

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Electronic commerce (E-commerce) dapat didefinisikan sebagai penjualan atau pembelian barang dan jasa antara bisnis, rumah tangga, individu, atau organisasi melalui internet atau jaringan komputer lainnya (komunikasi *online*). (Eurostat, 2019). Sebagai media transaksi *online*, *e-commerce* dapat dengan mudah digunakan oleh berbagai kalangan mulai dari dewasa hingga orang tua. Teknologi yang semakin berkembang membuat konsumen tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga untuk melakukan transaksi barang atau jasa yang mereka inginkan. Menurut (Indonesia, Bank, 2023), terdapat data yang menunjukkan bahwa transaksi *e-commerce* berkembang dengan pesat, dengan pertumbuhan sebesar 18,7% yang mencapai Rp476 triliun pada tahun 2022, dan akan naik sebesar 11,8% menjadi Rp533 triliun pada tahun 2023. *E-commerce* merupakan peluang besar bagi pelaku usaha untuk memasarkan dan mengembangkan usahanya, karena dapat memperluas jangkauan pasar, menciptakan lapangan kerja dan memberikan dampak positif di berbagai sektor perusahaan. Hal ini akan mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi Indonesia (Rahmawati & Erawati, 2021).

Kemajuan teknologi memunculkan berbagai karakteristik yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain faktor demografi (jenis kelamin, pekerjaan dan wilayah geografis), tingkat pengetahuan, keterampilan individu, budaya, serta kepribadian. Keragaman latar belakang pengguna ini mempengaruhi terbentuknya pengalaman personal yang berbeda setiap individu (Bongard-Blanchy & Bouchard, 2015). *User experience* atau pengalaman pengguna merupakan efek yang dialami oleh pengguna sebagai hasil interaksi dengan suatu sistem atau produk, termasuk pengaruh *usability*, *usefulness*, dan *emotional impact* (Sianturi, 2021).

Menurut ISO 9241:11 2018 sebuah sistem dikatakan berguna apabila produk atau layanan yang digunakan dapat mencapai tujuan tertentu dengan memperhatikan efektivitas, efisiensi dan kepuasan dalam konteks penggunaan tertentu. Ketika sebuah produk berhasil memenuhi kebutuhan pengguna, pengguna

dapat melakukan apa yang dia inginkan serta mampu melakukannya tanpa halangan, keraguan, serta terhindar dari bahaya atau kesalahan.

Design thinking mengubah cara pandang perusahaan dalam menciptakan solusi. Dengan *design thinking* fokus inovasi bergeser dari yang awalnya berfokus pada hal teknis menjadi berfokus pada desain, dari sebelumnya *product centric* beralih ke *customer centric*, dan dari fokus pada pemasaran kini beralih ke pengalaman pengguna. *Design thinking* mampu menghasilkan solusi yang efektif dalam menyelesaikan permasalahan di masyarakat dan bermanfaat dalam upaya menciptakan bisnis yang baik dan berkelanjutan (Lazuardi & Sukoco, 2019).

PT Mitra Jamur Indonesia merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang pengembangan jamur tiram mulai dari hulu hingga hilir, yang memproduksi sarana produksi kemitraan hingga produk pasca panen. PT Mitra Jamur Indonesia beralamatkan di Jl. Merak No.64, Kedawung Kidul, Kelurahan Gebang, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur. PT Mitra Jamur Indonesia didirikan pada tahun 2010 oleh Bapak H. Moh. Arief Ismail Sugiarto yang kemudian saat ini dipimpin oleh putranya yaitu Bapak Andriansyah Setiawan Saputra, S.P., M.P. PT Mitra Jamur Indonesia mempunyai visi menjadi perusahaan yang unggul dalam kualitas dan membuka lapangan kerja yang luas serta menciptakan insan kreatif dan inovatif di sektor pengembangan ekonomi. PT Mitra Jamur Indonesia menjalankan program kemitraan berupa penyaluran media tanam baglog dan atau sarana produksi jamur tiram, serta menerima hasil panen dari mitra untuk kemudian dijadikan sebagai produk olahan. Saat ini Mitra Jamur mempunyai kurang lebih 90 petani mitra yang terdiri atas petani budidaya murni dan petani budidaya tidak murni. Petani mitra tersebar di wilayah Kabupaten Jember, Lumajang, Bondowoso, Situbondo, dan Banyuwangi.

