

BAB I

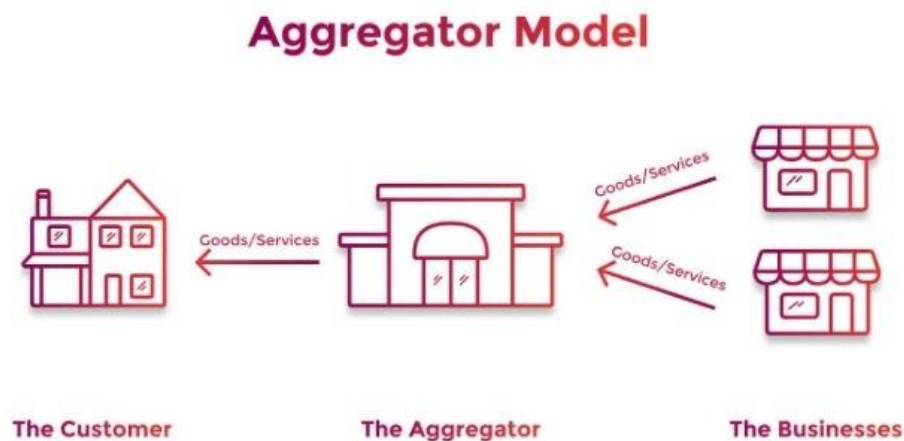
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman modern mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan aktivitasnya terhadap penggunaan media komunikasi (Julianto, 2019). Adapun bentuk perkembangan zaman tersebut diaplikasikan melalui pembuatan dan pengembangan media penunjang di berbagai sektor atau bidang, salah satunya adalah pertanian. Dikutip dari artikel Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, kontribusi sektor pertanian terhadap perekonomian nasional pada tahun 2022 menunjukkan pertumbuhan dan peningkatan positif sebesar 12.98%. Sebagai sektor yang menjadi salah satu pilar perekonomian nasional, dibutuhkan pula para pelaku pertanian yang melek digital agar mampu beradaptasi dengan kemajuan zaman. Sektor pertanian dituntut zaman untuk menjadi adaptif dalam meningkatkan produktivitasnya melalui transformasi digital (Kelana, 2022). Namun, menurut hasil riset yang dilakukan oleh Lembaga Penelitian *Center for Indonesian Policy Studies* (CIPS) tingkat digitalisasi dan adopsi penggunaan teknologi digital di sektor pertanian masih rendah. Dikutip dari artikel Kompas, rendahnya tingkat digitalisasi di sektor pertanian membuat petani kesulitan untuk memasarkan hasil tani, sehingga apabila dibiarkan terlalu lama maka kualitas dan harga jualnya pun tidak optimal.

Seperti halnya yang terjadi pada kelompok tani di Tasikmalaya, menurut data yang diperoleh, petani seringkali merasa kesulitan untuk mendistribusikan hasil taninya, karena tidak semua petani memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam ranah pemasaran dan pendistribusian. Terlebih lagi, zaman sudah digital dimana sistem jual beli pun dipermudah dengan adanya *marketplace* dan *e-commerce* yang menjadi tantangan bagi para petani. Menurut riset yang dilakukan oleh DS Innovate dan Crowde pada tahun 2020 menyebutkan bahwa tingkat melek digital pada petani baru mencapai 30% dengan rata-rata usia lebih dari 40 tahun. Dikutip dari artikel Fakultas Pertanian Universitas Lampung, petani merupakan entitas yang unik dengan karakteristik yang masih kuat memegang budaya konvensional dan mempunyai sifat menolak resiko dan tidak suka bertele-tele (*to the point*) dalam bekerja. Dimana hal tersebut memerlukan proses yang lebih lambat dalam menerima inovasi dan digitalisasi. Oleh karena itu, perlunya peran *aggregator* pertanian terlatih dan terdidik sebagai perantara pendistribusian secara digital, sederhananya merupakan penghubung antara petani dan mitra pertanian.

