

## RANCANG BANGUN MARKETPLACE SEBAGAI MEDIA PENJUALAN CINDERAMATA DESA WISATA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA BERBASIS WEB

Fajrina Arruum Kiswandi, Yuli Asriningtias, S.Kom., M.Kom

### Abstrak

Desa Wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah salah satu destinasi wisata yang mempunyai cinderamata yang menjadi ciri khas di setiap Desa Wisata. Sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung di salah satu desa wisata. Akan tetapi setiap wisatawan yang sudah kembali ke daerah asal ingin membeli atau sekedar melihat ada sesuatu yang unik dari cinderamata yang berada di setiap di desa wisata harus datang ke desa wisata tersebut. Sehingga dapat kurang efisien untuk waktu dan dapat menurunkan target hasil penjualan bagi penjual atau pengrajin cinderamata di desa wisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Dari permasalahan tersebut dibuatlah *marketplace* yang khusus memuat produk cinderamata desa wisata Daerah Istimewa Yogyakarta berbasis *website* guna mempermudah pembeli dan penjual mendapatkan atau memasarkan produk cinderamata. Pembeli apabila ingin membeli cinderamata harus konvensional (membeli secara langsung) yang sekarang cukup lewat sistem *marketplace* dan untuk penjual dapat meningkatkan hasil produksinya. Sistem *marketplace* ini diharapkan mampu menangani berbagai masalah tersebut. Salah satunya mempermudah penjualan cinderamata secara *online*.

Kata Kunci: Desa Wisata, Daerah Istimewa Yogyakarta, *marketplace*, *website*, *online*.

*Marketplace Design as Web-Based Media for Selling Souvenirs in Yogyakarta Special Region Tourism Village*

Fajrina Arruum Kiswandi, Yuli Asriningtias, S.Kom., M.Kom

*Abstract*

*The Tourism Village in the Special Region of Yogyakarta is one of the tourist destinations that has souvenirs that are characteristic of each Tourism Village so that it becomes a special attraction for tourists visiting one of the tourist villages. However, every tourist who has returned to the area of origin who wants to buy or just see something unique from the souvenirs in each tourist village must come to the tourist village. So that it can be less efficient in time and can reduce the sales target for souvenir sellers or craftsmen in the tourist village of the Special Region of Yogyakarta. From these problems, a website-based marketplace was created specifically for souvenir products from the Yogyakarta Special Region tourism village to make it easier for buyers and sellers to get or market souvenir products. Buyers, if they want to buy souvenirs, must conventionally (buy directly), which is now sufficient through the marketplace system and for sellers to increase their production. This marketplace system is expected to be able to handle these problems. One of them makes it easier to sell souvenirs online.*

*Keywords: Tourism Village, Yogyakarta Special Region, marketplace, website, online.*