

BAB I

PENDAHULUAN

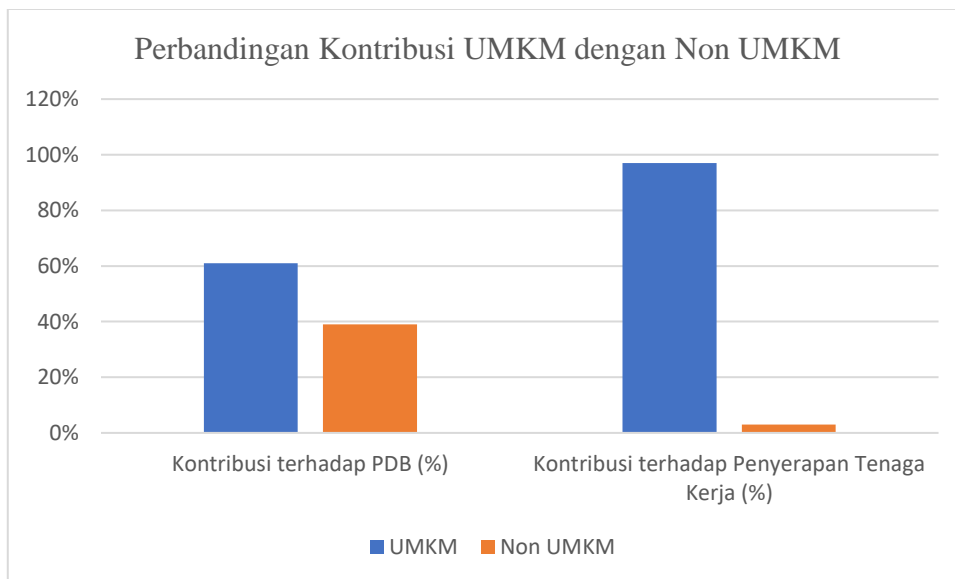
1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi digital semakin berarti dari hari ke hari, yang terbukti dengan peningkatan jumlah masyarakat, termasuk individu dan bisnis, termasuk UMKM, yang mengadopsi internet sebagai alat untuk berbisnis. Ekonomi digital adalah sistem ekonomi yang didasarkan pada pemanfaatan teknologi informasi terkini. Kemajuan dalam ekonomi digital menjadi salah satu penggerak utama perkembangan ekonomi global. Saat ini, ketika kondisi ekonomi dunia tengah menghadapi tantangan akibat krisis keuangan dan resesi berkepanjangan, investasi dalam ekonomi digital memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan operasinya, mengurangi biaya, meningkatkan produktivitas tenaga kerja, serta mempercepat pengembangan produk inovatif dan peluncurannya di pasar global (Nita & Iskandar, 2022).

Perkembangan ini dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk memasarkan produk mereka, yang sering disebut sebagai pemasaran digital. (Purwana et al., 2017) menggarisbawahi bahwa UMKM harus memiliki kemampuan menguasai perangkat digital dan internet agar dapat bersaing dalam dunia bisnis. Selain itu konsumen saat ini cenderung membuat keputusan berdasarkan informasi digital dan melakukan pembelian barang secara online. Meskipun ini merupakan tantangan, hal ini juga membuka peluang yang menjanjikan bagi pelaku UMKM.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional sebesar 60,5%. Ini menunjukkan bahwa UMKM yang ada

di Indonesia sangat potensial untuk dikembangkan hingga dapat berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian (RI, n.d.). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama pembangunan ekonomi Indonesia dan terus didorong untuk berkembang agar dapat meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian serta menciptakan lebih banyak lapangan kerja. UMKM menyumbang 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), senilai Rp9.580 triliun, dan menyerap 97% dari total tenaga kerja. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, Indonesia memiliki 65,5 juta UMKM, yang mewakili 99% dari seluruh unit usaha di negara ini.



