

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

PT. Krakatau Karya Abadi, pengelola aplikasi SuperApp, merupakan *startup* yang fokus meningkatkan efisiensi rantai distribusi sembako. Perusahaan ini juga bertujuan menciptakan kesetaraan distribusi di kota-kota tingkat dua dan tiga, termasuk pedesaan di Indonesia. Mereka mengembangkan jaringan agen distribusi untuk produk *FMCG*. SuperApp menjadi salah satu distributor sembako dan kebutuhan rumah tangga, dengan fokus pada penjualan di kota-kota kecil. Visi mereka adalah mengatasi tantangan ekonomi di daerah ini dengan membentuk jaringan agen yang memperluas rantai pasokan lokal, membuat barang lebih terjangkau. Aplikasi ini juga membantu penduduk menjadi wirausahawan mandiri sebagai agen Super. Misinya adalah menyediakan akses ekonomi yang adil di seluruh Indonesia, mengatasi disparitas harga dan distribusi, khususnya di wilayah timur. SuperApp memudahkan belanja *online* dan menjangkau berbagai daerah. Super menawarkan dua skema penjualan. Pertama, pelanggan dapat berbelanja langsung melalui aplikasi Super. Kedua, untuk yang belum terbiasa dengan teknologi, ada Super Agen yang mengunjungi toko-toko kelontong untuk membantu proses pemesanan. Dengan ini, pelanggan tetap bisa mendapatkan sembako melalui aplikasi meskipun belum familiar dengan teknologi digital.

Aplikasi SuperApp merupakan sarana utama perusahaan dalam menyediakan informasi dan layanan kepada pengguna. Melalui aplikasi SuperApp, perusahaan dapat menyajikan informasi, fitur, produk dan layanan, dan berbagai hal lainnya. Karena merupakan sarana utama perusahaan, aplikasi ini menjadi sangat penting dan selalu diperhatikan perkembangan penggunanya. Perkembangan pengguna aplikasi SuperApp diukur melalui data *monthly active users* untuk melihat perkembangan pengguna aktif aplikasi SuperApp. Kriteria *monthly active users* ini adalah pengguna yang dalam sebulan pernah mengakses aplikasi SuperApp walaupun tidak melakukan transaksi. Setelah diketahui, ternyata target *monthly*

active users dalam quarter tiga belum terpenuhi, oleh karena itu diperlukan suatu perubahan dalam aplikasi SuperApp untuk meningkatkan *monthly active users* sehingga dapat mencapai target yang diinginkan oleh perusahaan. Selain itu, berdasarkan data selama tiga bulan terakhir, diperoleh hasil bahwa rata – rata persentase pengguna yang mengunduh dan melakukan registrasi di aplikasi SuperApp hanya sebesar 22%. Data ini menjadi acuan bagi perusahaan untuk meningkatkan persentase *install to regist* pengguna aplikasi SuperApp.

Berdasarkan hasil survei terdahulu yang dilakukan oleh tim Product Technology kepada calon pengguna, beberapa calon pengguna tidak mengetahui bahwa aplikasi SuperApp merupakan sebuah platform belanja online. Para calon pengguna beranggapan bahwa aplikasi SuperApp merupakan aplikasi survei, aplikasi bank, dan aplikasi pinjaman online. Hal ini terjadi karena pengguna mengalami mispersepsi mengenai aplikasi yang disebabkan oleh minimnya informasi mengenai aplikasi dan *touch point*. Hal tersebut menyebabkan calon pengguna kurang tertarik untuk melanjutkan ke tahap registrasi. Fenomena ini mempengaruhi persentase *install to regist* di aplikasi SuperApp. Selain itu, berdasarkan hasil survei kepada pengguna, mayoritas pengguna mengenal aplikasi SuperApp melalui rekomendasi dari teman, kerabat, dan anggota keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dari mulut ke mulut atau *word-of-mouth* memainkan peran penting dalam penyebaran aplikasi ini. Namun, meskipun rekomendasi dari orang-orang terdekat sangat efektif, SuperApp belum menyediakan fitur khusus yang memfasilitasi pengguna untuk dengan mudah membagikan aplikasi tersebut.