Aggregator pertanian merupakan pihak ketiga dapat berupa sebuah otoritas bisnis maupun individu yang bertugas sebagai distributor untuk mengumpulkan produk hasil tani dari beberapa sumber petani untuk didistribusikan kepada mitra pertanian (Alshami, 2021). Kata *aggregator* itu sendiri berasal dari kata agresi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yang memiliki arti pengumpulan sejumlah benda yang terpisah-pisah menjadi satu. Dalam pertanian, istilah agregasi merupakan titik perantara yang bermanfaat untuk para petani dalam penerimaan jasa hingga melakukan penjualan hasil taninya. Dengan adanya sistem agregasi di bidang pertanian, mampu meningkatkan efisiensi dalam pengembangan sektor pertanian. *Aggregator* dapat mempertahankan kualitas hasil tani juga, dapat dikatakan demikian karena *aggregator* dapat membantu mempercepat penjualan tanpa harus menunggu lama yang menyebabkan hasil tani menurun kualitasnya, baik itu sudah tidak segar ataupun membusuk. Adapun manfaat agregasi maupun *aggregator* di bidang pertanian mampu mengatasi hambatan pendistribusian hasil tani, mendukung petani untuk meningkatkan produktivitasnya, mempertahankan kualitas dan harga hasil tani, serta mampu meningkatkan akses layanan dari petani hingga mitra pertanian.



Gambar 1. 1 Agreggator Model
Sumber: Agregasi dalam Bisnis, Ammar Alshami (2021)

Fokus permasalahan dalam penelitian ini merujuk pada kegiatan pemasaran dan pendistribusian yang dilakukan oleh petani melalui *aggregator* untuk memudahkan dan mengoptimalkan berbagai aspeknya, baik dari kualitas hingga harga jual. Selain itu, dengan melakukan pemasaran digital maka perluasan jangkauan pasar akan semakin mudah dan cepat. *Aggregator* pertanian akan menjadi penghubung antara petani dengan mitra pertanian berupa koperasi, toko kelontong, hingga perusahaan yang

dapat menampung dan membutuhkan hasil pertanian. Tidak hanya mitra yang membutuhkan hasil pertanian, petani juga dapat dibantu *aggregator* untuk menjadi penghubung dengan mitra pertanian penjual bibit dan pupuk. Selain mitra pertanian atau pelaku pertanian, jasa logistik juga dibutuhkan dalam kegiatan pemasaran secara digital apabila mitra pertanian tidak menyediakan pengambilan dan pengantaran hasil tani. Selain itu digitalisasi juga memperluas jangkauan pasar, maka permintaan hasil tani pun dapat datang dari mana saja. Sehingga *aggregator* akan menghubungkan petani, jasa logistik, dan mitra pertanian.

Oleh karena itu, perancangan aplikasi lokapasar sebagai media penunjang sektor pertanian sangat dibutuhkan dan tentunya dapat membantu meningkatkan pemanfaatan digital dalam zaman yang modern ini khususnya di sektor pertanian, mengoptimalkan kualitas dan harga hasil tani, hingga memudahkan mitra pertanian agar saling terhubung satu sama lain.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan fenomena pada latar belakang penelitian, penulis mampu menentukan identifikasi masalah penelitian yaitu,

- a. Kurangnya implementasi dan belum optimalnya digitalisasi di sektor pertanian khususnya pendistribusian hasil tani dikarenakan angka melek digital petani masih rendah.
- b. Rata-rata usia petani diatas 40 tahun dimana indeks literasi digitalnya yang rendah dengan kata lain belum melek digital, sehingga membutuhkan peran *aggregator* pertanian.
- c. Kesulitan petani dalam pendistribusian produknya menyebabkan kualitas dan harga jual yang tidak optimal.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang aplikasi lokapasar sebagai media penunjang *business to business* yang menarik agar memudahkan *aggregator* dan mitra pertanian dalam melakukan pemasaran?

