

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian terpenting dari perekonomian suatu negara, tidak terkecuali Indonesia. Pelaku usaha skala mikro, kecil, menengah dan koperasi menempati bagian terbesar dari seluruh aktivitas ekonomi rakyat Indonesia mulai dari petani, nelayan, peternak, penambang, pengrajin, pedagang, dan penyedia berbagai jasa. Jumlah UMKM pada tahun 2019 tercatat mencapai 65,46 juta unit usaha, meningkat dari 57,9 juta unit pada tahun 2013. Jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam UMKM mencapai 119,56 juta orang pada tahun 2019 meningkat dari 114,1 juta orang pada tahun 2013. Menghadapi persaingan ekonomi global yang semakin ketat karena terbukanya pasar di dalam negeri, menjadi ancaman tersendiri bagi UMKM. Oleh karena itu pembinaan dan pengembangan UMKM saat ini dibutuhkan dalam upaya membangun perekonomian masyarakat. Seiring berkembangnya perekonomian diharapkan dapat meningkatkan pendapatan, membuka lapangan kerja, dan memakmurkan masyarakat secara keseluruhan.

Seperti halnya UMKM Sambel Gagal Diet yang termasuk bagian dari UMKM yang beroperasi di bidang *Food and Beverage* (F&B), dengan fokus utama pada produk sambel kemasan instan. Pentingnya pemilihan sambel sebagai produk unggulan tidak dapat diremehkan, mengingat hampir seluruh masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan untuk menikmati makanan pedas. Oleh karena itu, Sambel Gagal Diet memosisikan diri sebagai penyedia sambel instan yang siap santap,

memungkinkan konsumen menikmati cita rasa pedas yang autentik tanpa harus menghabiskan waktu untuk membuatnya sendiri.

Saat ini, metode penjualan yang diterapkan oleh UMKM Sambel Gagal Diet adalah melalui sistem PO (*pre-order*) dengan proses pemasaran yang difokuskan melalui *platform* Instagram dan WhatsApp. Meskipun telah mampu membangun basis pelanggan yang setia, metode ini memiliki sejumlah keterbatasan yang signifikan. Terutama dalam hal efisiensi operasional, baik dari perspektif penjual maupun konsumen.

Bagi penjual, mengelola pesanan secara manual melalui pesan WhatsApp menjadi tantangan tersendiri. Mereka harus merespons setiap pesanan satu per satu, yang kemudian diikuti oleh proses menunggu konfirmasi pembayaran sebelum barang dapat dikirimkan. Proses manual ini jelas memakan waktu, terutama jika terdapat banyak pesanan yang harus dikelola dalam satu waktu.

Sementara itu, dari sisi konsumen, setelah mereka memesan produk, mereka harus menunggu balasan dari penjual untuk langkah selanjutnya. Proses komunikasi yang lambat ini dapat mengganggu pengalaman berbelanja mereka dan mengakibatkan peningkatan waktu tunggu.

Menurut Zhang et al. (2018) penggunaan aplikasi mobile merupakan cara yang efektif dan efisien untuk melacak, meningkatkan *engagement rate*, dan menjangkau pengguna atau pelanggan. Hal tersebut dikarenakan masyarakat lebih sering menggunakan *smartphone* sepanjang hari dibandingkan dengan laptop, PC, ataupun tablet. Sehingga, masyarakat akan lebih sering mengakses aplikasi yang dapat digunakan menggunakan *smartphone*, yaitu aplikasi *mobile*.

Meskipun Sambel Gagal Diet sebelumnya memutuskan untuk tidak menggunakan *platform e-commerce* pihak ketiga seperti GoFood atau ShopeeFood, hal ini didasarkan pada keinginan untuk mempertahankan kendali atas proses produksi dan pengiriman produk mereka. Namun, semakin terlihatnya kendala dalam menjalankan bisnis secara manual mengharuskan mereka mencari solusi yang lebih efisien.

Dengan memperhitungkan hal ini, UMKM Sambel Gagal Diet merencanakan untuk mengembangkan *platform e-commerce* berbasis *mobile* sendiri. Harapannya, *platform* ini akan memungkinkan mereka untuk mengotomatisasi sejumlah proses dalam penjualan, membuatnya lebih praktis, dan mengurangi waktu yang diperlukan dalam setiap transaksi. Meskipun demikian, mereka sadar bahwa tampilan dan antarmuka *platform* juga harus menarik agar dapat menarik perhatian konsumen.

Sebagai langkah awal dalam perjalanan ini, UMKM Sambel Gagal Diet berkomitmen untuk membuat desain UI/UX yang ramah pengguna. Hal ini akan membantu mereka menentukan desain yang paling sesuai dengan produk yang mereka tawarkan serta preferensi target konsumen.

Selanjutnya, mereka juga akan menerapkan metode *design thinking* dalam perancangan aplikasi ini, yang akan memungkinkan mereka untuk menciptakan purwarupa dengan cepat. Hal ini memberikan mereka keunggulan untuk segera melihat bagaimana aplikasi akan berfungsi, mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan, serta melakukan perbaikan dengan cepat.