SuperApp berencana membuat sebuah fitur baru sebagai solusi untuk pemecahan masalah tersebut. Fitur yang akan dikembangkan yaitu, fitur *new user journey* dan *referral program*. Namun, saat ini perusahaan belum memiliki desain *user interface* untuk mendukung pengembangan fitur tersebut. Perancangan *user interface* menjadi proses penting untuk dilakukan yang kemudian akan digunakan sebagai pedoman dan gambaran pengembangan fitur aplikasi yang akan dilakukan oleh tim pengembang. *User interface* adalah tampilan visual sebuah produk yang menjembatani sistem dengan pengguna, tampilan *user interface* ini dapat berupa bentuk, warna, dan tulisan yang

dirancang dengan daya tarik maksimal. Secara sederhana, *user interface* menggambarkan bagaimana sebuah produk terlihat oleh pengguna[1]. *User interface* berhubungan dengan elemen visual dari sebuah situs web, termasuk tata letak, desain, skema warna, tipografi, serta elemen interaktif seperti tombol dan menu navigasi[2]. *User interface* yang dirancang dengan baik memastikan sistem informasi terlihat menarik secara visual dan mudah untuk dinavigasi, sehingga meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Penerapan strategi ini diharapkan dapat membantu meningkatkan *monthly active users* dan persentase *install to regist* pengguna aplikasi SuperApp.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah saat ini SuperApp akan membangun sebuah fitur baru untuk meningkatkan *monthly active users* pengguna aplikasi SuperApp, tetapi belum adanya *desain interface* untuk tampilan fitur baru yang akan dibangun yaitu fitur *new user journey* dan *referral program*. Sehingga dibutuhkan desain untuk *user interface* pada dua fitur tersebut untuk mendukung pengembangan fitur dengan desain yang praktis dan *user-friendly* sesuai dengan kebutuhan dari PT. Krakatau Karya Abadi.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka terdapat pertanyaan pada penelitian ini yaitu “Bagaimana merancang dan menghasilkan tampilan *user interface* yang baru bagi fitur *new user journey* dan *referral program* pada aplikasi SuperApp dengan menggunakan metode *design thinking*?”

1.4. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat rancangan desain *user interface* yang menarik dan *user friendly* untuk fitur *new user journey* dan *referral program* untuk aplikasi SuperApp pada PT. Krakatau Karya Abadi sebagai pedoman dan acuan desain pembuatan fitur aplikasi.

1.5. Batasan Masalah

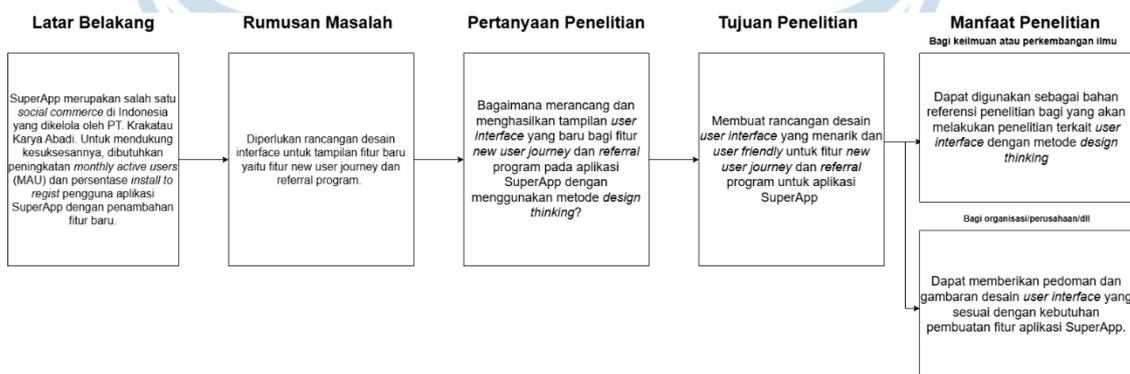
Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan sebelumnya, maka batasan – batasan dalam penelitian ini adalah :

1. Fokus utama pada perancangan desain *user interface* dan *prototype* dari fitur *new user journey* dan *referral* aplikasi SuperApp, tanpa melibatkan pengembangan
2. Penelitian ini akan mempertimbangkan desain visual yang menarik dan konsisten dengan identitas merek klien
3. Perancangan desain *user interface* aplikasi dengan tampilan Android mobile

1.6. Manfaat Penelitian

- a. Bagi keilmuan atau perkembangan ilmu, hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi penelitian bagi yang akan melakukan penelitian terkait *user interface* dengan metode *design thinking*.
- b. Bagi organisasi/perusahaan/dll, hasil penelitian ini dapat memberikan pedoman dan gambaran desain *user interface* yang sesuai dengan kebutuhan pengembangan fitur aplikasi SuperApp.

1.7. Bagan Keterkaitan



Gambar 1. 1 Bagan Keterkaitan