

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

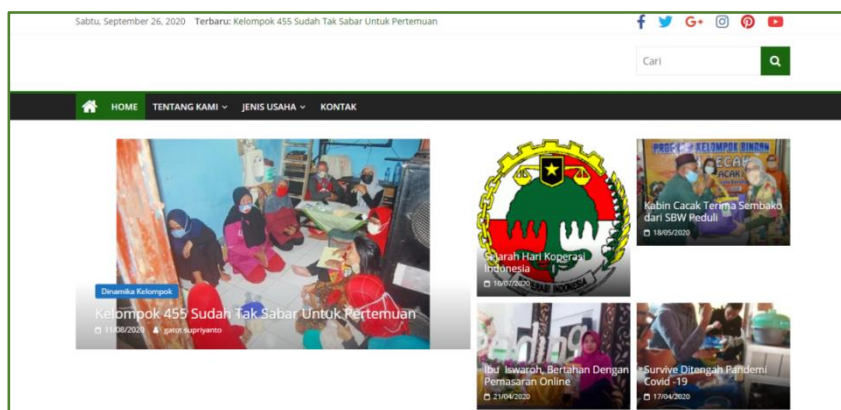
Perkembangan teknologi yang semakin maju dalam dunia *modern* seperti sekarang ini membawa manfaat yang besar bagi kehidupan masyarakat (Guntara, 2014: 3). Semakin pesat perkembangannya, segala macam kebutuhan atau pengetahuan dapat diakses dengan mudah oleh pengguna internet. Tak hanya itu, internet saat ini tidak hanya digunakan untuk bekerja dan pendidikan saja, melainkan juga dapat menjadikan tempat pemasaran. Pada dasarnya, internet merupakan media pemasaran yang bersifat global (Batubara, 2012: 16), dan salah satunya media tersedia dari internet adalah *web* atau *website*. *Website* dapat digunakan sebagai sarana pelayanan dalam penyajian informasi yang dibutuhkan secara cepat dan lengkap (Irawan, 2009). Banyak perusahaan, instansi, atau organisasi membangun identitas serta mengakses di *website* agar dapat dijangkau oleh semua lapisan pengguna internet. Karena hal itulah, *website* menjadi salah satu bentuk pemasaran Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita.



**Gambar 1.1** Logo Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita  
(Sumber : [setiabhaktiwanita.com](http://setiabhaktiwanita.com))

Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita dibangun dan dikembangkan oleh kaum kelompok ibu-ibu/perempuan arisan pada tahun 1978. Koperasi semakin berkembang secara pesat dan menjadi koperasi simpan pinjam yang besar dan menjadi kebanggaan tersendiri terutama koperasi wanita di Indonesia. Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita memberikan penawaran antar interaksi kepada anggota koperasi dengan jasa simpan pinjam dengan sistem tanggung renteng, toko swalayan, *Learning Center*, UMKM/usaha, Unit jasa (pariwisata/travel, pelatihan keterampilan) untuk anggota koperasi. Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita mensyaratkan anggotanya untuk

bergabung dalam kelompok-kelompok. Setiap kelompok minimal terdiri 15 orang dan maksimal 30 anggota. Menurut Bapak Gatot selaku Koordinator *Learning Center*, saat ini ada lebih 12.500 ribu perempuan di Surabaya dan sekitarnya dan lebih dari 458 kelompok telah menjadi anggota SBW (Setia Bhakti Wanita).



**Gambar 1.2** Website Lama Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita  
(Sumber : *setiabhaktiwanita.com*)



**Gambar 1.3** Website terbaru Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita  
(Sumber : *setiabhaktiwanita.com*)

Dengan lampiran gambar diatas, dengan seluruh pencapaian Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita, sangat disayangkan apabila tampilan dari *website* utama Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita tidak diperbarui baik dalam layanan jasa serta tampilan *websitenya* baik dari desain maupun layout yang ditampilkan. Sistem layanan jasa yang ada di *website* Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita saat ini adalah layanan pada tahun 2017. Terdiri dari simpan pinjam, E-Kopwan *Learning Centre*, serta Unit jasa. Dikarenakan tidak adanya pembaruan layanan jasa yang disediakan oleh Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita, membuat banyak orang yang ingin tahu lebih lanjut

tentang layanan unik dari Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita tidak dapat tersampaikan dengan baik. Karena itu, penting bagi Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita untuk dapat membangun identitas instansi dengan memperbarui tampilan *website* utama Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita berdasarkan *User Interfance* (UI) dan *User Experience* (UX).

