

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) saat ini memegang peranan krusial dalam perekonomian Indonesia, menjadi penopang utama perekonomian nasional dan menyediakan lapangan pekerjaan yang signifikan bagi masyarakat. Data dari ASEAN Investment Report pada tahun 2021 menunjukkan bahwa UMKM Indonesia berhasil menyerap 97% tenaga kerja dan menyumbang 60,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) [1]. Namun, biarpun UMKM Indonesia menempati posisi teratas di ASEAN dan mengalami pertumbuhan yang pesat, mereka sering kali kurang mendapat bimbingan yang memadai untuk mendukung perkembangan bisnis mereka, terutama di sektor *pastry* dan *bakery*. Salah satu masalah yang mereka hadapi adalah dalam pemasaran, di mana beberapa di antara mereka masih belum dikenal secara luas dan hanya sedikit yang mengetahui keberadaan mereka. Meskipun pemerintah telah menerapkan kebijakan untuk mendorong ASN dan warga agar lebih memprioritaskan pembelian dari UMKM [2], tantangan ini tetap ada.

Tidak hanya kendala pemasaran yang menghambat pertumbuhan UMKM, namun ada pula masalah digitalisasi. UMKM yang masih menggunakan metode manual cenderung berkembang lebih lambat dan kurang berhasil dibandingkan dengan yang telah melakukan digitalisasi. Banyak UMKM yang kesulitan untuk melakukan transformasi digital karena keterbatasan keuangan dan kurangnya kemampuan tenaga kerja dalam bidang digital. Menurut Boston Consulting Group (BCG) dan Telkom Indonesia, hanya 26% UMKM yang telah mendigitalkan

operasi bisnis mereka, dan hanya 23% yang menggunakan alat untuk melakukan analisis pasar [3].

Kebanyakan pengelola UMKM, adalah ibu-ibu yang menjalankan usaha mereka secara mandiri [4]. Mereka memiliki tanggung jawab atas semua aspek bisnis, mulai dari produksi hingga pemasaran, dan dari keuangan hingga manajemen inventori. Namun, sebagai individu yang memiliki peran ganda sebagai UMKM dan pengasuh keluarga, mereka memiliki keterbatasan waktu dan sumber daya. Berdasarkan hasil observasi wawancara dengan beberapa Ibu pemilik UMKM di Surabaya, yaitu Bu Heni dari Otti Yani, Bu Rosvianti dari Rin Rumah Kue, Bu Ika dari Oditi Kitchen, Bu Dini dari Restoe Boemi, dan Bu Citra dari Rayu Manis, terungkap bahwa mereka belum sepenuhnya beralih ke digitalisasi. Di antaranya sudah mencoba beberapa aplikasi terkini namun pengalaman penggunaan serta fitur yang disediakan masih kurang memuaskan. Misalnya, beberapa aplikasi tidak menyediakan opsi untuk pemesanan jauh hari, sehingga UMKM yang menerapkan sistem prapesan atau pre-order tidak dapat memanfaatkannya. Selain itu, kurangnya opsi untuk merekap pesanan sesuai dengan tanggal pesanan juga menjadi kendala, sehingga mereka harus melakukan pencatatan secara manual, yang berpotensi mengakibatkan kesalahan dalam pendataan. Aplikasi yang tersedia saat ini juga tidak dilengkapi dengan fitur manajemen keuangan, manajemen inventaris, atau platform yang mencakup pesan jual beli dalam satu tempat. Bahkan jika ada, harganya tidak terjangkau bagi pemilik UMKM.

Tak hanya pemilik UMKM yang mengalami permasalahan, tetapi para pelanggan juga merasakan dampak pengalaman pengguna yang perlu perbaikan dalam aplikasi yang tersedia saat ini. Berdasarkan hasil wawancara dengan

beberapa pelanggan UMKM, yaitu Bu Rina Widowati dan Kak Ummi Rochma, didapatkan bahwa aplikasi yang tersedia saat ini masih terlalu acak untuk hasil pencariannya, bahkan ketika menggunakan *filter*, hasilnya masih tidak sesuai. Selain itu, untuk mencari referensi, pengguna harus mencari di berbagai *platform*, mulai dari mesin pencari, media sosial, hingga aplikasi pesan antar makanan, tanpa adanya pengalaman yang terintegrasi dalam satu *platform*. Terakhir, kenyamanan dalam berkomunikasi melalui aplikasi juga menjadi faktor penting. Saat ini, aplikasi pesan antar makanan belum mampu menghubungkan komunikasi pelanggan dengan mitra secara efektif, menimbulkan keraguan pada pelanggan. Sebaliknya, jika pelanggan memesan melalui aplikasi komunikasi, mereka jarang menerima informasi terkini mengenai pesanan mereka, dari proses produksi hingga ketersediaan untuk diambil atau kirim.

Dalam mengatasi tantangan ini, mereka membutuhkan bantuan dalam mengelola proses bisnis dengan lebih cepat dan mudah. Oleh karena itu, kehadiran *e-marketplace* menjadi solusi yang sangat dibutuhkan. Manajemen platform menyediakan barang dari pihak ketiga kepada pengguna dan memungkinkan transaksi ini; namun, mereka tidak memiliki inventaris produk mereka sendiri [5]. Dengan memanfaatkan platform digital ini, mereka dapat mempromosikan produk, mengatur penjualan, mengelola keuangan, dan memantau inventori dengan lebih terstruktur dan terorganisir. Pengembangan aplikasi *e-marketplace* yang sedang direncanakan akan membantu mengelola semua informasi terkait UMKM di sektor *pastry & bakery* yang terdaftar. Aplikasi ini juga akan memfasilitasi proses pemasaran, penjualan, dan pembelian secara lebih mudah, serta mempermudah pengguna dalam menemukan UMKM terdekat dari lokasi mereka. Dengan

aksesibilitas melalui versi *mobile*, aplikasi ini diharapkan dapat memberikan pengalaman pengguna yang baik sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi [6].