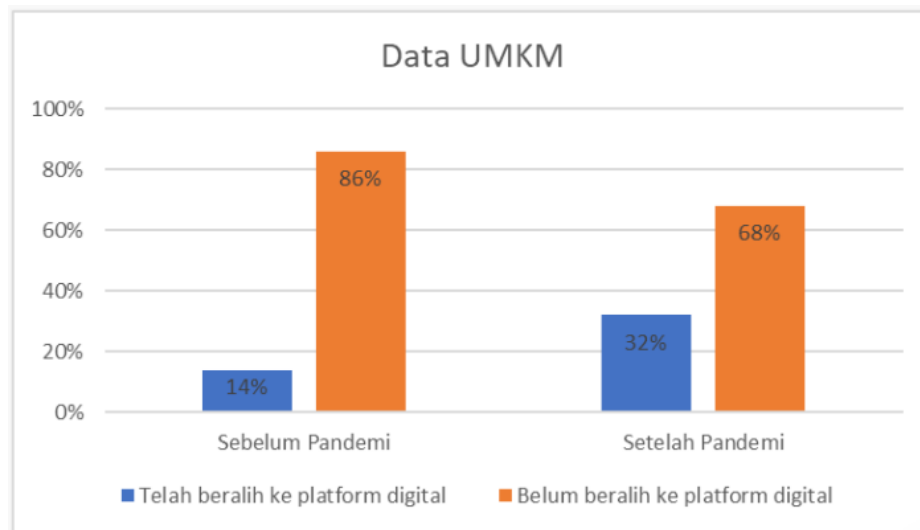
Gambar 1. 1 Perbandingan Kontribusi UMKM dengan Non UMKM

Dalam diagram ini, panjang batang menggambarkan kontribusi relatif dari setiap sektor terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja. UMKM memiliki kontribusi yang signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja (PEREKONOMIAN, 2023)

Menurut (Dinas Kominfo Jatim, 2023) Digitalisasi UMKM adalah fokus utama Kadin Surabaya karena merupakan cara praktis dan ekonomis untuk memperluas pasar. Proses ini memerlukan modal terjangkau, jaringan luas, pembelajaran dari sumber seperti YouTube, dan semangat untuk maju. Keinginan untuk berkembang dan memiliki banyak koneksi adalah kunci sukses digitalisasi UMKM. Dikatakan sebagai langkah ekonomis karena digitalisasi dapat dilakukan melalui media sosial tanpa biaya, seperti Instagram, Facebook, atau TikTok. Ketiga platform ini diakui sebagai alat promosi yang efektif. Melalui promosi online, UMKM dapat melihat jumlah penonton dan minat beli, memberikan dasar bagi evaluasi ke depan. Keunggulan lain dari media digital adalah kemampuannya mencatat interaksi dengan konsumen. Berbeda dengan iklan di koran yang sulit diukur, media digital memungkinkan UMKM melihat seberapa banyak konsumen yang melihat dan berminat membeli produknya, memberikan informasi berharga untuk evaluasi dan pengembangan strategi kedepannya. (Dinas Kominfo Jatim, 2023)

Menurut (Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, 2022) Alternate Chair DEWG G20 mengungkapkan bahwa teknologi digital telah menjadi solusi yang nyata di Indonesia. Menurutnya, setelah pandemi berlalu, sekitar 21 juta UMKM di Indonesia telah beralih ke platform online. Sebelum munculnya pandemi Covid-19, jumlah UMKM yang beroperasi secara digital di Indonesia hanya sekitar 9 juta dari total 64 juta UMKM yang menyumbang sekitar 60% dari Produk Domestik Bruto (PDB) negara ini. Ini adalah jumlah yang sangat besar. Namun, selama pandemi, terjadi peningkatan signifikan dengan sekitar 12 juta UMKM yang beralih ke platform digital. Secara keseluruhan, menyatakan bahwa

saat ini sekitar 21 juta UMKM di Indonesia, atau sekitar 32% dari total 64 juta UMKM, telah memanfaatkan teknologi digital."Ini berarti masih ada sekitar 68% UMKM yang belum mengadopsi ruang digital untuk mengembangkan bisnis mereka.



Gambar 1. 2 Data UMKM yang telah Beralih ke Platform Digital

Setelah melakukan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM dan para pelanggan UMKM di Surabaya, terungkap bahwa sebagian besar dari mereka aktif menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok sebagai sarana untuk mempromosikan produk mereka. Mereka menegaskan bahwa keberadaan media sosial memiliki dampak signifikan dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat, terutama dengan adanya dukungan dari influencer yang membantu memasarkan produk UMKM. Para pelaku UMKM umumnya menggunakan aplikasi *e-commerce*, seperti situs web pribadi atau platform *e-commerce* seperti Shopee, Lazada, dan lainnya, untuk melakukan transaksi produk dengan mitra atau pelanggan mereka. Namun, sebagian dari mereka lebih memilih menggunakan media sosial daripada mengadopsi platform online karena anggapannya bahwa aplikasi *e-commerce* yang telah ada tidak

