

BAB I **PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang

De Cends Aloe Vera adalah usaha agrobisnis tanaman lidah buaya yang berlokasi di Kulon Progo. Bisnis ini dilakukan dari hulu ke hilir, mulai dari budidaya sampai memproduksi hasil panen menjadi makanan dan minuman yang berbahan dasar tanaman lidah buaya. Namun, De Cends Aloe Vera masih menjalankan proses bisnisnya secara manual. Permasalahan utama yang dihadapi adalah keterbatasan pemasaran digital. Informasi produk yang disampaikan melalui media sosial bersifat terbatas, sering kali tidak detail, dan membutuhkan konfirmasi manual melalui pesan pribadi. Hal ini menimbulkan kesulitan dalam menjangkau pelanggan baru serta menurunkan efisiensi proses pemesanan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada perancangan UI/UX website sebagai media pemasaran digital yang lebih profesional, informatif, dan interaktif.

Peranan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) sangat penting dalam meningkatkan kualitas sebuah website khususnya meningkatkan interaksi pengguna. UI memiliki peran dalam memberikan visual yang menarik bagi pengguna. UI yang menarik dapat meningkatkan kesetiaan pengguna pada website [1]. Sedangkan, UX memberikan pengalaman pengguna saat menggunakan website, sehingga kemudahan dan kenyamanan akan didapat [2]. Dalam konteks ini, UX berperan dalam merancang dan menyusun elemen-elemen penting sebuah website seperti navigasi, tata letak, dan deskripsi produk. Hal ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman pengguna yang *seamless* dan efisien, sehingga mempermudah proses transaksi. Proses perancangan UI/UX berjalan seiringan dengan pengembangan *frontend website*. Teknologi seperti HTML, CSS, dan *JavaScript* digunakan untuk mewujudkan desain yang telah dibuat, sehingga menghasilkan tampilan website yang telah direncanakan.

UI/UX menawarkan berbagai metodologi untuk membantu menyelesaikan desain antar muka pengguna aplikasi. *User Centered Design* (UCD), *Lean UX*, *Double Diamond*, dan *Design Thinking* adalah beberapa contoh metode yang populer dalam perancangan UI/UX [3]. Pada penelitian ini, peneliti memilih metode *Design Thinking* dalam perancangan UI/UX website De Cends Aloe Vera. Metode *Design Thinking* cocok untuk

merancang sebuah website karena menempatkan pengguna sebagai pusat perhatian dan menciptakan solusi yang relatif, relevan dan berpusat pada manusia. Metode ini mengadopsi praktik perancangan yang mengintegrasikan aspek-aspek kebutuhan pengguna [4]. Dengan memahami kebutuhan, keinginan, dan perilaku pengguna secara mendalam, *Design Thinking* memungkinkan kita untuk menciptakan pengalaman belanja online yang lebih personal, relevan, dan memuaskan [5].

Perancangan UI/UX dan *frontend website* menggunakan metode *Design Thinking* diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang dialami De Cends Aloe Vera, karena melalui pendekatan ini penulis akan menghasilkan *website* yang intuitif dan *user-friendly*, sehingga dapat membangun brand lebih kuat, meningkatkan visibilitas produk dan mendorong peningkatan penjualan produk.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disimpulkan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

Contoh:

1. Bagaimana merancang UI/UX dan *frontend website* menggunakan metode *Design Thinking* pada usaha agrobisnis De Cends Aloe Vera?
2. Bagaimana mengukur usability dari rancangan UI/UX dan *frontend website* pada usaha agrobisnis De Cends Aloe Vera terhadap kepuasan pengguna?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan masalah pada penelitian ini, agar penelitian lebih terarah dan memudahkan dalam menyelesaikannya nanti, maka perlu batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini fokus pada perancangan UI/UX dan pengembangan *frontend website* pada usaha agrobisnis De Cends Aloe Vera.
2. Penelitian ini menggunakan *Design Thinking* sebagai metode perancangan UI/UX.
3. Penelitian ini menggunakan *System Usability Scale* (SUS) sebagai pengujian.
4. Penelitian ini menggunakan bahasa pemrograman JavaScript, HTML, CSS, dan *localStorage* sebagai penyimpanan sementara dalam pengembangan *frontend website*.

5. De Cends Aloe Vera sebagai objek penelitian yang berlokasi di Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk merancang UI/UX dan frontend *website* De Cends Aloe Vera dengan metode *Design Thinking* untuk meningkatkan penjualan produk secara signifikan. Dengan tampilan visual yang menarik dan pengalaman pengguna yang *seamless*, platform digital ini diharapkan dapat menarik minat konsumen baru, meningkatkan kesetiaan pelanggan, dan mendorong pertumbuhan bisnis agrobisnis ini. Selain itu, penelitian ini juga mengukur tingkat *usability website* untuk mengetahui dampak terhadap kepuasan pengguna.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini menghasilkan rancangan UI/UX dan *frontend website* yang dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna dalam proses transaksi pembelian produk De Cends Aloe Vera.
3. Penelitian ini dapat membantu De Cends Aloe Vera membangun citra merek lebih kuat dan membuka peluang untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.
4. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, khususnya pada perancangan UI/UX menggunakan metode *Design Thinking*.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami permasalahan dan pembahasannya, maka sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi dasar-dasar teori dan referensi yang digunakan untuk mendukung pembuatan laporan skripsi.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini terdapat tinjauan umum terkait objek penelitian, alur penelitian, serta alat dan bahan yang digunakan dalam perancangan UI/UX dan *frontend* sebagai pemasaran produk berbasis website di De Cends Aloe Vera.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil dan pembahasan yang telah dilakukan penulis berkaitan dengan perancangan UI/UX dan *frontend* sebagai pemasaran produk berbasis website di De Cends Aloe Vera menggunakan metode *Design Thinking*.

BAB V PENUTUP

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