

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin pesat nya perkembangan teknologi dari setiap tahun ke tahun salah satunya dibidang internet yang memberikan dampak terhadap berbagai sektor di Indonesia terutama di kota Yogyakarta. Internet ialah jaringan *Universal* yang dapat menghubungkan jaringan *Computer*, *Smartphone* keseluruh dunia, hal ini akan terjadi interaksi antara satu dengan lainnya ke seluruh Indonesia terutama kota Yogyakarta. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi internet sebagai media sistem informasi yang dapat diakses untuk mempromosikan produk atau barang melalui platform yaitu Aplikasi *Mobile*. Aplikasi *Mobile* adalah penggunaan atau penerapan suatu konsep yang menjadi suatu pokok pembahasan. Aplikasi dapat diartikan juga sebagai program komputer yang dibuat menolong manusia dalam melaksanakan tugas tertentu. Selain itu banyak kegunaan aplikasi untuk menjadikan peluang bisnis salah satu nya yaitu sebagai platform atau aplikasi mobile jual beli barang bekas atau bisa disebut aplikasi mobile barang bekas. terutama untuk di kota Yogyakarta [1].

Komunikasi yang dilakukan oleh penjual di online shop adalah komunikasi persuasif yang bertujuan untuk mempengaruhi pendapat, sikap, dan perilaku seseorang baik secara verbal maupun nonverbal konsumen. Salah satu bentuk komunikasi paling mendasar adalah persuasi, yaitu perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain. Komunikasi tersebut terjadi jika komunikator menggunakan simbol-simbol untuk mempengaruhi pikiran komunikasi, komunikator dapat merubah tingkah laku komunikasi. Dengan memperhatikan hal-hal tersebut komunikasi dapat menerima informasi dengan baik dan komunikator dapat mengarahkan pemikiran komunikasi ke arah yang diinginkan komunikator. Komunikasi berperan vital pada semua media belanja online untuk mengarahkan konsumen agar sesuai dengan keinginan seller atau komunikator demikian pula pada aplikasi Carousell jual beli [2].

Carousell jual beli merupakan salah satu aplikasi mobile *classifieds* atau aplikasi berbasis iklan baris. Berdiri pada tahun 2012 Carousell jual beli merupakan

salah satu tempat berbelanja online yang berkantor pusat di Singapura dan sudah berkembang di 13 negara termasuk Indonesia, Aplikasi ini menggunakan metode jual beli dengan konsep jejaring sosial, Pengguna dalam aplikasi ini dapat menjadi pembeli atau penjual dan melihat daftar produk yang dijual oleh pengguna lainnya, dan membelinya hingga melakukan negosiasi harga dengan sang penjual secara langsung, tanpa perlu keluar dari aplikasi tersebut, fasilitas via chat yang disediakan memudahkan untuk melakukan penawaran dan *chatting* tanpa bertukar nomor telpon atau *social media* lainnya, Seluruh proses jual beli dari awal hingga akhirnya dapat di selesaikan di Carousell jual beli [2].

Perancangan *User Experience UX* Telah mendapatkan perhatian khusus pada dunia modern. Yang dimana sebuah *User Experience* Dapat dikatakan mendukung tingkat keberhasilan dalam membangun website. *User Experience* adalah persepsi dan tanggapan seseorang yang dihasilkan dari suatu produk dan sistem yang melibatkan pengguna. Sebuah prinsip dalam merancang UX adalah untuk mendapatkan nilai kenyamanan dan kepuasan pengguna, Untuk mendapatkan nilai kenyamanan dan kepuasan pengguna, Untuk mencapai pengalaman pengguna yang berkualitas tinggi, dapat menerapkan penawaran dari sebagai layanan yang dilakukan seperti teknik pemasaran dan design antarmuka.

Perancangan *User Interface UI* Pada sebuah design mengacu pada sistem dan interaksi antara pengguna dengan pengguna lain melalui perintah, menginput data dan menggunakan konten, Antarmuka pengguna *UI* Sangat penting dalam sistem aplikasi, karena hamper semua operasi aplikasi menggunakan antarmuka pengguna. Suatu *Interface* yang buruk akan mempengaruhi produktivitas sebuah sistem.