semudah menggunakan media sosial. Oleh karena itu, beberapa di antara mereka beralih menggunakan WhatsApp untuk melanjutkan proses pemesanan. Dari sudut pandang pengguna yang diwawancarai, terungkap bahwa mereka seringkali mengandalkan rekomendasi produk yang ditemukan melalui media sosial. Namun, beberapa di antara mereka mengalami ketidaknyamanan karena tidak semua produk yang dipasarkan di media sosial terbukti aman untuk dibeli. Keluhan utama adalah terkait dengan pengalaman pembelian di mana banyak penjual di media sosial mengarahkan pembeli ke obrolan pribadi di WhatsApp untuk proses pembayaran, tanpa memberikan jaminan keamanan yang memadai bagi konsumen. Hal ini telah mengakibatkan meningkatnya insiden penipuan. Oleh karena itu, meskipun media sosial terbukti efektif dalam memasarkan produk UMKM, tetapi ada keterbatasan dalam kemampuannya untuk memfasilitasi pembelian langsung. Kendala ini menjadi suatu perhatian, dan perlu ditemukan solusi yang dapat meningkatkan keamanan transaksi bagi konsumen dan memberikan kemudahan bagi mitra atau penjual yang berbelanja maupun menjual produk melalui platform media sosial.

Penelitian terdahulu pertama yang dilakukan oleh (Sugandi & Isnaini, 2023) yang berjudul "Perancangan Antarmuka Pengguna dan Pengalaman Pengguna dari Aplikasi *Marketplace* Bahan Makanan Dapur: Metode *User Centered Design* yang menggunakan metode *User Centered Design (UCD)*. Penelitian ini bertujuan merancang antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) yang efektif untuk aplikasi *Marketplace* bahan makanan dapur. Metode *User Centered Design (UCD)* digunakan dalam empat tahap: *User Centered Design*, *Specify User Requirements*, *Design Solutions*, dan *Evaluate*

Against Requirements. Pada tahap *Understand Context of Use*, dilakukan identifikasi pengguna target, survei, dan pengidentifikasian kebutuhan pengguna. Tahap *Specify user requirements* melibatkan analisis data dari wawancara dan survei untuk mengidentifikasi *pain points* pengguna. Tahap *Design Solutions* melibatkan pembuatan konsep, prototype, dan desain akhir menggunakan alat desain Figma. Tahap *Evaluate Against Requirements* melibatkan pengujian usability dengan *System Usability Scale (SUS)* untuk mengevaluasi kepuasan pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi *Marketplace* bahan makanan dapur memperoleh skor rata-rata 83,5 dalam pengujian usability, menandakan kategori "*acceptable*" dan rating "*Excellent*". Ini menunjukkan bahwa desain antarmuka aplikasi berhasil memenuhi kebutuhan pengguna dan memiliki tingkat kegunaan yang baik. Penelitian ini menekankan pentingnya desain UI/UX dalam membangun kepuasan pengguna dan kepercayaan terhadap platform *e-Marketplace*. Dengan menerapkan metode UCD, aplikasi ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi pengguna, meningkatkan pengalaman pengguna, serta mencapai tingkat kegunaan yang tinggi. Penelitian terdahulu kedua yang dilakukan oleh (Suci & Hadiwiyanti, 2023) dengan judul “Desain UI/UX Aplikasi Pemesanan Co-Working Space Menggunakan Metode *User Centered Design (UCD)*”, menggunakan metode *User-Centered Design (UCD)*. Permasalahan pada penelitian ini adalah pemesanan co-working space saat ini masih dianggap cukup rumit dan tidak efisien. Proses pemesanan saat ini memerlukan pengguna untuk mengunjungi website atau menggunakan aplikasi mobile dari penyedia co-working space tertentu yang hanya menyediakan informasi tentang fasilitas yang ditawarkan oleh co-working space tersebut.

