

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kontribusi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, terbukti bahwa UMKM telah menjadi fokus utama dalam upaya pengembangan ekonomi di Indonesia. Dikutip dari Databoks, menurut laporan *ASEAN Investment Report 2022* yang dirilis pada September 2022, jumlah UMKM di Indonesia mencapai sekitar 65,46 juta unit pada tahun 2021. Nilai tersebut merupakan angka yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan negara-negara tetangga. Lebih lanjut, UMKM di Indonesia juga memberikan kontribusi penting terhadap lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi domestik. Dengan menyerap sekitar 97% tenaga kerja pada tahun 2021, UMKM Indonesia menjadi penyumbang utama dalam penciptaan lapangan kerja di negara ini. Selain itu, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai 60,3% pada tahun yang sama [1]. Hal ini menunjukkan peran penting UMKM dalam menciptakan nilai tambah dalam perekonomian Indonesia.

UMKM mengacu pada usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia. Usaha-usaha ini memainkan peran penting dalam perekonomian negara, terutama dalam konteks era digital dan tantangan yang ditimbulkan oleh pandemi COVID-19 [2]. Kehadiran UMKM dalam pengelolaan sumber daya di Indonesia memiliki peranan yang sangat penting, termasuk di Kabupaten Gresik. Terbukti, sektor UMKM menjadi salah satu pilar

utama dalam memulihkan ekonomi Gresik di tengah pandemi COVID-19 yang melanda [3]. Dalam era digital, seperti saat ini, perkembangan UMKM harus mampu menyesuaikan diri dengan globalisasi pasar, yang mengharuskan mereka untuk meningkatkan daya saing dan menerapkan strategi bisnis yang berorientasi pada teknologi [4].

Melalui wawancara dengan Bu Lailatul Faridah, salah seorang panitia *Car Free Day (CFD)* di Kabupaten Gresik, diketahui bahwa salah satu pendekatan utamanya untuk mempromosikan produk adalah dengan aktif mengikuti kegiatan *CFD* setiap hari Minggu. Namun, karena adanya keterbatasan waktu, kegiatan tersebut hanya dapat dilakukan selama beberapa jam saja. Selain itu, beliau mengaku menghadapi berbagai permasalahan dalam menjual produknya. Minimnya pengunjung dan kurangnya keterampilan digital merupakan beberapa masalah yang sering kali dihadapi oleh UMKM, seperti Bu Faridah dalam menjual produknya.

Dalam mengatasi kendala sepi pengunjung tersebut, berbagai cara telah dilakukan, yakni dengan memberikan penekanan pada penawaran langsung kepada orang-orang yang lewat, juga dengan menjelaskan keunggulan produk yang dijual. Meskipun demikian, tantangan yang dihadapi oleh para pedagang UMKM tidak selalu dapat diatasi dengan mudah. Diperlukan upaya lebih lanjut untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam meningkatkan jumlah pengunjung dan pemasaran produk.

Selain melakukan wawancara dengan panitia *Car Free Day (CFD)*, kuesioner juga dibagikan kepada pembeli dan penjual UMKM di Kabupaten Gresik. Berdasarkan hasil kuesioner terkait kendala utama yang pernah

dialami penjual UMKM di Kabupaten Gresik dalam berjualan produk UMKM secara offline, beberapa temuan menarik dapat diidentifikasi. Hasil kuesioner tersebut menunjukkan beragam faktor yang memengaruhi kegiatan jual beli mereka. Salah satu kendala yang sering dihadapi adalah tingginya biaya sewa tempat yang digunakan sebagai tempat berjualan. Selain itu, masih rendahnya tingkat ketenaran produk di kalangan masyarakat juga menjadi faktor yang memengaruhi penjualan.

Hasil kuesioner dengan pembeli UMKM di Kabupaten Gresik mengungkapkan beberapa kendala yang sering mereka alami saat membeli produk UMKM secara langsung, di antaranya beberapa stan UMKM yang tidak menyediakan pembayaran melalui QRIS, sehingga pembeli harus membawa uang tunai saat bertransaksi. Pada beberapa pedagang, daftar harga dan ketersediaan barang juga tidak selalu ditampilkan dengan jelas. Selain itu, masih banyak penjual UMKM yang menggunakan cara tradisional dalam bertransaksi, yang dianggap tidak efektif oleh beberapa pembeli. Akibatnya, beberapa pembeli merasa bahwa produk yang dibeli tidak sesuai dengan ekspektasi mereka.

