

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. *E-Commerce*

*E-commerce* merupakan suatu istilah yang sering digunakan atau didengar saat ini yang berhubungan dengan internet, dimana tidak satu orangpun yang mengetahui jelas pengertian dari *e-commerce* tersebut. Berikut akan dipaparkan pengertian *e-commerce* menurut para ahli [6]:

a. Menurut McLeod Pearson (2008: 59)

Perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce*, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan *browser* Web untuk membeli dan menjual produk.

b. Menurut Shely Cashman (2007: 83)

*E-commerce* atau kependekan dari elektronik *commerce* (perdagangan secara *electronic*), merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet. Siapapun yang dapat mengakses komputer, memiliki sambungan ke internet, dan memiliki cara untuk membayar barang-barang atau jasa yang mereka beli, dapat berpartisipasi dalam *e-commerce*.

c. Menurut Jony Wong (2010: 33)

pengertian dari *electronic commerce* adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet.

## **B. Brand Original**

*Brand original* atau *branded* adalah sebuah sebutan yang berasal dari kata *brand* yang di dalam bahasa Indonesia memiliki arti **Merek**. Jadi jika kita artikan maka *branded* memiliki makna kata **bermerek** di dalam bahasa Indonesia. Produk yang bermerek tidak harus melulu produk dari luar Negeri, karena bisa juga produk dari Indonesia di cap “bermerek” karena kualitasnya yang sangat baik. Sedangkan menurut *wikipedia* dan *dictionary* yang di maksud apa itu brand ialah sebuah nama, istilah, desain, simbol, atau hal-hal lainnya yang mengidentifikasi barang atau jasa satu penjual sebagai pembeda dari penjual lainnya. Brand (Merek) biasanya digunakan dalam dunia bisnis, pemasaran atau *marketing*, hingga dalam pembuatan iklan. Nama merek terkadang harus dibedakan dari merek toko atau penggunaan merek generik. Bisa juga bermakna seperti ini: Profil atau produk yang emiliki sebuah nama merek (*brand name*).

Karakteristik *brand original* atau *branded* antara lain :

1. Pemasaran yang eksklusif dan masif, bisa menggunakan orang-orang atau artis ternama dalam strategi pemasarannya.
2. Produk yang diproduksi dalam jumlah terbatas atau hanya dalam kurun waktu dan tempat tertentu.
3. Spesifikasi yang tinggi, kuat, tahan lama, atau dibuat menggunakan bahan-bahan premium, hingga berteknologi tinggi, atau memiliki campuran emas murni di dalamnya.
4. Usia merek (*brand*) yang telah berpengalaman.
5. Memiliki produk di kategori tertentu yang unggul secara kualitas di kelasnya.
6. Produk yang dibuat hanya ditujukan kepada orang kelas menengah hingga kelas atas.
7. Memiliki rasa bangga ketika memiliki produk *branded*.

Contoh merek local yang bisa disejajarkan dengan istilah *branded* antara lain: Lea Jeans, Edward Forrer, Buccheri, Terry Palmer, The Executive, BagTeria, Riamiranda dan sebagainya [7].

### **C. User Interface (UI)**

*User Interface* adalah terjadinya dialog antara program dan pemakai, yang memungkinkan sistem pakar menerima instruksi dan informasi (*input*) dari pemakai, juga memberkan informasi (*output*) kepada pemakai. Antarmuka yang efektif dan ramah pengguna (*user-friendly*) penting sekali terutama bagi pemakai yang tidak ahli dalam bidang yang diterapkan pada sistem pakar.

*User Interface* adalah bagian dari sebuah sistem informasi yang membutuhkan interaksi pengguna untuk membuat input dan output. Dari kedua pengertian di atas dapat disimpulkan jika *user interface* adalah sebuah bagian yang membuat terjadinya dialog antara pemakai dengan program untuk membuat input yang dimasukkan oleh pelanggan menjadi *output* yang sesuai dikeluarkan oleh program itu sendiri [8].

### **D. User Experience (UX)**

*User Experience (UX)* atau pengalaman pengguna adalah tentang apa yang dirasakan seseorang ketika ia berinteraksi dengan sistem. Sistem yang dimaksud bisa jadi adalah sebuah *website*, *software* atau aplikasi dan program komputer lain yang dalam konteks modern umumnya dilambangkan dengan beberapa bentuk interaksi manusia-komputer/*human computer interaction (HCI)* [8].

### **E. Prototype**

Dalam KBBI, *prototype* adalah tapilan asli yang mejadi acuan *developer*. *Prototype* berupa gambaran untuk pengguna terkait desain yang telah dibuat. Rancangan *prototype* berupa *wireframe*, *high-fidelity* dan *low-fidelity*. *Prototype* dibuat bertujuan untuk menguji kepada pengguna untuk mengetahui tingkat kemudahan dan kesulitan pengguna [9].

## **F. Aplikasi**

Aplikasi (lebih dikenal sebagai aplikasi) adalah perangkat lunak yang menggabungkan beberapa fitur tertentu dengan cara yang dapat diakses oleh pengguna. Ada jutaan aplikasi di *App Store* dan toko aplikasi *Android*, yang menawarkan layanan aplikasi. Aplikasi sendiri adalah dasar dari ekonomi seluler. Sejak kedatangan iPhone pada 2007 dan *App Store* pada 2008, aplikasi telah menjadi cara utama pengguna memasuki revolusi ponsel cerdas atau *smartphone* [10].