Contohnya adalah aplikasi mobile Rework yang ada di Indonesia. Meskipun menjadi aplikasi pertama di Indonesia yang mengintegrasikan seluruh cabang Rework dan menyediakan berbagai kategori seperti Rework Connect, Workflex, Workdesk, dan Private Office, masih ada kebutuhan untuk meningkatkan desain antarmukanya agar lebih berfokus pada pengalaman pengguna. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang desain antarmuka dari aplikasi pemesanan co-working space dengan fokus pada kebutuhan pengguna. Tujuannya adalah menciptakan produk yang memiliki tingkat usability yang tinggi, lebih mudah diakses, dan lebih mudah diadaptasi oleh pengguna. Dengan kata lain, penelitian ini berusaha mengatasi permasalahan rumitnya proses pemesanan co-working space dengan menciptakan desain antarmuka yang lebih efisien dan mudah digunakan oleh pengguna. Hasil pengujian Pada tahap awal menggunakan lima responden untuk menilai aplikasi dalam hal kegunaan, menghasilkan penilaian SEQ mencapai 5.6 dan SUS mencapai 65 yang menjelaskan bahwa kedua nilai tersebut berada di bawah ambang batas minimal. Kekurangan dalam kegunaan ini disebabkan oleh kesalahan pengguna dalam melakukan klik dan tingkat kegagalan dalam menyelesaikan tugas yang tinggi. Setelah dilakukan perancangan ulang, tahap kedua pengujian melibatkan lima responden lagi, yang menghasilkan SEQ sebesar 6.6 dan SUS sebesar 91.5, menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemudahan penggunaan dan fungsionalitas aplikasi. Setelah tiga kali proses evaluasi desain dengan ahli berpengalaman di bidang UI/UX, penelitian tersebut berhasil menciptakan desain antarmuka yang memenuhi standar baik dari segi fungsionalitas maupun prinsip interaksi desain. Penelitian terdahulu ketiga yang dilakukan oleh (Novitasari et al., 2019) dengan judul

“Evaluasi dan Perancangan *User Interface* untuk Meningkatkan *User Experience* Menggunakan Metode *Human-Centered Design* dan *Heuristic Evaluation* Pada Aplikasi Ezypos”, menggunakan metode Human-Centered Design (HCD). EzyPOS adalah aplikasi yang digunakan untuk mempermudah pekerjaan pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam mengatur atau manajemen usahanya menjadi lebih baik dan tertata. Kegunaan Aplikasi EzyPOS sama halnya dengan mesin kasir. Ditemukan beberapa permasalahan usability pada Aplikasi EzyPOS yaitu seperti ukuran-ukuran tombol yang masih belum sesuai standart dan tidak beraturan sehingga berpengaruh pada pengalaman pengguna. Rekomendasi perbaikan *User interface* dan *User Experience* Aplikasi EzyPOS beserta hasil evaluasi dan analisis keduanya merupakan Tujuan dari penelitian ini. Pendekatan yang digunakan adalah *Human-Centered Design (HCD)* yang merupakan pendekatan desain dan pengembangan system untuk membuat sistem interaktif lebih bermanfaat dengan berfokus pada penggunaan sistem dan menerapkan factor manusia / ergonomi dan pengetahuan dan teknik kegunaan. Tahapan HCD adalah spesifikasi konteks penggunaan, spesifikasi kebutuhan pengguna, membuat desain solusi, dan evaluasi desain solusi. Metode evaluasi yang digunakan adalah *Heuristic Evaluation (HE)* yang merupakan metode untuk menemukan masalah usability dalam User interface dengan menggunakan 3 - 5 evaluator untuk memeriksa dan menilai masalah sesuai dengan prinsip-prinsip usability yang berlaku. Perbaikan dilakukan berdasarkan severity rating. Hasil dari penelitian ini adalah desain solusi dengan pendekatan HCD memiliki nilai usability yang lebih baik dari Aplikasi *EzyPOS* versi 1.0.19. Hal ini ditunjukkan

dengan menurunnya jumlah permasalahan yang ditemukan pada desain solusi aplikasi EzyPOS, yaitu dari 20 menjadi 6 permasalahan.

Penelitian ini mengadopsi metode *User-Centered Design (UCD)* dalam perancangan desain U/ UX , yang menitikberatkan pada kolaborasi antara desainer dan pengguna dikarenakan pendekatan ini menekankan pengembangan ide berdasarkan pemikiran, perasaan, dan perilaku pengguna. *User-Centered Design (UCD)* adalah sebuah metode di mana pengguna menjadi pusat dalam proses pengembangan sistem, dan rancangan akan dievaluasi oleh pengguna sehingga sistem dapat memenuhi harapan mereka (Rifai & Akbar, 2021). Menurut ISO (1999), *User-Centered Design (UCD)*, yang juga dikenal sebagai *Human-Centered Design*, adalah pendekatan dalam pengembangan sistem interaktif yang berorientasi pada penciptaan sistem yang memiliki manfaat. UCD merupakan metode perancangan antarmuka yang dilakukan secara berulang, dengan porsi perhatian utama pada kebutuhan pengguna akhir (*end-user*), sehingga desain akhirnya dipengaruhi oleh kontribusi pengguna (Eugenia et al., 2022).

