

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

*E-Commerce* merupakan model bisnis yang transaksi dan interaksinya berlangsung secara elektronik. Mengutip informasi dari [dailysocial.id](http://dailysocial.id), menyatakan bahwa *E-Commerce* mulai dikenal sejak awal 1970 an dengan dimulainya inovasi semacam *Electronic Fund Transfer (EFT)* [1]. dengan pesatnya pertumbuhan dan jumlah pelanggan potensial yang terus meningkat muncullah istilah *Electronic Commerce (E-Commerce)*. Indonesia memiliki potensi pasar digital yang cukup besar di Asia Tenggara. Dimana *E-Commerce* menjadi salah satu faktor pendorong ekonomi digital di Indonesia. Startup besar seperti Shopee dan Tokopedia adalah dua perusahaan *e-commerce* dengan jumlah pengguna terbesar di Indonesia. Pengaruh wabah virus Covid-19 juga mempengaruhi meningkatnya pengguna aplikasi *e-commerce* dan *e-wallet* [2]. Dimana sejak ditetapkannya pembatasan sosial yang menyebabkan masyarakat sulit untuk berinteraksi dan melakukan aktivitas sehari-hari menyebabkan perubahan kebiasaan berbelanja menjadi daring. Namun banyak dari UMKM juga yang mengalami penurunan jumlah pelanggan hingga mengalami kebangkrutan akibat ditinggalkan oleh pelanggannya. Salah satu faktor penyebab penurunan jumlah pelanggan adalah karena usaha yang kurang memperhatikan tujuan dan kebutuhan setiap pengguna yang memiliki karakteristik yang berbeda beda[3].

Menurut data yang ditemukan pada [financesonline.com](http://financesonline.com) sebanyak 92% faktor yang dapat mempengaruhi pengguna meninggalkan aplikasi *e-commerce* akibat adanya review negatif terhadap forum berbelanja dan produk yang dijual. Selain itu juga dipengaruhi oleh proses transaksi yang rumit dan membutuhkan proses yang lama. Menurut Xu dan Huang[4], faktor penyebab pelanggan meninggalkan aplikasi diantaranya Transaksi yang tidak nyaman, biaya yang diterima, risiko yang diterima, keinginan membayar [4]. Sedangkan menurut Huang, Korfiatis dan Chang [5], faktor penyebab lainnya adalah akibat keraguan emosional dan keraguan untuk melakukan *checkout* [4]. Dari kedua penelitian ini disimpulkan bahwa faktor kemajuan sebuah perusahaan *e-commerce* tergantung dari pelayanan dan kebutuhan pengguna yang tercapai dengan adanya aplikasi penjualan, maka perlu untuk memperhatikan setiap tujuan pengguna dalam menggunakan aplikasi.

Puan Clothing adalah salah satu usaha penjualan pakaian wanita yang penjualannya menggunakan metode semi-digital. Saat ini puan clothing hanya melakukan promosi dan pemasaran melalui media sosial *instagram* dan *whatsapp chat*. Berdasarkan wawancara dengan pelanggan puan clothing menyatakan bahwa media sosial yang digunakan untuk penjualan dan mempromosikan produk, masih memiliki beberapa keterbatasan yang berdampak pada tujuan pelanggan saat bertransaksi belum terselesaikan, dimana keterbatasan tersebut antara lain status story media sosial untuk promosi hanya bertahan selama 24 jam, membutuhkan waktu lebih untuk melakukan pemesanan karena harus berkomunikasi melalui chat dengan admin, informasi produk tersedia tidak dijelaskan secara rinci, story media sosial untuk promosi hanya dapat dilihat oleh kontak yang dikenali (followers / berteman), tidak ada testimoni pelanggan untuk meyakinkan kualitas produk, tidak ada informasi *followup* untuk status pesanan yang sedang berlangsung, informasi jumlah produk yang tersedia tidak diketahui.

