

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini teknologi terus berkembang dengan pesat seperti yang sudah diketahui, untuk mengatasi sekaligus meningkatkan efektivitas serta efisiensi proses pada suatu pekerjaan tertentu sesuai dengan bidangnya. Peningkatan teknologi berdampak pada para masyarakat yang hanya bisa memanfaatkan tenaganya pada salah satu keahlian yang dimilikinya saja. Untuk itu dengan adanya teknologi juga dapat memudahkan dan mempercepat proses pekerjaan seperti penyelesaian masalah atau pengambilan keputusan, sehingga pada proses rencana yang sudah dibuat, pelaksanaan dan proses peningkatannya bisa dijalankan dengan sangat mudah dan tepat.

Alam Aquatic merupakan nama dari toko (Toni, 2022) Toko Alam Aquatic, yang berlokasi di Kabupaten Kepanjen Malang, spesialis dalam penjualan ikan hias dan makanan hewan lainnya kepada masyarakat umum, terutama mereka yang memiliki minat dalam ikan hias. Saat ini, proses transaksi di toko ini masih mengandalkan metode konvensional, di mana pembeli harus mengunjungi toko fisiknya, memilih ikan yang mereka inginkan, dan melakukan pembayaran langsung di tempat. Namun, pendekatan ini telah mengakibatkan penurunan pendapatan dan penghabisan waktu yang signifikan, baik untuk pemeliharaan ikan yang dijual maupun menunggu kedatangan pembeli.

Situasi ini telah berdampak negatif pada omzet pendapatan di toko Alam Aquatic. Mengingat banyak toko penjualan ikan hias di Kabupaten Malang telah mulai menerapkan strategi bisnis yang lebih maju untuk meningkatkan pertumbuhan, penting bagi pemilik toko untuk mempertimbangkan pendekatan yang lebih efektif dalam pemasaran dan promosi bisnis mereka agar mencapai jaringan pelanggan yang lebih luas.

Media pemasaran dan penjualan toko Alam Aquatic pada saat ini mengandalkan media social seperti Instagram. Peneliti dapat melihat bahwa toko ikan hias ini belum mempunyai media pemasaran dan penjualan melalui website. Berdasarkan uraian diatas, peneliti menggunakan metode DRSM dan BPMN sebagai solusi pemodelan dalam judul penelitian **“Perancangan UI/UX penjualan ikan hias berbasis website pada toko Alam Aquatic menggunakan metode design science research methodology”**, harapan dari hasil penelitian

berdampak besar pada bisnis ikan hias di toko Alam Aquatic untuk memperluas pemasaran dan penjualannya di dunia *e-commerce*.

1.2 Rumusan Masalah

- Bagaimana cara merancang UI/UX penjualan ikan hias berbasis website pada toko Alam Aquatic menggunakan metode *Design Science Research Methodology*.
- Bagaimana cara meningkatkan penjualan di Toko Alam Aquatic?

1.3 Tujuan Penelitian

- Dapat menghasilkan perancangan UI/UX penjualan ikan hias pada situs toko Alam Aquatic menggunakan metode *Design Science Research Methodology*.
- Dari hasil responden koesioner memberikan rekomendasi untuk meningkatkan penjualan di toko Alam Aquatic secara online.

1.4 Manfaat Penelitian

- Menghasilkan perancangan e-commerce berbasis website dengan visual interface aplikasi dan experience
- Mengoptimalkan user interface pada perancangan e-commerce sehingga dapat mudah dipahami pelanggan
- Sebagai referensi developer untuk membangun aplikasi e-commerce berbasis website pada penjualan ikan hias di toko Alam Aquatic

1.5 Batasan Penelitian

- Perancangan desain User Interface berbasis website.
- Penelitian ini hanya sebatas perancangan untuk membangun website penjualan ikan.
- Penelitian ini berfokus pada proses penjualan ikan hias