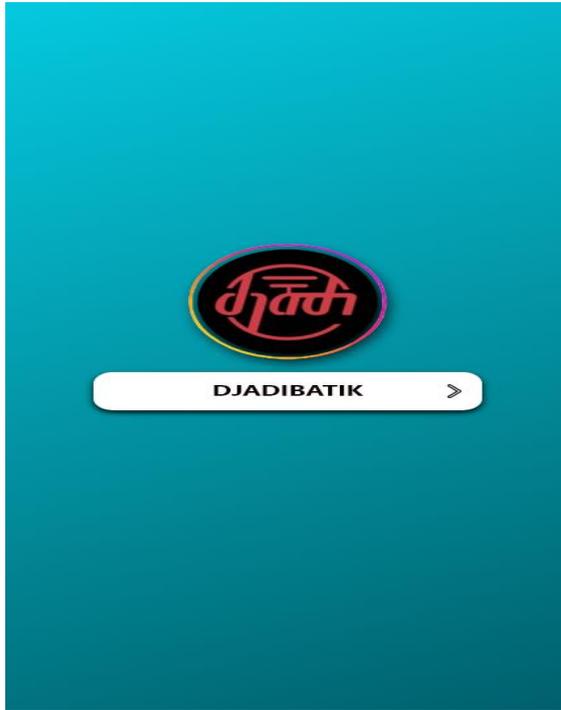
FAKTOR POLITIK	FAKTOR EKONOMI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebijakan perdagangan</li> <li>• Peraturan perdagangan internasional</li> <li>• Perang dan konflik</li> <li>• Perundang-undangan bagi pasar lokal/UMKM saat ini</li> <li>• Badan peraturan dan pemrosesan barang dagang</li> <li>• Peraturan upah ketenagakerjaan</li> <li>• Kebijakan pajak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tren ekonomi lokal/dalam negeri</li> <li>• Situasi ekonomi lokal/dalam negeri</li> <li>• Pelanggan</li> <li>• Spesifikasi produk/layanan</li> <li>• Bunga/nilai tukar</li> <li>• Siklus pasar dan perdagangan</li> <li>• Tren aliran pasar dan distribusi</li> <li>• Biaya produksi dan promosi</li> <li>• Spesifikasi faktor industry</li> <li>• Biaya tenaga kerja</li> </ul>
FAKTOR SOSIAL-BUDAYA	FAKTOR TEKNOLOGI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tren atau gaya hidup</li> <li>• Penggambaran produk, merek, dan perusahaan</li> <li>• Faktor kebudayaan/keagamaan</li> <li>• Model fashion dan peran</li> <li>• Tingkah laku pembeli dan opininya</li> <li>• Pandangan media sosial</li> <li>• Demografi</li> <li>• Periklanan dan publisitas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mekanisme teknologi</li> <li>• Lisensi dan hak paten</li> <li>• Teknologi yang terakrit</li> <li>• Informasi dan komunikasi</li> <li>• Dana pengembangan dan penelitian</li> <li>• Perundang-undangan tentang teknologi</li> <li>• Kematangan teknologi</li> </ul>
FAKTOR LINGKUNGAN (Environment)	FAKTOR HUKUM (Legal)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peraturan industry limbah tekstil</li> <li>• Penanganan limbah</li> <li>• Polusi lingkungan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hak cipta/paten</li> <li>• Hukum kesehatan dan keselamatan</li> <li>• Undang-undnag persaingan dagang</li> </ul>

### 4.3. Jenis Perancangan E-Business pada UMKM DJADIBATIK

Berdasarkan hasil analisis pada bagian sebelumnya, maka hasil yang diperoleh dari kebutuhan dalam pengembangan UMKM DJADIBATIK adalah pembuatan sebuah perancangan website yang merupakan salah satu bentuk penerapan e-business pada UMKM DJADIBATIK. Hasil dari Analisa tersebut telah disesuaikan dengan kebutuhan yang menunjang keberhasilan dan berkembang-nya dari sebuah bisnis yang telah dijalankan tersebut.