Berdasarkan penjelasan latar belakang, perlu dirancang sebuah desain antarmuka aplikasi *Social Commerce* yang memiliki kemampuan mengintegrasikan fungsi sosial media dan *e-commerce*. Tujuan utamanya adalah memberikan kemudahan kepada pengguna sosial media dalam berinteraksi dan melakukan pembelian produk secara mudah, aman, dan terpercaya dari para pelaku UMKM. Desain ini diharapkan dapat menciptakan pengalaman yang lebih aman dan nyaman bagi konsumen, sambil memberikan kemudahan bagi penjual. Implementasi edukasi dan penyediaan informasi yang jelas di dalam aplikasi ini diharapkan dapat mengatasi kendala-kendala yang muncul saat pembelian

langsung melalui media sosial. Dengan adanya langkah-langkah ini, diharapkan dapat meningkatkan pengalaman belanja online, mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia, dan mengurangi risiko potensial yang mungkin terjadi selama proses transaksi. Dengan demikian, desain antarmuka ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi ekosistem perdagangan online dan menjadi langkah penting dalam memajukan sektor UMKM di Indonesia. Pembatasan luaran akhir penelitian ini terfokus pada desain antarmuka merupakan implikasi dari penerapan metode *User-Centered Design (UCD)*. Metode ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah dan memberikan panduan untuk menyelesaikan masalah berupa desain UI/UX, sehingga tidak mencakup implementasi solusi yang dihasilkan. Oleh karena itu, hasil akhir penelitian ini adalah desain antarmuka yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pengguna.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini yaitu bagaimana cara merancang UI/UX aplikasi *Social-Commerce* UMKM menggunakan metodologi User Centered Design (UCD) yang menghasilkan kegunaan dan kemudahan yang baik.

1.3 Batasan Masalah

Berikut adalah batasan masalah yang sesuai dengan pernyataan masalah tersebut:

1. Wawancara akan dilakukan dengan maksimal lima responden dari mitra atau penjual dan 5 responden dari penjual yang mewakili berbagai persona pengguna aplikasi.

2. Desain akan diwujudkan dalam tiga tingkat prototipe yang berbeda, yaitu prototipe rendah (*low-fidelity*) dalam bentuk wireframe, prototipe menengah (*middle-fidelity*) dalam bentuk *mockup*, dan prototipe tinggi (*high-fidelity*) sebagai hasil akhir.
3. Desain difokuskan pada tampilan pengguna

1.4 Tujuan

Merancang desain UI/UX aplikasi Social Commerce UMKM dengan menggunakan metode UCD yang menghasilkan kegunaan dan kemudahan yang baik pada *platform* mobile.

1.5 Sistematika Penulisan

Struktur penulisan skripsi ini akan membantu memandu penyusunan laporan agar tetap sesuai dengan tujuan yang diharapkan, sehingga tidak menyimpang dari fokus penelitian. Langkah-langkah dalam proses penyusunan skripsi ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, akan dipaparkan gambaran umum mengenai konten penelitian, termasuk latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, dan tata cara penyusunan laporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan konsep dasar teori yang relevan dengan permasalahan yang akan dibahas, serta menjelaskan metode dan perangkat yang akan digunakan dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menggambarkan langkah-langkah yang ditempuh untuk mencapai tujuan penelitian, termasuk identifikasi masalah, review literatur, metode pengumpulan data, analisis kebutuhan, dan proses penulisan laporan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil dari setiap tahap dalam metodologi penelitian serta berdiskusi tentang pencapaian dalam pengembangan sistem, mencakup analisis, perancangan desain antarmuka, dan evaluasi.

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bab ini merangkum kesimpulan yang dapat diambil dari keseluruhan isi laporan skripsi dan memberikan saran untuk perbaikan sistem yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi referensi literatur yang digunakan sebagai panduan dalam penyusunan skripsi.

LAMPIRAN

Bagian ini memuat data atau informasi tambahan yang mendukung isi skripsi.