1.3 Ruang Lingkup

a. What

Perancangan media penunjang sektor pertanian berbasis aplikasi lokapasar. Hal tersebut dilakukan karena kesulitan petani dalam pemasaran dan pendistribusian hasil tani, sehingga diperlukannya media penunjang yang dikelola oleh *aggregator* untuk terhubung dengan mitra pertanian.

b. Who

Target utama dari perancangan aplikasi lokapasar sektor pertanian ini adalah *aggregator* dan mitra pertanian, dimana *aggregator* dan mitra pertanian juga dapat bekerja sama dengan CV, PT, hingga koperasi yang menyediakan pupuk atau bibit dan juga menyediakan hasil panen. Selain itu, jasa logistik juga menjadi target dalam perancangan ini. Hal tersebut dikarenakan *aggregator* memperluas pasar yang menyebabkan permintaan hasil tani dapat datang dimana saja, ketika mitra tersebut tidak menyediakan jasa logistik atau pengiriman, maka tugas *aggregator* untuk menyambungkan terlebih dahulu kepada jasa logistik sebagai langkah awal penjualan hasil tani.

c. Where

Penelitian, perancangan dan pengumpulan data dilakukan di Tasikmalaya. Pengambilan Kota Tasikmalaya dikarenakan mata pencaharian petani di Tasikmalaya menduduki peringkat keempat terbanyak. Data tersebut diperkuat dengan jumlah penduduk Kota Tasikmalaya yang tercatat dalam Badan Pusat Statistik Kota Tasikmalaya dengan data yang penduduk yang bekerja dengan lapangan pekerjaan utama di sektor pertanian sebanyak 17.791 penduduk. Serta data terkait tentang kesulitan pemasaran dan pendistribusian hasil tani ada di beberapa daerah di Tasikmalaya.

d. When

Penelitian dan perancangan ini dilakukan terhitung sejak bulan Maret sampai dengan bulan Agustus 2023 mengikuti dan sesuai dengan hasil temuan penelitian.

Tabel 1. 1 Waktu Perancangan
 Sumber: Faridzi, April 2023

NO	JENIS KEGIATAN	II							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Eksplorasi Fenomena	v	v						
2	Asistensi Judul Perancangan		v	v					
3	Penyusunan BAB I			v	v	v			
4	Penyusunan BAB II				v	v	v		
5	Penyusunan BAB III					v	v	v	
6	Penyusunan BAB IV					v	v	v	v
7	Penyusunan BAB V							v	v

e. Why

perancangan aplikasi ini dilakukan agar proses pendistribusian hasil tani oleh *aggregator* dilakukan secara optimal dan mudah untuk digunakan guna meningkatkan digitalisasi sektor pertanian.

f. How

Perancangan aplikasi dilakukan sesuai dengan kebutuhan pelaku pertanian dengan berfokus pada kaidah ilmu desain komunikasi visual agar memudahkan pelaku pertanian dalam menggunakan dan mengaplikasikan aplikasi lokapasar tersebut.

1.4 Tujuan Perancangan

Perancangan yang dilakukan ditujukan untuk menjadi solusi permasalahan yang muncul di sektor pertanian yang sebelumnya telah dipaparkan pada identifikasi masalah. Adapun tujuan perancangan adalah sebagai berikut,

- a. Merancang aplikasi yang optimal dan mudah digunakan untuk meningkatkan digitalisasi sektor pertanian khususnya pendistribusian hasil tani.

- b. Merancang dan memudahkan sarana pertukaran informasi antara petani dan mitra pertanian yang dibantu oleh *aggregator* pertanian.
- c. Membantu petani memasarkan produknya dengan cara memperluas jangkauan pasar agar kualitas dan harga jual optimal.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

