

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi dan manusia adalah sebuah hubungan yang tidak dapat dipisahkan. Teknologi akan selalu dibutuhkan oleh manusia untuk membantu dalam memudahkan kegiatan sehari-harinya. Teknologi berkembang seiring dengan perkembangan manusia. Perkembangan teknologi menyebabkan perubahan bagi manusia yang bertujuan untuk mencapai efisiensi dalam penggunaannya [1] [2].

Salah satu pemanfaatan teknologi yaitu berbelanja secara *online*. Belanja *online* merupakan kegiatan transaksi yang dilakukan melalui perantara *online* pada layanan jual beli online [3]. Media *online* dapat dimanfaatkan sebagai media promosi. Media *online* memiliki beberapa keunggulan daripada media cetak brosur ataupun poster. Terdapat perbedaan pada penyampaian informasi serta perbedaan harga yang dikeluarkan antara media online dan media cetak [4]. Hal ini selaras dengan bertambahnya pengguna internet dan menjadikan *e-commerce* bertumbuh dengan cepat sehingga nilai dari perdagangan digital Indonesia semakin meningkat [5].

Namun, berdasarkan kuisisioner yang berisi 23 pertanyaan dengan 33 responden UMKM di Kab. Banyumas, UMKM mengalami pendapatan yang tidak stabil sebanyak 81,8%. Selain itu beberapa UMKM pernah mengalami penurunan pendapatan yang sangat signifikan mencapai 69,7% UMKM. Salah satu faktor terbesar dari penurunan pendapatan ini disebabkan oleh kurangnya promosi sesuai dengan hasil kuisisioner sebanyak 45,5%. UMKM di Kab. Banyumas masih menggunakan *WhatsApp* sebagai media utama penjualan produknya yaitu sebanyak 51,5%. Menurut pelaku UMKM yang diwawancarai pada penelitian ini menjelaskan bahwa dengan menggunakan salah satu media seperti penjualan menggunakan *whatsapp*

menjadikan calon pembeli hanya mengetahui satu tempat UMKM dan tidak dapat mengetahui ataupun melihat produk dari UMKM lain.

Terbatasnya produksi UMKM di Kabupaten Banyumas serta banyaknya UMKM dan merupakan usaha rumahan menjadikan para pelaku UMKM tidak melakukan pemasaran menggunakan jasa ekspedisi dan memperluas pemasaran keluar kota, sebisa mungkin pelaku UMKM memaksimalkan pemasaran di daerah sekitar yang terjangkau dengan lokasi dari UMKM itu sendiri.

UMKM memerlukan strategi agar dapat bertahan untuk mempertahankan bisnisnya, salah satunya penggunaan teknologi pada UMKM dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat [6] [7] [8]. Menurut Kepala Bidang Usaha Kecil Menengah Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (DINNAKERKOP UKM) bapak Bejo Siswanto, S.H. menjelaskan bahwa UMKM di Kabupaten Banyumas belum memiliki media untuk memasarkan sebuah produk dari UMKM itu sendiri. Terdapat *platform* untuk memberikan informasi produk UMKM berupa *website*. *Website* yang disediakan untuk UMKM ini dikelola oleh pihak dinas bukan oleh pihak UMKM. Tentunya hal ini memberikan kesulitan bagi pelaku UMKM karena tidak dapat memasarkan produknya sendiri secara bebas.

Media untuk melakukan pemasaran pada UMKM yang dapat digunakan salah satunya adalah media *online* berupa *website*. Dalam perancangan sebuah *website* terdapat beberapa metode yang biasa digunakan dalam perancangan UI/UX, diantaranya metode *User Centered Design* (UCD), *Human Centered Design* dan *Design Thinking*. Metode UCD merupakan metode yang berfokus terhadap pengguna dari sebuah sistem [9]. Metode UCD baik digunakan dalam perancangan aplikasi dengan target pasar yang lebih spesifik [10]. Metode ini dipilih menjadi metode untuk penelitian ini dikarenakan penelitian ini memerlukan target pasar yang spesifik yaitu pelaku UMKM dan konsumen dari produk UMKM. Berikutnya adalah metode *Human Centered Design*, pada metode ini berfokus pada kebutuhan maupun keinginan dari manusia [11]. Pada