Pendekatan *design thinking* juga memungkinkan penulis untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang pengguna, termasuk motivasi dan preferensi pengguna. Ini diperoleh melalui wawancara dengan pihak UMKM Sambel Gagal Diet, observasi langsung terhadap proses penjualan yang ada, dan interaksi dengan calon pelanggan potensial. Hasil dari analisis ini akan membantu mengidentifikasi masalah pengguna yang kemudian menjadi fokus dalam perancangan aplikasi.

Selain itu, pendekatan ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk berkreasi dan berinovasi dalam mencari solusi yang unik dan sesuai dengan kebutuhan UMKM Sambel Gagal Diet. Dengan perancangan purwarupa dan iterasi berulang, aplikasi akan diuji berulang kali untuk mengidentifikasi kelemahan dan mengoptimalkan solusi hingga mencapai hasil akhir yang lebih baik.

Dengan mengadopsi pendekatan *design thinking* yang mendalam dan pemahaman yang baik tentang pengguna, diharapkan aplikasi penjualan produk makanan untuk UMKM Sambel Gagal Diet akan menjadi solusi yang sesuai, efektif, dan mendorong pertumbuhan bisnis mereka dalam era digital. Pendekatan ini juga membuka peluang untuk inovasi yang superior, menciptakan pengalaman pengguna yang unggul, dan meningkatkan daya saing bisnis makanan UMKM di *platform online*. Oleh karena itu, Sambel Gagal Diet berusaha untuk terus beradaptasi dan memajukan bisnis mereka agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana rancangan purwarupa aplikasi penjualan produk makanan untuk *platform mobile* menggunakan *Design Thinking* pada studi kasus : umkm sambel gagal diet, yang *user-friendly* dan memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi
2. Bagaimana mengoptimalkan tata letak (*layout*) dan navigasi pada purwarupa agar pengguna dapat dengan mudah menemukan produk yang diinginkan serta memahami fitur yang ada seperti proses pemilihan makanan, keranjang belanja dan proses checkout lalu pembayaran dan fitur pelacakan pengiriman secara intuitif.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil akhir dari penelitian ini adalah rancangan purwarupa aplikasi berbasis *mobile* untuk UMKM sambel gagal diet dengan menggunakan *tools* Figma.
2. Penelitian ini akan berfokus pada UMKM sambel gagal diet sebagai studi kasus utama.
3. Penelitian pada perancangan purwarupa aplikasi berbasis *mobile* untuk UMKM Sambel Gagal Diet ini menggunakan metode *design thinking*, yang merancang antarmuka pengguna melalui beberapa tahap seperti

crazy's, *wireframe (lo-fi prototype)*, *UI Kit* (atomik dan molekuler), *UI Design*, dan purwarupa.

4. Penelitian dan analisis ini akan difokuskan pada tahap perancangan dan pengembangan awal aplikasi berbasis *mobile* untuk UMKM Sambel Gagal Diet yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik UMKM Sambel Gagal Diet yang bertujuan untuk mempermudah proses jual-beli secara *online*.
5. Penelitian ini memiliki fokus utama pada desain dan fitur antarmuka pengguna dan tidak akan mencakup implementasi teknis penuh dari aplikasi tersebut, seperti pengembangan *back-end* atau aspek keamanan dan skalabilitas.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menghasilkan purwarupa rancangan desain UI/UX dengan fitur pemesanan, pembayaran, dan status pesanan pada aplikasi *platform mobile* UMKM Sambel Gagal Diet yang sesuai dengan tahapan *design thinking* demi memenuhi kebutuhan UMKM Sambel Gagal Diet dan meningkatkan pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang diatas, maka manfaat pada penelitian ini, yaitu :

1. Menghasilkan rancangan desain aplikasi penjualan produk makanan untuk *platform mobile* dalam bentuk purwarupa

2. Memaksimalkan UI/UX pada aplikasi penjualan produk makanan untuk *platform mobile* sehingga mudah dipahami pengguna
3. Mampu memberikan pengalaman pengguna dan kepuasan pelanggan yang baik dalam berinteraksi dengan UI/UX yang disuguhkan

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika penulisan dari skripsi ini:

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab 2 Landasan Teori

Bab ini berisikan referensi-referensi dari penelitian terdahulu dengan topik serupa. Bab ini juga berisikan sumber informasi dan literatur yang berkaitan dengan topik penelitian. Landasan teori merupakan dasar teoritis yang dijadikan sebagai acuan dalam merancang dan melakukan penelitian ini.

Bab 3 Metodologi

Bab ini membahas mengenai alat dan bahan penelitian, metode yang digunakan, tahapan penelitian, prosedur pengumpulan data, dan sistem analisis serta pengujian yang dipakai.

Bab 4 Hasil dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan hasil dari penelitian yang dijabarkan secara detail dan lengkap. Bab ini juga menjelaskan mengenai implementasi dari sistem yang telah dirancang berdasarkan metode penelitian yang dipakai pada penelitian

kali ini. Terdapat pembahasan yang membahas mengenai hasil analisis dari pengujian sistem.

Bab 5 Kesimpulan dan Saran

Bab ini menjelaskan mengenai poin-poin kunci yang dihasilkan dari penelitian ini. Selain itu, saran berisikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya yang didasarkan dari penelitian ini.