

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Memasuki era digital dimana semuanya bisa dikendalikan dari jarak jauh menggunakan peralatan internet yang terhubung dengan perangkat. Teknologi digital tidak hanya digunakan sebagai media untuk akuisisi informasi dan komunikasi jarak jauh, tetapi juga untuk ekonomi digital. Teknologi digital dapat menjadi sumber keuntungan yang penting bagi bisnis di era digital. Dengan menggunakan ekonomi digital, pelaku bisnis dapat menjangkau pasar lebih luas, bahkan dapat meningkatkan persaingan bisnis dari level mikro sampai level makro (Zakiyah, 2022).

Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi ini, pelaku usaha memanfaatkan *e-commerce* sebagai media promosi atau sarana pemasaran untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi. *E-commerce* adalah aktivitas dari penjualan produk atau jasa dengan memanfaatkan internet. *E-commerce* menjadi salah satu media promosi atau pemasaran yang dapat memperkenalkan produk barang atau jasa, usaha mikro maupun makro agar mendapatkan pasar yang rata.

Peningkatan jumlah usaha *online shop* membuat transaksi *e-commerce* meningkat dengan pesat. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM mencatat, pada Februari tahun 2022 jumlah UMKM yang sudah menggunakan teknologi digital (*e-commerce*) mencapai 12 juta lebih, jumlah ini melampaui target yang mematok angka sebesar 10 juta pada akhir tahun 2020. Peningkatan bisnis melalui *e-commerce* ini disebabkan oleh kebiasaan dari para konsumen yang selalu mengandalkan *website e-commerce* untuk berbelanja produk, terutama yang sulit ditemukan ditoko terdekat.

Kemajuan teknologi digital di era modern ini juga sangat membantu dunia pendidikan dalam menerapkan digitalisasi di sekolah (Dito & Pujiastuti, 2021). Hal ini tentunya menjadi tantangan bagi guru dan siswa untuk beradaptasi dengan perubahan sehingga mampu bersaing di dunia industri. Siswa dituntut tidak hanya mengembangkan potensi dalam aspek akademik tetapi juga mengembangkan aspek

non-akademik seperti kewirausahaan atau keikutsertaan dalam kegiatan ekstrakurikuler, sehingga dapat memperoleh *hard skill* maupun *soft skill* yang akan berguna bagi mereka setelah lulus sekolah. (Rejekiingsih dkk., 2021).

Karena persaingan yang ketat di pasar kerja, lulusan SMA memiliki peluang yang sangat terbatas untuk mendapatkan pekerjaan. Hal ini sejalan dengan survey yang dilakukan pada bulan Agustus 2022 oleh Badan Pusat Statistik (BPS), tingkat pengangguran pada lulusan SMA menduduki urutan kedua yaitu mencapai mencapai 8,57% dari sekolah SMK yang mencapai 9,42%. Pemerintah saat ini sedang berupaya untuk meningkatkan kualitas pendidikan dengan menerapkan kurikulum 2013 yang mencakup mata pelajaran Prakarya dan Kewirausahaan untuk membekali siswa dengan dasar-dasar kewirausahaan. Melalui mata pelajaran tersebut, siswa dapat mempelajari teori dan nilai-nilai kewirausahaan serta menerapkannya melalui kegiatan praktik. Dengan demikian, pemerintah berharap dengan adanya program kewirausahaan di SMA, siswa akan termotivasi untuk menjadi kreatif, mandiri, dan berani memulai usaha sendiri (Sari dkk., 2021). Program ini telah diterapkan di berbagai sekolah SMA yang ada di Indonesia, salah satunya sekolah yang peneliti ambil sebagai sampel.

Adapun hasil observasi yang dilakukan kepada Guru mata Pelajaran kewirausahaan, beliau mengatakan bahwasanya dengan adanya kegiatan praktik pada mata Pelajaran Prakarya dan Kewirausahaan dapat memberikan pengalaman nyata kepada siswa untuk belajar berwirausaha. Dari kegiatan praktik tersebut, hasil karya siswa biasanya dijual baik itu produk olahan maupun keterampilan. Selain dari kegiatan praktik tersebut terdapat beberapa siswa juga yang berwirausaha/memiliki usaha sendiri. Penjualan yang dilakukan masih secara konvensional, biasanya siswa menjualnya ke teman-teman sekelasnya atau mendistribusikan produk yang dijual melalui kantin milik sekolah yaitu “Kantin Kejujuran”. Untuk pengelolaannya masih dilakukan secara manual. Biasanya siswa yang memiliki usaha atau produk jualan, dipagi hari harus menitipkan jualan tersebut dikantin dengan mencatat apa saja produk yang dititipkan, kemudian ketika jam pulang sekolah mereka kembali ke kantin untuk mengambil hasil dari jualan tersebut. Hal ini membuat para siswa yang memiliki usaha merasa kurang tertarik apabila dijual di ruang lingkup sekolah dengan menitipkan dikantin milik sekolah.

