

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya teknologi, hampir semua manusia di dunia ini menggunakan teknologi dalam menjalankan aktivitas sehari-harinya [1], dengan adanya teknologi semua aktivitas berjalan dengan lancar dan membuat keuntungan bagi seluruh manusia. Saat ini bidang jual beli *online* yang memanfaatkan teknologi elektronik di Indonesia meningkat menjadi 2,87 juta setiap provinsi yang tercatat per Desember 2022, aktivitas jual beli yang dilakukan di media elektronik disebut juga *e-commerce* [2] dengan memanfaatkan jaringan internet yang ada sehingga mengalami kemajuan yang pesat pada *e-commerce* [3], dengan munculnya teknologi adanya berbagai macam metode pembayaran online dengan bantuan *smartphone* dan muncul pengembangan teknologi berupa aplikasi berbasis *website* [4].

Butik Ryshop Banjarnegara merupakan butik yang memproduksi sekaligus menjual berbagai macam fashion wanita yang berdiri sejak tahun 2020. Butik Ryshop didirikan oleh seorang mahasiswa muda bernama Gerall Prana Wibisono, berusia 23 tahun. Butik Ryshop Banjarnegara beralamat di Purwareja Klampok, Desa Purwareja RT 01 RW 03, Kecamatan Purwareja Klampok, Kabupaten Banjarnegara, Provinsi Jawa Tengah, di butik tersebut menyediakan berbagai macam fashion wanita mulai dari kemeja, *blouse*, *dress* daster, celana jeans atau levis, celana kulot, celana pendek, aneka macam hijab yang berupa hijab segi empat, pashmina, hijab instans. Selain itu juga menyediakan aksesoris wanita seperti kalung , gelang, anting jam tangan dan ikat pinggang. Tidak hanya terbatas dari aksesoris semua kebutuhan wanita menyandang fashion lengkap. Saat ini butik Ryshop hanya dapat melakukan proses jual beli di tempat [5]. Hal ini sangat beresiko bagi penjual dalam mengembangkan usahanya untuk memperkenalkan brand produk miliknya sendiri ke masyarakat setempat maupun luar kota karena

tidak adanya teknologi juga sangat mempersulit pelanggan. Pelanggan jika ingin bertransaksi hanya dapat membeli ke tempat saja, pelanggan dari luar kota merasa kesusahan jika ingin memesan atau membeli barang di butik karena terdapat berbagai kendala seperti jarak dan waktu, selain itu juga pelanggan tidak dapat melihat langsung katalog yang tersedia pada butik Ryshop ini [6].

Objek penelitian ini adalah Butik Ryshop Banjarnegara menyediakan keperluan wanita karena hampir semua masyarakat khususnya kalangan wanita tidak asing lagi dengan istilah *shopping* atau berbelanja. Di era fashion saat ini memang mengalami peningkatan yang sangat drastis di industri fashion [7]. Industri fashion banyak diminati oleh semua penduduk Indonesia khususnya wanita agar terlihat cantik dan *stylish*. Berdasarkan hasil survei dari Badan Pusat Statistik (BPS), diketahui bahwa data yang diperoleh menunjukkan bahwa industri fashion menyumbang sekitar 56 persen lebih tinggi dibandingkan dari berbagai sub sektor lainnya seperti industri kreatif [8].

Berdasarkan data yang diperoleh dari Butik Ryshop Banjarnegara jumlah pembeli terus meningkat [9] dari awal berdirinya Butik Ryshop pada bulan maret 2020 sebanyak 533 orang, pada tahun 2021 pembeli meningkat menjadi 1.183 orang dan pada tahun 2022 di bulan januari sampai maret pembeli 405 orang. Data pembeli Butik Ryshop terlampir dalam lampiran 1.5. Dari hasil data perolehan omzet terus menurun dari setiap tahunnya. Di tahun 2020 menghasilkan *omzet* sebanyak 39.162.000 juta. Namun pada tahun 2021 omzet menurun menjadi 36.237.500 juta dan pada tahun 2022 bulan januari sampai awal april memperoleh *omzet* sebesar 22.644.000 juta, faktor penurunan omzet dikarenakan kurangnya pemasaran, tidak adanya teknologi yang mendukung karena masih menggunakan pembukuan yang manual dalam pencatatan penghasilan terlampir pada lampiran 1.4 dan lampiran 1.5, selain itu untuk memperoleh informasi terkait *update* produk dan brand terbaru pelanggan merasa kesulitan karena harus datang langsung ketempat yang letaknya tidak strategis. Butik Ryshop juga belum memiliki aplikasi pendukung seperti instagram, namun memiliki *whatsapps business* jika pelanggan membeli ke toko akan dimintai nomor telepon yang akan dimasukkan oleh

