

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat saat ini telah memberikan dampak signifikan di Provinsi Jawa Timur. Dengan jumlah penduduk mencapai 41.416.407 jiwa menurut Badan Pusat Statistik (2023), terlihat bahwa tren penggunaan teknologi, khususnya ponsel atau handphone, mengalami peningkatan. Pada tahun 2022, sebanyak 76,96% penduduk Jawa Timur yang berusia 5 tahun ke atas telah memiliki perangkat handphone (Badan Pusat Statistik, 2023). Sedangkan menurut Badan Pusat Statistik (2022), mengungkapkan bahwa sebanyak 11,63% penduduk Jawa Timur yang memiliki akses ke perangkat komputer jinjing pada periode yang sama. Penggunaan handphone mendominasi di Jawa Timur sebagai alat komunikasi, produktivitas, dan hiburan.

Bagian atau komponen hardware maupun software dari handphone dan laptop dalam jangka waktu tertentu akan mengalami perubahan fisik maupun kerusakan. Menurut Pangkey et al. (2016), hanya sejumlah kecil pengguna handphone yang memperlihatkan kepekaan terhadap kerusakan pada perangkat. Pengguna handphone dan laptop yang mengalami kerusakan seringkali memerlukan layanan reparasi dari para profesional di bidang tersebut. Jasa servis menjadi solusi yang membantu pelanggan memperbaiki barang-barang elektronik yang rusak agar dapat berfungsi kembali dengan optimal. Meski demikian, terdapat sejumlah keluhan yang muncul dari kedua pihak terkait kondisi servis saat

ini.

Dikutip dari *kompas.com* terdapat postingan keluhan dari pengguna bahwa meskipun telah beberapa kali perbaikan di pusat servis Hewlett Packard (HP) Surabaya, masalah pada laptop belum terselesaikan dengan baik. Selain itu, adanya ketidakjelasan terkait waktu penyelesaian atau kemungkinan pergantian unit baru semakin menambah kebingungan dan ketidakpuasan pemilik laptop (Agung, 2021).

Penyedia jasa servis menghadapi tantangan signifikan karena toko saat ini mengalami sepi. Para pemilik kios servis di Mall Pusat Grosir Cililitan (PGC) terpaksa menawarkan layanan mereka di pinggir jalan karena toko di dalam Mall PGC terpaksa ditutup. Pemilik toko menawarkan dan melakukan servis HP di tepi jalan dengan bermodalkan tulisan yang dipajang dibelakang mobil atau hanya sekedar dibuat di kardus atau styrofoam sehingga bisa diketahui oleh pengendara yang lewat. Untuk menarik pelanggan, para penyedia jasa menggunakan strategi pemasaran melalui pesan *broadcast*, WhatsApp (WA), dan membagikan informasi kepada kontak pelanggan (Permana, 2020) (Munir, 2021).

Berdasarkan berita fenomena saat ini, dilakukan survei awal untuk mengamati dan menganalisis permasalahan yang muncul dengan melibatkan responden melalui penyebaran kuesioner. Pada tanggal 7 Desember 2023, dilakukan survei awal kepada 25 masyarakat Surabaya. Hasil dari pra-survei tersebut terungkap bahwa sejumlah 11 responden pernah melakukan service handphone, 2 responden pernah melakukan servis laptop, dan 12 responden pernah melakukan servis handphone dan laptop. Responden melaporkan berbagai jenis kerusakan yang dialami, termasuk perbaikan keyboard, lcd, memori, pergantian

SSD, dan RAM. Namun saat responden menggunakan layanan servis, terdapat beberapa masalah yang dihadapi seperti pengerjaan yang memakan waktu lama, berkali-kali ke lokasi hanya untuk menanyakan ketersediaan barang, tidak adanya pembukuan histori tentang perjanjian awal, barang kembali rusak, dan tidak ada transparansi biaya.

Pemilik usaha menghadapi sejumlah kesulitan dalam menyediakan layanan servis. Biaya sewa toko yang mahal menjadi beban berat, sementara keadaan sepi toko menurunkan pendapatan dan daya tarik pelanggan. Persaingan yang ketat di dunia bisnis membuat sulit untuk mencapai keunggulan atas kompetitor. Selain itu, dampak pandemi COVID-19 mendorong banyak pelanggan beralih ke layanan *online* menghadirkan tantangan baru bagi bisnis yang terbiasa dengan transaksi *offline*.

