

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan teknologi yang sangat cepat semakin beragam dalam memenuhi kebutuhan. Segala macam kebutuhan dapat diakses secara online dan tidak mengenal jarak selama kesediaan dan kebutuhan tersedia. Sekarang aplikasi *online* dituntut untuk semakin menghasilkan banyak fungsi untuk memenuhi kebutuhan manusia. Salah satu fungsi yang paling menarik dalam aplikasi *online* adalah mengunggah gambar karena dengan mengunggah gambar semakin meningkatkan minat dalam pencarian barang. Dilansir dari dataindonesia, di tahun 2021 sampai 2022 data pengguna internet di Indonesia mencapai 210,03 juta pengguna, dibandingkan dengan tahun 2019 sampai 2020 data pengguna internet di Indonesia mencapai 196.71 juta pengguna internet [1]. Kejadian ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan dalam penggunaan internet di Indonesia sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa situs website atau aplikasi haruslah mengadaptasi metode yang efektif dalam desain agar dapat disesuaikan dengan perkembangan teknologi yang terjadi dengan berbagai macam kebutuhan. Di era saat ini seluruh tipe jual beli berlangsung secara digital, pemasaran produk terus menjadi mencuat banyak metode. Produk yang dijual di *e-commerce*, terdapat juga yang dijual di media sosial, apalagi membuat aplikasi berbasis web sendiri. Keahlian internet untuk menjangkau pelanggan baru serta penghematan bayaran yang lumayan signifikan guna distribusi serta pelayanan pelanggan adalah keuntungan yang dapat didapat industri dengan memakai sistem *e-commerce* [2]. Pembelian dengan memakai sistem *e-commerce* merupakan mencampurkan antara pemesan serta pembayaran secara online. Ini merupakan inovasi yang sangat cepat pertumbuhannya serta sangat menarik untuk pasaran di internet.

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba [3]. Toko Sanliu.co adalah toko yang menjual berbagai pakaian yang berdiri sejak 2020. Di saat covid ekonomi untuk beberapa orang mengalami dampaknya sehingga beberapa orang mencari celah bagaimana menjual atau beraktivitas secara *online*. Salah satu yang dilakukan oleh *owner* toko Sanliu.co adalah dengan menjual barang *thrift*. Barang *thrift* sendiri adalah barang yang sudah tidak dijual di pasaran umum karena beberapa barang yang cacat seperti, tidak ada label barang, tidak laku di pasaran umum, barang sisa toko, dan beberapa alasan kecil lainnya sehingga masih layak untuk digunakan sekaligus dapat diperjualbelikan dengan harga yang dapat dibilang lebih murah dari pasaran umum dan memiliki nilai branded [4]. Penjualan baju *thrift* merupakan pilihan bagi pembeli untuk mendapatkan barang dengan harga yang lebih murah tanpa mengurangi kegunaan dari barang tersebut. *Thrift Shop* sendiri di Jogja termasuk memiliki saingan yang banyak. *Thrift Shop* memiliki saingan yang banyak terbukti dari stand pameran *thrift day* yang terjadi di pameran *thrift day* yang ada di Jogja Expo Center stand diisi penuh oleh kontestan penjual *thrift shop*. Setelah melakukan wawancara dengan pemilik Sanliu.co masalah yang ada pada penelitian ini adalah pelanggan hanya melihat dari *live* Tiktok dan Instagram sedangkan barang yang belum laku terjual masih banyak sehingga tidak ada waktu untuk memperlihatkan barang yang belum laku terjual, selama ini barang yang terjual kebanyakan dari bukaan karung yang baru dan sulitnya memasarkan barang bekas secara *offline* di era yang serba digital.

Saat ini Sanliu.co hanya bergerak dibidang *offline* dan ingin membuka lowongan baru di e-commerce tetapi Sanliu belum memiliki perancangan UI / UX sebagai rancangan sedangkan penjualan barang masih dilakukan secara manual dimana ada barang baru langsung dipasarkan ke media sosial yang dimiliki seperti Tiktok, Instagram, dan Facebook. Setelah adanya beberapa keluhan dari pemilik

toko Sanliu.co terkait ada barang eksklusif yang mungkin nantinya dapat dijadikan ajang lelang sekaligus mengatasi barang-barang yang belum laku terjual karena selama ini barang yang laku terjual hanya banyak baru yang dibuka sehingga membuat *profit* penjualan kurang karena barang yang lama tidak laku. Dengan dasar itu pemilik Sanliu.co ingin melakukan pengembangan proses bisnis yang ada dengan memasarkan *online* dalam pembuatan *e-commerce* berbasis web. Dengan adanya *e-commerce* berbasis web tentu menjadi harapan yang besar karena barang yang dijual dari Sanliu.co adalah barang bekas dan memiliki nilai karena barang yang dijual adalah barang *branded*

