

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting perekonomian Indonesia. Produk domestik bruto (PDB) dan lapangan kerja, UMKM merupakan kekuatan pendorong perekonomian regional dan nasional. Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, lebih dari 60% angkatan kerja Indonesia bekerja di sektor UMKM. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya peran sektor ini dalam penciptaan lapangan kerja dan pengurangan pengangguran. Namun, meski memiliki potensi besar, UMKM kerap menghadapi berbagai tantangan seperti akses terhadap teknologi, keterbatasan pemasaran, dan terbatasnya inovasi produk. Di era digital saat ini, konsep *Smart economy* mulai dihadirkan sebagai solusi untuk meningkatkan daya saing UMKM. Ekonomi cerdas adalah pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan operasional dan memperluas jangkauan pasar. (Dewi et al., 2022). Teknologi digital memungkinkan UMKM mengoptimalkan proses bisnis, memperluas penjualan kepada pelanggan, serta memanfaatkan data untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat. Upaya ini menjadi semakin berkembang seiring dengan pesatnya perkembangan pasar global. Pengenalan *Smart economy* diharapkan dapat membantu UMKM beradaptasi terhadap perubahan pasar yang cepat dan meningkatkan daya saingnya. (Prayogi & Setiyawati, 2024)

Konsep *smart city* bukan hanya soal penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), tapi juga melibatkan berbagai inovasi dalam pemerintah mengelola kota, mengembangkan ekonomi, serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Semua ini dilakukan agar strategi yang dibuat bisa efektif untuk mencapai berbagai tujuan kota cerdas, seperti pelayanan publik yang lebih baik, pertumbuhan ekonomi, dan kenyamanan warga. Dimensi tersebut meliputi pemerintahan cerdas (*smart government*), ekonomi cerdas (*smart economy*), kehidupan cerdas (*smart living*), masyarakat cerdas (*smart people*), mobilitas cerdas (*smart mobility*), dan lingkungan cerdas (*smart environment*) diharapkan langkah-langkah yang sesuai dalam mengembangkan setiap aspek *smart city* secara menyeluruh dapat ditemukan. (Suprpti et al., n.d.)

Konsep *Smart economy* mengacu pada penggunaan teknologi digital dalam ekonomi atau dalam kegiatan jual beli. Memanfaatkan informasi teknologi, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan mengoptimalkan proses bisnis. dirancangnya *website* sebagai *platform* digital menjadi alat yang sangat penting bagi UMKM untuk mempromosikan produk dan memudahkan transaksi. Oleh karena itu, perancangan *website* mempermudah UMKM dalam mendukung transisi menuju *smart economy*

(Wilda,2025)(Wulansari, 2023). *Smart economy* adalah bagian dari *smart city* mencakup berbagai aspek seperti manajemen pintar, teknologi pintar, infrastruktur pintar, pelayanan kesehatan pintar, mobilitas pintar, bangunan pintar, energi pintar dan warga yang cerdas. Salah satu komponen penting dalam *smart city* adalah *Smart economy* yang merupakan pendekatan untuk mengelola sektor ekonomi dengan cara yang inovatif. Tujuan pengelolaan *Smart economy* adalah untuk membangun ekosistem ekonomi yang mampu menahan tantangan di era perkembangan teknologi yang cepat. Strategi *Smart economy* menitikberatkan pada penciptaan lingkungan industri yang strategis dan kreatif, di mana terdapat saling ketergantungan dan keuntungan bersama dalam promosi, produksi, serta transaksi keuangan. Selain itu strategi ini juga bertujuan untuk menciptakan suasana kondusif yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Hariyatna Syaeful Umam & Yunita Mafruhah, 2022).

Perancangan *website* ini menggunakan metode *Design Thinking* yaitu merupakan metode berpikir yang berasal dari perspektif seorang desainer yang selalu mengutamakan pendekatan pemecahan masalah dengan fokus pada manusia. *Design Thinking* telah terbukti dalam memperjelas parameter masalah serta mekanisme desain dengan pengembangan kebijakan, proses *Design Thinking* bersifat sistematis dan berorientasi pada pengguna sebagai penerima manfaat, melalui langkah-langkah terencana yang bertujuan untuk menciptakan perubahan perilaku dan kondisi yang diinginkan (Anansyah Wira Diharja et al., 2024). Metode *Design Thinking* dianggap mampu menyelesaikan berbagai masalah, seperti memudahkan pengguna dalam menggunakan *Prototype* yang telah dibuat dan memberikan pengalaman yang dapat menghasilkan hasil yang positif. Metode pemecahan masalah berbasis solusi yang menekankan pengalaman pengguna. dan bersifat iteratif. Metode ini terdiri dari lima tahap, *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. (Haryuda Putra et al., 2021).

