

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

UD Rizky Ananta merupakan sebuah usaha dagang yang berada di Jl. Dsn. Miliran, RT.4/RW.5 Manggis, Kec. Mojosongo, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah. Usaha ini berfokus pada penggilingan padi yang menghasilkan beras sebagai produk akhir. Namun, seiring meningkatnya persaingan dan menarik minat banyak investor, terutama dengan kehadiran pabrik besar dengan kebutuhan sumber daya banyak, serta pencatatan stok masih dilakukan secara manual menjadi tantangan utama. Ketua Umum Perbadi, Sutarto Alimoeso, menyatakan bahwa persaingan ini menjadi salah satu faktor yang menyebabkan tutupnya penggilingan padi tradisional [1].

Permasalahan utama dalam pemasaran bagi UD Rizky Ananta adalah belum adanya strategi yang efektif untuk memperluas pasar serta memperkenalkan produk yang tersedia kepada konsumen. Selain itu, adanya beras impor yang disalurkan dengan harga murah melalui Bulog menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM seperti UD Rizky Ananta. Dalam situasi ini, pengembangan alat promosi berbasis digital seperti situs web, menjadi langkah strategis untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan memperkuat citra bisnis secara profesional.

Berdasarkan [2] metode *convenience sampling* memungkinkan untuk menjangkau responden yang mudah diakses seperti pelanggan dan pengguna yang sudah pernah menggunakan produk UD Rizky Ananta. Metode pengambilan sampel ini memberikan berbagai keuntungan, seperti penghematan waktu dan biaya, kemudahan pelaksanaan dan tidak memerlukan daftar lengkap dari seluruh populasi. Selain itu, pengujian dengan *system usability testing* digunakan untuk mengukur kenyamanan dan efisiensi serta menentukan kepuasan pengguna terhadap produk yang diuji [3].

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, UD Rizky Ananta berupaya

meningkatkan strategi promosi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan menyajikan tampilan yang lebih informatif. Oleh karena itu, perancangan *UI/UX* dan *Front End* website untuk promosi dengan menggunakan metode *design thinking* dibuat untuk memberikan pengalaman pengguna yang menarik dan mudah, serta memudahkan pengguna dalam memperoleh informasi tentang produk. *UI/UX* berfungsi sebagai daya tarik bagi konsumen dan dapat memengaruhi keputusan pembelian suatu produk. *UI/UX* juga merupakan komponen kunci dari strategi pemasaran digital dari suatu bisnis. *Design thinking* dipilih karena pendekatan yang berfokus kepada pengguna, sehingga memungkinkan terciptanya solusi yang sesuai dengan keinginan pelanggan [4]. Website ini diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi yang efisien, memperluas pasar, dan mendukung keberlangsungan bisnis di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu, "Bagaimana merancang dan membuat *interface* dan *front end* berbasis website untuk promosi pada UD Rizky Ananta menggunakan metode *design thinking* dan bisa diterima oleh pengguna".

### 1.3 Batasan Masalah

Mengingat luasnya cakupan permasalahan yang diulas, terhadap batasan masalah agar perancangan ini dapat fokus dan terarah. Batasan permasalahan tersebut adalah:

1. Perancangan *UI/UX* dan *front end* website UD Rizky Ananta ini digunakan sebagai media promosi bagi UD Rizky Ananta
2. Metode yang digunakan dalam perancangan desain *UI/UX* dan *Front-End* adalah *Design Thinking*
3. Perancangan tampilan berbasis website
4. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah HTML, PHP dan CSS
5. Metode pengujian yang digunakan adalah *System Usability Scale (SUS)*
6. Perancangan berupa *prototype* dengan desain *UI/UX* menggunakan *tools*

figma

7. Data yang didapatkan berasal dari wawancara, observasi dan kuesioner *online* dengan menggunakan metode *Convenience Sampling*

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan di atas, tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah merancang *UI/UX* sebagai media promosi yang selaras dengan kebutuhan pengguna dan informatif dalam segi tampilan saat digunakan oleh pengguna.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi objek penelitian  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkenalkan produk secara lebih luas dan membantu mempermudah *customer* dalam memilih jenis produk, dan menjadi pusat informasi bagi calon pelanggan yang ingin mengetahui lebih banyak tentang produk, harga dan lain-lain dan meningkatkan penjualan.
2. Bagi peneliti selanjutnya  
Menghasilkan perancangan desain *UI/UX* yang dapat dikembangkan lebih lanjut untuk penelitian selanjutnya.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pemahaman mengenai isi Laporan Skripsi ini secara keseluruhan, diperlukan penguraian sistematika yang menjadi panduan dalam penulisan Laporan. Berikut adalah sistematika penulisannya:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika laporan.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini berisi sumber pustaka ilmiah yang terkait dengan *UI/UX*, *Design Thinking* dan dasar-dasar teori apa yang berkaitan dengan penelitian dan perancangan untuk mendukung pembuatan laporan skripsi.

**BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini terdapat tinjauan umum tentang objek penelitian, alur penelitian, serta alat dan bahan yang digunakan dalam perancangan *UI/UX* dan *front end website* UD Rizky Ananta untuk menghasilkan penelitian yang sistematis.

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini merupakan tahapan yang berisi hasil dan pembahasan perancangan *UI/UX* dan *front end website* UD Rizky Ananta menggunakan metode *Design Thinking*.

**BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan yang dapat peneliti rangkum selama proses penelitian dan saran untuk menunjang penelitian selanjutnya.