Dalam upaya untuk menyesuaikan diri dengan tren pasar dan memperluas jangkauan pemasaran, beberapa penjual UMKM menunjukkan minat mereka untuk menggunakan aplikasi pemesanan produk, seperti Shopee, dsb. Namun, seiring dengan penggunaan aplikasi tersebut, mereka juga menghadapi beberapa kendala yang signifikan. Beberapa di antaranya termasuk tata letak yang membingungkan, kurangnya petunjuk pemakaian yang jelas, serta kesulitan dalam memahami fitur-fitur yang disediakan.

Kendala-kendala ini sering kali mengganggu pengalaman berjualan pelaku UMKM. Oleh karena itu, rancangan desain *UI/UX* aplikasi pemesanan produk UMKM yang berorientasi pada kebutuhan pengguna dirancang agar pengalaman berjualan pelaku UMKM di Kabupaten Gresik menjadi lebih baik dan efisien.

User Interface (UI) merujuk pada titik interaksi antara pengguna dan perangkat digital atau aplikasi perangkat lunak. Sedangkan, *User Experience (UX)* mengacu pada keseluruhan pengalaman yang dialami seseorang saat berinteraksi dengan suatu produk atau layanan [5]. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa definisi *UI* dan *UX* saling terkait dan saling memengaruhi. *UI* yang baik dapat meningkatkan *UX*, sementara *UX* yang baik dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan memperkuat merek produk atau layanan.

Ada beberapa pendekatan yang digunakan dalam pengembangan *UI/UX*, di antaranya adalah metode *Double Diamond*, *Lean UX*, dan *Design Thinking*. Metode *Double Diamond* merupakan metode perancangan yang berfokus pada eksplorasi masalah, pengembangan solusi, serta evaluasi terhadap rancangan yang dihasilkan. Dalam penerapannya, metode ini menggunakan proses eksplorasi yang luas [6]. Di sisi lain, *Lean UX* merupakan metodologi yang menekankan pada komunikasi, pengujian pengguna, dan kolaborasi tim dengan tujuan untuk mempercepat proses pengembangan produk. Pendekatan ini menggabungkan prinsip-prinsip dari *lean startup* dan *agile development* guna menghasilkan desain yang adaptif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna [7]. Sementara itu, *design thinking*

merupakan sebuah pendekatan iteratif yang berfokus pada pemahaman terhadap kebutuhan dan sudut pandang pengguna untuk memecahkan permasalahan. Pendekatan ini menekankan pada empati, kreativitas, dan analisis untuk menciptakan solusi [8].

Dalam penelitian ini, metode *design thinking* dipilih karena tahapan yang ada di dalamnya telah terbukti membuat pengguna merasa lebih nyaman dengan desain *UI/UX* yang dirancang. Selain itu, metode ini telah terbukti efektif dalam memahami kebutuhan dan preferensi pengguna, serta memastikan bahwa desain *UI/UX* yang dihasilkan memenuhi ekspektasi pengguna secara maksimal [9].

Batasan penelitian berfokus pada desain antarmuka yang merupakan implikasi dari penerapan metode *design thinking*. Metode ini digunakan untuk memahami permasalahan secara mendalam, mengidentifikasi kebutuhan pengguna, dan menghasilkan beragam ide kreatif. Namun, dalam penggunaannya, metode ini tidak melibatkan implementasi solusi yang dihasilkan dalam penelitian. Oleh karena itu, luaran akhir penelitian ini terbatas pada desain *UI/UX* aplikasi, yang bertujuan memenuhi kebutuhan dan memecahkan masalah pengguna.

Penelitian sebelumnya yang telah mengulas mengenai metode *design thinking* meliputi penelitian dengan judul “*Design Thinking Approach for User Interface Design and User Experience on Campus Academic Information Systems.*” Dengan menggunakan metodologi *design thinking*, penelitian ini bertujuan untuk mengatasi keluhan tentang aspek visual dan pengalaman pengguna dari sistem yang ada. Hasil akhir dari

penelitian ini sangat berhasil, dengan aplikasi SIMAK WEB mencapai skor pengujian pengguna sebesar 100% dan aplikasi SIMAK MOBILE mendapatkan skor 90%. Skor-skor tersebut menunjukkan efektivitas aplikasi yang telah dirancang ulang dalam memenuhi kebutuhan pengguna dan meningkatkan pengalaman pengguna [9].