*Lean UX* adalah metode yang memungkinkan pengembang untuk mengukur dan memvalidasi UI/UX yang dikembangkan berdasarkan masukan dan pengalaman pengguna untuk meningkatkan kepuasan pengguna. Metode ini dapat menyelesaikan suatu produk/aplikasi perangkat lunak lebih cepat dengan mengurangi aktivitas dokumentasi namun lebih fokus pada pemahaman bersama terhadap perangkat lunak/aplikasi yang dikembangkan [7]. Metode *Lean UX* dipilih untuk penelitian ini sebab tahapan yang ada pada metode ini terbukti menghasilkan *user experience* yang baik dan dapat diterima oleh pengguna secara positif, selain itu memainkan peran penting dalam penerimaan, kepuasan dan kemudahan dalam penggunaan [8].

Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang pernah membahas metode *Lean UX* adalah dengan judul UI/UX Analysis and Design Development of LESSON Digital Startup Prototype by Using Lean UX. Pada penelitian tersebut menjelaskan tentang pembuatan aplikasi penyedia layanan bimbingan belajar privat yang bertujuan sebagai jembatan perantara antara guru dan siswa. Penelitian tersebut menghasilkan skor total 85.53 yang menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna [8].

Penelitian lain yang membahas tentang metode *Lean UX* adalah dengan judul Desain Antarmuka dan Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Menghafal Quran berbasis Mobile menggunakan Lean UX. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk membuat aplikasi berbasis *mobile* yang mampu menghadirkan mushaf

menghafal digital dengan metode tiktik adalah dengan aplikasi *mobile* Menghafal Quran menggunakan metode *Lean UX* yang berfokus pada penyelesaian masalah dan pemenuhan kebutuhan pengguna [9].

Berangkat dari penelitian terdahulu, *Lean UX* diimplementasikan dalam desain UI/UX aplikasi *mobile E-Marketplace* untuk UMKM dibidang *Pastry & Bakery* dengan tujuan membuat antarmuka yang dapat menyelesaikan masalah dan sesuai dengan kebutuhan pengguna, sehingga aplikasi tersebut dapat dengan mudah digunakan oleh pengguna.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, dapat dirumuskan masalah yang diangkat dalam penulisan proposal ini yaitu “Bagaimana merancang desain UI/UX sesuai kebutuhan asumsi pengguna pada *E-marketplace* UMKM bidang *pastry & bakery* area Surabaya?”

## **1.3 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah yang sesuai dengan perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Penelitian berfokus pada perancangan desain antarmuka menggunakan metode *Lean UX* sebagai metodologi penelitian.
2. Target pengguna *E-Marketplace* yaitu adalah UMKM bidang *Pastry & Bakery* area Surabaya, serta pelanggan yang pernah datang.
3. Wawancara dilakukan kepada maksimal lima responden pemilik dan lima responden pelanggan dari masing-masing UMKM untuk mewakili persona dari pengguna aplikasi.

4. Hasil desain akan diimplementasikan ke dalam dua tingkat *prototype fidelity* yaitu *low-fidelity* dalam bentuk *wireframe*, dan *high-fidelity* dalam bentuk *prototype* sebagai hasil akhir.

#### **1.4 Tujuan**

Tujuan yang ingin dicapai dalam skripsi ini yaitu:

1. Merumuskan kebutuhan dan menyelesaikan masalah UMKM *pastry & bakery* area Surabaya dan pelanggan serta spesifikasi kebutuhan *E-Marketplace*.
2. Membuat solusi antarmuka *E-Marketplace* dengan basis aplikasi *mobile*.
3. Merumuskan solusi untuk memudahkan pengguna dalam menjalani pemasaran *online*, pemesanan, penjualan, keuangan, dan inventori melalui aplikasi *mobile*.

#### **1.5 Sistematika Penelitian**

Sistematika penulisan skripsi ini akan membantu mengarahkan penyusunan laporan supaya tidak menyimpang dan sebagai acuan dalam mencapai tujuan penulisan laporan proposal sesuai dengan apa yang diharapkan. Langkah-langkah dalam proses penyusunan proposal ini adalah sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum isi penelitian di antaranya latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan sistematika penulisan yang digunakan.

##### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang pengertian dasar teori yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas, metode, dan *tools* yang akan digunakan dalam penelitian.

### **BAB III DESAIN DAN IMPLEMENTASI SISTEM**

Bab ini berisi tentang langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dari penelitian ini di antaranya identifikasi masalah, studi literatur, metode pengumpulan data, analisis kebutuhan, dan penulisan laporan.

### **BAB IV PENGUJIAN DAN ANALISA**

Pada bab ini menyajikan hasil dari setiap langkah dalam metodologi penelitian serta diskusi mengenai keberhasilan pengembangan sistem. Selama penelitian, beberapa aspek yang dibahas meliputi analisis, perancangan tampilan antarmuka, dan evaluasi.

### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini menyajikan kesimpulan yang ditarik dari seluruh konten laporan skripsi dan memberikan rekomendasi untuk peningkatan sistem guna mencapai kualitas yang lebih optimal.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang literatur yang digunakan sebagai pedoman yang membantu pengerjaan skripsi.

### **LAMPIRAN**

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