

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Toko *online* atau disebut dengan e-commerce adalah suatu bentuk toko yang melakukan kegiatan menjual dan membeli dalam sistem *online* melalui internet yang dimana tidak ada bangunan toko dalam bentuk nyatanya dan tidak terdapat interaksi dan transaksi secara langsung antara penjual dan pembeli. Pada toko *online* biasanya dapat diakses melalui situs website atau aplikasi *mobile* yang berada pada telepon genggam, tergantung dari pihak pemilik toko tersebut lebih nyaman dan lebih fleksibel ingin menggunakan yang mana. (Susilo, dkk, 2018)

Aplikasi *mobile* merupakan sebuah perangkat lunak yang digunakan pada perangkat mobile contohnya seperti pada *smartphone* atau tablet. Aplikasi *mobile* sendiri terus berkembang beriringan dengan perkembangan teknologi dan inovasi terbaru. Pada kehidupan sehari-hari aplikasi *mobile* ini berperan penting untuk pengguna yang memiliki perangkat *mobile*. (Irsan, 2015)

MelFan Grosir merupakan salah satu toko grosir yang berada di Jl. Kh. Agus Salim No. 17, Ronggomulyo, Kecamatan Tuban, Kabupaten Tuban yang berdiri sejak 25 Juni 2014. Pada saat ini MelFan Grosir memiliki kurang lebih 14 karyawan, selain itu MelFan Grosir juga memiliki admin sesuai dengan pembagian pada divisi admin masing-masing seperti terdapat admin media sosial, admin peralatan rumah tangga, admin masker, admin tupperware, admin kosmetik, admin baju, admin *frozen food*, admin sembako, admin tas, admin *souvenir*, dan admin alat kesehatan. Adapun beberapa barang yang dijual oleh MelFan Grosir, antara lain yaitu peralatan rumah tangga, masker, tupperware, kosmetik, baju, *frozen food*, sembako, alat kesehatan, tas, *souvenir*, segala jenis makanan dan minuman.

Dari hasil wawancara dengan *Owner* MelFan Grosir Ibu Winarti Setya Rahayu, pada tanggal 02 Maret 2023, saat ini MelFan Grosir merupakan salah satu toko grosir yang memiliki penjualan berupa *offline store* dan *online store* berbasis *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, *Shopee*, *Tokopedia*, dan *Website* resmi yang dimiliki oleh MelFan Grosir. Salah satu *online store* yang dapat di kunjungi yaitu *Instagram* MelFan Grosir yang dapat diakses melalui URL <https://www.instagram.com/melfangrosir/?hl=id> dengan jumlah pengikut sebanyak 3959 orang yang dilihat pada tanggal 20 Maret 2023. Pada saat ini MelFan Grosir sedang berkembang dan berusaha untuk maju dengan berbagai strategi pemasaran yang ada, namun dengan sistem yang berjalan sekarang ini, terdapat beberapa permasalahan seperti tidak dapat melihat semua produk yang dijual beserta harga asli dan harga *reseller*, pendaftaran *reseller* yang melalui *WhatsApp* atau *offline store*, tidak dapat melihat estimasi waktu paket yang dikirim, kurangnya informasi mengenai detail produk, pembayaran yang kurang beragam, kurang jelasnya catatan data penjualan sebagai admin, dan belum maksimalnya dalam penyampaian informasi pembelian yang ditawarkan dikarenakan kurangnya media penyampaian informasi seperti promosi dan publikasi untuk memberikan informasi kepada penjual maupun pembeli. Kemudian, *Owner* dari MelFan Grosir juga menginginkan penjualan otomatis yang dapat membantu kemajuan pada penjualannya.

Selain itu, terdapat penyebaran kuesioner awal dengan karyawan, pembeli *reseller*, dan pembeli *non-reseller* yang dilakukan pada 4 April 2023 sampai dengan 4 Mei 2023 mendapatkan hasil bahwa karyawan, pembeli *reseller*, ataupun pembeli *non-reseller* sering membeli secara *online* melalui *Whatsapp* dikarenakan MelFan Grosir menyediakan fasilitas pengantaran barang secara gratis ongkir untuk daerah dalam kota dan dapat memesan barang yang belum tersedia pada *offline store*, sehingga tidak kehabisan barang. Banyak pula terdapat karyawan, pembeli *reseller*, dan pembeli *non-reseller* yang mengeluh terhadap pembelian secara *online* dikarenakan kurangnya informasi mengenai produk yang dijual beserta harga yang tidak sesuai dan tidak

terdapat katalog sehingga pembeli kurang mengerti dalam pembelian barang. Dari hasil penyebaran kuesioner awal dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan berbelanja responden di MelFan Grosir yaitu 13 responden merasa sangat puas, 26 responden merasa puas, 20 responden merasa cukup puas, 33 responden merasa kurang puas, dan 9 responden merasa tidak puas. Dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan responden berbelanja di MelFan Grosir yaitu merasa kurang puas dengan layanan yang ada.

Maka dari itu, berdasarkan hasil wawancara dan penyebaran kuesioner awal dengan pihak MelFan Grosir yaitu bahwa pihak MelFan Grosir menginginkan untuk adanya rekomendasi *user interface* aplikasi *mobile* MelFan Grosir, yang dapat membantu *owner*, admin, karyawan, dan pembeli dalam memberikan informasi demi kemajuan MelFan Grosir. Informasi yang disampaikan harus akurat, cepat, dan mudah. Selain itu, informasi yang disampaikan harus dibuat dengan menarik. Nantinya pada rancangan *design* yang akan dibuat akan lebih mengunggulkan fitur yang dapat memudahkan karyawan, pembeli *reseller* maupun pembeli *non-reseller* dalam pembelian melalui *mobile*. Aplikasi *mobile* merupakan sebuah teknologi informasi yang banyak digunakan pada dunia bisnis, karena pada dunia bisnis aplikasi *mobile* dapat digunakan untuk media pemasaran dan media promosi bisnis.

Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti merekomendasikan beberapa solusi berupa fitur detail produk, fitur pendaftaran *reseller*, fitur *order tracking*, fitur pembayaran, fitur laporan transaksi pada admin, informasi harga beserta dengan promo yang tersedia, fitur katalog, fitur notifikasi, dan fitur detail produk. Maka dari itu perlu adanya sebuah platform aplikasi khusus yang berfokus pada kebutuhan pengguna. Tetapi dalam proses pengembangan aplikasi tentu membutuhkan strategi yang matang, salah satu strateginya yaitu sebelum memasuki ke tahap *develop* membutuhkan sebuah rekomendasi perancangan UI/UX yang kompleks dimulai dari analisis *user* sampai dengan *usability testing*.

Oleh karena itu metode penelitian yang akan digunakan adalah *Five Planes*. Pada metode *Five Planes* terdapat dari 5 elemen, yaitu *Strategy Plane*, *Scope Plane*, *Structure Plane*, *Skeleton Plane*, dan *Surface Plane*. Metode ini dipilih karena kerangka pengembangan UX yang digunakan pada metode ini lebih fleksibel dan dapat digunakan untuk pengembangan aplikasi berbasis website ataupun aplikasi berbasis *mobile*. Selain itu, terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mahatva Zenggi Maggenta, Riswan Septriayadi Sianturi, dan Agi Putra Kharisma (2022) juga menggunakan metode *Five Planes* dalam Perancangan *User Experience Website Marketplace* dan Pemetaan Hasil Pertanian.

Nantinya aplikasi akan diuji tingkat usability nya dengan menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ). Metode ini dipilih karena metode UEQ dapat memberikan gambaran secara terperinci mengenai tentang pengalaman pengguna pada suatu produk atau layanan. Dengan menggunakan metode UEQ, peneliti juga dapat mengukur kelengkapan aspek dari pengalaman pengguna berupa *attractiveness*, *pragmatic quality*, dan *hedonic quality* yang dapat menjadi keunggulan dari metode UEQ. Selain itu, metode pengukuran *usability* UEQ ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah pada perangkat lunak dan untuk mengukur penggunaan perangkat lunak. Metode ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi masalah yang dialami oleh pengguna dengan menggunakan kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna dalam menggunakan suatu rancangan sistem. Di sisi lain, penerapan metode *Five Planes* dan *User Experience Questionnaire* (UEQ) telah direkomendasikan oleh Mentor Product Design UI/UX dalam program MSIB (Magang Studi Independen Bersertifikat) yang dapat dinilai sebagai ahli dibidang UI/UX yang bernama Iko Dian Wiratama dari PT. Zona Edukasi Nusantara atau biasa disebut dengan Zenius, bahwa metode tersebut layak untuk digunakan dalam penelitian Tugas Akhir Skripsi.

Dari permintaan dan permasalahan yang didapat peneliti mengembangkan aplikasi *mobile*, dikarenakan aksesibilitasnya yang tinggi dengan begitu pengguna

dapat mengakses aplikasi kapan saja dan dimana saja dengan mudah. Aplikasi *mobile* pada saat ini telah menjadi pilihan yang populer bagi banyak orang, terutama bagi orang yang ingin berbelanja secara *online* dengan mudah dan cepat.

Dengan adanya penelitian ini mampu mengembangkan rancangan *design* aplikasi *mobile* yang dapat mempermudah *owner* dan admin serta karyawan dalam melakukan penjualan secara otomatis yang dapat membantu kemajuan pada penjualan dari MelFan Grosir. Dengan adanya aplikasi *mobile* dapat mempermudah pembeli dan reseller untuk mengakses melalui *smartphone* yang dimilikinya apabila ingin berbelanja di MelFan Grosir dengan jarak jauh tanpa harus pergi ke *offline store*. Maka dari itu, hasil dari penerapan metode pengembangan *Five Planes* dan metode pengujian *User Experience Questionnaire* (UEQ) ini dapat memecahkan masalah bagi pengguna yang dapat digunakan secara efektif, efisien, dan fleksibel, sehingga dapat digunakan dalam pengembangan rancangan *design* aplikasi *mobile* dari MelFan Grosir.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana menerapkan metode *Five Planes* dalam merancang *user interface* untuk aplikasi *mobile* MelFan Grosir?
2. Bagaimana mengevaluasi desain *user interface* yang telah dibuat menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ)?

1.3 Tujuan

Berikut tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mampu menerapkan metode *Five Planes* dalam perancangan *user interface* aplikasi *mobile* MelFan Grosir.
2. Mampu mengevaluasi desain *user interface* aplikasi *mobile* MelFan Grosir menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ).

1.4 Manfaat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dapat memberikan rekomendasi tampilan *user interface* aplikasi *mobile* MelFan Grosir yang mudah digunakan serta diharapkan dapat membantu *stakeholder* untuk memenuhi kebutuhan pengguna.
2. Dapat memberikan pengetahuan tentang pengembangan UI/UX dengan metode *Five Planes*.
3. Dapat memberikan pengetahuan tentang penerapan pengukuran dengan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ).