

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan cepat. Teknologi informasi telah memberikan manfaat yang positif serta kemudahan dalam melakukan aktivitas salah satunya untuk dunia usaha. Hal ini dapat dijadikan peluang oleh para pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mengembangkan bisnisnya (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Saat ini terdapat banyak sekali kategori UMKM yang ada di Indonesia salah satunya adalah sektor makanan. Pada tahun 2021, berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil, terdapat 1.637.701 UMKM kategori makanan yang ada di Jawa Barat. Angka tersebut menunjukkan bahwa di Jawa Barat, kategori UMKM di bidang makanan menduduki peringkat kedua dalam kategori jumlah UMKM terbanyak setelah kategori kuliner (Dinas Koperasi dan Usaha Kecil, 2021). Berkembangnya UMKM di Jawa Barat mendorong para pelaku UMKM untuk mampu melakukan inovasi terhadap produknya dan menerapkan strategi pemasaran yang lebih luas agar bisa bertahan dan menghadapi persaingan dengan produk serupa di era perkembangan teknologi yang pesat saat ini (Primatami & Hidayati, 2019).

Guyam Gayem merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang industri pengolahan makanan berskala rumahan dari Kota Bandung yang menyediakan cemilan berbahan dasar tepung yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan usia. Guyam Gayem memulai usahanya pada tahun 2018 dengan produk pertamanya yaitu keripik moring. Seiring dengan berjalannya usaha tersebut, Guyam Gayem kemudian menambahkan berbagai produk baru yaitu mie lidi, seblak kering dan makaroni goreng yang tersedia dalam berbagai varian rasa. Pada saat memulai bisnisnya, target pasar usaha ini awalnya hanya kalangan mahasiswa dan anak sekolah dan pemasaran yang dilakukan pun hanya pemasaran *word of mouth* dengan menjual langsung kepada teman-teman pemilik usaha dan

menitipkan produk di kantin kampus tempat pemilik usaha ini menempuh pendidikan. Saat ini, Guyam Gayem mempromosikan produknya melalui media sosial seperti instagram dan platform *e-commerce* yaitu Shopee. Bahkan saat ini sedang memperluas pemasarannya dengan melakukan kerja sama dengan berbagai toko modern di Bandung. Namun, untuk pemasaran *offline* atau dengan melakukan kerja sama dengan berbagai toko modern menurut pemilik usaha memiliki kelemahan, dikarenakan siklus perputaran dari hasil pendapatan penjualan tersebut cukup lambat.

Seiring berkembangnya usaha tersebut dan kemajuan teknologi, Guyam Gayem mengembangkan sebuah *website*. *Website* merupakan salah satu media pemasaran berbasis digital yang efektif digunakan sebagai sarana promosi (Angraini et al., 2023). Pembuatan *website* ini bertujuan untuk memperkuat identitas (*branding*) dan mempromosikan produk yang dijualnya. *Website* juga menjadi salah satu strategi untuk tetap bersaing dengan para kompetitor yang serupa dengan usaha ini. Namun, *website* tersebut belum sempurna, karena menurut pemilik usaha masih memiliki keterbatasan baik dari segi informasi yang disampaikan ataupun dari segi fiturnya. Bahkan, beberapa waktu belakangan ini, situs web tersebut menjadi tidak dapat diakses karena kurangnya monitoring atau pengawasan terhadap infrastruktur situs web tersebut.

Website yang ada sebelumnya hanya tersedia fitur-fitur sederhana sehingga belum dapat digunakan untuk melakukan pemesanan produk secara langsung melalui *website* tersebut, karena pada *website* untuk pemesanan produk masih diarahkan melalui aplikasi WhatsApp. Hal tersebut tentunya dapat berdampak terhadap pengalaman pelanggan dan menimbulkan keterbatasan selama proses pemesanan. Berdasarkan hasil wawancara singkat yang dapat dilihat pada Lampiran 1 dengan pemilik usaha yaitu Ibu Rina Mustaqimah, *website* yang ada saat ini belum sempurna dan beliau ingin mengembangkan kembali *website* usahanya agar bisa digunakan untuk pemesanan.