Berdasarkan konfirmasi dari pemilik usaha ini saat wawancara, belum ada peningkatan secara signifikan terhadap penjualan. Dalam wawancara pemilik usaha mengaku telah mencoba beberapa produk marketplace seperti Shopee namun terdapat keterbatasan dimana mereka tidak dapat menjual produk yang membutuhkan

waktu dalam pengemasan yang lebih dari 7 hari, karena jumlah produksi barang yang perlu ditambah untuk periode produksi selanjutnya. Beberapa marketplace tersebut menerapkan aturan yang ketat sehingga jika waktu pengemasan melebihi waktu yang ditentukan akan dikenakan pelanggaran dan penalti yang menyebabkan kerugian. Melihat kendala dan tantangan di atas Puan Clothing sebagai usaha penjualan pakaian wanita perlu merancang sebuah aplikasi website penjualan untuk memenuhi setiap tujuan dan kebutuhan pelanggannya dalam bertransaksi. Namun sebelum membangun aplikasi tersebut perlu adanya rancangan desain yang memperhatikan tujuan, kebutuhan dan karakteristik pelanggan dalam pelayanannya. Perancangan dalam penelitian ini bertujuan untuk memperbaiki sistem yang digunakan usaha Puan Clothing dalam proses pemesanan untuk mengakomodir setiap keluhan pelanggan dalam penerapannya. Untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan pelanggan tersebut, digunakan metode Goal-Directed Design yang berfokus untuk menyelesaikan sebuah masalah rancangan model UX berdasarkan tujuan stakeholder termasuk pelanggan atau calon pengguna karena metode ini adalah metode yang banyak digunakan pada penelitian sebelumnya untuk mencapai setiap tujuan pengguna.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas adapun perumusan masalah pada penelitian ini adalah terdapat keterbatasan pada sistem penjualan yang digunakan Puan Clothing. Saat ini Puan Clothing menggunakan media sosial untuk berjualan namun banyak dari pelanggan yang kekurangan informasi produk dan waktu untuk memperoleh informasi juga tidak sebentar, hal ini menyebabkan faktor usability aplikasi belum secara optimal terpenuhi sebagai mana yang ada pada ISO/IEC 25010:2011 yaitu effectiveness, efficiency dan satisfaction. Dari kendala ini perlu dilakukan perancangan model prototype sistem penjualan yang dapat memenuhi setiap kebutuhan dan tujuan pelanggan. Pertanyaan penelitian yang dapat didefinisikan adalah “Bagaimana rancangan user experience yang dapat memenuhi tujuan pelanggan puan clothing dari keterbatasan sistem penjualan menggunakan media sosial dengan metode *Goal-Directed Design*?”.

## 1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah yang diangkat pada penelitian ini adalah:

- a. Penelitian dilakukan di Provinsi Riau terkhusus kota Pekanbaru, karena Pekanbaru adalah salah satu kota sentra ekonomi terbesar di pulau Sumatera yang berada di jalur lintas timur Sumatera yang diprediksi akan menjadi tujuan investasi.
- b. Target stakeholder yang akan diambil datanya adalah pemilik usaha yang memiliki pengetahuan dan pengalaman mengurus proses bisnis terkait penjualan produk dan sistem e-commerce dan penerapannya dalam penjualan pakaian.
- c. Target pengguna potensial adalah pelanggan puan clothing yang memiliki ketertarikan terhadap *fashion*, sudah pernah menggunakan aplikasi e-commerce. Sudah pernah atau belum pernah bertransaksi menggunakan produk e-commerce dan sudah sah secara hukum untuk melakukan transaksi secara elektronik yaitu berusia 17 tahun ke atas.
- d. Permasalahan berdasarkan kesulitan yang dialami pelanggan terhadap penggunaan sistem pemesanan online pada usaha Puan Clothing
- e. Fokus penelitian berdasarkan pada perbaikan sistem pemesanan Puan Clothing yang dikeluhkan pelanggan

#### 1.4. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dari pengerjaan tugas akhir ini adalah “Menghasilkan model user experience yang memenuhi tujuan pelanggan Puan Clothing dari keterbatasan sistem penjualan menggunakan media sosial”.