Berdasarkan permasalahan diatas, Maka penulisan membuat konsep *platform website* perancangan UI/UX bernama *Thirfdoor*. Platform website ini, sebagai media lapak jual beli barang Secondhand dan tujuannya mengoptimalkan pengguna dalam kesulitan mengenai hal yang dihadapi saat mencari barang bekas dengan kondisi bagus di *E-commerce* Maka dengan mudah teratasi. Sebagai mahasiswa, akan berusaha untuk menghemat pengeluaran dengan membeli barang bekas. Selama ini dalam mencari barang bekas, Pengguna selalu ditakuti dengan

rasa takut apabila barang yang diterima dalam kondisi buruk dan transaksi tidak aman. Oleh karena itu, Pengembang berusaha menjembatani masalah tersebut dengan membuat Aplikasi Mobile *Thriftdoor*.

Dengan menyadari kebutuhan masyarakat atau pengguna untuk melakukan transaksi yang mudah dalam menjual barang bekas *Secondhand*, Dapat membantu dan mempermudah dalam pembelian dan penjualan barang bekas *Secondhand*, Serta dapat memberikan kemudahan kepada pihak masyarakat umum dalam melakukan transaksi melalui Aplikasi Jual Beli barang Bekas jogja Mobile ini.

Saat ini diperlukan pengkajian ulang untuk mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat dan pengguna agar dapat meningkatkan kualitas layanan pengguna mampu efektivitas dari UI dan UX mobile yang akan membuat, seperti tampilan mobile dan fitur apa saja yang dapat memudahkan calon penggunanya. Berdasarkan urain diatas maka penulisan tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Perancangan UI/UX Aplikasi Jual Beli Barang Bekas Jogja Menggunakan Metode Design Thinking**".

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan Latar Belakang masalah di atas, Dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu.

1. Bagaimana merancang UI dan UX Mobile Aplikasi jual beli barang bekas jogja menggunakan metode design thinking untuk memahami kebutuhan masyarakat dan calon pengguna?

1.3 Batasan Masalah

1. Perancangan desain prototype dilakukan dengan menggunakan Figma.
2. Metode perancangan yang digunakan adalah metode design thinking dengan 5 tahapan yaitu *Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan test*.
3. Proses perancangan UI dan UX dilakukan hanya 1 kali proses metode *design thinking*.
4. Proses perancangan *prototype design* aplikasi berbasis mobile.
5. Hasil rancangan sampai pada tahap *high fidelity prototype*.

1.4 Tujuan Penelitian

Bedasarkan uraian yang telah dipaparkan, penelitian ini memiliki tujuan dan sasaran sebagai berikut:

1. Merancang prototype mobile Loak-in yang memperhatikan aspek *UI* maupun *UX*.
2. Mengetahui hasil perancangan *UI* dan *UX* aplikasi mobile Loak-in apakah dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dan calon pengguna sebelum dilakukan perancangan mobile yang sesungguhnya oleh Loak-in.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi dan alternatif bagi penelitian selanjutnya atau pihak lain dalam merancang suatu sistem yang memperhatikan aspek *UI* dan *UX*.
2. Secara metodologi, penelitian ini bisa mendorong perancangan atau pengembangan aspek *UI* maupun *UX* untuk penyusunan skripsi khususnya pada program studi Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Secara praktis hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk para pengambil kebijakan terkait, khususnya pihak Loak-in dalam rencana pembuatan aplikasi mobile jual beli barang bekas jogja.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini sistematika penulisan terdiri dari lima bab, dengan susunan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Berisikan latar belakang masalah rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan masalah, dan sistematika penulisan

Bab II Landasan Teori

Berisi tentang pembahasan teori-teori yang mendukung proses pembuatan Tugas Akhir ini

Bab III Metode Penelitian

Berisi tentang Perancangan Aplikasi Mobile Loan-in, Serta membahas kebutuhan apa saja diperlukan dalam Perancangan Aplikasi Mobile Loan-in

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Berisi tentang hasil Penelitian dan pembahasannya

Bab V Penutup

Berisi tentang kesimpulan dan saran sebagai bahan evaluasi penulis.