Penelitian ini dilakukan menggunakan penelitian kualitatif. Menurut David Williams penelitian kualitatif lebih condong mengumpulkan data yang menjadi dasar pada ilmiah, dengan dilakukan secara ilmiah dan juga natural yang dapat dipertanggungjawabkan. Sedangkan menurut John Creswell, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berfokus pada permasalahan sosial manusia yang dideskripsikan secara mendetail dan rinci. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan kumpulan data yang bisa dipertanggungjawabkan oleh suatu kelompok yang memiliki nilai realita.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan menggunakan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk melihat bagaimana perilaku, preferensi, pendapat, hingga sikap dari responden penelitian. Menurut Bimo (dalam Yusuf 2022) mendefinisikan kuesioner sebagai daftar pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Dimana responden merupakan subjek dengan kriteria yang sesuai dengan penelitian atau perancangan yang dilakukan. Adapun kuesioner yang digunakan dalam perancangan ini adalah kuesioner dengan jenis tertutup. Dikatakan demikian, karena pernyataan yang diajukan sudah disediakan jawabannya, dimana jawabannya ditulis menggunakan skala likert berupa sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Metode kuesioner dilakukan untuk mengetahui gambaran secara umum bagaimana para aggregator melihat dan merasakan pengalamannya menggunakan aplikasi yang membantu distribusi hasil pertanian. Pertanyaan kuesioner juga dikhususkan dan dikerucutkan pada pertanyaan yang mengarah pada pengalaman visualisasi yang dirasakan oleh aggregator. Dengan demikian, data tersebut dapat dijadikan acuan awal pra-riset sebelum masuk ke tahapan pengumpulan data melalui wawancara mendalam.

Kuesioner ini dibagikan dan diisi oleh informan yang berprofesi sebagai agregator, pemilik toko sembako atau hasil tani, dan petani. Pemilihan informan dengan profesi tersebut dianggap sesuai dengan perancangan yang sedang dilakukan.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan proses tanya jawab antara observer dan informan untuk memperoleh data. Pemilihan metode wawancara dikarenakan data yang diperoleh bukan hanya dari segi kuantitas melainkan kualitasnya (Hakim dalam Koentjaraningrat 1980). Pemilihan metode pengumpulan data wawancara pada penelitian ini bertujuan untuk mencari informasi yang berkualitas walaupun kuantitas informannya sedikit, asalkan data yang digunakan mewakili pertanyaan penelitian. Wawancara juga dilakukan untuk memenuhi data-data yang dibutuhkan penjelasan secara rinci. Pengumpulan data melalui wawancara mendalam ini merupakan lanjutan riset dari pengumpulan data berupa kuesioner sebelumnya. Dimana pada tahap wawancara, pertanyaan mengenai visual dari aplikasi ditanyakan secara mendalam hingga mendapatkan jawaban yang cukup. Selain itu, pada tahap wawancara juga lebih mendalami bagaimana perasaan, kebutuhan, serta pengalaman yang dirasakan oleh pengguna aplikasi pertanian khususnya pendistribusian. Dengan demikian, rancangan selanjutnya akan lebih berdampak dan solutif bagi pengguna aplikasi tersebut. Adapun informan yang dipilih untuk melakukan wawancara adalah informan yang sama dengan informan kuesioner. Hal tersebut dilakukan agar data yang diperoleh linear dengan perancangan yang dilakukan.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan kegiatan pengumpulan informasi yang relevan dengan penelitian atau perancangan sejenis yang dijadikan sebagai rujukan baca untuk karya ilmiah. Namun, pemilihan studi pustaka tetap harus melakukan *cross-check* agar referensi yang dilakukan benar-benar bereputasi (Abdul, 2021). Studi pustaka ini membantu membandingkan serta mengetahui rancangan dan penelitian terdahulu untuk dijadikan referensi dan bahan baca. Dengan demikian perancangan yang dibuat dapat dinilai hasilnya dengan

membandingkan dengan penelitian perancangan yang sejenis (Fajri, 2022). Referensi yang dikumpulkan dan menjadi acuan juga tentunya merupakan karya ilmiah yang kredibel dan sesuai dengan kaidah.

1.5.2 Metode Analisis Data

a. Analisis SWOT

Metode analisis digunakan setelah data-data dikumpulkan yang diolah dan dianalisis menggunakan metode SWOT. Analisis SWOT dilakukan untuk menganalisis dan mengidentifikasi *Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats* yang dianalisis dari internal maupun eksternal sebuah brand produk atau jasa. Dimana dari hasil analisis SWOT ini akan diperoleh pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan untuk menyusun strategi perencanaan dari perancangan yang dilakukan.