Website memiliki peran yang cukup penting dalam perdagangan di era digital (Haryadi et al., 2022). *Website* terhadap penjualan produk UMKM secara signifikan berpengaruh positif terhadap pemrosesan informasi dalam penjualan suatu produk. Hal ini menunjukkan bahwa promosi dapat mencapai hasil yang

lebih maksimal dengan memanfaatkan internet dan upaya digital marketing melalui *website* sehingga konsumen dapat memperoleh informasi yang lebih baik mengenai suatu produk (Haryono, 2018). Oleh karena itu, perlu dilakukan pembangunan ulang terhadap situs *website* UMKM Guyam Gayem dengan tujuan agar pelanggan dapat dengan mudah melihat informasi lengkap seputar UMKM Guyam Gayem juga membuka peluang baru dan mencapai pasar yang lebih luas. Pengembangan ulang *website* juga bertujuan untuk mengembangkan fitur dari *website* sebelumnya, agar selain berfungsi untuk menginformasikan mengenai produk dari UMKM ini, *website* juga dapat digunakan untuk melakukan pemesanan produk secara langsung melalui platform tersebut. Hal ini akan memungkinkan pemilik usaha untuk memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pelanggan dan meningkatkan efisiensi dalam proses pemesanan produk. Selain itu, pemesanan yang masuk juga dapat lebih terorganisir dan lebih efektif karena tidak tercampur dengan WhatsApp pribadi. Oleh karena itu, *website* yang akan dikembangkan dapat menjadi alat yang lebih efektif dalam mendukung pertumbuhan bisnis dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

Dalam pengembangan *website* ini, bertujuan untuk mempermudah dan memberikan kepuasan serta kenyamanan kepada pelanggan UMKM Guyam Gayem dalam menggunakan *website* untuk melakukan pemesanan atau hanya sekedar ingin melihat informasi yang tersedia dalam *website* seputar UMKM Guyam Gayem dengan menggunakan pendekatan *user experience* (UX). UX memiliki peran yang penting dalam pengembangan perangkat lunak, karena sebuah aplikasi harus dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan penggunanya. UX fokus terhadap apa yang diinginkan pengguna dari sebuah aplikasi yang akan dibangun, termasuk desain antarmuka, fitur, dan berbagai kebutuhan lainnya (Kurniasari & others, 2019).

Dalam mengembangkan *website* yang menekankan terhadap *user experience*, terdapat beberapa metode yang dapat digunakan salah satunya yaitu *Double Diamond*. Metode *Double Diamond* adalah proses desain yang dikembangkan oleh British Design Council berdasarkan tahapan divergen untuk mengeksplorasi sebuah isu secara lebih luas dan mendalam dan tahapan konvergen yaitu mengambil tindakan yang terfokus atau menemukan solusi yang tepat

(Council, n.d.). Proses desain pada *Double Diamond* dibagi ke dalam empat fase yaitu fase *discover* dan *define* untuk menemukan permasalahan yang tepat, kemudian untuk *develop* dan *deliver* untuk mencari atau menemukan solusi yang tepat dari permasalahan tersebut (Norman, 2013). Metode ini berfokus pada pengalaman pengguna yang menitikberatkan pada analisis masalah sebagai landasan untuk membuat solusi serta dapat memberikan kesempatan pada pengguna sendiri untuk turut memberikan ide dan saran sehingga mendapatkan hasil akhir yang diinginkan oleh pengguna (Priswara et al., 2021). Metode ini juga berfokus pada pengembangan solusi yang inovatif dan menggunakan pemikiran design (*design thinking*) dalam merancang sebuah sistem (Jauhari & Prayudi, 2023).

Berdasarkan uraian diatas, metode *Double Diamond* akan diimplementasikan dalam mengembangkan *website* untuk UMKM Guyam Gayem. Alasan menggunakan metode ini karena *Double Diamond* memiliki kerangka kerja yang terstruktur dan memiliki pendekatan divergen dan konvergen yang memungkinkan untuk mengeksplorasi sebuah isu secara lebih luas dan mendalam sebelum menetapkan solusi yang tepat. Metode ini membantu dalam memahami masalah dan kebutuhan pengguna, serta memastikan bahwa solusi yang dihasilkan benar-benar memenuhi kebutuhan pengguna melalui keterlibatan mereka dalam proses tersebut (Usmanto, 2022). Selain itu, metode *Double Diamond* merupakan metode perancangan terbaik jika dibandingkan dengan metode *User Centered Design* dan *Design Sprint*. Hal ini dibuktikan dengan hasil rekomendasi *design* yang dirancang dengan menggunakan metode *Double Diamond* pada penelitian yang berjudul Rancang Ulang UI/UX Aplikasi Prime Video Menggunakan Perbandingan Metode *User-centered Design (UCD)*, *Design Sprint* dan *Double Diamond*. *Double Diamond* memiliki nilai rata-rata *usability testing* paling tinggi di setiap indikator. Hasil desain yang dihasilkan dari metode *Double Diamond* lebih memenuhi harapan pengguna dan lebih mudah digunakan. Hal ini dikarenakan pada tahap *Discover* dan *Define*, *Double Diamond* memberikan perhatian yang berfokus pada pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan dan masalah pengguna, yang membuat metode ini lebih unggul dalam *usability testing* dibandingkan UCD dan Design Sprint. Fokus yang mendalam