*Website* yang dapat dikatakan baik dalam membangun identitasnya adalah dilihat dari dua cara yang nantinya akan kembali kepada penggunanya, yaitu ditinjau dari *User Interfance* (UI) serta *User Experience* (UX). *User Interface* (UI) adalah tampilan yang disuguhkan kepada pengguna untuk mempermudah pengguna mengakses *website* dengan tampilan yang menarik. *User Experience* (UX) adalah memberikan pengalaman kepada pengguna agar dapat merasakan interaksi antara komputer dengan pengguna melewati *website*. Jika pada suatu *website* terdapat dua hal tersebut, maka pengguna akan merasa nyaman dan aman saat menjelajahi tampilan serta alur navigasi suatu program. Tak hanya hal tersebut, UI/UX dapat membangun interaksi yang unik kepada komputer dan pengguna agar pengguna mendapatkan pengalaman baru saat mengakses *website* yang dituju.

*Website* ini diharapkan mampu menjadi media informasi bagi nasabah Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita untuk mengetahui Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita lebih lengkap dan terperinci. Dengan redesain *website* Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita berdasarkan UI/UX, diharapkan dapat memudahkan para nasabah koperasi mengakses informasi lebih banyak dan lengkap dari media informasi utama *website* Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita. Dengan demikian, judul dari penulis adalah **“Perancangan Redesain *Website* Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Sebagai Media Informasi Untuk Anggota Koperasi Berdasarkan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX)”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Menurut Bapak Gatot Supriyanto selaku Koordinator Learning Centre *website* Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita memang belum dilakukan adanya pembaruan informasi Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita pada *website* Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita.
2. Dari hasil wawancara penulis pada Femmy Liana sebagai UI/UX *Designer*, perlunya redesain *website* Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita berdasarkan UI/UX untuk

- dapat menambah pengalaman anggota Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita mengakses informasi.
3. Dengan konsep inovatif-informatif, diharapkan anggota koperasi pengguna dapat lebih mengeksplorasi *website* dengan tampilan desain dan *layout* terbaru dari redesain *website* Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Bagaimana redesain *website* Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita berdasarkan UI/UX sebagai media informasi anggota koperasi tersampaikan secara tepat?

### **1.4 Batasan Masalah**

1. Perancangan redesain *website* Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita hanya sampai desain dan *layout*, serta konten/artikel isi tentang jasa usaha koperasi dan kegiatan tiap kelompok.
2. Perancangan redesain *website* Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita berdasarkan UI/UX berfokus pada tampilan secara visual, serta alur navigasi yang memudahkan dan membuat nyaman anggota Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita untuk mengakses *website*.
3. Penulis tidak sampai pada pembuatan pembuatan sistem operasi pada *website* Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita.

### **1.5 Tujuan Perancangan**

1. Memberikan informasi secara lengkap, baik itu struktur organisasi, artikel jasa usaha dan informasi Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita lainnya yang dapat diakses baik kepada para anggota dan pengguna internet yang ingin mengetahui Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita lebih lanjut.
2. Memperbarui tampilan wajah baru pada *website* utama Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita, dipermudah dengan ikon struktural navigasi mengakses *website* serta visual yang membuat nyaman anggota koperasi.
3. Menambah daya tarik dan menciptakan identitas yang profesional bagi Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

1. Perancangan redesain *website* Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita berdasarkan UI/UX ini diharapkan dapat digunakan oleh anggota Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita untuk mengakses informasi dan menjadikan *website* Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita sebagai media utama struktural.
2. Perancangan redesain *Website* Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita berdasarkan UI/UX dapat berkontribusi sebagai solusi secara grafis agar *website* Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita dapat mudah dijangkau bagi para anggota koperasi.
3. Manfaat bagi perguruan tinggi UPN “Veteran” Jawa Timur dapat dikenal di dunia industri kreatif dan meningkatkan kualitas lulusnya untuk kehidupan masyarakat.
4. Manfaat perancangan ini untuk Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita dapat meningkatkan kualitas layanan usaha koperasi melalui bidang kreativitas di bidang *website* yang merupakan media promosi utama instansi.
5. Manfaat perancangan ini untuk masyarakat dapat memperkenalkan bidang kreativitas lebih dalam melalui desain yang menarik dan informatif.