Selain menitipkan dikantin sekolah, biasanya siswa menjual produknya sendiri namun hanya dijual dikelasnya sendiri. Untuk memanfaatkan kemajuan teknologi dan mendukung upaya pemerintah dalam meningkatkan kualitas pendidikan maka perlu dibuatkannya suatu *platform* untuk berinteraksi maupun bertransaksi dengan produk dan jasa, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang tepat dan meminimalisir resiko transaksi *online*. *Platform online* ini juga ntuk mengganti transaksi konvensional menjadi digital.

Berdasarkan masalah diatas, salah satu solusi yang dapat membantu hal tersebut yaitu merancang *design website* “Sekolah Kewirausahaan” yang dapat digunakan oleh siswa untuk melakukan promosi serta pemasaran usaha yang dimilikinya. Sehingga dapat terbantu dalam mempromosikan produk yang dijual oleh siswa ke ruang lingkup yang lebih luas. Pada penelitian ini peneliti memilih mengembangkan media promosi melalui toko online berbasis *website*, karena memberikan kemudahan kepada calon pembeli untuk mengetahui informasi produk atau barang yang dijual oleh toko dengan cepat (Susilo, 2018). Media promosi toko online berbasis website ini dapat membantu mempromosikan produk ke khalayak yang lebih luas, dibuktikan dengan penelitian sebelumnya tentang pembuatan website Tanjung Pinang Motor untuk menyebarluaskan informasi tentang produk Yamada kepada masyarakat luas oleh (Hastanti & Purnama, 2015). Maka dari itu juga dibutuhkan sebuah pendekatan inovatif untuk mengembangkan yang dapat memberikan solusi yang tepat. Salah satu pendekatan yang dapat memberikan hal serupa adalah metode *design thinking*.

*Design Thinking* adalah sebuah metode design yang berfokus pada pengguna dengan tujuan menciptakan inovasi dan solusi (Vallendito, 2020). *Design thinking* merupakan salah satu pendekatan yang cocok digunakan dalam pengembangan atau perancangan pengalaman dan antarmuka pengguna. Hal ini dikarenakan *design thinking* dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang rumit, abstrak, dan kompleks melalui pendekatan yang berpusat kepada pengguna.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, peneliti bermaksud untuk membuat penelitian yang berjudul “Perancangan *User Centered Design* Website “Sekolah Kewirausahaan” Sebagai Media Promosi Untuk Siswa Di SMAN

3 Purwakarta”. *Website* tersebut merupakan platform yang mendukung melatih siswa untuk berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi yang ada.

## **1.2 Rumusan Masalah dan Batasan Masalah**

### **1.2.1 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, berikut rumusan masalah atau pertanyaan penelitian yang akan ditemukan jawabanya terkait:

- 1) Bagaimana rancangan *design website* Sekolah Kewirausahaan dengan menggunakan metode *Design Thinking*?
- 2) Bagaimana hasil pengujian dari perancangan *website* Sekolah Kewirausahaan sebagai media promosi untuk siswa di SMAN 3 Purwakarta?

### **1.2.2 Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka batasan masalah dari penelitian ini adalah:

- 1) Perancangan *website* menggunakan tahapan metode *design thinking*.
- 2) Rancangan *platform* berupa *prototype*.
- 3) Pengujian aplikasi dilakukan menggunakan *Usability Testing*.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menghasilkan rancangan *design website* Sekolah Kewirausahaan dengan menggunakan metode *Design Thinking*.
- 2) Untuk mengetahui hasil pengujian dari perancangan *website* Sekolah Kewirausahaan sebagai media promosi untuk siswa di SMAN 3 Purwakarta.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dalam penelitian ini meliputi manfaat teoritis dan manfaat praktis adalah sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai rancangan *website* terhadap sistem informasi yang relevan.

## 2) Manfaat Praktis

Pada implementasinya, hasil dari penelitian ini dapat memberikan rancangan untuk pembuatan sistem informasi sebagai media promosi usaha siswa di SMAN 3 Purwakarta.

### 1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Sistematika penulisan dalam skripsi ini dapat dibagi menjadi 5 (lima) bab. Kelima tersebut dideskripsikan sebagai berikut:

- 1) Bab I Pendahuluan: memuat penjelasan mengenai latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta struktur organisasi skripsi.
- 2) Bab II Kajian Pustaka: memuat penjelasan mengenai konsep dan kajian pustaka yang menjadi dasar teoritis dalam penelitian ini
- 3) Bab III Metode Penelitian: memuat penjelasan mengenai metode penelitian dan metode pengembangan yang akan dilakukan
- 4) Bab IV Hasil dan Pembahasan: memuat penjelasan tentang pemaparan hasil dan pembahasan dalam penelitian
- 5) Bab V kesimpulan: berisi kesimpulan, implikasi dan rekomendasi.