terhadap kebutuhan pengguna membantu memastikan bahwa solusi yang dikembangkan benar-benar relevan dan efektif untuk pengguna (Firamadhani & Dermawan, n.d.). Hal ini dapat menjadi indikator keberhasilan dalam upaya pengembangan *website* Guyam Gayem, dengan tujuan meningkatkan efisiensi dalam pemasaran produk, terutama memberikan kemudahan untuk pelanggan dalam proses pemesanan produk serta meningkatkan kepuasan konsumen dalam memberikan informasi produk UMKM Guyam Gayem agar menjadi lebih informatif.

Selain itu, untuk konten *website* yang akan dirancang dalam penelitian ini didukung dengan teori model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, and Share*). Model AISAS merupakan model perilaku konsumen yang diciptakan oleh Dentsu yang berasal dari perkembangan model pemasaran AIDMA (*Attention, Interest, Desire, Memory, dan Action*) yang sebelumnya juga perkembangan dari model pemasaran AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*). Model AISAS adalah formula yang dirancang untuk mendekati target *audience* dengan melihat perubahan perilaku yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi internet (Sugiyama & Andree, 2010). Terdapat penelitian mengenai model AISAS dalam penelitian sebelumnya yang berjudul “Pendekatan AISAS Dalam Post Instagram Carousel Sebagai Strategi Promosi Pada Museum Ranggawarsita”, pada penelitian ini, model AISAS diterapkan dalam pembuatan konten infografis untuk fitur carousel Instagram. Pengimplementasian model AISAS pada infografis bertujuan untuk memastikan bahwa infografis tersebut mencakup model AISAS agar target *audience* yaitu pelajar SMA dan SMP merasa tertarik dengan konten yang ditawarkan yaitu dengan ajakan dan persuasi yang mengarahkan target *audience* untuk mengunjungi Museum Ranggawarsita. Penerapan model AISAS pada penelitian ini diimplementasikan dalam bentuk tekstual dan visual (Kadiasti & Mukaromah, 2022).

Dengan menerapkan model AISAS sebagai panduan untuk membuat konten *website* akan memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai langkah-langkah yang diambil konsumen sebelum mereka mengambil tindakan. Dengan mengikuti model AISAS, konten dapat dirancang agar lebih informatif, menarik, dan persuasif sehingga harapannya perbaikan konten yang dibuat kembali dalam

website dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan dan menarik perhatian pelanggan, bahkan mendorong mereka untuk melakukan pembelian hingga menyebarkan informasi terkait produk dari UMKM Guyam Gayem.