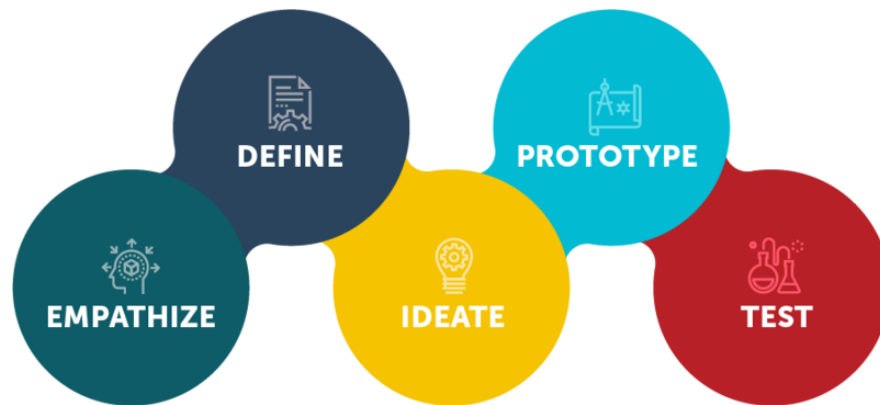
## **G. Figma**

Figma adalah aplikasi desain UI dan UX berbasis *browser* dengan desain yang sangat baik, prototyping, dan alat pembuatan kode (code-generation). Saat ini Figma dapat dianggap sebagai alat pendukung para desainer untuk membuat tampilan UI/UX ataupun *icon* dan terdapat banyak fitur yang sangat mendukung kebutuhan pengguna dalam proses mendesain. Figma menyediakan semua alat yang dibutuhkan untuk fase desain termasuk alat vektor yang mampu membuat ilustrasi sepenuhnya, serta kemampuan *prototyping* dan pembuatan kode untuk *hand-off*. Figma memungkinkan kolaborasi langsung dan *realtime* serta segala perubahan akan langsung tersimpan otomatis karena sifatnya yang *online*. Figma juga memungkinkan penggunaannya untuk membangun *library* komponen yang dapat digunakan kembali yang dapat diakses oleh seluruh tim. Untuk membuat *prototype* pengguna dapat membuat koneksi dan *hotspot* pada desain sehingga dapat mensimulasikan bagaimana *flow* pengguna pada desain tersebut. Untuk fase *coding*, Figma dapat menghasilkan kode SVG, CSS serta kode iOS dan Android [11].

## **H. Design Thinking**

*Design Thinking* adalah serangkaian proses kognitif, strategis, dan praktis dalam desain suatu produk digunakan untuk memecahkan masalah dan menciptakan solusi inovatif dan memahami pengguna dan kebutuhannya.

*Design Thinking* adalah kunci dalam desain suatu produk. Jika seorang desainer produk tidak berorientasi pada *design thinking*, maka produk yang dihasilkan akan cenderung buruk [9]. Berikut merupakan metode *Design Thinking* dijelaskan pada Gambar 2.1



Gambar 2. 1 Metode Design Thingking

Penerapan *design thinking* memiliki beberapa kegunaan, yaitu :

1. Memahami kebutuhan pengguna
2. Menghasilkan produk yang indah dipandang dan mudah digunakan
3. Menghasilkan produk yang dapat menjadi solusi permasalahan manusia.
4. Mengurangi resiko penolakan produk oleh pengguna

*Design Thinking* memiliki lima fase sebagai berikut :

1. *Empathise*: Fase pertama dari proses *design thinking* adalah memahami permasalahan yang ada. Cara memahami permasalahan bisa melalui observasi (mengamati secara langsung) atau melalui wawancara secara *one-on-one* dengan *user* untuk memahami kesan mereka terhadap suatu produk. Ada beberapa cara untuk berempati yaitu observasi, studi pada foto/video, mengamati jarak jauh, wawancara *one-on-one* dan *diary study*.
2. *Define*: Fase ini juga disebut sebagai fase penyortiran data. Inti dari permasalahan dari fase sebelumnya yang berhasil dipetakan itu disebut pernyataan masalah (*problem statement*). Pada fase ini

menghasilkan *user persona*, dan *user journey maps*. Setelah memperoleh data mengenai kesan dan kebutuhan user melalui observasi maupun wawancara, selanjutnya seorang desainer UI/UX melakukan proses *define* (memilah data dapat dipetakan inti permasalahan). Pemetaan inti permasalahan harus dilakukan dari sudut pandang *user*. Misal, memetakan inti permasalahan dengan kalimat “orang dewasa di kota A perlu trotoar yang lebar agar nyaman dipakai untuk jogging”. Alih-alih menggunakan kalimat “kita perlu membuat trotoar yang lebar”.

3. *Ideate*: Setelah masalah dipetakan dalam fase *define*, selanjutnya desainer UI/UX melakukan *brainstorming*, *mindmapping*, dan ideasi untuk menciptakan suatu produk yang mampu menjawab permasalahan user. Fase *brainstorming* ini disebut *ideate*. Pada fase ini, seorang desainer UI/UX dituntut untuk berpikir *out of the box*, kreatif, dan inovatif. Fase ini menghasilkan *information architecture*, *flowchart*, *wireframe* dan *wireflows*.
4. *Prototype*: Setelah *brainstorming* dan ideasi selesai, selanjutnya produk mulai dirancang dalam fase *prototype*. Desainer UI/UX dan tim produksi bekerja sama untuk merancang produk sesuai hasil ideasi.
5. *Test*: Setelah produk selesai, selanjutnya akan diuji kelayakannya di internal tim atau pada tim lain. Proses pengujian ini disebut fase *testing*. Tujuannya, untuk mengetahui kelayakan dan kegunaan produk sebelum disebarluaskan pada *user*.