### 4.4. Hasil Perancangan E-Business pada UMKM DJADIBATIK

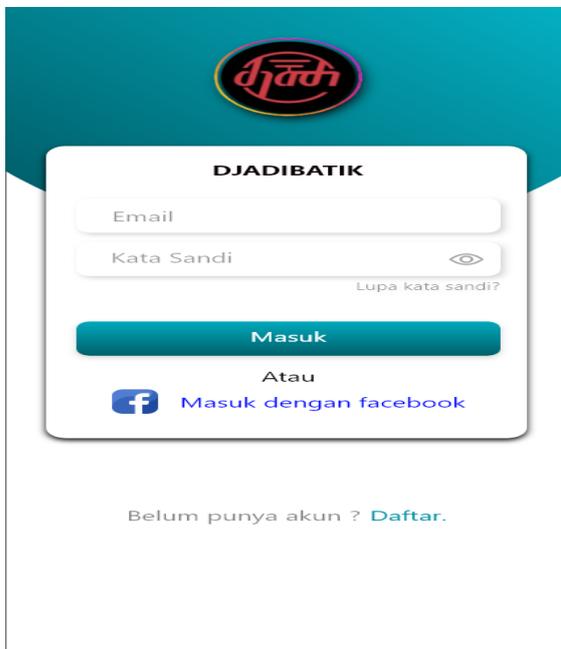
Hasil perancangan e-business pada UMKM DJADIBATIK ini berupa prototype (antarmuka) dimana pembuatan dari hasil prototype (antarmuka) tersebut menggunakan software Adobe XD. Desain dibuat secara sederhana untuk kemudahan informasi dan kepentingan fungsi yang dapat digunakan dengan mudah bagi para pelanggan atau konsumen. Berikut hasil dari perancangan e-business pada UMKM DJADIBATIK