Dalam pengembangan *website* ini, penilaian terhadap *website* akan dilakukan menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ). Metode UEQ merupakan pengukuran yang memiliki kelebihan dibandingkan dengan metode lain karena mudah dalam melakukan penilaian yang cepat serta memberikan pengukuran yang komprehensif dari pengalaman pengguna. Metode ini memungkinkan pengguna dengan cara yang sederhana dapat langsung mengungkapkan perasaan, kesan dan sikap yang muncul ketika menggunakan sebuah produk (Laugwitz et al., 2008). Metode UEQ memiliki 6 skala penilaian pengalaman pengguna yang terdiri dari *Attractiveness*, *perspicuity*, *efficiency*, *dependability*, *stimulation*, *novelty*. Oleh karena itu, metode UEQ dapat digunakan untuk menguji apakah suatu produk memiliki pengalaman pengguna yang memadai ketika digunakan (Schrepp et al., 2014). Selain itu, untuk mengetahui nilai kegunaan dari suatu *website* akan digunakan metode *System Usability Scale* (SUS). SUS merupakan sebuah pengukuran berupa sepuluh pertanyaan kuesioner yang dapat digunakan untuk mengetahui persepsi subjektif seseorang mengenai kegunaan suatu sistem (Brooke, 1996). Setelah dilakukan penilaian dengan menggunakan metode UEQ dan SUS, *website* kemudian akan di validasi oleh ahli UX dan ahli marketing untuk memastikan kualitas *website* dan mengetahui perspektif yang lebih mendalam mengenai *website* yang telah dikembangkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana merancang *user experience website* UMKM Guyam Gayem sebagai *website* penjualan dengan menggunakan metode Double Diamond?
2. Bagaimana penerapan konten untuk *website* UMKM Guyam Gayem dengan menggunakan acuan metode marketing AISAS?
3. Bagaimana hasil evaluasi kepuasan pengguna dan fungsionalitas *website* UMKM Guyam Gayem dengan menggunakan metode UEQ dan SUS?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menghasilkan sebuah rekomendasi desain untuk pengembangan *website* dengan berfokus pada *user experience* dengan mengimplementasikan metode *Double Diamond* untuk mengembangkan kembali *website* UMKM Guyam Gayem sebagai *website* penjualan.
2. Menghasilkan rekomendasi konten yang sesuai untuk *website* UMKM Guyam Gayem dengan menerapkan metode Model AISAS sebagai acuan dalam penyusunan konten.
3. Menganalisis data dari nilai UEQ dan SUS pada *website* penjualan yang dikembangkan berdasarkan tingkat *user experience* dan kegunaan *website*.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menggunakan metode *Double Diamond* untuk mengembangkan *website* Guyam Gayem menjadi *website* yang bisa dilakukan untuk pemesanan.
2. Penilaian UEQ dan SUS digunakan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna dari *website* yang telah dikembangkan ulang.
3. Metode AISAS hanya digunakan untuk teori pendukung atau pemandu dalam proses penyusunan fitur dan konten yang menarik dan informatif dalam *website*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Membantu pihak UMKM Guyam Gayem untuk membangun kembali *website* yang dimiliki sebelumnya dan meningkatkan promosi produk dan mempermudah dalam melakukan pemesanan produk melalui *website*, sehingga pengunjung *website* dapat mengetahui informasi dan pemesanan terkait produk UMKM Guyam Gayem.
2. Mengetahui dan memahami proses pengembangan *website* penjualan berdasarkan *user experience* dengan menggunakan metode *Double Diamond* dan penerapan kontennya dibangun berdasarkan model AISAS.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada skripsi ini terdiri dari 5 bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam pembuatan skripsi. Penelitian ini berfokus untuk memperbaiki serta mengembangkan *website* untuk UMKM Guyam Gayem dengan menggunakan metode *Double Diamond* dan Model Marketing AISAS sebagai acuan dalam penyusunan kontennya.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai teori pendukung yang digunakan dalam menganalisis, merancang dan mengimplementasikan *website*. Teori ini berkaitan dengan penelitian dan menjadi dasar pengetahuan dalam melakukan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai tahapan penelitian yang akan dilakukan diantaranya metode penelitian yang digunakan, alat serta bahan yang dipakai untuk penelitian, populasi dan sampel penelitian serta validasi dan pengujian dari ahli UX dan ahli marketing.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan dan membahas mengenai masalah-masalah yang diangkat pada topik penelitian ini. Pada bab ini disusun berdasarkan metode *Double Diamond* yang diawali dengan tahap *discover* untuk menentukan masalah serta memahami pengguna dengan mengumpulkan informasi dengan berbagai metode yang disesuaikan dengan kebutuhan. Tahap *define* menganalisis informasi dan permasalahan yang didapatkan. Tahap *develop* mulai berfokus pada perancangan ide dan solusi desain yang kemudian diimplementasikan ke dalam kode program. Tahap terakhir yaitu *deliver*, pada tahap ini *website* akan dievaluasi dan diujikan kepada pengguna dengan menggunakan UEQ dan SUS. Selain itu, dilakukan validasi oleh ahli UX untuk

menilai kualitas dari *user experience website* dan ahli marketing untuk menilai penerapan model AISAS pada konten *website*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian selanjutnya.