BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian tentang marketplace dan e-commerce telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan berbagai pendekatan, metode, dan teknologi. Tinjauan terhadap penelitian terdahulu bertujuan untuk mengidentifikasi keterbatasan penelitian yang dapat diisi oleh penelitian ini, serta untuk memastikan bahwa penelitian yang dilakukan tidak mengulang penelitian yang sudah ada sebelumnya. Penelitian sebelumya yang dikaji adalah penelitian yang memiliki keterkaitan tema dengan topik marketplace, e-commerce tanaman hias, integrasi *payment gateway*, dan pengembangan sistem berbasis *website* menggunakan *framework* Laravel.

Penelitian oleh Emir Sasmita Andrewijana dan Tristiyanto pada tahun 2021 dengan judul "Aplikasi Marketplace Untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Menggunakan *Framework* Laravel" membahas tentang pembuatan aplikasi *marketplace* berbasis web dengan pendekatan konsep *Business to Consumer* (B2C) untuk membantu pelaku UMKM memasarkan produk mereka serta mengatasi masalah perbedaan data deskripsi produk melalui fitur produk universal. Metode penelitian yang digunakan adalah *waterfall model* yang meliputi tahapan analisis kebutuhan, perancangan aplikasi menggunakan *StarUML* dan *Balsamiq Mockups 3*, serta implementasi kode program menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan *framework* Laravel dan database MySQL. Metode pengujian yang diterapkan adalah *black box testing* untuk menguji seluruh aspek fungsionalitas pada antarmuka pengguna sesuai dengan level *user* yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi marketplace untuk UMKM ini berhasil dibangun dan berfungsi sesuai ekspektasi serta kebutuhan pengguna, termasuk berhasilnya penerapan fitur inovatif seperti *membership* toko, kloning toko, dan produk universal. Penelitian ini membangun aplikasi *ecommerce* tentang *marketplace* virtual yang mempertemukan banyak penjual (UMKM) dengan pembeli (*end-user*) secara daring, di mana proses

pemesanan, informasi pembayaran, hingga logistik dikelola dalam satu sistem terkomputerisasi [11].

Penelitian oleh Mesi Febima, Laeli Jamilah, dan Jidan Juliana pada tahun 2025 dengan judul "Rancang Bangun Sistem Informasi *E-Commerce* Berbasis Web Pada UMKM Raden Madura Distro" membahas tentang pengembangan sistem informasi *e-commerce* mandiri bagi UMKM di bidang fashion untuk mengatasi kendala sistem manual, ketergantungan pada marketplace pihak ketiga yang memotong keuntungan, serta keterlambatan arus kas. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *Waterfall* (SDLC) yang terdiri dari tahapan analisis kebutuhan, desain, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan, dengan menggunakan teknologi *framework* Laravel, bahasa pemrograman PHP, dan database MySQL. Metode pengujian yang dilakukan adalah *Black Box Testing* untuk memastikan fungsionalitas fitur sistem berdasarkan input dan output tanpa melihat struktur kode internal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi *e-commerce* ini berhasil dibangun dan seluruh modul utamanya berfungsi dengan baik sesuai harapan, sehingga mampu meningkatkan efisiensi operasional dan membantu transformasi digital pada Raden Madura Distro [12].

Penelitian oleh Alief Listanto Putra, Hafidz Irham Ar Ridlo, Rafie Najwan Anjasmara, Achmad Yusuf Yulestiono, dan M. Muharrom Al Haromainy pada tahun 2025 dengan judul "Rancang Bangun *Website E-commerce* Floou untuk UMKM Penjualan Tanaman Hias" membahas tentang upaya digitalisasi bagi UMKM sektor tanaman hias yang sebelumnya masih menggunakan pemasaran manual, melalui pengembangan sistem informasi *e-commerce* berbasis web guna meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *Waterfall* yang mencakup tahapan analisis kebutuhan, perancangan sistem (menggunakan *use case*, *activity*, dan *class diagram*), implementasi kode dengan *framework* Laravel 12 dan Vue.js, serta pengujian. Metode pengujian yang diterapkan adalah *black box testing* untuk memverifikasi fungsionalitas fitur sistem dari perspektif pengguna tanpa memeriksa kode internal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi Floou berhasil dibangun dan seluruh fungsionalitas intinya berjalan sesuai spesifikasi,

sehingga mampu membantu pelaku usaha dalam mengelola data transaksi secara profesional dan mendorong produktivitas UMKM hortikultura. Penelitian ini membangun aplikasi ecommerce tentang penjualan tanaman hias secara daring yang memfasilitasi pengguna untuk menelusuri katalog tanaman digital hingga melakukan transaksi pemesanan secara terkomputerisasi [13].