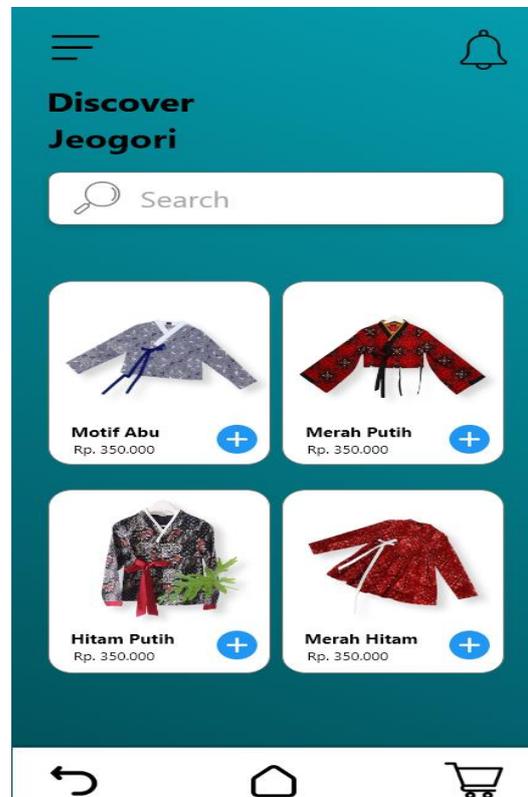
Gambar 1. Halaman Depan Aplikasi



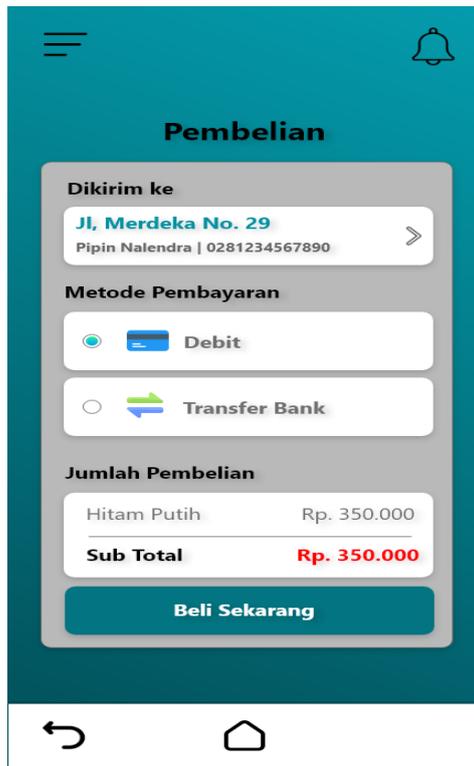
Gambar 3. Halaman Pencarian Produk 1



Gambar 2. Halaman Login Aplikasi



Gambar 4. Halaman Pencarian Produk 2



Gambar 5. Halaman Pembayaran 1



© Copyright DJADIBATIK

Gambar 6. Halaman Pembayaran 2

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dijabarkan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan dari "Perancangan e-business pada UMKM DJADIBATIK" sebagai berikut.

1. Telah dibuat solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh UMKM DJADIBATIK ini dalam aliran penjualan dan pengembangan produk.
2. Telah dibuat perancangan e-business untuk mendukung proses bisnis pada UMKM DJADIBATIK sesuai kebutuhan dari Analisa SWOT serta Analisa PESTEL
3. Penjualan dapat dilakukan dengan skema e-business dan mampu menjangkau konsumen lebih besar lagi dari sebelumnya sehingga aliran penjualan, omset, serta komunikasi untuk membangun loyalitas pelanggan dapat berjalan dengan baik.
4. Strategi bisnis dalam bentuk hasil perancangan e-business akan lebih baik lagi apabila ditindaklanjuti dengan mengimplementasikan pembuatan aplikasi

## Daftar Pustaka

- A. W., Hidayat, A. S., & E. R. (2020, Februari). Pembangunan Aplikasi E-Commerce Pemasaran Batik pada Toko Batik Rifqi. *Journal of Computer System and Informatics (JoSYC)*, 1(2), 46-53.
- Anggraeni, C. D. (2020). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) MELALUI INOVASI PRODUK.
- D. Z., & Rohmat. (2018). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEB (STUDI KASUS PADA NEWBIESTORE). *INFOTECH journal*, 4(1).
- G. Y., Anroni, Y. E., & M. I. (2019, Juni). SISTEM INFORMASI PENJUALAN PRODUK BAJU PADA TOKO INYIAK PADANG BERBASIS WEB. *Rang Teknik Journal*, 2(2).

- Ilmi, I., Aradea, & Aldya, A. P. (2019). PERANCANGAN STRATEGI E-BUSINESS UNTUK Mendukung PROSES BISNIS HOME INDUSTRY (Studi Kasus: CV. Primadona).
- Kadeni, & N. S. (2020, Juli). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium*, 8(2).
- M. R., & A. W. (2020). STRATEGI SURVIVAL UMKM BATIK TULIS PEKALONGAN DI TENGAH PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS PADA "BATIK PESISIR" PEKALONGAN). *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(2).
- Susanto, W. E., & Arifah, S. M. (2019). RANCANG BANGUN E-COMMERCE BATIK TULIS BERBASIS WEBSITE DENGAN METODE RAPID APPLICATION DEVELOPMENT. *Bianglala Informatika*, 7(1).
- Syahrani. (2017, Agustus). Penerapan Sistem Informasi E-Commerce Pakaian Dan Perlengkapan Bayi. *Jurnal Teknik Komputer*, 3(2).
- Utami, L. A., & Khasanah, S. N. (2018, April). Sistem informasi Penjualan Kerajinan Tempurung Kelapa Berbasis Web pada Butik "Wood & Coconut". *Jurnal & Penelitian Teknik Informatika*, 2(2).
- Wahyudiari, N. D. (2019). SISTEM INFORMASI INVENTORY BERBASIS WEB PADA CV BALI BATIK. *INFOTECH journal*, 5(1).