Menurut Badan Pusat Statistik (2022), presentasi penduduk yang pernah mengakses internet dalam 3 bulan terakhir menurut provinsi dan media di Jawa Timur pada tahun 2022 yaitu 98,52% menggunakan telepon seluler. Spesifik untuk Kota Surabaya, sebagai kota terbesar di Jawa Timur, pada tahun 2023 memiliki jumlah penduduk sebanyak 3.088.748 jiwa (World Population Review, 2024). Sedangkan penggunaan internet Kota Surabaya pada tahun 2022 untuk aktivitas pembelian barang atau jasa yaitu sebesar 21,79% dan penjualan barang atau jasa yaitu sebesar 8,76% (Badan Pusat Statistik, 2022).

Dalam hal jual-beli barang atau jasa servis, umumnya orang cenderung mencari jasa servis terdekat berdasarkan rekomendasi dari mulut ke mulut atau datang ke toko secara langsung, tanpa mendapatkan informasi rinci tentang jenis layanan, tarif, dan kualitas teknisi yang melakukan servis (Dharma et al., 2018).

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, ditemukan bahwa responden cenderung mencari informasi servis saat ini hanya melalui kerabat, datang langsung ke mall, atau melalui google maps.

Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan semacam itu dapat mengakibatkan ketidakefektifan dalam proses pemesanan layanan servis. Menurut data terkini dari Google Maps tahun 2023, terdapat 239 toko servis laptop, 145 toko servis handphone, dan 62 tempat yang melayani servis untuk keduanya di Kota Surabaya (Google Maps, 2023). Meskipun jumlah ini cukup signifikan, kebanyakan dari layanan servis handphone dan laptop masih sulit dijangkau dan kurang dikenal oleh masyarakat.

Marketplace service untuk handphone dan laptop menjadi solusi yang potensial untuk menjawab kebutuhan tersebut. Marketplace ini berfungsi sebagai perantara antara penyedia layanan dan konsumen, menyediakan berbagai macam jasa perbaikan perangkat. Namun, untuk memastikan bahwa marketplace ini dapat digunakan dengan mudah dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna, diperlukan desain antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) yang optimal.

Saat ini UI/UX dianggap sebagai komponen yang penting dalam pembangunan sebuah produk digital. Kemajuan dan performa dari website sangat terbantu dengan adanya UI/UX yang diterapkan pada website mereka. Desain UI/UX tidak hanya berkaitan dengan aspek estetika, tetapi juga dengan penilaian kepuasan pengguna terhadap aplikasi yang sedang dikembangkan. Hal ini melibatkan analisis mendalam mengenai kebutuhan pengguna serta proses evaluasi untuk memastikan bahwa desain tersebut telah memenuhi prinsip

usability dan kebutuhan pengguna (Getto & J, 2016).

Menurut riset dari McKinsey & Company berjudul "The Business Value of Design" tahun 2018, dalam lima tahun terakhir, perusahaan yang secara konsisten menerapkan UI/UX secara intensif mengalami pertumbuhan pendapatan sebesar 10%, dibandingkan dengan rata-rata pertumbuhan 3-6% pada perusahaan yang tidak menerapkannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa desain UI/UX dapat berpengaruh signifikan pada perusahaan dengan mengurangi potensi kesalahan produk selama proses pembuatan aplikasi, sehingga meningkatkan pertumbuhan pendapatan perusahaan (Sheppard et al., 2018).

Perancangan desain UI/UX merupakan aspek yang sangat penting dalam pengembangan aplikasi. Perusahaan Apple menerima banyak komentar negatif saat meluncurkan aplikasi Apple Maps versi iOS 6, yang menunjukkan kurangnya penerapan desain UI/UX yang baik. Aplikasi tersebut menjadi perbincangan karena kelemahan dan kegagalannya. Banyak keluhan terkait lokasi yang salah atau tidak akurat, navigasi yang membingungkan pengguna, kualitas render 3D yang buruk, serta banyak tempat penting yang hilang atau salah penempatannya. Akibatnya, Apple mengalami kerugian reputasi, ketidakpuasan pengguna, kerugian finansial, dan peningkatan kompetisi dari perusahaan lain.

Oleh karena itu, perancangan desain antarmuka dari marketplace servis handphone dan laptop dirancang sebagai aplikasi berbasis mobile dengan harapan dapat mempermudah proses bisnis bagi penyedia jasa maupun konsumen. Perancangan desain aplikasi marketplace untuk servis handphone dan laptop difokuskan pada kebutuhan pengguna di Kota Surabaya, dengan tujuan menghasilkan produk yang memiliki tingkat *usability* tinggi dan dapat digunakan

dengan mudah oleh pengguna.

Design Thinking adalah suatu cara inovatif yang berfokus pada apa yang dibutuhkan oleh pelanggan, dengan tujuan menciptakan ide bisnis yang kreatif atau mengembangkan model bisnis secara menyeluruh. Dengan menggabungkan pendekatan dan metode desain ke dalam proses bisnis, konsep ini bisa digunakan di berbagai jenis bisnis, baik itu berupa produk maupun layanan (Roterberg, 2018).

