

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Koperasi merupakan bagian dari tata susunan ekonomi, yang berarti bahwa koperasi turut mengambil bagian bagi tercapainya kehidupan ekonomi yang sejahtera, baik bagi orang-orang yang menjadi anggota perkumpulan itu atau masyarakat sekitar [1]. Kemudian, koperasi sendiri juga dikenal sebagai sendi yang menggunakan kebangsaan melalui demokrasi ekonomi yang di mulai dari undang - undang no.12 tahun 1967 [2].

Koperasi adalah lembaga yang beraset kan manusia yang mempunyai kelebihan, yaitu yang pertama kekuatan sumber daya manusia, dimana jumlah anggota di koperasi tidak di batasi. Kelebihan selanjutnya yaitu kekuatan pendanaan yang begitu besar tanpa batas sehingga dapat menyatukan pikiran, maksud, dan tujuan serta mempunyai kepentingan yang sama. Kelebihan berikutnya yaitu kekuatan produk, produk yang dihasilkan koperasi sudah jelas di awal pembentukan koperasi itu seperti menyatukan pikiran, maksud, dan tujuan serta mempunyai kepentingan yang sama [3].

Faktor utama yang membuat koperasi bertahan dalam berbagai situasi sulit adalah loyalitas dan kemauan mereka untuk menghadapi tantangan, tetapi pertumbuhan bisnis lokal menghambat perkembangan koperasi. Permasalahan lain yang dihadapi anggota koperasi adalah penjual sepenuhnya bergantung pada bagaimana produk koperasi dijual, kemudian permasalahan selanjutnya yaitu memperluas bisnis pribadi mereka dengan mendirikan toko *online* membutuhkan biaya tambahan baik dari segi pemasaran maupun pengembangan. Oleh karena itu, konsep sistem pasar berfungsi sebagai titik pertemuan virtual (perusahaan ke pelanggan) bagi penjual dan pembeli, di mana transaksi dilindungi dan dijamin aman [4]. Tetapi, permasalahan lain dari koperasi yaitu masih di nilai menjadi organisasi yang lambat berkembang karena keterbatasan sumber daya manusia untuk mengelola koperasi, dimana

tidak semua orang memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk bekerja sama utamanya kaum muda. Citra koperasi yang "lama" menurut mereka tidak menarik. Namun, generasi muda memiliki potensi besar untuk mendukung koperasi, bahkan dari perspektif kapasitas generasi muda [5]. Oleh karena itu, koperasi di era digital perlu beradaptasi dan bertransformasi dalam menghadapi lingkungan yang selalu dinamis dengan memanfaatkan teknologi yang ada seperti *smartphone* [3].

Smartphone sendiri telah menjadi gaya hidup sebagian besar orang saat ini. Dimana, *smartphone* secara bertahap menggantikan fungsi komputer (desktop komputer) untuk melakukan aktivitas sehari-hari, termasuk aktivitas bisnis [6]. Kemudian, Indonesia sendiri menempati urutan ke-4 dengan 160,23 juta pengguna *smartphone*. Dimana, pengguna *smartphone* di seluruh tanah air mencapai 58,6% dari total penduduk. Jumlah pengguna *smartphone* sendiri juga diperkirakan akan terus meningkat di masa mendatang. New Zoo memperkirakan akan ada 4,3 miliar pengguna *smartphone* di seluruh dunia pada tahun 2023 [7].