Gambar 1. 2 Analisis Swot
Sumber: Jurnal Entrepreneur

Analisis SWOT ini dilakukan sebagai bentuk analisis dari kegunaan dan manfaat aplikasi distribusi bagi aggregator. Dimana menganalisis terkait aplikasi yang digunakan kemudian disimpulkan kelebihan dan kekurangannya baik itu dari segi desain visual (*user interface*) ataupun aksesibilitas dan pengalaman pengguna (*user experience*).

b. Analisis Matriks Perbandingan

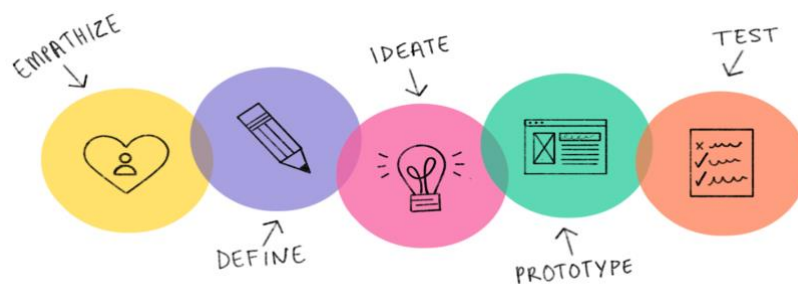
Penggunaan analisis matriks perbandingan dilakukan dengan cara membandingkan media edukasi dari media atau aplikasi sejenis yang terdahulu atau sudah dilakukan dengan menganalisis perbedaannya. Analisis matriks

perbandingan digunakan untuk melihat kekurangan dan kelebihan aplikasi yang sejenis (Untarni, 2016).

Analisis matriks perbandingan juga merupakan solusi mengembangkan aplikasi pertanian agar pengguna merasa puas dengan apa yang dihadapinya. Dimana dalam analisis ini, sebelum ke tahap perancangan dibandingkan terlebih dahulu aplikasi sejenis dengan analisis- analisisnya. Dengan hasil analisis tersebut dapat dilakukan amati tiru dan modifikasi agar kesalahan yang dilakukan oleh aplikasi sejenis tidak terulang dalam perancangan ini.