Berbeda dengan metode lain seperti metode *waterfall*, metode *Design Thinking* menunjukkan keunggulan dibandingkan metode *Waterfall* karena sifatnya yang adaptif dan berpusat pada pengguna. *Design Thinking* menggunakan pendekatan yang menggabungkan proses berulang dan fokus pada pengguna, di mana tahap empati dilakukan melalui wawancara dan observasi secara langsung untuk memahami kebutuhan pengguna secara mendalam. Tahap selanjutnya dengan sesi *brainstorming* lintas bidang untuk menghasilkan ide-ide kreatif. Prototipe kemudian dikembangkan secara bertahap dengan terus mengumpulkan umpan balik dari pengguna, dan pengujian dilakukan sampai mencapai solusi terbaik. Pendekatan ini memungkinkan pengembangan namun tetap mempertahankan fokus pada kebutuhan pengguna, menghasilkan solusi yang lebih inovatif dan sesuai kebutuhan, berbeda dengan metode *Waterfall* yang prosesnya lebih kaku dan berjalan satu arah.(Diyah Saputri et al., 2023; Wibowo & Setiaji, n.d.)

Proses perancangan *website* dengan pendekatan *Design Thinking* pengguna untuk memahami secara mendalam apa yang dibutuhkan oleh pengguna. Hal ini penting agar *website* yang dirancang benar-benar sesuai dengan harapan pelaku UMKM dan dapat membantu dalam memasarkan produk. Selain itu, pelatihan bagi pelaku UMKM tentang cara menggunakan *website* juga sangat diperlukan agar dapat mengelola platform digital dengan baik. (Soedewi et al., n.d.) Adanya *website* yang dirancang dengan baik, diharapkan UMKM dapat meningkatkan operasional dan daya saing di pasar. *Website* tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran tetapi juga sebagai sarana untuk membangun hubungan dengan pelanggan melalui interaksi yang lebih baik, dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk merancang *website* bagi UMKM dengan menggunakan metode *Design Thinking* untuk meningkatkan kemampuan digital serta memperluas akses pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik *Watie catering*, yang didirikan oleh Ibu Sri Wati di Purwokerto sejak tahun 1997, adalah bisnis katering yang telah bertahan selama 27 tahun. Namun, Proses bisnis saat ini dilakukan dengan pencatatan pesanan dan keuangan menggunakan buku tulis. Promosi dilakukan melalui pembagian brosur makanan, sementara pemesanan hanya bisa dilakukan secara langsung di tempat atau melalui WhatsApp. Selain itu, pemasaran masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan pembagian brosur. *Watie catering* memiliki 25 karyawan yang bekerja paruh waktu dengan sistem panggilan dan dibayar per pekerjaan. Sebagian besar karyawan hanya terlibat dalam proses produksi makanan. Upaya untuk meningkatkan daya saing dan operasional, diperlukan inovasi teknologi seperti pengembangan sistem berbasis *website*. Sistem ini dapat mencakup fitur pemasaran digital, pemesanan online, manajemen pembayaran, dan pengelolaan data yang terintegrasi dengan demikian, *Watie catering* dapat meningkatkan aksesibilitas pelanggan, memperluas jangkauan pasar, dan mengoptimalkan proses bisnisnya. Penelitian ini bertujuan untuk merancang *website* untuk *Watie catering* dengan metode *Design Thinking* dengan menggunakan 5 dasar konsep *Design Thinking* menuju *smart economy*

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, Permasalahan utama yang dihadapi *Watie Catering* terletak pada ketatnya persaingan bisnis akibat minimnya inovasi dan belum optimalnya pemanfaatan teknologi modern dalam operasional. Proses bisnis pencatatan pesanan dan keuangan menggunakan buku tulis. Promosi dilakukan melalui pembagian brosur makanan, sementara pemesanan hanya bisa dilakukan secara langsung di tempat atau melalui WhatsApp. Kendala terbesar muncul pada strategi promosi dan pemasaran yang belum memanfaatkan platform digital secara maksimal, sehingga upaya promosi yang masih mengandalkan metode tradisional kurang efektif dalam menarik pelanggan baru maupun mempertahankan pelanggan lama, terutama saat kompetitor sudah aktif secara online. Oleh karena itu, pengembangan proses bisnis yang

terintegrasi melalui pemanfaatan website sebagai platform utama sangat diperlukan, dengan dukungan fitur promosi digital inovatif seperti integrasi media sosial dan optimasi SEO, agar visibilitas serta daya tarik Watie Catering meningkat dan mampu bersaing serta bertahan di era ekonomi digital.

