

# Bab 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Jaman sekarang penggunaan internet berkembang sangat pesat. Penggunaan internet sangat memudahkan masyarakat dalam mencari informasi. Internet dapat diakses di berbagai media seperti *smartphone* dan juga komputer. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang telah melakukan survei mengenai penggunaan internet pada tahun 2020, mendapatkan jumlah 196,7 juta jiwa, dan jumlah ini meningkat 8,9% dari tahun 2018 [1].

Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia pada tahun 2019 tercatat sebanyak 63,53% orang Indonesia yang aktif dalam menggunakan *smartphone* [2]. Hal ini juga memicu perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya menggunakan teknologi, teknologi yang dapat dikembangkan oleh perusahaan seperti membuat aplikasi, *website*, ataupun sistem kerja.

Tahun 2020 dunia sedang menghadapi pandemi, tapi hal ini membuat masyarakat memanfaatkan *smartphone* untuk melakukan transaksi secara *online*. Sugeng, Deputy Gubernur Bank Indonesia pada September 2020 menyatakan bahwa transaksi yang dilakukan pada *e-commerce* hingga mencapai 150,16 juta transaksi [3]. Meningkatnya transaksi jual beli secara online menciptakan peluang baru bagi pelaku usaha, agar produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan lebih mudah diakses oleh pengguna, baik secara informasi atau dalam melakukan transaksi.

Perubahan penggunaan teknologi ini tidak hanya berlaku untuk perusahaan besar tetapi juga untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). Teknologi yang menjadi pilihan UMKM

dalam mengembangkan usahanya adalah website. *Exabytes* mengatakan pertumbuhan industri website di Indonesia mengalami kenaikan 9,4% di kuartal 1 2020 ke kuartal 2 2020 [4]. Penggunaan website dapat menambahkan keuntungan bagi pelaku usaha baik dalam promosi, meningkatkan penjualan, dan mengenalkan produk [5]. Peluang ini dimanfaatkan oleh salah satu perusahaan yang melakukan penjualan melalui *website* yaitu Harrisma.

Harrisma adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan komputer sejak tahun 1993 dan terus berkembang hingga saat ini. Harrisma merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan teknologi yaitu *website* sebagai sarana penjualan digital. Melalui website ini, Harrisma mampu memberikan informasi kepada pelanggan dan melakukan transaksi secara online. Harrisma memperoleh keuntungan lebih setelah menggunakan website seperti, Harrisma dapat memperluas cakupan wilayah penjualan, yang sebelumnya Harrisma hanya menjual melalui toko yang ada di Yogyakarta. Harrisma telah mendapatkan keuntungan dengan adanya *website*, akan tetapi Harrisma masih membutuhkan perbaikan pada *websitenya*. Harrisma butuh melakukan perbaikan dikarenakan terdapat keluhan dari pelanggan. Pelanggan sering kali mengeluhkan tentang tampilan melalui call center. Tampilan yang dikeluhkan seperti tampilan *login* dan *register* yang banyak dalam pengisian data dan rumit dalam pengoperasiannya, dan tampilan pada sistem pembayaran yang membingungkan. Pelanggan juga mempermasalahkan tentang tampilan pada fitur perbandingan karena masih terdapat kekurangan seperti, tombol fitur yang tidak terlihat dan tampilan hasil perbandingan yang tidak konsisten. Pelanggan juga mengeluhkan pada tampilan detail produk yang memberikan informasi yang tidak konsisten dan tidak memberikan tampilan jumlah stok yang tersedia. Harrisma harus melakukan

inovasi baru untuk membenahi *website* yang mereka miliki. Salah satu hal yang dapat dilakukan oleh Harrisma adalah melakukan perbaikan ulang pada *website*. Harrisma dalam melakukan perbaikan ulang *website*, terdapat salah satu unsur penting yang perlu diperbarui yaitu *user interface*, dikarenakan *user interface* menjadi hal yang pertama kali dilihat oleh pengguna. Selain memberikan tampilan tatap muka yang bagus, harus memperhatikan dari segi kemudahan pengguna dalam mengakses *website*, maka perancangan ini akan melibatkan pengguna untuk memberikan saran dan pendapat tentang *website* Harrisma.

