

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan pada individu untuk dapat terus mengikuti setiap perubahan yang terjadi. Pada era digital yang menjadikan keberadaan internet menjadi salah satu hal yang sangat penting yang menjadi pendorong perkembangan teknologi. Internet memungkinkan kita untuk saling terhubung secara digital dari berbagai penjuru dunia. Sehingga informasi dapat dengan cepat dan singkat menyebar ketempat yang jauh yang mungkin dapat dijangkau oleh internet. Perkembangan teknologi ini menjadikan sebuah bentuk bisnis baru yaitu bisnis online yang dikenal dengan *e-commerce*.

Perkembangan dunia *e-commerce* yang secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah kebiasaan masyarakat seperti berbelanja. Kegiatan belanja yang biasanya dilakukan secara langsung, saat ini dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun selama mempunyai perangkat dan jaringan yang terhubung ke internet. Dengan hadirnya *e-commerce*, telah membuka peluang baru terhadap kegiatan berbelanja masyarakat baru yang lebih praktis dan efisien. Hal ini dikarenakan kegiatan berbelanja tersebut dilakukan dengan platform digital. Untuk itu sebuah perusahaan harus cepat beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dengan bentuk transaksi yang dilakukan secara online, seperti yang dilakukan oleh salah satu perusahaan percetakan di Jambi, Adji Neon Advertising.

Adji Neon Advertising merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *advertising* dan *digital printing* yang berlokasi di Kota Jambi, Provinsi Jambi. Dengan mengamati peluang yang terbuka dalam perkembangan bisnis didunia digital, dikarenakan masih sedikit perusahaan serupa di Kota Jambi yang mempunyai *website* atau aplikasi. Adji Neon membuat berbagai macam produk seperti spanduk, x-

banner, *roll banner*, stiker dan berbagai produk lainnya. Agar mampu bersaing dan mendukung perluasan jangkauan penjualan dan pertumbuhan yang lebih besar, dibutuhkan sebuah media promosi dan aplikasi *e-commerce*. Penggunaan aplikasi *e-commerce* dirasa penting karena dapat meningkatkan profesionalitas dan branding terhadap perusahaan.

Dalam pembuatan sebuah aplikasi *e-commerce*, kenyamanan serta pengalaman pengguna (UI) dibutuhkan sebagai kunci utama untuk menarik pengguna ketika menggunakan aplikasi. Tampilan atau *interface* (UI) sebuah aplikasi yang menarik bagi pengguna juga dapat memberikan pengalaman yang baik tentunya bagi pengguna dalam menggunakan aplikasi. UI/UX memegang peranan penting dalam merancang sebuah aplikasi karena hal ini yang pertama kali lihat dan dirasakan pengguna sehingga dapat menentukan apakah pengguna akan menggunakan kembali aplikasi. Berdasarkan hal ini pula ditemukan bahwa *website* Adji Neon Advertising masih memerlukan pengoptimalan dan perbaikan pengalaman pengguna berdasarkan hasil wawancara pengguna serta hasil uji awal terhadap *website* Adji Neon.

Untuk dapat memahami kebutuhan dan keinginan pengguna, maka dilakukan wawancara terhadap pengguna untuk mengetahui pandangan pengguna terhadap penggunaan *website* Adji Neon Advertising untuk melakukan transaksi. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, mengungkapkan bahwa *website* Adji Neon mempunyai beberapa kekurangan diantaranya yaitu pada tampilan dan kelengkapan fitur untuk membantu pengguna memudahkan melakukan pemesanan seperti fitur keranjang, riwayat pesanan, pengiriman dan pelacakan pesanan.

Keberadaan fitur-fitur tersebut dirasa penting untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Fitur keranjang memungkinkan pengguna mengumpulkan produk sebelum melakukan pembayaran. Fitur riwayat pesanan memcatat informasi produk yang pernah dibeli pengguna sebelumnya untuk membantu mengingat atau melakukan pesanan ulang. Fitur pengiriman dan pelacakan pesanan tentunya akan memudahkan pengguna untuk mendapatkan produk yang dibeli tanpa perlu datang

kelokasi secara langsung dan pengguna juga ingin mengetahui status dan kapan pesanan akan tiba. Tanpa fitur-fitur tersebut, pengguna akan mengalami kesulitan dan ketidaknyamanan dalam berbelanja. Tanpa adanya fitur mengelola pesanan, melacak pesanan, pengiriman dan riwayat pembelian, penggunaan aplikasi menjadi kurang efisien yang dapat mengakibatkan pengguna beralih.