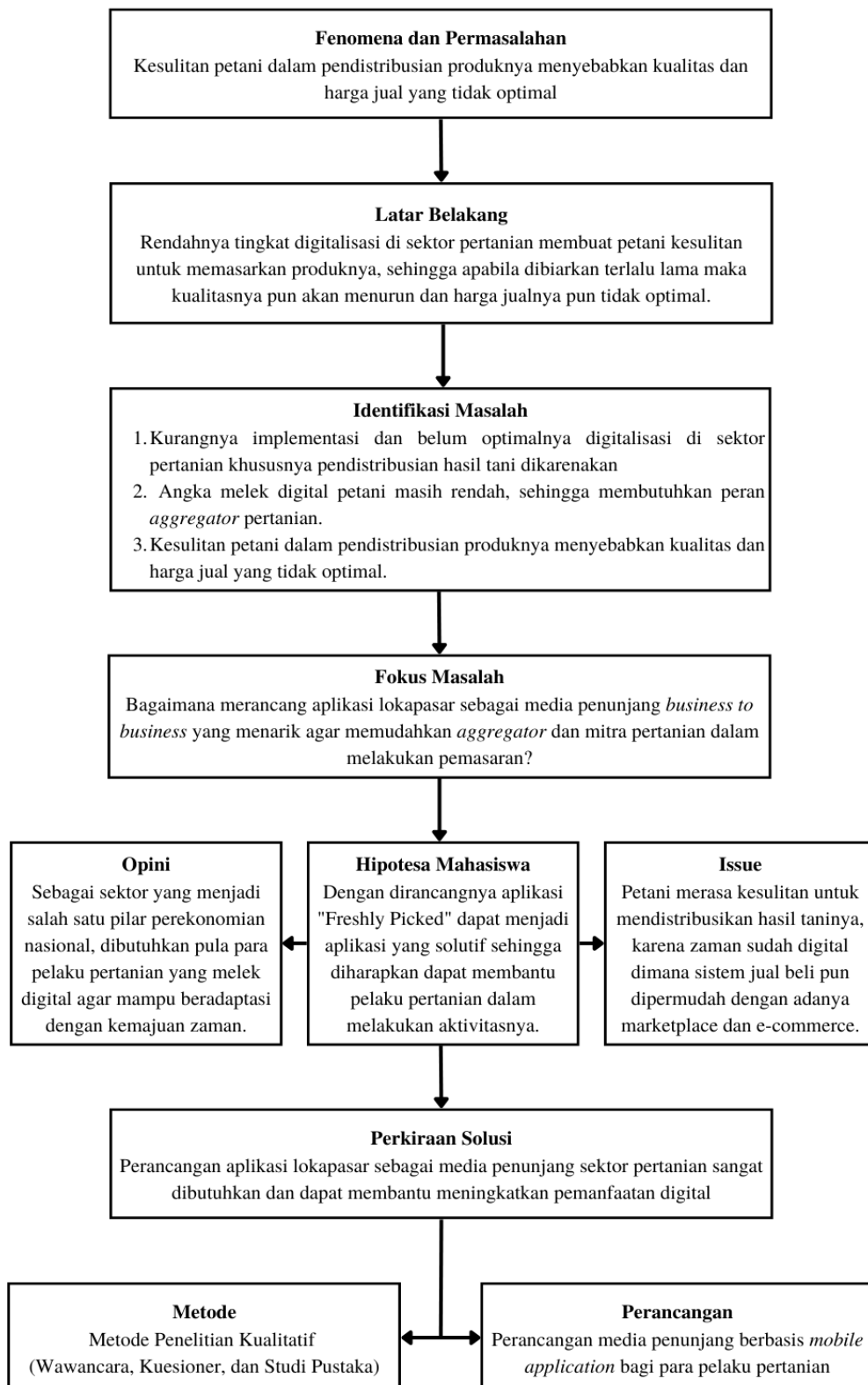
c. *Design Thinking*

Design Thinking merupakan salah satu metode analisis data untuk menyelesaikan suatu permasalahan yang berfokus kepada pengguna atau biasa disebut *user* (Eva, 2020). Adapun elemen-elemen yang ada pada *design thinking* (Versi Stanford) adalah *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. *Empathize* merupakan inti dan tahapan awal yang berkaitan dengan daya imajinasi yang tinggi. Seolah-olah mampu memahami dan mengetahui bagaimana pengalaman hingga emosi yang terbentuk. *Define* merupakan tahapan kedua yang berupa penggambaran gagasan atau ide yang mana hasil dari *define* ini akan meminimalisir kesalahan dalam mengasumsikan pandangan publik. Ketiga adalah *ideate*, tahap ini merupakan tahap atau fase dimana dilakukan dengan melakukan evaluasi dan menggambarkan solusi untuk memecahkan permasalahan Keempat adalah tahap *prototype*, tahap ini diarahkan kepada pembuatan model sederhana dengan skala yang lebih rendah. Lalu yang terakhir adalah *test* atau pengujian secara keseluruhan.



Gambar 1. 3 5 Stages in Design Thinking
Sumber: Design Thinking for Everyday Life, Amira Budi 2019

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.4 Kerangka Perancangan

Sumber: Faridzi, April 2023

1.7 Pembabakan

BAB I

Memaparkan fenomena yang terjadi khususnya sektor pertanian ranah pendistribusian hasil tani. Dimana dalam pendistribusian ditemukan permasalahan terkait sulit dan lamanya proses pendistribusian kepada mitra atau masyarakat. Hal tersebut terjadi karena komunikasi antara mitra dan petani dinilai sulit, sehingga informasi yang didapatkan menjadi terhambat. Kesulitan tersebut dipengaruhi oleh keterbatasan petani dalam kepemilikan gawai dan penggunaannya. Oleh karena itu, perlunya penghubung yang memiliki keterampilan digitalisasi untuk mengefisiensikan dan mengefektifkan kegiatan distribusi hasil tani oleh *aggregator*. *Aggregator* tentunya membutuhkan *platform* untuk mempermudah pertukaran informasi dengan mitra. Dengan demikian, perancangan aplikasi lokapasar dibutuhkan sebagai solusi dari permasalahan ini. Perancangan aplikasi yang dilakukan mengacu pada prinsip desain komunikasi visual berupa UI/UX agar memenuhi kebutuhan pengguna.