karyawan ke *whatsapp business* butik Ryshop. Hasil wawancara yang dilakukan oleh *owner* Butik Ryshop Banjarnegara yaitu Gerall Prana Wibisono mengatakan bahwa rata-rata permasalahan yang sering terjadi pelanggan kesulitan untuk bertransaksi dan memperoleh informasi produk terbaru yang ada di butik Ryshop, permasalahan yang kedua yaitu pencatatan penghasilan belum sistematis karena masih ditulis tangan di dalam buku [10] data pembukuan terlampir pada lampiran 1.4. Usaha Butik Ryshop sangat berpotensi untuk dikembangkan melalui pemanfaatan teknologi, hal ini dikarenakan belum adanya teknologi untuk berbelanja di Butik Ryshop Banjarnegara. Butik Ryshop Banjarnegara memerlukan sistem informasi berbasis *website e-commerce* melalui perancangan UI/UX yang dibuat dapat membantu keberlangsungan dalam proses pembelian dan transaksi oleh karena itu perlu memperhatikan *user interface* (UI) yang baik, tidak hanya di tampilan antarmuka saja yang harus di pertimbangkan itu adanya *user experience* (UX) bagaimana kepuasan *user/pengguna* dalam menggunakan aplikasi yang telah dibuat, ada desain yang mengutamakan pengguna dan mudah digunakan, memungkinkannya bekerja dengan baik [11], meningkatkan kepercayaan masyarakat, membuat penghasilan lebih sistematis dan sebagai media pemasaran pada usaha tersebut. Dalam proses perancangan UI/UX menggunakan metode *design thinking*. Peneliti menggunakan metode *design thinking* karena memiliki keutamaan yaitu berpusat pada ide, inovasi, dan kreativitas untuk memecahkan permasalahan yang ada di Butik Ryshop Banjarnegara, karena berfokus pada pelanggan yang akan dibuatkan solusi yang sesuai dengan *goals*, terhadap evaluasi dan perbaikan untuk meningkatkan kualitas rancangan *website*. Metode *design thinking* dibagi menjadi 5 yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test* [12].

Dari hasil analisis permasalahan diatas, maka hasil akhir dalam penelitian yang peneliti ajukan berjudul **“Perancangan dan Evaluasi UI/UX Pada Website E-commerce Butik Ryshop Banjarnegara Menggunakan Metode Design Thinking”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang informasi yang diberikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu menurunnya omzet pada butik Ryshop Banjarnegara, pencatatan penghasilan masih menggunakan cara manual, tidak adanya sarana promosi untuk memperkenalkan *brand*, seperti adanya *e-commerce* untuk Butik Ryshop sendiri yang menampilkan berbagai macam produk, dapat melakukan *checkout* dimanapun dan kapanpun menggunakan *website* bagi pelanggan dan untuk admin dapat melihat pemasukan dan pengeluaran barang lebih sistematis dan adanya konten premium untuk memasarkan branding dengan perancangan UI/UX yang baik sesuai kebutuhan pengguna.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan-pertanyaan berikut diajukan dalam penelitian ini berdasarkan definisi masalah seperti yang ditunjukkan di atas dapat mendapatkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang UI pada *website E-commerce* Butik Ryshop Banjarnegara dengan metode SUS?
2. Bagaimana mengevaluasi UX menggunakan UEQ pada *website E-commerce* Butik Ryshop Banjarnegara?

1.4 Batasan Masalah / Ruang Lingkup

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka batasan masalah penelitian yang digunakan sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di Kabupaten Banjarnegara.
2. Hasil dari tugas akhir ini berupa perancangan dan evaluasi UI/UX yang diimplementasikan pada *Front end*.
3. Objek penelitian yang digunakan pada butik Ryshop Banjarnegara yang beralamat di Purwareja Klampok, Desa Purwareja RT 01 RW 03, Kecamatan Purwareja Klampok, Kabupaten Banjarnegara, Provinsi Jawa Tengah.

4. Data informasi yang digunakan merupakan informasi yang diperoleh dari butik Ryshop Banjarnegara.
5. Melakukan evaluasi pada perancangan UI/UX dilakukan menggunakan SUS dengan 80 responden wanita berusia 16-45 tahun untuk menarik kesimpulan.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini yaitu:

1. Merancang UI pada *website* e-commerce Butik Ryshop Banjarnegara dengan metode SUS.
2. Mengevaluasi rancangan berdasarkan UX *website e-commerce* pada Butik Ryshop Banjarnegara dalam menentukan kelayakan dan kepuasan pengguna menggunakan metode UEQ.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diharapkan dari adanya penelitian ini terbagi menjadi beberapa sektor sebagai berikut :

- a. Bagi pihak butik Ryshop, adanya penelitian ini memberikan manfaat sebagai referensi dalam merancang UI/UX aplikasi berbasis web *e-commerce* pada butik Ryshop yang dapat memudahkan pelanggan untuk memesan produk.
- b. Bagi ilmu pengetahuan, sebagai referensi acuan dan informasi serta rujukan dalam melakukan pembaharuan dalam proses penelitian yang memiliki keterkaitan dengan perancangan UI/UX dan evaluasi aplikasi berbasis web.
- c. Bagi penelitian, sebagai penambahan wawasan dan juga pengetahuan dalam menyelesaikan suatu permasalahan yang sedang diuji dan juga bisa membandingkan permasalahan baru dengan mengimplementasikan pengetahuan yang dimiliki.