

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi pada bidang usaha dan UMKM telah berkembang pesat mengikuti pertumbuhan zaman yang memasuki era industri 4.0. Diantara perkembangan tersebut yaitu *software* atau perangkat lunak yang bisa diakses dimana saja kapan saja melalui sebuah perangkat mobile atau *desktop* berbasis aplikasi ataupun situs *web* yang sering digunakan dalam oleh banyak pihak seperti pendidikan, umkm dan bisnis hingga perorangan. Dalam hal ini sektor industri telah ikut serta dalam memajukan sektor modernisasi industri 4.0 tanpa terkecuali industri kecil atau yang biasa disebut dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Penerapan *digital marketing* pada industri 4.0 dapat dijadikan alternatif strategi dalam pemasaran produk agar memudahkan pelaku usaha memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon konsumen, sedangkan dari sisi calon konsumen dapat digunakan sebagai media yang memudahkan dalam pencarian informasi produk [1].

Sejak awal pandemi pada awal tahun 2020 hingga kini banyak sektor terdampak dari akibat pembatasan aktivitas sosial masyarakat yang memberikan dampak signifikan pada segala penjuru sektor seperti Pendidikan, Pariwisata, Ekonomi, Keagamaan dan tanpa terkecuali sektor UMKM. Banyak sektor yang harus melakukan adaptasi untuk tetap bertahan dan dapat melangsungkan kegiatan dan aktifitas yang harus tetap berjalan. Hal ini menjadi momentum untuk bertransformasi dari era non digital menuju era digital dimana banyak sektor, instansi dan pelaku usaha mengarahkan kegiatan ke dunia *digital*. Dengan demikian skema pengembangan UMKM digital dapat menjadi salah satu alternatif menyelamatkan pelaku usaha di tengah pandemi Covid-19 [2].

Banyak diantara pelaku usaha UMKM mengalihkan usahanya ke sektor digital yang tersedia saat ini seperti *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, atau melalui sosial media seperti Instagram, Facebook hingga TikTok dan ada

beberapa yang menggunakan media *website* untuk berjualan. *Website* sendiri merupakan kumpulan dari beberapa halaman yang disatukan dalam sebuah situs yang disertai dengan domain [3]. Penggunaan *website* sendiri masih dinilai efektif dalam dunia usaha terutama UMKM dimana media ini sangat efektif untuk menjangkau sebuah *leads* atau pengunjung ke dalam *website*. Penggunaan *website e-commerce* dapat membantu pelaku usaha untuk memperluas pangsa pasarnya dalam rangka meningkatkan penjualan [4]. Dalam dunia marketing sendiri penggunaan *website* biasanya diwajibkan apabila sebuah *umkm* ingin menerapkan sebuah teknik marketing *funnel* yang mana dalam hal ini *website* difungsikan sebagai alat untuk menampung pengunjung dari *website* yang kita publikasi.

Layanan *Ads* atau beriklan *digital* seperti Facebook ataupun Google sangat menganjurkan para pengguna yang ingin menjangkau *traffic* untuk menggunakan *website* dalam mencari pengunjung prospek dengan menerapkan *funnel*, *targeting* dan beberapa fitur yang mendukung pengembangan UMKM. Hal ini juga ingin diterapkan oleh pemilik toko *online* Mygoodwear.

Mygoodwear adalah UMKM yang berfokus dalam penjualan pakaian atau *fashion* yang berbasis di sosial media dan *marketplace* dengan model bisnis *Business to Customer (B2C)* dimana menyediakan barang yang langsung ditujukan kepada *end user* atau konsumen pengguna produk. UMKM ini menyediakan berbagai macam produk dengan banyak jenis dan macam model yang terjual di *marketplace* dan sosial media. Mygoodwear berdiri sejak 2018 dengan pangsa pasar awal mulanya berada di sosial media terutama Instagram sebagai media pemasaran produk.

Dalam hal melebarkan usahanya agar semakin berkembang dan dapat dikenal oleh konsumen luas, selama ini Mygoodwear tidak memiliki *website* resmi sehingga masih menggunakan sosial media Instagram sebagai media pengenalan dan edukasi produk dengan menggunakan *feeds* dan *story* dan dampak yang ditimbulkan informasi usaha kurang dikenal luas oleh kalangan konsumen dan masyarakat.

Penggunaan fitur ini kurang efektif, dikarenakan sistematika dari Instagram yang akan menggeser *feeds* yang lama dengan *feeds* yang baru, begitu juga dengan fitur sorotan dan *story* yang hanya berlaku untuk 24 jam. Cara ini dianggap kurang efektif untuk mengedukasi pelanggan dalam jangka panjang.

Selain itu, salah satu permasalahan yang sering dihadapi adalah seringnya harus menjawab pertanyaan seputar *product knowledge* yang sering diajukan dari banyaknya pelanggan seperti jenis bahan, ukuran, kualitas hingga jasa pengiriman yang digunakan, hal ini sangat memakan waktu dan harus dilakukan secara berulang di waktu yang hampir bersamaan dikarenakan *customer service* atau admin toko masih menggunakan media WhatsApp sebagai media *closing* dan edukasi seputar produk.

Dalam melakukan pengecekan ongkos kirim dan layanan mendukung harus juga dilakukan secara manual menggunakan *website* cek ongkir yang tentunya juga akan menambah waktu untuk melayani satu pelanggan dan apabila harus melayani banyak pelanggan hal ini sangat tidak efektif selain harus melakukan secara manual tentunya hal ini juga akan memakan waktu.

