

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pronojiwo merupakan salah satu kecamatan yang berada di wilayah Kabupaten Lumajang, Jawa Timur. Dengan letak geografis Pronojiwo yang berada di dataran tinggi atau di daerah pegunungan, menjadikan kondisi tanah pada wilayah tersebut menjadi subur dan sebagian besar wilayahnya merupakan lahan pertanian. Salah satu komoditi pertanian yang ada di Pronojiwo yaitu buah salak pondoh. Salak merupakan tanaman asli Indonesia yang dapat tumbuh baik di atas tanah yang subur dan gembur pada ketinggian 0 - 700 meter di atas permukaan laut (Osche et al., 1961). Sebagian besar buah salak pondoh yang dihasilkan di Pronojiwo hanya dijual dalam bentuk buah segar dan masih sedikit masyarakat yang mengelolanya menjadi sebuah produk olahan.

Salakinaja merupakan produk UMKM asli Pronojiwo yang berbahan dasar dari buah salak pondoh. Produk yang dihasilkan berupa kripik salak dengan berbagai varian rasa (original, coklat, stroberi, vanilla, green tea), pie salak dan nastar salak. Saat ini dalam proses penjualan produknya, UMKM Salakinaja sudah menggunakan beberapa media sosial dan marketplace (Instagram, Tiktok dan Shopee) dalam memasarkan produknya. Namun, dikarenakan masih tergolong UMKM mikro membuat produk dari Salakinaja masih belum dikenal masyarakat luas dan dalam penggunaan beberapa media sosial untuk memasarkan produknya masih kurang berjalan dengan baik dan kurang meningkatkan penjualannya.

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan di atas, maka peneliti membuat sebuah rancangan website penjualan yang dapat menjangkau lebih luas pemasaran produk dalam meningkatkan dan mengembangkan cara penjualannya serta dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian produk. Sebagai langkah awal

dalam pembuatan website, maka peneliti membuat desain user interface dan user experience dengan menggunakan pendekatan desain thinking.

User interface dan user experience merupakan suatu sarana digital dalam perkembangan teknologi yang dimanfaatkan untuk melakukan perancangan suatu produk yang dapat dilihat dan digunakan dengan baik dan dapat meningkatkan kenyamanan serta kemudahan pada user dalam menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Fauzi, dkk., (2019) pada tampilan desain user interface aplikasi sangat mempengaruhi berbagai banyak hal. Dari yang disajikan data google, pengguna sebanyak 67% akan melakukan transaksi jika website yang dikunjungi bertampilan user friendly. Dan sebanyak 61% pengguna juga akan meninggalkan website jika tampilan desainnya tidak user friendly. Tahapan terpenting sebelum pembuatan website adalah aktifitas desain terhadap sisi user interface dan user experience nya. Alasannya adalah untuk mempertimbangkan segala aspek yang dibutuhkan oleh pengguna dan untuk memastikan pengguna dimasa mendatang dapat memiliki pengalaman yang baik dalam penggunaan website tersebut. Jika perancangan tidak sesuai dengan kebutuhan pengguna maka akan menimbulkan masalah baru masa mendatang. Menurut Savira (2020) hal terpenting yang perlu diperhatikan selama proses pembuatan website adalah desain antar muka dan pengalaman pengguna guna memberikan kepercayaan kepada user. Oleh sebab itu, dalam melakukan penelitian ini melibatkan beberapa pengguna (owner dan customers) secara langsung untuk mendapatkan masukan terkait apa saja komponen utama seperti fungsi dan kegunaan untuk meningkatkan kepuasan pengguna serta pemahaman dalam pengoperasiannya.

Sebagai penunjang dalam pembuatan desain user interface dan user experience diperlukan metode Desain Thinking yang dapat digunakan untuk mempertimbangkan dari sisi tampilan dan pengalaman pengguna sesuai dengan kebutuhannya. Desain Thinking merupakan pendekatan yang menajamkan pada fokus dan memahami pengalaman serta kebutuhan pengguna agar dapat memecahkan sebuah masalah sehingga dapat menjadi

solusi yang kemudian dikembangkan menjadi sebuah ide inovasi (Amalina et al., 2017). Dengan menggunakan metode Desain Thinking, manfaat yang didapat oleh peneliti adalah mampu menyelesaikan beberapa permasalahan seperti pengembangan teknologi, perancangan fasilitas serta desain produk dan pemasaran (Nusyirwan, 2018). Metode ini memiliki peran penting dalam penyelesaian pendesainan User Interface dan User Experience. Jika ditinjau dari sisi User Interface, metode ini digunakan untuk memperindah tampilan visual dari produk yang ditawarkan oleh pengguna. Sedangkan jika ditinjau dari sisi User Experience, metode ini menunjang tampilan visual dengan mengoptimalkan performa dan penggunaan secara mudah bagi pengguna. Terdapat lima tahapan yang perlu dilakukan dalam pendekatan Desain Thinking yaitu empathy, define, ideate, prototype dan testing. Pertimbangan dalam penggunaan pendekatan Desain Thinking ini diharapkan website yang dibuat sesuai dengan pengalaman dan kebutuhan terhadap calon pengguna.

Berdasarkan dari pemaparan diatas, maka penelitian ini akan menghasilkan sebuah rancangan Penerapan Metode Desain Thinking Dalam Merancang Desain UI/UX Website Penjualan Produk Salakinaja Pronojiwo.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, bisa dirumuskan permasalahan “Bagaimana rancangan design User Interface serta User Experience Website Penjualan Produk Salakinaja Pronojiwo dengan menerapkan metode Desain Thinking ? “

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian yakni dapat menghasilkan rancangan design User Interface dan User Experienced Website Perjualan Produk Salakinaja Pronojiwo dengan menerapkan metode Desain Thinking.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini yakni :

1. Menghasilkan rancangan desain UI/UX website penjualan dalam bentuk prototype.

2. Menjadi acuan bagi developer saat mengembangkan aplikasi berbasis website dalam produk Salakinaja Pronojiwo.
3. Memberikan pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan UI/UX yang dibuat.

1.5 Batasan Masalah

1. Rancangan Desain UI/UX hanya prototype
2. Design System berbasis website
3. Tools yang digunakan dalam perancangan hanya menggunakan Figma dan Microsoft Visio
4. Pengujian Blackbox hanya digunakan pada sisi Admin