

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring kemajuan teknologi yang signifikan, efisiensi dan efektivitas telah menjadi prioritas utama di berbagai sektor. Manusia terus mengaplikasikan kreativitas dan teknologi untuk menciptakan alat-alat yang lebih efisien dan efektif. Salah satu contohnya adalah pertumbuhan dan perkembangan yang pesat dalam pasar *e-commerce*. Fenomena *e-commerce* telah menjadi sorotan sebagai contoh sukses dalam menggabungkan teknologi dengan kreativitas yang menciptakan lingkungan perdagangan yang dinamis dan inovatif dalam transaksi jual-beli.

Dengan berkembangnya *e-commerce*, proses berbelanja telah mengalami transformasi yang menguntungkan baik bagi penjual maupun konsumen. bagi konsumen, *e-commerce* telah memberikan kenyamanan luar biasa. Mereka dapat berbelanja kapan saja dan di mana saja, tanpa harus meninggalkan rumah dan menemukan barang-barang dari produsen atau penjual independen yang mungkin sulit ditemukan di toko fisik. Disisi lain bagi penjual, *e-commerce* telah memberikan akses ke pasar yang lebih luas dan global. Mereka dapat dengan mudah menampilkan katalog produk mereka kepada calon pembeli dari berbagai belahan dunia. Selain itu, biaya operasional untuk menjalankan bisnis *platform* cenderung lebih rendah daripada toko fisik, karena tidak memerlukan biaya sewa atau stok barang dalam jumlah besar.

Namun pelaku usaha di Indonesia yang menggunakan *e-commerce* tergolong masih rendah yaitu sebesar 65,90% pelaku masih berjualan secara konvensional dan hanya 34,10% yang menggunakan platform *e-commerce* untuk berjualan [1]. hasil survei *e-commerce* tahun 2022 juga menunjukkan pelaku usaha *e-commerce* di Indonesia mayoritas masih banyak menggunakan pesan instan sebagai media penjualan sebesar 93,98% Selain itu, sebanyak 20,64% usaha memilih *marketplace* seperti *Shopee* dan *Tokopedia* sebagai pilihan utama untuk berjualan. Sedangkan penggunaan *website* dan media sosial sebagai media promosi

atau penjualan online masih belum menjadi preferensi utama bagi mayoritas pelaku usaha *e-commerce* di Indonesia [2].

Oleh karena tingkat adopsi platform *e-commerce* di Indonesia masih tergolong rendah maka dibuatlah sebuah platform *e-commerce* berupa *website* yang telah dikembangkan dengan integrasi Swell yang dirancang dengan *Framework* React yaitu *Next.js*, dan menggunakan metodologi UCD (*User-Centered Design*). Metodologi UCD yang diterapkan dalam pengembangan *website* ini berfokus pada kebutuhan dan preferensi pengguna. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memastikan pengalaman berbelanja bagi pengguna menjadi lebih baik, efisien, dan memberikan keunggulan dibandingkan dengan penjualan melalui pesan instan. *Website e-commerce* ini menawarkan berbagai fitur dan keuntungan bagi pelaku usaha, termasuk akses ke pasar yang lebih luas dengan menjangkau calon pembeli dari berbagai daerah dan kemampuan untuk manajemen produk secara terstruktur. Selain itu, *website e-commerce* ini didesain untuk memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman dan interaktif bagi konsumen. Antarmuka yang *user-friendly* dan tampilan yang menarik akan meningkatkan tingkat kenyamanan dalam berbelanja, sehingga konsumen cenderung lebih lama berada di situs web dan meningkatkan peluang konversi.

Dengan demikian, pengembangan sistem penjualan barang bekas berupa *website* ini diharapkan akan memiliki dampak positif mendorong banyak orang untuk berpartisipasi dalam *e-commerce*, baik sebagai penjual maupun sebagai pembeli, memberikan solusi bagi para pelaku usaha dalam menghadapi tantangan penjualan online. Dengan ini penetrasi *platform* yang lebih luas akan membuka peluang baru bagi pertumbuhan perekonomian negara, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pemerataan ekonomi di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pendekatan *User-Centered Design* (UCD) dalam perancangan *website-commerce*?
2. Bagaimana penggunaan *Framework React Next.js* dan pengaruh integrasi *Swell* dalam pengembangan *e-commerce* ini?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Penelitian ini akan menerapkan pendekatan *User-Centered Design* (UCD) dalam pengembangan *website e-commerce*.
2. Fokus pada pengembangan *website e-commerce* menggunakan *Framework Next.js* dengan integrasi *Swell*.
3. Evaluasi *Prototype* menggunakan *system usability scale* (SUS) dan tools *Lighthouse* untuk mengukur tingkat performa, kinerja *website* dan kepuasan pengguna terhadap *website e-commerce*.
4. Batas revisi hanya dilakukan dua kali dalam alur penelitian *User-Centered Design* (UCD).

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Menciptakan sebuah platform *e-commerce* yang dapat memfasilitasi para penjual atau individu yang ingin memulai bisnis online untuk menjual produk mereka.
2. Mengaplikasikan pendekatan *User-Centered Design* (UCD) dalam pengembangan *website e-commerce*.

3. Meningkatkan tingkat adopsi platform *e-commerce* di Indonesia. Diharapkan lebih banyak pelaku usaha yang akan beralih dari model bisnis konvensional ke *e-commerce*.

1.5 Manfaat Penelitian

Berbagai manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menambah pemahaman tentang pengembangan *website e-commerce* dengan Next.js dan integrasi Swell serta validasi pendekatan *User-Centered Design (UCD)* dalam desain *website*.
2. Meningkatkan adopsi *e-commerce* di Indonesia: Memotivasi lebih banyak pelaku usaha untuk beralih ke *e-commerce*, memperluas pangsa pasar *e-commerce*, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi negara.
3. Pengembangan *website e-commerce* yang lebih optimal: Menghasilkan *website e-commerce* yang *user-friendly* dan efisien untuk meningkatkan pengalaman berbelanja dan kepuasan pengguna.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab I memberikan gambaran tentang penelitian, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, metodologi penelitian, dan struktur penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II menyajikan studi literatur, membahas tentang landasan teori yang digunakan sebagai acuan dalam mengembangkan *e-commerce website*.

BAB III METODE PENELITIAN,

Bab III menjelaskan metode penelitian, termasuk tahapan yang terlibat dalam pendekatan *User Centered Design*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN,

Bab IV memaparkan hasil *prototype* yang dikembangkan selama implementasi *website e-commerce*, dan memberikan pembahasan dari rancangan tersebut.

BAB V PENUTUP

Bab V menyimpulkan penelitian dan memberikan rekomendasi saran untuk pengembangan sistem di masa mendatang.