Pengujian yang dilakukan dengan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) pada *website* Adji Neon yang terdiri dari 10 responden, dimana 6 responden berasal dari kota Jambi, dan 4 responden lainnya berasal dari Yogyakarta. Penyebaran responden dilakukan pada demografi yang berbeda digunakan untuk variasi perspektif dan pengalaman yang lebih luas. Hasil pengujian UEQ didapatkan skor terendah pada 2 skala yaitu pada skala stimulasi dengan skor 0,875 dan kebaruan dengan skor 0,825. Pada skala stimulasi menunjukkan ketertarikan dan keterlibatan pengguna masih dapat ditingkatkan dengan memberikan komponen visual yang menarik. Pada skala kebaruan masih dapat ditingkatkan dengan menghadirkan fitur-fitur yang belum ada pada *website e-commerce* Adji neon. Pengguna merasa kurang tertarik dan pengalaman yang kurang yang disebabkan tampilan dan fitur-fitur yang kurang memberikan nilai tambah bagi pengguna.

Dengan hasil wawancara dan pengujian UEQ yang dilakukan oleh pengguna maka diperlukan peningkatan sehingga diperlukan pemahaman yang lebih lanjut. Pemahaman yang lebih mendalam mengenai preferensi serta kebutuhan dari pengguna dalam menggunakan aplikasi Adji Neon Advertising. Perancangan UI/UX yang baik akan memberikan pengguna sebuah pengalaman yang optimal sehingga dapat meningkatkan ketertarikan dan efisiensi dalam berbelanja di aplikasi. Oleh karena itu, agar perancangan mendapatkan hasil yang memuaskan serta sesuai dengan harapan dan keinginan dari pengguna, dilakukan perancangan aplikasi menggunakan metode *design thinking*.

Metode *design thinking* diprakarsai oleh David Kelley beserta Tim Brown yang merupakan founder IDEO. Metode ini muncul sebagai sebuah solusi dalam penyelesaian desain yang berfokus terhadap kebutuhan dan keinginan pengguna. Membuat sebuah produk desain yang menarik dari segi estetika

sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pengguna. Karena itu proses pendekatan *design thinking* disebut juga sebagai human-centered karena berfokus untuk membantu manusia/pengguna menyelesaikan permasalahannya [1].

Pentingnya perancangan UI/UX yang baik dalam membangun aplikasi *mobile* merupakan sesuatu hal yang sangat penting dan tidak dapat diabaikan. Perancangan dengan melakukan peningkatan *interface* dan pengalaman dengan pendekatan *design thinking* menempatkan fokus utama kepada pengguna untuk dapat merancang solusi yang inovatif dengan memahami secara mendalam terkait dengan kebutuhan dan keinginan pengguna.

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan *user experience* pengguna dengan merancang sebuah aplikasi *e-commerce* yang baru pada Adji neon Advertising berbasis aplikasi *mobile* dengan menggunakan metode *design thinking*. Perancangan aplikasi menerapkan identifikasi pada hasil wawancara dan pengujian UEQ pada website sebelumnya. Untuk menguji hasil rancangan UI/UX aplikasi *mobile* yang telah dibuat, digunakan metode pengujian *User Experience Questionnaire (UEQ)*. Metode pengujian ini akan menguji sejauh mana fungsionalitas dan *experience* pengguna ketika menggunakan aplikasi dan akan menjadi acuan terhadap hasil rancangan UI/UX aplikasi Adji Neon Advertising.

1.2. Batasan Masalah Penelitian

Adapun batasan masalah yang ditentukan pada penelitian ini adalah :

1. Perancangan UI/UX aplikasi *e-commerce* Adji Neon Advertising berbasis aplikasi *mobile* menggunakan metode *design thinking*.
2. Pengujian rancangan berfokus pada *experience* aplikasi menggunakan metode UEQ (*User Experience Questionnaire*).

1.3. Rumusan Masalah

Adapun masalah yang dirumuskan pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana melakukan perancangan UI/UX aplikasi e-commerce Adji Neon Advertising dengan menggunakan metode *design thinking*?
2. Mengetahui hasil pengujian *experience* pengguna terhadap rancangan UI /UX aplikasi e-commerce Adji Neon Advertising dengan menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ).

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya perancangan UI/UX aplikasi *e-commerce* Adji Neon Advertising berbasis *mobile* dengan menerapkan metode *design thinking* yaitu:

1. Merancang UI/UX *e-commerce* Adji Neon Advertising dengan menggunakan metode *design thinking* berbasis aplikasi *mobile*.
2. Meningkatkan *user experience* rancangan aplikasi dengan menggunakan metode pengujian *User Experience Questionnaire* (UEQ).

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai Berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil rancangan UI/UX aplikasi sebagai referensi kepada Adji Neon apabila dilakukan pembuatan aplikasi *mobile* guna memberikan kenyamanan dan pengalaman kepada pengguna yang lebih baik.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam penelitian-penelitian selanjutnya dalam bidang perancangan UI/UX dan metode *design thinking*.