Berbagai metodologi penelitian digunakan saat merancang *user interface* dan *user experience*, termasuk *User Centered Design (UCD)*, *five planes*, *design thinking*, *design sprint*, *Lean UX*, *human centered design*, dan banyak lagi [7]. Alasan mengapa penjualan barang thrift ini menggunakan metode *Lean UX* karena *Lean UX* memiliki beberapa keunggulan, antara lain: Umpan balik yang lebih cepat: *Lean UX* menekankan pada pembuatan prototipe dan pengujian yang cepat, yang memungkinkan desainer mendapatkan umpan balik dari pengguna lebih awal dan sering. Ini membantu mengidentifikasi masalah dengan cepat dan memperbaikinya. Fokus pada Pengalaman Pengguna: *Lean UX* menempatkan pengguna sebagai pusat proses desain, dengan fokus pada pemahaman kebutuhan dan perilaku mereka. Hal ini membantu menciptakan produk yang intuitif dan mudah digunakan. Kolaborasi: *Lean UX* memupuk kolaborasi antara desainer, pengembang, dan pemangku kepentingan. Hal ini membantu memastikan bahwa semua orang selaras dengan tujuan dan visi produk. Desain Iteratif: *Lean UX* adalah proses berulang. Dengan kata lain, desainer membuat perubahan kecil dan mengujinya sebelum melakukan perubahan besar. Hal ini membantu mengurangi risiko pengambilan keputusan desain penting yang tidak berhasil. Secara keseluruhan, *Lean UX* adalah metodologi yang membantu

desainer menciptakan produk yang berpusat pada pengguna, efisien dan efektif [8].

1.2 Perumusan Masalah

Dari deskripsi latar belakang, rumusan masalah yang terjadi dalam penelitian ini adalah Sanliu.co saat ini masih bergerak secara *offline* dan ingin berkembang dengan membuat website tetapi belum memiliki tampilan *user interface* sebagai gambaran dalam perancangan website.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian yang dapat diambil dari rumusan masalah adalah “Bagaimana membuat rancangan *user interface* sesuai kebutuhan Sanliu.co?”

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan penelitian ini yaitu:

1. Membuat rancangan *user interface e-commerce* sesuai kebutuhan Sanliu.co.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti hanya memfokuskan terhadap responden yang gemar berbelanja online dalam kurun waktu tertentu.
2. Penelitian ini hanya ditujukan responden yang berada di Indonesia.
3. Metode yang digunakan untuk mengetahui kelayakan rancangan *user interface* menggunakan *usability testing*, sedangkan metode yang digunakan untuk perancangan *user interface* adalah Lean UX.

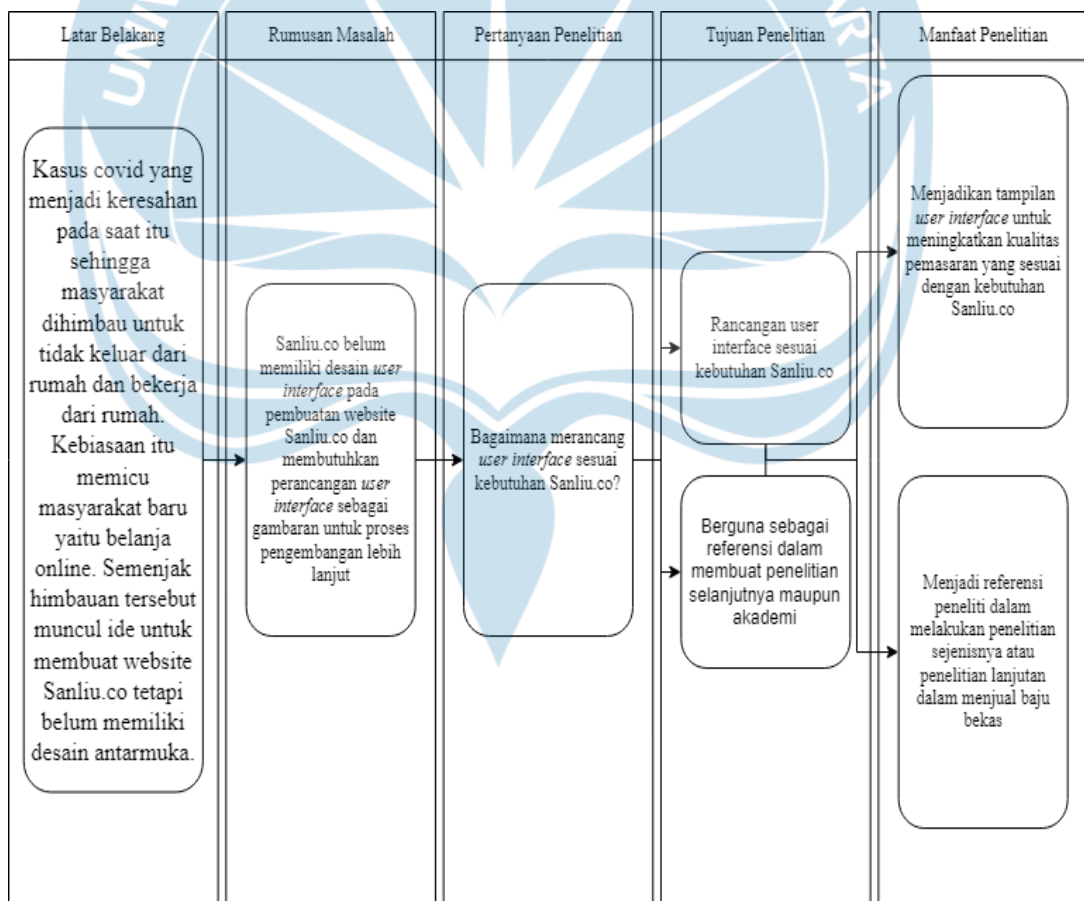
1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menjadikan tampilan *user interface* untuk meningkatkan penjualan barang dengan pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan Sanliu.co.

1.7 Bagan Keterkaitan

Berikut bagan keterkaitan antara latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian yang dapat dilihat pada Gambar dibawah ini :



Gambar 1. 1 Bagan Keterkaitan Penelitian