

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini membawa pengaruh yang besar dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya pada bidang bisnis dan perdagangan. Di era serba digital, platform online sudah menjadi kebutuhan penting agar perusahaan bisa tetap bertahan dan bersaing. Tidak hanya sebagai media untuk promosi atau penyampaian informasi, platform digital kini juga menjadi wajah utama perusahaan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan. Karena itu, kualitas antarmuka pengguna (User Interface) dan pengalaman pengguna (User Experience) menjadi hal yang tidak bisa diabaikan dalam pengembangan layanan digital [11].

UI (User Interface) dan UX (User Experience) bukan hanya sekadar tampilan visual pada aplikasi atau website, tetapi menjadi faktor penting dalam menciptakan kenyamanan serta nilai tambah bagi pengguna. UI berperan sebagai penghubung antara sistem dan pengguna, sedangkan UX lebih menekankan pada pengalaman, reaksi, serta kepuasan pengguna ketika menggunakan produk digital. Desain antarmuka yang baik dapat membuat akses lebih mudah, efisien, dan memberikan pengalaman yang positif. Karena itu, perusahaan perlu berinvestasi dalam merancang UI/UX yang efektif dengan tetap berfokus pada kebutuhan pengguna [14].

Salah satu tantangan dalam perancangan UI/UX adalah memahami kebutuhan serta perilaku pengguna dengan tepat. Tanpa pemahaman tersebut, desain yang dihasilkan bisa jadi tidak sesuai dengan harapan pengguna. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan metode yang tidak hanya menekankan pada hasil akhir, tetapi juga proses dalam mengidentifikasi kebutuhan pengguna. Salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam hal ini adalah *Design Thinking* [13].

Design Thinking merupakan metode penyelesaian masalah yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap pengguna, menciptakan solusi kreatif, serta melakukan pengujian secara berulang. Tahapan dalam metode ini meliputi empathize (memahami pengguna), define (merumuskan masalah), ideate (menghasilkan ide), prototype (membuat rancangan), dan test (menguji solusi). Pendekatan ini sangat relevan diterapkan dalam perancangan UI/UX karena menjadikan kebutuhan manusia sebagai pusat dari proses desain [15].

PT Lokal Komoditi Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang pangan, khususnya mie berbahan baku lokal dan gluten free. Di tengah dominasi produk mie berbahan gandum impor, perusahaan ini hadir dengan visi menghadirkan mie yang lebih sehat, berkelanjutan, dan berbasis bahan lokal. Namun, hasil pengamatan awal menunjukkan bahwa website perusahaan masih memiliki beberapa kekurangan. Tampilan antarmukanya terkesan monoton, kurang memanfaatkan elemen visual, serta belum tersedia fitur interaktif seperti live chat dan testimoni pelanggan. Kondisi ini berdampak pada rendahnya jumlah pengunjung, konversi, hingga loyalitas pengguna.

Masalah tersebut menunjukkan bahwa platform digital PT Lokal Komoditi Indonesia belum sepenuhnya memperhatikan kebutuhan dan kenyamanan pengguna. Desain website lebih menekankan pada penyampaian informasi satu arah tanpa melibatkan pengalaman pengguna secara menyeluruh. Di sinilah penerapan metode Design Thinking bisa menjadi solusi. Melalui tahap empathize, kebutuhan dan harapan pengguna dapat dipahami dengan lebih mendalam. Selanjutnya, tahap define membantu merumuskan masalah yang lebih spesifik sehingga solusi yang ditawarkan tepat sasaran.

Setelah masalah terdefinisi dengan jelas, tahap ideate memungkinkan tim untuk menghasilkan berbagai ide kreatif sebagai alternatif solusi. Ide terbaik kemudian diwujudkan dalam bentuk prototype, misalnya melalui wireframe, mockup, atau desain interaktif dengan tools seperti Figma. Prototype ini kemudian diuji pada tahap test dengan melibatkan pengguna langsung. Umpan

balik dari proses pengujian dapat dijadikan dasar untuk memperbaiki desain secara iteratif hingga mencapai hasil yang optimal.

Dalam konteks PT Lokal Komoditi Indonesia, penerapan Design Thinking tidak hanya berpotensi menghadirkan desain UI/UX yang lebih baik, tetapi juga mampu meningkatkan citra perusahaan, memperluas jangkauan pasar, serta memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan bagi pengguna. Dengan begitu, perusahaan bisa lebih kompetitif dalam menghadapi persaingan digital yang semakin ketat.

Selain manfaat praktis, penerapan Design Thinking juga memberi dampak strategis bagi perusahaan. Metode ini membantu organisasi menghasilkan produk digital yang lebih baik sekaligus memperkuat budaya inovasi, kolaborasi, dan keberanian untuk bereksperimen. Hal ini menjadi penting bagi PT Lokal Komoditi Indonesia yang sedang bertransformasi dari sistem perdagangan tradisional ke ekosistem digital yang lebih adaptif [12].

Secara keseluruhan, pengembangan UI/UX dengan pendekatan Design Thinking dalam studi kasus PT Lokal Komoditi Indonesia dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing di era digital. Metode ini tidak hanya menghasilkan desain yang lebih baik, tetapi juga membantu membentuk budaya organisasi yang terbuka terhadap perubahan dan berorientasi pada pengguna. Oleh karena itu, penelitian dan implementasi metode ini sangat relevan untuk dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana hasil perancangan UI (*User Interface*)/UX (*User Experience*) dengan pendekatan Design Thinking dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan efektivitas penyampaian informasi produk?”.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memperjelas ruang lingkup penelitian dan agar pengembangan sistem dapat dilakukan secara terfokus, maka batasan-batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini hanya mencakup perancangan ulang UI/UX untuk website resmi PT Lokal Komoditi Indonesia sebagai media informasi dan promosi produk.
- 2) Proses desain mengacu pada lima tahap *Design Thinking*, yaitu: *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Tahapan dilakukan secara iteratif.
- 3) Data pengguna diperoleh melalui metode terbatas, seperti kuesioner terhadap calon atau pengguna potensial, bukan seluruh pelanggan PT Lokal Komoditi Indonesia secara menyeluruh.
- 4) Fokus pengujian hanya pada aspek *usability* dan *user experience*, seperti kemudahan navigasi, tampilan visual, dan alur interaksi pengguna. Penelitian tidak membahas aspek teknis seperti performa server, keamanan sistem, atau SEO secara mendalam.
- 5) Konten dan fitur website disesuaikan dengan kebutuhan promosi dan penyampaian informasi produk, bukan untuk kebutuhan transaksi langsung atau sistem *e-commerce* (misalnya, tidak termasuk fitur pembayaran online atau manajemen stok).

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah Perancangan UI/UX menggunakan *Design Thinking*: Studi Kasus Pada PT Lokal Komoditi Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Berikut adalah contoh manfaat penelitian secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Membantu dalam memperkaya penelitian di bidang desain antarmuka dan pengalaman pengguna (UI/UX) dengan pendekatan

Design Thinking.

2. Manfaat Praktis

Bagi PT Lokal Komoditi Indonesia: Memberi solusi nyata untuk masalah di website perusahaan dengan desain yang lebih rapi, kreatif, dan sesuai kebutuhan pengguna. Diharapkan hasil ini bisa meningkatkan cara komunikasi informasi produk, membuat pengalaman pengguna lebih baik, dan memperluas pasar.