Penelitian oleh Ludvi Jati Fadhilla dan Hafis Hisyam Nur Nabilah Ulhaq pada tahun 2024 dengan judul "Aplikasi Pemesanan Multi-Vendor Berbasis Web Terintegrasi Dengan Midtrans Studi Kasus MR.DIY Rita Super Mall Palur Plaza" membahas tentang perancangan sistem informasi penjualan dan promosi untuk menghadirkan katalog produk yang komprehensif dalam satu *platform* terintegrasi guna meningkatkan jangkauan pemasaran dan efisiensi operasional. Metode penelitian yang digunakan meliputi studi literatur, analisis kebutuhan sistem, perancangan sistem (menggunakan *Use Case Diagram, Hierarchy Chart, DFD,* dan *ERD*), implementasi sistem menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL, hingga penarikan kesimpulan. Metode pengujian dilakukan dengan uji coba secara riil terhadap fungsionalitas sistem (seperti proses login, akses data produk, hingga manajemen pesanan) untuk memastikan seluruh fitur berjalan sesuai spesifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi ini memungkinkan pengelolaan produk, kategori, dan pesanan secara efisien, serta integrasi dengan *payment gateway* Midtrans berhasil memastikan proses pembayaran berjalan lancar dan aman. Penelitian ini membangun aplikasi *ecommerce* tentang platform pemesanan *multi-vendor* yang memungkinkan konsumen untuk menjelajahi dan membeli berbagai produk dari *vendor* yang berbeda dalam satu situs web yang terintegrasi [14].

Penelitian oleh Anisa Handayani dan Syafiul Muzid pada tahun 2025 dengan judul "Pengembangan *Prototype E-commerce Bouquet* Bunga Berbasis Laravel dengan Integrasi Rajaongkir dan Midtrans" membahas tentang pengembangan sistem informasi e-commerce untuk penjualan produk bouquet bunga secara daring guna memfasilitasi proses pemesanan yang efisien dan mendukung transformasi digital bagi pelaku usaha UMKM florist. Metode penelitian yang digunakan adalah metode pengembangan (*development research*)

dengan model *prototype*, yang mencakup tahapan pengumpulan kebutuhan, perancangan sistem (menggunakan *use case diagram* dan ERD), pembangunan sistem, serta evaluasi. Metode pengujian dilakukan melalui evaluasi internal oleh pengembang untuk memvalidasi fungsionalitas sistem, dengan fokus utama pada validasi perhitungan ongkos kirim otomatis, alur *checkout*, dan pengelolaan data produk oleh admin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem telah berhasil diimplementasikan dalam lingkungan pengembangan lokal dan seluruh fitur intinya berfungsi sesuai dengan kebutuhan yang dirancang, sehingga dapat menjadi acuan dalam membangun sistem informasi serupa untuk UMKM. Penelitian ini membangun aplikasi ecommerce tentang penjualan produk bouquet bunga secara daring yang mengintegrasikan perhitungan logistik otomatis dan sistem pembayaran digital dalam satu platform web [15].

Penelitian oleh Witriana Endah Pangesti, Rachmat Suryadithia, Priyono, Muhammad Faisal, Bilal Abdul Wahid, dan Arman Syah Putra pada tahun 2021 dengan judul "*Collaborative Filtering Based Recommender Systems For Marketplace Applications*" membahas tentang pengembangan sistem rekomendasi untuk memberikan saran terbaik bagi pengguna marketplace dalam menemukan barang yang dicari dengan harga lebih murah atau promo menarik melalui perbandingan antar platform. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur (meninjau 100 jurnal dan 30 buku) serta pengolahan data yang meliputi tahap pengumpulan data perilaku dan rating pengguna, *pre-processing*, serta klasifikasi data menggunakan algoritma *collaborative filtering*. Metode pengujian dilakukan melalui uji coba (*trial*) langsung pada pelanggan marketplace dengan mengukur kebiasaan belanja dan pemberian rating menggunakan skala poin 1 sampai 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem berhasil memberikan urutan rekomendasi marketplace berdasarkan kebiasaan (dengan skor tertinggi Tokopedia) dan berdasarkan rating (dengan skor tertinggi Shopee), sehingga membantu pengguna yang kurang berpengalaman dalam memilih alternatif belanja yang paling relevan [16].

Penelitian oleh Yoanita Kartika Sari Tahalele, Marini Yunita Tanzil, dan Fabio Ricardo Toreh pada tahun 2021 dengan judul "*The Importance of E-*

Commerce on The Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in The Rural Area During Covid-19" membahas tentang pentingnya pemberian pelatihan *e-commerce* bagi pengembangan UMKM industri kreatif di daerah pedesaan (studi kasus Biak Numfor, Papua) untuk membantu mereka beradaptasi dengan transformasi digital akibat pandemi Covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode pengujian (analisis data) dilakukan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) terhadap 6 orang perempuan pemilik UMKM yang telah mengikuti program pelatihan untuk mengevaluasi dampak dan efektivitas pelatihan terhadap bisnis mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pelatihan ini sangat penting bagi UMKM di pedesaan karena berhasil meningkatkan pemahaman literasi digital dan kemampuan teknis peserta, sehingga mereka mampu membuka dan mengoperasikan toko daring secara mandiri untuk menjangkau pasar yang lebih luas di tengah keterbatasan interaksi fisik selama pandemi [17].

Penelitian oleh Nurul Ittaqullah, Rahmat Madjid, dan Nursaban Rommy Suleman pada tahun 2019 dengan judul "*The Effects Of Mobile Marketing, Discount, And Lifestyle On Consumers*' Impulse Buying Behavior In Online Marketplace" membahas tentang pengaruh pemasaran seluler (*mobile marketing*), diskon, dan gaya hidup terhadap perilaku pembelian impulsif konsumen *marketplace* pada mahasiswa Universitas Halu Oleo. Metode penelitian yang digunakan adalah metodologi penelitian kuantitatif dengan metode survei eksplanatori melalui penyebaran kuesioner daring kepada 100 responden mahasiswa menggunakan teknik *convenience sampling*. Dan metode pengujian dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda, uji T (parsial), uji F (simultan), serta uji koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, *mobile marketing* dan diskon tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif, namun variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan sebesar 35,1%. Secara simultan (bersama-sama), *mobile marketing*, diskon, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif sebesar

20,9% [18].

Penelitian oleh Renee Garett, Jason Chiu, Ly Zhang, dan Sean D. Young pada tahun 2016 dengan judul "*A Literature Review: Website Design and User Engagement*" membahas tentang upaya untuk meninjau dan mengonsolidasikan penelitian mengenai elemen desain situs web dan aplikasi seluler yang efektif guna mendefinisikan daftar elemen kunci yang dapat memprediksi dan memfasilitasi keterlibatan pengguna (*user engagement*). Metode penelitian yang digunakan adalah tinjauan pustaka eksploratif terhadap 100 studi penelitian teratas dari Google Scholar, yang kemudian dikerucutkan menjadi 35 studi unik yang memenuhi kriteria inklusi (seperti publikasi setelah tahun 2000 dan di jurnal ilmiah). Dan metode pengujian (analisis) dilakukan dengan mengidentifikasi 20 elemen desain berbeda yang umum dibahas, lalu menghitung proporsi kemunculannya dalam literatur dan menggunakan ambang batas 30% untuk menentukan elemen desain yang paling signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tujuh elemen desain utama yang paling sering muncul dan dianggap efektif dalam meningkatkan keterlibatan pengguna, yaitu navigasi, representasi grafis, organisasi, kegunaan konten (*content utility*), tujuan (*purpose*), kesederhanaan (*simplicity*), dan keterbacaan (*readability*) [19].

Penelitian oleh Yosra Akrimi dan Romdhane Khemakhem pada tahun 2014 dengan judul "*An Analysis of Perceived Usability, Perceived Interactivity and Website Personality and their effects on Consumer Satisfaction*" membahas tentang hubungan antara karakteristik desain situs web, yakni *usability* (kegunaan), interaktivitas, dan kepribadian situs web (*website personality*) terhadap tingkat kepuasan konsumen dalam konteks perdagangan daring. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan survei yang melibatkan 621 partisipan yang diminta mengunjungi situs web penyedia layanan internet (ISP) Orange.tn dan mengisi kuesioner yang didistribusikan melalui email. Dan metode pengujian dilakukan menggunakan analisis faktor eksploratori, analisis faktor konfirmatori (CFA), serta pemodelan persamaan struktural (*Structural Equation Modeling* - SEM) dengan perangkat lunak AMOS 16.0 untuk menguji validitas konstruk dan hubungan antar variabel. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa interaktivitas dan *usability* merupakan prediktor positif yang signifikan terhadap kepuasan pengguna, sementara untuk dimensi kepribadian situs web, sifat antusiasme dan keaslian (*genuineness*) berpengaruh positif, namun sifat kekokohan (*solidity*) dan ketidaknyamanan (*unpleasantness*) justru berdampak negatif terhadap kepuasan [20].