Sebagai usaha yang bergerak pada pengembangan agribisnis jamur tiram yang berkelanjutan, PT Mitra Jamur Indonesia mempunyai peluang yang cukup besar untuk mengembangkan bisnisnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer PT Mitra Jamur Indonesia Bapak Andriansyah Setiawan S pada 19 Maret 2022, proses bisnis dan transaksi yang dijalankan di Mitra Jamur terdapat beberapa kendala di mana volume penjualan masih fluktuatif yang dipengaruhi oleh tidak

menentunya permintaan konsumen serta belum maksimalnya pelayanan untuk permintaan sarana produksi. Selain itu jaringan pemasaran seperti media dan fasilitas pemasaran masih terbatas yang membuat pengembangan usaha Mitra Jamur terhambat.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, aplikasi *e-commerce* berbasis *website* disolusikan untuk menyederhanakan proses bisnis dan memperluas area pemasaran sehingga dapat meningkatkan produktivitas usaha pada PT Mitra Jamur Indonesia. Dalam pengembangannya keterlibatan pengguna sangatlah diperlukan untuk memastikan kebutuhannya terpenuhi. Peran pengguna diperlukan untuk menerapkan pendekatan metode *Design Thinking* dari tahap awal pengumpulan dan analisis kebutuhan, pengembangan *prototype* hingga tahap pengujian. Hasilnya adalah prototipe *e-commerce* yang memiliki desain *user interface* (UI) dan *user experience* (UX) responsif untuk tampilan desktop dan mobile.

Prototipe yang telah dibuat telah menjalani pengujian *usability* dengan melibatkan 8 orang calon pengguna. Pengujian ini mendapatkan skor SEQ 6.67 dari 7, yang menunjukkan bahwa pengguna dapat dengan mudah memahami produk yang telah dibuat. Selain melihat angka, pengujian juga memperhatikan umpan balik dari pengguna. Prototipe yang dihasilkan kemudian diimplementasikan menggunakan metode *sdlc waterfall* untuk menghasilkan produk yang siap pakai. Pengujian aplikasi menggunakan *blackbox testing* menunjukkan bahwa prototipe yang diimplementasikan telah berhasil berfungsi sesuai dengan kebutuhan yang ada.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) pada pengembangan aplikasi *E-commerce* PT Mitra Jamur Indonesia menggunakan metode *Design Thinking*?

2. Bagaimana mengimplementasikan hasil rekomendasi desain *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) pada pengembangan aplikasi *E-commerce* menggunakan metode *Waterfall*?

1.3 Tujuan

Berikut merupakan tujuan penelitian:

1. Mampu merancang desain *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) menggunakan metode *Design Thinking* pada pengembangan aplikasi *E-commerce* PT Mitra Jamur Indonesia.
2. Mampu mengimplementasikan hasil rekomendasi desain *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) pada pengembangan aplikasi *E-commerce* PT Mitra Jamur Indonesia menggunakan metode *Waterfall*.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini, antara lain

1.4.1 Bagi Peneliti

- a. Dapat menganalisis kebutuhan pengguna dan merancang UI/UX pada pengembangan aplikasi *E-commerce* berbasis *website* dengan menerapkan metode *Design Thinking* pada perancangannya.
- b. Dapat menguji dan mengimplementasikan hasil rancangan UI/UX ke dalam bentuk aplikasi berbasis *website*.

1.4.2 Bagi PT Mitra Jamur Indonesia

- a. Menghasilkan aplikasi *E-commerce* berbasis *website* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna untuk meningkatkan produktivitas bisnis PT Mitra Jamur Indonesia.
- b. Menyederhanakan proses bisnis dan memperluas jangkauan pemasaran PT Mitra Jamur Indonesia.

1.4.3 Bagi Politeknik Negeri Jember

Menjadikan penelitian ini sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta menjadi referensi penelitian berikutnya agar lebih optimal.