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah *website* yang terintegrasi dan optimal bagi *Watie catering*, mendukung digitalisasi proses bisnis. Penerapan metode *Design Thinking* pada penelitian ini difokuskan terhadap pemahaman mendalam kebutuhan pengguna melalui langkah-langkah *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*, sehingga dapat menghasilkan solusi yang tepat. Tujuan utama dari tugas akhir ini adalah merancang *prototype website* yang menggabungkan fitur-fitur penting seperti pemesanan online, manajemen pembayaran, promosi, dan pemasaran dalam satu platform yang responsif dan mudah digunakan, pengembangan ini, diharapkan operasional *Watie catering* menjadi lebih berkembang, jangkauan pasar dapat diperluas, serta daya saing usaha meningkat di era ekonomi digital atau *smart economy*.

1.4 Manfaat Tugas Akhir

1. Untuk *Watie catering*

Website yang dibuat akan membantu mempermudah berbagai proses bisnis seperti pemesanan, promosi, pemasaran, dan pembayaran dengan adanya *website* ini, operasional usaha menjadi lebih cepat dan rapi, kesalahan dalam pesanan bisa dikurangi, dan pelanggan bisa lebih mudah menjangkau layanan *Watie catering*.

2. Untuk Pemilik UMKM Lain

Penelitian ini bisa menjadi contoh atau panduan bagi pelaku UMKM lain yang ingin menggunakan teknologi digital untuk mengembangkan usahanya. Metode *Design Thinking* yang digunakan membantu memahami kebutuhan pelanggan dengan baik sehingga solusi yang dibuat bisa lebih tepat sasaran dengan begitu, UMKM lain juga bisa meningkatkan produktivitas dan bersaing lebih baik di pasar.

3. Untuk Peneliti

Penelitian ini memberikan pengalaman dan wawasan tentang cara menggunakan metode *Design Thinking* untuk membuat solusi digital yang sesuai kebutuhan UMKM. Hasilnya bisa menjadi dasar bagi penelitian atau pengembangan teknologi berikutnya yang lebih inovatif dan berguna bagi pelaku usaha kecil dan menengah.

1.5 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir

Penelitian ini berfokus pada perancangan *prototype website* untuk *Watie Catering* dengan menggunakan aplikasi Figma, yang mencakup fitur pemesanan online, manajemen pembayaran,

promosi, dan interaksi dengan pelanggan, serta dilakukan pengujian di lingkungan produksi yang nyata. Penelitian ini tidak membahas secara mendalam mengenai aspek logistik dan anggaran. Data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan survei mencerminkan kondisi nyata serta kebutuhan pengguna, sementara metode Design Thinking dianggap efektif dalam menghasilkan solusi yang sesuai. Prototype yang dirancang menggunakan Figma dianggap memadai untuk menggambarkan fungsi dan tampilan website, meskipun belum sepenuhnya diimplementasikan. Fitur yang dikembangkan dalam prototype ini terbatas pada pemesanan online, manajemen pembayaran, promosi, dan integrasi dengan media sosial, dengan tujuan memberikan fokus yang lebih mendalam pada pengalaman pengguna dalam proses pemesanan dan pembayaran serta meningkatkan interaksi melalui promosi dan media sosial. Prototype ini mencakup alur pemesanan dari pemilihan menu hingga konfirmasi pembayaran, serta fitur promosi dan integrasi dengan platform media sosial, tanpa mencakup aspek lain yang mungkin ada pada website yang sepenuhnya diimplementasikan.

1.6 Sistematika Laporan

Bab I Pendahuluan

Berisi latar belakang, masalah yang ingin diselesaikan, tujuan, manfaat, dan batasan penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori

Membahas teori dan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan UMKM, *smart economy*, metode Design Thinking, dan teknologi desain *website* seperti Figma. Bab ini menjadi dasar pemahaman untuk pengembangan solusi.

Bab III Sistematika penyelesaian masalah

Menjelaskan objek dan subjek penelitian, alat dan bahan yang dipakai, serta langkah-langkah penelitian secara rinci. Dijelaskan juga tahapan *Design Thinking* yang diterapkan, seperti *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*.

Bab IV Penyelesaian Permasalahan

Menguraikan proses pengumpulan data lewat wawancara, observasi, dan survei. Kemudian dijelaskan bagaimana ide-ide dikembangkan, prototipe dibuat, dan diuji dengan pengguna. Bab ini menunjukkan langkah-langkah nyata dalam menciptakan solusi.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Berisi ringkasan hasil penelitian dan rekomendasi untuk pengembangan atau penerapan lebih lanjut.