Beberapa kriteria yang digunakan sebagai perbandingan dalam tinjauan ini, meliputi metode pengembangan sistem yang digunakan, fitur utam yang dimiliki oleh sistem, teknologi yang digunakan dalam pengembangan, keterbatasan atau kekurangan dari penelitian tersebut, serta perbedaan signifikan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Kriteria-kriteria ini dipilih karena relevan dengan fokus penelitian yang menekankan pada pengembangan marketplace tanaman sistem dengan integrasi *payment gateway* tanpa admin. Penelitian terdahulu yang dikaji diperoleh dari database jurnal nasional seperti Google Scholar dengan menggunakan kata kunci "marketplace tanaman hias", "*e-commerce* Laravel", "integrasi *payment gateway*", "*multi-vendor marketplace*", dan "sistem informasi penjualan tanaman" dalam rentang waktu publikasi 12 tahun terakhir (2014-2025). Berikut tabel perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan:

Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Fitur Utama	Teknologi	Perbedaan dengan penelitian ini
1.	Emir Sasmita Andrewijana dan Tristiyanto (2021)	multi-vendor, Metode Pengiriman Variatif, Manajemen Produk dan Toko	laravel, MySQL	Masih memerluikan Admin, belum ada sistem pembayaran otomatis via *payment gateway*
2	Mesi Febima, Laeli Jamilah, dan Jidan Juliana (2025)	Manajemen Produk, Kelola Pesanan dan Transaksi, Konfirmasi	Laravel, MySQL	Masih memerlukan admin, belum ada sistem pembayaran otomatis via *payment gateway*

No	Nama Peneliti	Fitur Utama	Teknologi	Perbedaan dengan penelitian ini
		Penerimaan, Checkout dan Pengiriman		
3	Alief Listanto Putra, Hafidz Irham Ar Ridlo, Rafie Najwan Anjasmara, Achmad Yusuf Yulestiono, dan M. Muharrom Al Haromainy (2025)	Manajemen Produk, Kelola Pesanan dan Transaksi, Konfirmasi Penerimaan, Checkout dan Pengiriman, fitur untuk admin	Laravel, Vue Js	Masih memerlukan admin, belum ada sistem pembayaran otomatis via *payment gateway*
4	Ludvi Jati Fadhilla dan Hafis Hisyam Nur Nabilah Ulhaq (2024)	Integrasi *Payment gateway* (Midtrans), multi-vendor	PHP, MySQL	Masih memerlukan admin, belum memiliki atribut khusus tanaman hias
5	Anisa Handayani dan Syafiul Muzid (2025)	integtrasi *Payment gateway*, dashboard admin terpadu, integrasi RajaOngkir	Laravel, MySQL, RajaOngkir	Masih memerlukan Admin, Tidak memiliki atribut khusus tanaman hias, memiliki variasi produk, belum ada multi-vendor
6	Wibowo & Hidayat (2023)	Multi-vendor, manajemen toko, manajemen produk tanaman, keranjang belanja, checkout, laporan penjualan	Laravel, MySQL, Bootstrap	belum terintegrasi *Payment gateway*, masih memerlukan Admin.

Berdasarkan tabel perbandingan di atas (lihat Tabel 2.1), dapat dilihat bahwa penelitian tentang marketplace telah banyak dilakukan sebelumnya. Namun sebagian besar penelitian masih memiliki keterbatasan yang dapat diisi oleh penelitian ini. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada penggabungan beberapa fitur yang belum ada secara bersamaan pada penelitian- penelitian sebelumnya, yaitu:

1. Arsitektur marketplace tanpa admin yang mengandalkan otomatisasi verifikasi pembayaran melalui *payment gateway* midtrans.
2. Atribut khusus tanaman hias yang mencakup jenis tanaman (daun, bunga, sukulen, langka, *indoor*, *outdoor*, buah dalam pot, tanaman herbal dan obat, tanaman air, tanaman merambat dan gantung, tanaman palem), ukuran tanaman (bibit, remaja, dewasa), dan kualitas tanaman (A, B, C).
3. Integrasi *payment gateway* midtrans dengan mekanisme callback otomatis yang menggantikan peran admin dalam verifikasi pembayaran manual. Sistem secara otomatis memperbarui status pesanan menjadi "*paid*" ketika *payment gateway* mengirimkan notifikasi pembayaran sukses.

Dengan demikian, penelitian ini menawarkan sebuah sistem *marketplace* tanaman hias yang dapat beroperasi tanpa admin, kaya akan atribut spesifik sesuai karakteristik tanaman hias, serta terintegrasi penuh dengan sistem pembayaran digital.