BAB II

Memaparkan kajian-kajian teoritis untuk pijakan dan dasar keilmuan dari perancangan yang dilakukan. Dasar keilmuan yang dipaparkan dan berkaitan dengan perancangan antara lain desain komunikasi visual, *design thinking*, *mobile application*, *user interface*, dan *user experience*. Pada dasar pemikiran desain komunikasi visual, perancangan ini sesuai dengan kaidah unsur dan elemen dari desain komunikasi visual. Hal tersebut dilakukan agar komposisi antara elemen desain dan informasi sesuai dengan fungsinya. *Design thinking* menjadi pijakan dan dasar metode untuk memecahkan permasalahan yang terjadi di sektor pertanian. Dimulai dari *empathize* hingga *test* agar perencanaan desain menjadi solusi dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna yang sebelumnya dilakukan riset dan observasi terlebih dahulu. Untuk kajian teoritis *mobile application*, menjadi pijakan peneliti untuk memenuhi *terms and conditions* pembuatan desain sesuai dengan kaidah (seperti *layouting*) pada aplikasi *mobile*. UI/UX tentunya menjadi pijakan dan kajian teoritis yang penting dalam perancangan ini, karena pada dasarnya perancangan ini adalah tentang merancang UI/UX aplikasi dimana desain yang dibuat mampu memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi, sehingga aplikasi menjadi aplikasi yang *impactful* dan *solutif* untuk permasalahan di sektor pertanian khususnya pendistribusian hasil tani.

BAB III

Memaparkan bagaimana data dan analisis diperoleh. Peneliti dalam perancangan ini memaparkan data berupa data institusi pemberi proyek, produk, khalayak sasaran, hingga penilaian terhadap proyek sejenis untuk informasi umum. Serta pemaparan data observasi, wawancara, dan studi pustaka pun dipaparkan sebagai penguat data dan informasi dalam pembuatan desain UI/UX aplikasi. Setelah itu dilakukan analisis menggunakan SWOT dan Matriks Perbandingan. Analisis SWOT dilakukan sebagai strategi untuk perencanaan awal agar peneliti mengetahui apa yang harus dilakukan dalam perancangan ini agar sesuai dengan sasaran dan tujuan. Lalu, analisis matriks perbandingan dilakukan sebagai acuan dari aplikasi lain yang sejenis dan melakukan ATM (amati, tiru, modifikasi) terkait kelebihan yang dimilikinya serta melihat kekurangannya untuk menentukan strategi yang tepat agar tidak melakukan kesalahan yang sama dengan aplikasi lain yang sejenis.

BAB IV

Memaparkan konsep serta ide yang digunakan peneliti dalam melakukan perancangan aplikasi lokapasar ini. Peneliti juga memaparkan konsep visual dengan memilih jenis huruf yang seperti apa, penggunaan warna, gaya visual, dan lain sebagainya sesuai dengan *visual guidelines* dari hasil riset dan observasi peneliti dalam melakukan perancangan. Setelah itu, peneliti memaparkan hasil perancangan berupa *flowchart* atau *wireframe* sebagai hasil rancangan aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

BAB V

Memaparkan kesimpulan terkait perancangan yang dilakukan serta *experience* dari pengguna setelah melakukan *test* di tahap *design thinking*. Setelah ditarik kesimpulan, hasil yang diperoleh tentunya memiliki saran-saran bagi pengguna, peneliti, hingga peneliti yang akan meneliti dalam ruang lingkup yang serupa. Dipaparkan pula saran yang membangun untuk keberlangsungan dan peningkatan perancangan bagi penelitian selanjutnya.