metode ini berfokus pada semua pengguna baik potensial yaitu mereka yang memerlukan produk UMKM maupun bukan potensial yaitu pengguna secara umum dengan latar belakang berbeda-beda [12]. Kemudian metode *Design Thinking* yaitu sebuah metode yang memberikan solusi berdasarkan ide melalui berbagai disiplin ilmu. Metode ini efektif untuk memecahkan solusi dari masalah yang kompleks [13].

Pemasaran UMKM yang masih terbatas belum mampu bersaing dengan perusahaan yang menggunakan penjualan secara *online* [14]. Berdasarkan hasil kuisisioner mengenai adanya penurunan pendapatan dari UMKM dan media pemasaran yang menjangkau beberapa pembeli. Media yang disediakan oleh dinas yang belum optimal dalam penggunaannya untuk UMKM di Kabupaten Banyumas diperlukan adanya perancangan *user interface* dan *user experience* berupa *website* untuk memberikan kenyamanan pada pengguna yaitu pelaku UMKM agar dapat memasarkan produknya dan pembeli yang dapat mengetahui produk dari UMKM. Dalam perancangan *website* sebuah *user interface* menjadi faktor penentu agar *user* tetap menggunakan *website* dan tidak berpindah pada *website* lain [15].

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu :

1. Belum optimalnya media pemasaran digital khusus bagi pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terdapat penurunan pendapatan UMKM yang signifikan yaitu sejumlah 69,7%.
2. Rancangan *user interface* dan *user experience* yang tidak sesuai dengan aspek *usability* akan memberikan pengalaman tidak baik bagi pengguna.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan maka terdapat beberapa pertanyaan penelitian, yaitu :

1. Bagaimana menerapkan metode *user centered design* pada UI/UX *website* agar dapat digunakan oleh pengguna?
2. Bagaimana evaluasi UI/UX *website* sebagai sarana promosi dan pemasaran produk UMKM di Kabupaten Banyumas?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah :

- a. Penelitian berfokus pada UMKM di Kabupaten Banyumas.
- b. Perancangan UI/UX menggunakan metode *User Centered Design*.
- c. Penelitian ini akan melakukan pengujian dan perbaikan jika hasil *usability website* tidak terpenuhi.
- d. Pengujian *website* menggunakan *heuristic evaluation* untuk mengetahui nilai *usability* dari rancangan aplikasi.
- e. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 400 responden yaitu pelaku UMKM dan calon pembeli UMKM.
- f. Penelitian ini terbatas pada *front-end* dan *backend* pada beberapa fungsi untuk menyimpan data agar dapat diakses pengguna.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari perancangan desain *user interface* (UI) dan *user experience* (UX) *website* sebagai sarana promosi produk UMKM di Kabupaten Banyumas adalah :

1. Menerapkan metode *User Centered Design* pada UI/UX *website* agar dapat digunakan pengguna.
2. Mengevaluasi UI/UX *website* sebagai media pemasaran produk UMKM di Kabupaten Banyumas.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Praktisi

Perancangan desain *user interface* (UI) dan *user experience* (UX) adalah sebagai dasar untuk pengembangan aplikasi yang

berkaitan dengan bidang lainnya pada satu rumpun keilmuan pada beberapa bidang dari Teknik Informatika yang berkaitan dalam pengembangan dan pembuatan sebuah *website*.

2. Manfaat pelaku usaha UMKM

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi para pelaku usaha UMKM untuk mempromosikan produk serta meningkatkan penjualan dari produk para pelaku UMKM.

3. Manfaat bagi Masyarakat

Perancangan yang telah diimplementasikan ke dalam aplikasi diharapkan bermanfaat bagi masyarakat agar dapat dengan mudah mendapatkan produk UMKM di Kabupaten Banyumas dan meningkatkan minat beli masyarakat terhadap produk UMKM di Kabupaten Banyumas.