

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mengikuti pesatnya laju perkembangan teknologi, banyak pihak yang ikut serta beralih dari cara konvensional ke pemanfaatan teknologi modern. Secara garis besarnya banyaknya pelaku usaha meningkatkan promosi produk penjualan dengan media internet. Melalui pasar *online* dengan wadah aplikasi website, menciptakan pangsa pasar digital secara kolektif dalam satu wadah atau dengan wadah tersendiri. Cara tersebut dinilai tidak kalah efektif dikarenakan melalui proses yang ringkas dan dapat menghemat waktu juga biaya. Faktor lain yang ikut mempengaruhi konsumen ialah mengarahkan konsumen untuk berbelanja *online* adalah harga dan menghindari kerepotan dalam berbelanja di toko. Oleh memahami faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap belanja *online* dan mengetahui faktor-faktor yang ikut menunjang berbelanja *online* juga dari sisi penjual bisa mendapatkan keunggulan yang kompetitif [1].

PETA (Perkumpulan Petani) Purworejo adalah pelaku budidaya sekaligus produsen dari Beras Organik Bogowonto. Berdiri sejak tahun 1997 dalam menciptakan produk pangan sehat non pestisida hingga ikut serta dalam upaya meningkatkan ketahanan pangan Indonesia. Beras Organik Bogowonto sendiri merupakan hasil produksi dari beberapa petani PETA Purworejo yang hasil panennya dikelompokkan menjadi satu dalam nama produk Beras Organik Bogowonto. PETA Purworejo melakukan pembenihan varietas secara mandiri untuk bibit padi yang akan ditanam. Teknik penanaman Beras Organik Bogowonto sendiri menerapkan teknik SRI (*System of Rice Intensification*) dan tidak menggunakan pestisida kimia dalam prosesnya.

Selama ini proses penjualan Beras Organik Bogowonto melalui pasar alternatif tradisional dan via telepon, selebihnya dalam hal promosi dan

penyebar luasan informasi terkait hanya melalui pameran dan pesan *broadcast* aplikasi *WhatsApp*. Kurangnya pemanfaatan teknologi internet dan wadah pemasaran hingga promosi yang minim menyebabkan penurunan jumlah *demand* dan kurangnya pengetahuan masyarakat akan keunggulan dan kandungan manfaat dari Beras Organik Bogowonto, sehingga terjadi ketidakseimbangan antara produksi dan berpengaruh pada jumlah penjualan. Berdasarkan permasalahan tersebut membuat Beras Organik Bogowonto berupaya mengambil langkah maju untuk membuat wadah *website* sendiri untuk memperluas jangkauan konsumen.

Proses perancangan *website* penjualan membutuhkan beberapa tahap dalam perancangannya. Beberapa tahapan tersebut diantaranya perencanaan sistem, perancangan UI/UX, pemrograman dan implementasi hingga uji coba sistem website secara keseluruhan hingga menghasilkan *website* yang optimal. Mengambil dari beberapa tahap perancangan *website* berikut, ditarik batasan mengenai *User interface* dan *User experience* sebagai pokok utama penelitian. *User interface* (UI) hubungan antara sistem dan pengguna yang saling berinteraksi mengikuti perintah seperti halnya menggunakan konten dan memasukan data. Sedangkan *User experience* (UX) digambarkan sebagai pertemuan yang melibatkan tanggapan, persepsi, perilaku, perasaan, dan ide pengguna saat menggunakan sistem [2].

Berdasarkan dasar permasalahan tersebut dilakukan penelitian dengan judul “Perancangan UI/UX Sistem Pemesanan Beras Organik Bogowonto Menggunakan Metode *Design Thinking*” bertujuan dalam menciptakan antarmuka yang tepat sasaran terhadap *website* sarana promosi dan penjualan yang baik sehingga mampu meningkatkan kestabilan produksi dan permintaan.

1.2 Batasan Masalah

Mengacu pada latar belakang penelitian, menunjukkan beberapa batasan masalah berikut:

1. Kurangnya informasi dan pengetahuan khalayak mengenai produk serta informasi mengenai Beras Organik Bogowonto.
2. Jangkauan peredaran produk Beras Organik Bogowonto hanya dalam area tertentu dan belum bisa membeli melalui jarak jauh.
3. Dampak dari kurangnya informasi mengenai Beras Organik Bogowonto berpengaruh pada ketidakseimbangan produksi hingga angka penjualan.

1.3 Rumusan Masalah

Terkait akan komponen batasan masalah yang ditentukan pada tahapan sebelumnya, ditentukan fokus pada penelitian ini untuk membuat media pemesanan Beras Organik Bogowonto berbasis *website*. Pembatasan dalam fokus penelitian ini ialah merancang *user interface & user experience*, dengan hal itu dirumuskan beberapa poin seperti:

1. Bagaimana merancang tampilan UI/UX sistem pemesanan Beras Organik Bogowonto yang memuat semua informasi hingga keunggulan produk?
2. Bagaimana memvalidasi desain tampilan UI/UX sistem pemesanan Beras Organik Bogowonto?

1.4 Tujuan Penelitian

Kalimat-kalimat berikut memberikan gambaran tentang tujuan penelitian ini, antara lain:

1. Merancang tampilan UI/UX yang tepat sasaran terhadap sistem informasi Beras Organik Bogowonto.
2. Memvalidasi hasil rancangan UI/UX berdasarkan metode *design thinking* dalam rangkaian penelitian.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dihasilkan dari penelitian UI/UX Sistem Pemesanan Beras Organik Bogowonto Berbasis Aplikasi Web Menggunakan Metode *Design Thinking* adalah:

1. Menciptakan tampilan UI/UX yang digunakan untuk tampilan *website* sistem pemesanan Beras Organik Bogowonto.
2. Tampilan UI/UX yang telah dibuat dapat memudahkan *user* pelanggan dalam proses pemesanan dan mengakses informasi terkait Beras Organik Bogowonto.