## 1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang dihadapi oleh Harrisma dengan latar belakang di atas adalah tampilan *website* Harrisma masih kurang bagus seperti login dan register yang banyak dalam pengisian datanya dan cukup rumit dalam pengoperasiannya seperti tidak adanya *feedback* yang jelas, design yang tidak konsisten dan tidak adanya jumlah stok yang membuat beberapa pengguna sering kali mengeluhkannya.

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan pada penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah di atas adalah “Bagaimana merancang ulang tampilan *website* Harrisma menjadi lebih mudah digunakan pengguna?”

## 1.4 Tujuan penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk menjawab pertanyaan penelitian, sehingga tujuan dari penelitian ini adalah melakukan perancangan ulang desain *user interface* dari *website* Harrisma agar lebih baik dan mudah digunakan pengguna.

## 1.5 Manfaat Penelitian

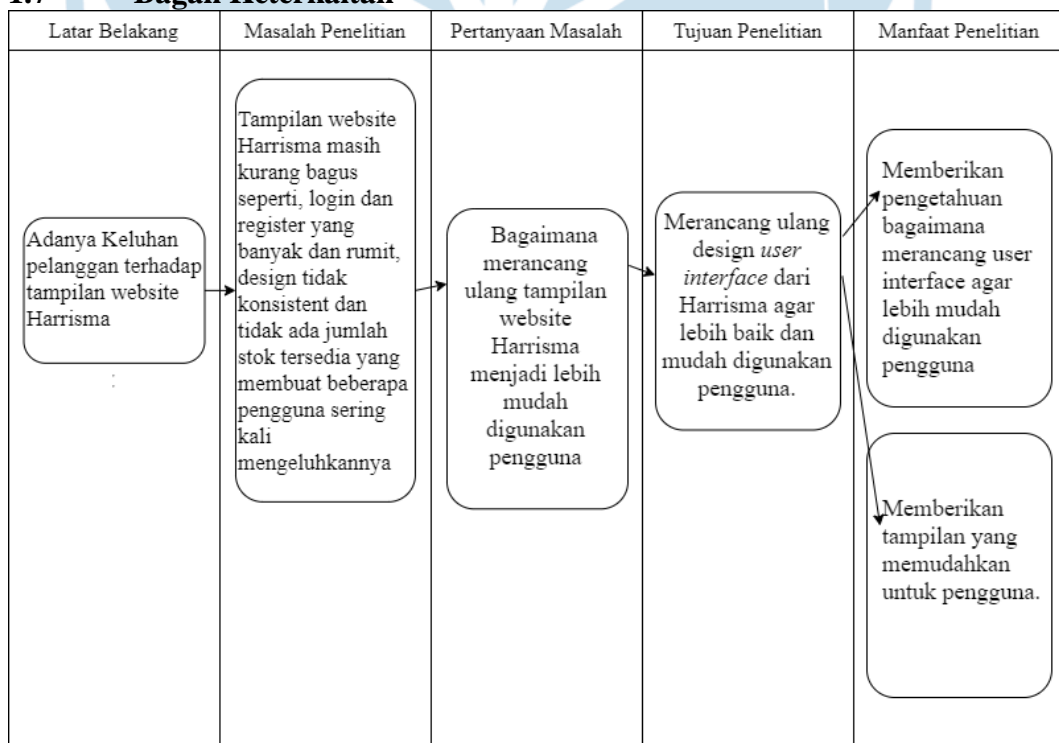
Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu:

1. Bagi keilmuan dan perkembangan ilmu:  
Memberikan pengetahuan bagaimana merancang *design user interface* agar lebih mudah digunakan pengguna.
2. Bagi perusahaan / organisasi:  
Memberikan tampilan yang memudahkan untuk pengguna.

### 1.6 Batasan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat batasan yang digunakan agar penelitian ini menjadi terarah, dan tidak menyebar pada permasalahan yang lain. Penelitian ini berfokus pada proses melakukan perancangan ulang *website* harrismastore.co.id dengan berdasarkan *usability testing* terhadap pengguna dengan berfokus pada tampilan landing page, tampilan *login* dan *register*, tampilan komparasi dan tampilan pada detail produk.

### 1.7 Bagan Keterkaitan



**Gambar 1. 1. Bagan Keterkaitan**

Pada Gambar 1 adalah bagan keterkaitan yang berisi dari latar

belakang, masalah penelitian, pertanyaan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