Kemajuan teknologi *smartphone* saat ini mendorong manusia untuk lebih cepat dan mudah. Peningkatan ini juga terlihat pada sektor telekomunikasi. Adanya perkembangan telekomunikasi ini membuat hubungan satu sama lain menjadi tak terbatas dan tidak terhalang dalam hal komunikasi terutama jarak jauh yang dikenal internet. Internet adalah salah satu teknologi komunikasi yang paling cepat berkembang. Internet juga menawarkan keuntungan dari komunikasi yang mudah dan perhatian untuk aktifitas tertentu [8]. Dengan banyaknya pengguna *smartphone* serta kemajuan internet serta pola gaya hidup generasi milenial yang cepat berkembang maka untuk meningkatkan kinerja dari koperasi yang terkesan masih kuno dimana dalam menjalankan peranannya kurang efektif dan efisien dapat dibuat suatu aplikasi yang mampu meningkatkan pendapatan dan kemajuan teknologi koperasi itu sendiri dalam menghadapi industri saat ini [9]. Oleh karena itu, pengembangan aplikasi koperasi menggunakan *mobile*

dapat menjadi alternatif yang efisien dan efektif dimana pengembangan aplikasi ini difokuskan pada agen dan anggota dengan sistem market [10].

Penelitian ini sendiri akan berkaitan dengan desain prototype dengan memanfaatkan metode *design thinking*. Seperti yang kita ketahui bahwa desain merupakan hasil pemikiran kreatif manusia sebagai sarana komunikasi dimana rencana atau gambar yang diproduksi mengekspresikan penampilan, fungsi bangunan, pakaian atau benda - benda lain sebelum benar-benar dibuat [11]. Sedangkan *design thinking* merupakan metodologi desain produk berbasis inovasi dalam pemecahan masalah pada desain produk tertentu. Tidak hanya digunakan untuk memecahkan masalah, namun juga digunakan untuk membangun & merancang suatu permasalahan. Metode pemecahan masalah dikumpulkan melalui pemahaman kebutuhan pengguna yang terlibat pada aplikasi, melalui pengumpulan ide & sesi *brainstorming* menggunakan pengguna. Dimana hasil akhir merupakan desain prototype. Proses ini dilakukan secara *iteratif* sampai desain prototype yang memenuhi kebutuhan pengguna akhir tercapai. Dalam proses ini, pemikiran desain berpusat kepada manusia (*human centered*). Oleh karena itu, peran pengguna sangat krusial pada pendekatan ini karena output dari hasil desain akan digunakan [12].

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis melakukan penelitian tugas akhir berjudul **“PENGEMBANGAN DESAIN APLIKASI MARKETPLACE KOPERASI MENGGUNAKAN DESIGN THINKING”**. Oleh karena, itu penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam meningkatkan citra koperasi di industri 4.0 agar mampu berkembang dan dapat bekerja secara efisien dan efektif.

1.2 Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka disusun rumusan masalah yang dihadapi yaitu sulitnya agen dan anggota koperasi dalam proses pembelian dan pemantauan produk. Jadi, dengan dibuatnya

penelitian ini dapat membantu koperasi dalam pembelian produk dan pemantauan transaksi penjualan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka untuk mewujudkan penelitian yang sesuai dengan masalah yang diperoleh maka batasan – batasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Penelitian ini berfokus terhadap pengembangan desain *prototype* aplikasi *marketplace* koperasi.
- b. Pengujian desain *prototype* aplikasi *marketplace* koperasi hanya berfokus kepada agen dan anggota guna mengetahui tingkat kepuasan ketika menggunakan aplikasi.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang sudah disebutkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. Merancang desain *prototype* aplikasi *marketplace* koperasi menggunakan *design thinking*.
- b. Menguji aplikasi *marketplace* koperasi agar sesuai dengan kebutuhan pengguna menggunakan *system usability scale*.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian yang telah disebutkan diatas, maka hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

- a. Manfaat bagi penelitian selanjutnya
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi penelitian selanjutnya utamanya dalam pengembangan aplikasi *marketplace* koperasi menggunakan *design thinking*.

b. Manfaat bagi koperasi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan citra koperasi semakin maju di industri 4.0 serta mampu meningkatkan efektifitas dan efisiensi dari koperasi.

c. Manfaat bagi penulis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan dalam pembuatan desain perangkat lunak serta dapat menerapkannya pada studi kasus yang berbeda.