Penelitian lainnya yang membahas mengenai metode *design thinking* adalah “Perancangan *UI/UX* Design Aplikasi Pemesanan Sayur Berbasis Mobile Menggunakan *Design Thinking*.” Tujuannya adalah untuk memberikan solusi yang memudahkan pengguna dan memenuhi kebutuhan mereka dalam konteks pandemi Covid-19 di mana belanja online untuk kebutuhan sehari-hari semakin umum. Hasil akhir dari penelitian ini adalah desain *UI/UX* yang mendapat penilaian tinggi untuk aplikasi pemesanan sayur, dengan skor *System Usability Scale (SUS)* sebesar 91, menunjukkan kepuasan pengguna yang “*Excellent*”. Skor ini masuk dalam kategori “*Acceptable*” dan sesuai dengan penilaian skala “A”, menandakan bahwa aplikasi tersebut sangat disukai oleh pengguna [10].

Dengan mempertimbangkan pengalaman pembeli, kendala yang dihadapi pelaku UMKM, serta beberapa penelitian terdahulu, penelitian ini bertujuan untuk merancang aplikasi pemesanan produk UMKM yang berorientasi pada kebutuhan pengguna, didukung dengan desain *UI/UX* yang baik, dan menggunakan pendekatan *design thinking* dalam proses perancangannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka didapatkan rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan metode *design thinking* dalam merancang desain *UI/UX* aplikasi pemesanan produk UMKM agar sesuai dengan kebutuhan pengguna?

1.3 Batasan Masalah

Berikut adalah batasan masalah yang sesuai dengan perumusan masalah di atas:

1. Penelitian berfokus pada perancangan desain *UI/UX* aplikasi pemesanan produk menggunakan metode *design thinking* sebagai metodologi penelitian.
2. Responden pada penelitian ini di antaranya, pembeli dan penjual UMKM di Kabupaten Gresik dan sekitarnya.
3. Target pengguna aplikasi pemesanan produk UMKM, yaitu para pembeli yang pernah melakukan pembelian produk UMKM di Gresik dan penjual UMKM di Kabupaten Gresik.
4. Perancangan hasil desain akan dilakukan dalam tiga tingkat, di antaranya *low-fidelity* dalam bentuk *wireframe*, *high-fidelity* dalam bentuk *mockup*, dan bentuk *interactive prototype* sebagai hasil akhir.

1.4 Tujuan

Dengan mempertimbangkan perumusan masalah yang telah disajikan sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengimplementasikan metode *design thinking* dalam perancangan desain *UI/UX* aplikasi pemesanan produk UMKM agar sesuai dengan kebutuhan pengguna.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun untuk memberikan panduan yang jelas dalam menyusun laporan, serta memastikan agar penulisan sesuai dengan batasan masalah dan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun susunan skripsi ini adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat gambaran umum mengenai isi penelitian yang dilakukan, meliputi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan sistematika penulisan yang diadopsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori yang relevan dengan topik penelitian, seperti UMKM, *UI/UX*, *design thinking*, *usability testing*, *system usability scale*, dan *heuristic evaluation*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode dan tahapan penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi, meliputi identifikasi masalah, studi literatur, metode *design thinking*, serta penulisan laporan penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh berdasarkan metode yang telah ditetapkan. Pembahasan tersebut meliputi tahap *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, *testing*, iterasi kedua, dan pengembangan *front-end*.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, disertai saran untuk pengembangan hasil penelitian di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini memuat daftar referensi yang digunakan dalam penyusunan skripsi, baik berupa buku, artikel jurnal, maupun sumber lain yang relevan dengan topik penelitian.

LAMPIRAN

Bagian ini berisi dokumen pendukung penelitian, seperti instrumen kuesioner, pedoman wawancara, rekapitulasi data, dokumentasi tampilan antarmuka, serta dokumen lain yang menunjang kelengkapan laporan skripsi.