#### 1.5. Rencana Kegiatan

Adapun rencana kegiatan yang dilakukan pada penelitian ini meliputi beberapa tahap dan kegiatan sebagai berikut,

1. Studi Literatur dan permasalahan  
Studi literatur permasalahan dilakukan untuk mempelajari permasalahan yang ada dalam aplikasi website penjualan pakaian dengan metode wawancara pada stakeholder dan kuesioner, dan dilengkapi dengan referensi dari buku, paper dan jurnal yang tersedia di *platform internet*.
2. Menyusun proposal penelitian  
Menyusun proposal untuk merencanakan dan mempersiapkan kegiatan penelitian.
3. Penerapan metode Goal-Directed Design (GDD)  
Penerapan metode GDD untuk menghasilkan model UI penjualan pakaian pada perancangan yang dilakukan dalam 6 tahap [6], yaitu:
  - a. Research  
Tahap research dilakukan untuk mengumpulkan data awal penelitian kepada stakeholder usaha puan clothing yaitu pemilik usaha dan pelanggan / calon pengguna dengan menggunakan pendekatan wawancara kepada stakeholder untuk mendapatkan permasalahan sistem yang digunakan saat ini untuk penjualan dan promosi produk.
  - b. Modeling  
Pada tahap modeling dilakukan analisis hasil data pada tahap sebelumnya, dan membentuk pemodelan pengguna untuk memahami tujuan pengguna dan menentukan persona dan model domain yang dilakukan pengguna dalam menyelesaikan tujuannya.
  - c. Requirement  
Tahap requirement dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna melalui aktivitas dan proses yang dilakukan pengguna saat menggunakan aplikasi yang akan menjadi task untuk acuan tahap selanjutnya.
  - d. Framework  
Tahap ini untuk menggambarkan kebutuhan pengguna dan bagaimana pengguna berinteraksi dengan aplikasi berdasarkan tahap sebelumnya, menjadi sebuah kerangka desain (wireframe).
  - e. Refinement  
Pada tahap ini, dilakukan perancangan desain untuk merepresentasikan kerangka desain dari tahap sebelumnya menjadi sebuah model UI/UX yang dapat digunakan pengguna dengan interaksi ke dalam bentuk prototype.
  - f. Support  
Pada tahap ini dilakukan pengujian untuk mengevaluasi dan menguji model UI yang telah dibuat dengan metode Usability Testing untuk mendapatkan tingkat *effectiveness* dan *efficiency* pada

pengguna dan evaluasi System Usability Scale (SUS) untuk mengetahui tingkat *satisfaction* (kepuasan) pengguna terhadap model UI yang dihasilkan pada tahap sebelumnya untuk mendapatkan hasil yang dapat diterima oleh pengguna.

4. Menyusun laporan hasil akhir penelitian  
Penyusunan laporan penelitian dilakukan sebagai bukti dokumentasi bahwa penelitian telah diselesaikan dan sebagai syarat kelulusan mahasiswa.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

Berikut merupakan sistematika penulisan yang bertujuan untuk memperjelas isi gambaran umum dari setiap bab yang dilakukan dalam penelitian ini. Rincian sistematika setiap bab sebagai berikut:

### **1. BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi mengenai uraian latar belakang, perumusan masalah, batasan penelitian, tujuan masalah dan rencana kegiatan.

### **2. BAB 2 KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi mengenai dasar acuan teori dan penelitian yang berkontribusi pada penelitian sebagai bahan landasan teori dan analisis.

### **3. BAB 3 ALUR PERMODELAN**

Pada bab ini akan dijabarkan setiap metode pendekatan yang dilakukan dan teknik yang digunakan pada penelitian untuk menghasilkan capaian yang di targetkan pada metode Goal-Directed Design untuk merancang model desain Puan Clothing.

### **4. BAB 4 HASIL PENGUJIAN DAN EVALUASI PENELITIAN**

Pada bab ini akan diuraikan hasil evaluasi yang diperoleh dan pembahasan mengenai hasil pengujian.

### **5. BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan menguraikan kesimpulan hasil dan analisis yang diperoleh dari setiap tahapan metode yang dilakukan, beserta saran untuk pengembangan dan penelitian berikutnya.