Adapun aplikasi marketplace jasa yang telah dikembangkan melalui platform Play Store seperti Tukang Surabaya dan Sejasa. Tukang Surabaya menawarkan layanan seperti pembangunan rumah hingga perbaikan HP, dengan pemesanan melalui WhatsApp dan pembayaran bertahap. Namun, pengguna sering mengeluhkan kualitas pengerjaan dan ketiadaan fitur keluhan resmi. Sedangkan pada aplikasi Sejasa, yang menyediakan layanan kebersihan hingga perbaikan rumah, memudahkan pembayaran dengan OVO atau tunai, tetapi menghadapi masalah keakuratan ulasan karena banyak review palsu. Mitra penyedia jasa juga mengeluhkan biaya top-up point dan pajak yang dianggap mahal. Kedua aplikasi ini, meskipun menawarkan kemudahan akses layanan, masih menghadapi berbagai tantangan yang perlu diatasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan kepuasan mitra penyedia jasa.

Berdasarkan aplikasi serupa dan penelitian sebelumnya, *Design Thinking* diterapkan dalam merancang antarmuka UI/UX aplikasi mobile untuk layanan marketplace servis handphone dan laptop. Metode *design thinking* menekankan pemecahan masalah inovatif dan kreatif dengan memahami secara mendalam konteks masalah tanpa terpaku pada pengguna saja. Digunakan metode *design thinking* dikarenakan metode ini memiliki fleksibilitas yang dapat diaplikasikan

dalam berbagai bidang, kemampuan meningkatkan kepuasan pengguna, serta mendorong terciptanya ide-ide kreatif dan inovatif. Tujuan utama penerapan ini adalah menciptakan antarmuka yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, memastikan kemudahan penggunaan, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan serta intuitif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan pada skripsi ini yaitu *bagaimana mendesain UI/UX aplikasi Marketplace Servis Handphone dan Laptop di Surabaya menggunakan metodologi Design Thinking berbasis mobile yang dapat memberikan kepuasan terhadap pengguna?*

1.3 Batasan Masalah

Pada skripsi ini didapatkan beberapa batasan masalah antara lain.

1. Wawancara dilakukan kepada lima responden untuk mewakili persona dari pengguna aplikasi.
2. Kriteria responden pelaku penyedia jasa servis terbatas pada servis handphone dan laptop serta pelaku penerima jasa yang berada dalam wilayah Surabaya.
3. Kriteria responden pelanggan/penyewa yaitu sedang tertarik, mencari informasi atau pernah menggunakan jasa servis handphone dan laptop.
4. *Design* antarmuka terbatas pada tampilan *prototype*.

1.4 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan maka didapatkan tujuan skripsi ini yaitu mendesain UI/UX aplikasi marketplace servis handphone

dan laptop menggunakan metode *Design Thinking* yang dapat memberikan kepuasan terhadap pengguna.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada penyusunan skripsi ini, dibuat sistematika atau susunan pembahasan yang bertujuan untuk membantu penyusunan laporan skripsi dengan acuan yang telah ditentukan dan mencapai tujuan penulisan yang telah ditetapkan. Sistematika penulisan diatur dan disusun dalam lima bab yang memiliki sub-bab pada tiap babnya. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, maka diuraikan secara singkat materi yang ada pada tiap bab dalam penulisan skripsi ini, adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab Pendahuluan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan dari dan manfaat yang akan diperoleh.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab Tinjauan Pustaka berisikan penjelasan teori tentang servis handphone dan laptop, *e-marketplace*, *design thinking*, figma, maze dan penelitian terdahulu yang mendukung pembuatan dan penyelesaian laporan skripsi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab Metode Penelitian akan membahas mengenai alur serta metode penelitian yang akan digunakan mulai dari identifikasi masalah, studi literatur, metode pengumpulan data, analisis kebutuhan, dan penulisan laporan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab Hasil dan Pembahasan mengenai penjelasan atau pembahasan dari skripsi yang telah dilakukan. Pada bab ini akan dijelaskan mengenai bagaimana proses pengumpulan data, empathize, define, ideate, prototype, testing dan evaluasi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab Kesimpulan dan Saran berisi tentang kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan tentang penerapan marketplace servis handphone dan laptop beserta saran-saran yang berkaitan dengan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian Daftar Pustaka dipaparkan mengenai sumber-sumber atau literatur yang digunakan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

LAMPIRAN

Pada bagian ini berisi tentang data atau pelengkap yang menunjang dalam pembuatan skripsi.