

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Teknologi dan informasi yang semakin berkembang pada jaman sekarang, membuat meningkatnya persaingan pada perusahaan yang menggunakan teknologi dan informasi dari setiap aspek termasuk aspek perdagangan. Hal tersebut membuat perusahaan terus bersaing untuk mencapai keberhasilan, banyak usaha baru yang bermunculan juga membuat bertambahnya persaingan dalam dunia perbelanjaan baik secara *offline* terutama *online*. Pertumbuhan berbelanja *online* yang semakin meningkat membuat banyak perusahaan terus melakukan upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan mereka.

Berbelanja *online* sekarang telah menjadi *trend* dan kebiasaan bagi konsumen di seluruh dunia terutama di Indonesia, berbagai aspek yang mempermudah dan mendukung pada berbelanja *online* seperti dapat membeli barang yang tidak terikat waktu, kenyamanan dalam berbelanja dibandingkan toko konvensional, menghemat waktu, dapat membandingkan harga dari produk yang serupa yang tidak dapat dilakukan pada toko konvensional, dapat melihat ulasan konsumen lain sebelum membeli yang tidak dapat dilakukan pada toko konvensional, banyaknya pilihan dan kemudahan dalam mencari produk dibandingkan dengan toko konvensional membuat konsumen lebih memilih melakukan pembelian produk pada toko *online* dibandingkan dengan toko konvensional biasa[1]. Berbelanja secara *online* di Indonesia sudah menjadi *trend* dan hal yang biasa dilakukan oleh setiap lapisan masyarakat, seperti yang dikutip dari grahanurdian.com diakses pada 13 Februari 2023 memperlihatkan peningkatan aktifitas-aktifitas pembelian barang konsumen pada tahun 2022 dibandingkan dengan tahun sebelumnya, berikut merupakan ringkasan barang konsumen masyarakat Indonesia menggunakan *e-commerce* yang dikutip dari grahanurdian.com ditunjukkan pada gambar 1.1. dibawah ini.



Gambar 1.1. Ringkasan Barang Konsumer

Sumber: www.grahanurdian.com

Gambar 1.1. menunjukkan bahwa jumlah masyarakat Indonesia membeli barang melalui internet sebanyak 158.6 juta orang hal tersebut mengalami kenaikan sebesar 14.9% dibandingkan dengan tahun 2021, hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia membeli barang secara *online* semakin meningkat. Jumlah pembelanjaan tahunan barang konsumen melalui internet pada tahun 2022 meningkat sebesar 59% dari tahun 2021, hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia lebih banyak melakukan pembelanjaan secara *online* pada tahun 2022 dengan rata-rata pengeluaran sebesar 4.85 juta yang meningkat sebesar 38.7%. Persentase pembelian barang melalui *smartphone* mengalami kenaikan sebesar 2.5% sehingga mayoritas masyarakat Indonesia melakukan pembelian melalui *smartphone* sebesar 62.8%, oleh karena itu banyak perusahaan yang mengembangkan toko *online* karena meningkatnya jumlah masyarakat yang membeli secara *online* dengan jumlah pembelian dan rata-rata pengeluaran yang meningkat dan perusahaan mengembangkan toko *online* dengan media *smartphone* karena mayoritas masyarakat Indonesia melakukan pembelanjaan secara *online* menggunakan *smartphone*.



Gambar 1.2. Kategori Barang yang dibeli Masyarakat Indonesia menggunakan *e-commerce*

Sumber: www.grahanurdian.com

Gambar 1.2. menunjukkan kategori apa saja yang paling banyak dibeli secara *online* oleh masyarakat Indonesia, kategori makanan mengalami peningkatan terbesar dan signifikan sebesar 118% dengan pembelian sebanyak 66.3 trilyun pada tahun 2022 dan kategori minuman mengalami peningkatan terbesar kedua dengan persentase peningkatan 76.1% dengan pembelian sebanyak 13.7 trilyun pada tahun 2022. Hal tersebut membuat perusahaan yang bergerak dibidang makanan dan minuman mengembangkan bisnisnya secara *online*.

Unalome Coffee merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan makanan dan minuman, adapun produk yang dijual adalah makanan ringan, es kopi susu, *mocktail*, *hot coffee* dan minuman *non-coffee*. Unalome Coffee berada di Kampung Panyairan Desa Cihideung Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat. Unalome Coffee saat ini hanya menjual produknya secara langsung dan melalui *WhatsApp*, tidak adanya toko *online* dan penurunan penjualan membuat Unalome Coffee berencana melakukan ekspansi dengan merancang toko *online* yang memiliki desain yang menarik dan mudah diakses oleh konsumen untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen yang akan membeli produk dari Unalome

Coffee. Unalome Coffee juga ingin memiliki sistem pengelolaan pesanan dan pengelolaan keuangan yang dapat memudahkan Unalome Coffee menjalankan usahanya didalam toko *online*.

Penelitian ini merancang sebuah toko *online* dengan media *smartphone* yang memiliki desain menarik dan mudah untuk diakses menggunakan *Platform* WordPress dengan menggunakan pendekatan *User Centered Design* (UCD) untuk konsumen maupun Unalome Coffee sehingga konsumen dapat melakukan transaksi dengan mudah dan pemilik Unalome Coffee juga mudah dalam mengelola pesanan dan laporan keuangan.

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Fitur apa saja yang di butuhkan konsumen saat melakukan pembelian secara *online*?
2. Bagaimana rancangan toko *online* yang memiliki tampilan yang menarik bagi konsumen?
3. Bagaimana rancangan toko *online* yang memudahkan konsumen mendapatkan informasi dari Unalome Coffee?
4. Bagaimana rancangan toko *online* yang memiliki fitur pengelolaan laporan keuangan untuk pemilik Unalome Coffee?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari identifikasi masalah diatas maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi fitur yang dibutuhkan konsumen saat berbelanja secara *online*.
2. Merancang toko *online* yang memiliki tampilan menarik bagi konsumen.
3. Merancang toko *online* yang memudahkan konsumen mendapatkan informasi dari Unalome Coffee.
4. Merancang toko *online* yang memiliki fitur laporan keuangan.

1.4. Pembatasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. *Platform* atau *tools* yang digunakan dalam perancangan toko *online* ini adalah Wordpress.
2. Merancang toko *online* hanya untuk *smartphone*.
3. Tahapan metode pada *User Centered Design* yaitu *Evaluation Against Requirements* tidak dapat dilakukan karena keterbatasan waktu penelitian.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan ini diantaranya adalah sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab satu ini berisikan tentang latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah dan sistematika penulisan.

Bab 2 Landasan Teori

Pada bab dua ini berisikan teori, konsep, kajian pustaka yang sesuai dan berkaitan dengan topik atau rumusan masalah.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Pada bab tiga ini berisikan tentang rencana, urutan, prosedur yang dilakukan untuk menyelesaikan masalah. Pada bab ini juga dijelaskan metode serta alat yang digunakan dalam pengumpulan dan pengolahan data.

Bab 4 Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab empat ini berisikan tentang pengumpulan data dan pengolahan data.

Bab 5 Analisis Perancangan

Pada bab lima ini berisikan analisis rancangan dari pengolahan data.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Pada bab enam ini berisikan tentang kesimpulan dan saran.