Dari sisi pemasaran, penggunaan *website* untuk sebuah usaha yang menggunakan platform *digital* merupakan salah satu hal yang dianjurkan, selain dapat meningkatkan kredibilitas sebuah usaha juga dapat memaksimalkan dan meningkatkan pendapatan. Penggunaan *website* sendiri menjadi sebuah anjuran tersendiri terlebih apabila memasarkan menggunakan sosial media melalui layanan beriklan *digital* seperti Facebook *Ads* atau Instagram *Ads* sebagai salah satu platform *digital* yang menyediakan layanan beriklan di *social media*.

Dengan keadaan demikian, pemilik toko Mygoodwear membutuhkan aplikasi berbasis *website* yang memiliki keunikan dan menarik untuk dikunjungi oleh *customer*. Sehingga membutuhkan adanya perancangan *user interface* pada *website* sebagai langkah pertama sebelum dibuat *frontend* dan *backend* dimana akan mempermudah *programmer* untuk membuat *website* dan mempermudah interaksi antara pengguna dengan *website*. Dengan latar belakang yang telah

dijabarkan diatas, penulis bermaksud untuk mengajukan sebuah judul skripsi yaitu “Perancangan User Interface Website Untuk Toko Online Mygoodwear Dengan Menggunakan Metode User Centered Design”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian skripsi ini adalah bagaimana dapat merancang sebuah *user interface website* penjualan pada toko Mygoodwear dengan menggunakan pendekatan metode *user centered design* untuk menghasilkan *design* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan supaya penelitian ini dapat lebih terencana dan efektif. Adapun batasan masalah yang diambil diantaranya:

1. Rancangan *user interface* berbasis *website*.
2. Hasil rancangan dalam bentuk *prototype* sebagai simulasi hasil rancangan.
3. Penelitian ini menggunakan sudut pandang *user* atau pengguna.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas dan perumusan masalah yang telah dijabarkan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan sebuah rancangan *user interface website* pada toko Mygoodwear dengan menerapkan metode *user centered design*.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa tujuan dari penelitian ini yang diharapkan tercapai dalam penelitian ini adalah:

- A. Manfaat untuk Penulis.
 1. Sebagai penerapan materi dari matakuliah dan teori praktikum yang sudah diampu dalam masa studi Strata I Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
 2. Sebagai persyaratan dalam menamatkan studi di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
- B. Manfaat untuk Universitas Amikom Yogyakarta.

1. Menambah koleksi karya ilmiah dari laporan penelitian untuk Strata 1 Fakultas Ilmu Komputer Amikom Yogyakarta.
 2. Sebagai sebuah referensi untuk penelitian berikutnya yang mengambil tema dan implementasi *User Centered Design* dalam perancangan *user interface* pada sebuah *Website*.
- C. Manfaat untuk pengguna.
1. Memberikan kemudahan dalam berbelanja dan bertransaksi secara *online* dan aman.
 2. Memberikan kemudahan kepada pengguna karena mendapatkan sebuah *website* dan fitur yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna karena dalam penyusunan *user interface* ini menggunakan sudut pandang pengguna.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam perancangan *user interface website* ini adalah menggunakan metode perancangan *user centered design* (UCD) yang akan berfokus pada pengguna yang memiliki tahapan sebagai berikut:

1.6.1 Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data digunakan untuk mendapatkan sebuah data yang dibutuhkan dalam penelitian dan perancangan ini. Pada penelitian ini digunakan sebuah metode dalam pengumpulan data yaitu observasi dan studi Pustaka.

1. *Plan the human centered process*

Tahapan dan Langkah pertama dalam melakukan penelitian ini adalah dengan melakukan studi literatur pada penelitian serupa yang berhubungan *user centered design* seperti jurnal dan penelitian terdahulu.

2. *Specify the context of use*

Pada tahap kedua ini dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan yang diinginkan oleh pengguna dengan melakukan observasi untuk mendapatkan data yang akan diolah untuk dijadikan sebuah solusi pada *website* ini.

3. *Produce design solution*

Pada tahapan ini dimulai proses perancangan *user interface* dan *prototyping* yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna untuk menghasilkan rancangan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna itu sendiri.

4. *Evaluate design against user requirements*

Pada tahapan akhir ini adalah pengujian pada hasil rancangan *prototyping* dengan menggunakan *usability testing* kepada beberapa calon pengguna dengan karakter *user persona* yang berbeda.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika yang akan dituliskan di dalam skripsi ini terbagi menjadi beberapa bab dan pada setiap babnya terdapat isi yang disusun bertujuan agar laporan ini dapat lebih mudah dipahami, terarah dan tersistem. Berikut sistematika penulisan dalam menyusun skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan serta sistematika penulisan dari penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi penjelasan terhadap dasar teori dan referensi pendukung yang berhubungan dan digunakan dalam proses penulisan skripsi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Membahas mengenai langkah-langkah penelitian dan metodologi yang diterapkan dalam melakukan penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi penyajian data berupa hasil dari perancangan menggunakan metode *user centered design* dan uraian dari bab sebelumnya yang disertakan dengan saran masukan yang membangun.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dari penelitian dan saran yang dihasilkan dari penelitian skripsi ini untuk membangun *website* lebih baik kedepannya.

