

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital ini sangat berdampak pada banyak aspek kehidupan masyarakat di Indonesia. Indonesia adalah salah satu negara yang aktif dengan penggunaan Internet dan sosial media. Menurut data Statistik per Maret 2019, Indonesia menduduki peringkat ke 5 dunia sebagai pengguna Internet dengan pertumbuhannya yang tergolong cepat.

Sedangkan menurut riset terbaru oleh We Are Social pada 2020 di sebutkan pertumbuhan pengguna Internet di Indonesia mencapai 175,4 juta pengguna dari total populasi 272,1 jiwa Indonesia. Yang mana berarti sekitar 64% penduduk Republik Indonesia adalah pengguna Internet. Tentu hal ini menjadikan bisnis *online* cukup menggiurkan untuk di lakoni mengingat mayoritas pengguna Internet juga aktif dalam perdagangan daring atau *e-commerce*. Kegiatan bisnis online ini pun berdampak pada perkembangan industri digital di Indonesia yang memicu munculnya bisnis-bisnis baru yang sering disebut sebagai “*startup business*”.

Kesuksesan yang dituai oleh perusahaan digital seperti Google, Amazon, Facebook dan lainnya juga menginspirasi lahirnya perusahaan *startup-startup* baru. Diawali pada 2011, kemunculan *startup* lokal dengan beragam ide dan tema yang unik mulai marak di kembangkan pada dunia bisnis digital. Laman *Startup Ranking* menuturkan, Indonesia berada pada peringkat lima dunia dengan jumlah 2.193 *startup* pada 2019 setelah Amerika Serikat, India, Inggris Raya, dan Kanada.

Menurut Ries (2011) Istilah *startup* sendiri merupakan sebuah usaha yang baru didirikan dan masih pada tahap pengembangan serta penelitian untuk mencari potensi pasar dan semua tergolong dalam bidang usaha teknologi dan informasi. Biasanya *startup* ini baru berjalan kurang dari 5 tahun.

Dari sekian banyaknya *startup* yang berdiri, salah satunya ialah jasa *wedding planner* atau *wedding organizer*. *Wedding Organizer* (WO) sendiri adalah jasa pengorganisasian untuk acara pernikahan, dengan harapan dapat

meringankan dan membantu mempersiapkan pernikahan secara sempurna karena mempersiapkan pernikahan bukanlah hal yang mudah, diperlukan waktu dan juga tenaga yang besar.

Menurut survei Indonesian Wedding Industry 2017, menyatakan 31.9% calon pengantin membutuhkan waktu 9-12 bulan untuk mempersiapkan hari pernikahannya, Namun untuk calon pengantin yang memiliki mobilitas atau kesibukan yang cukup tinggi, adanya WO akan sangat membantu meringankan persiapan pernikahannya (Bridestory, 2018). Fithrati (2014:76) menuturkan bahwa “*wedding organizer* merupakan perantara antara klien dengan vendor dan antara klien dengan panitia, *wedding organizer* adalah pihak yang tepat untuk membantu calon mempelai menentukan vendor yang sesuai dengan anggaran yang ada (Samoedra & Ichsan, 2012), tetapi mampu memberikan hasil yang memuaskan serta WO dapat membantu calon mempelai untuk mencari vendor yang bermutu dengan harga yang bersahabat (Ferdiansyah, 2016)”

Namun, sering kali konsumen baru dalam *e-commerce* sering merasa bingung ketika berkunjung ke sebuah situs, di mana semua informasi di dalamnya baru dan tidak dikenal. Salah satunya ketakutan akan gagalnya transaksi adalah akibat penipuan. Marak munculnya penipuan mengatas namakan *wedding organizer* menimbulkan perasaan khawatir calon pengantin dalam mempercayakan pernikahannya kepada WO dan juga membutuhkan waktu yang lama untuk membuka satu persatu *website* milik WO untuk melihat tingkat kepercayaan WO tersebut serta kesesuaian konsep acara yang diinginkan pengantin.

Dibutuhkan *website* yang menyediakan wadah bagi vendor-vendor untuk menjual produk/jasa mereka, sebagai perantara bagi vendor dengan calon pengantin agar transaksi terjamin keamanannya dan juga perantara bagi vendor vendor, sehingga calon pengantin mendapat informasi lengkap tanpa harus mencari referensi vendor di berbagai situs web. Permasalahan ini menjadi cikal bakal peluncurannya *website* “BRIDEWAY” yang dikelola oleh program studi Pendidikan Tata Rias, Universitas Negeri Jakarta sejak peluncurannya di 2019. BRIDEWAY adalah *startup business company* yang bergerak dibidang pernikahan, yaitu *wedding organizer* yang dapat membantu calon pengantin

dalam menangani seluruh persiapan pernikahannya. Dengan produk berupa penyediaan vendor-vendor seputar persiapan pernikahan seperti rias, busana, dekorasi, makanan dan lainnya. Dengan adanya BRIDEWAY kegiatan persiapan pernikahan dapat lebih mudah, efisien dan aman dilakukan karena bisa dilakukan dan dipilih langsung oleh calon pengantin.

BRIDEWAY menggunakan *e-commerce* dengan model *Consumer to Consumer* (C2C). Menurut Jengwu, et.al (2009) menyebutkan bahwa C2C *E-commerce* sebagai sebuah komunitas virtual yang mana wadah bagi *customer to customer* dalam *e-commerce* dan dapat menjalankan fungsi sosial dengan mendorong interaksi antar individu sehingga akan mempunyai ketertarikan yang sama dan bertukar informasi bahkan melakukan perdagangan sebagai fungsi bisnis (Hagel dan Armstrong, 1997 dalam Chen et. al, 2009)

Sebagai media penyedia keperluan pernikahan, *website* BRIDEWAY diharapkan ramah terhadap penggunanya, baik dari segi tampilan antarmuka atau *User Interface* yang memudahkan penggunaannya, menarik, jelas, serta performa *website* yang baik. Sehingga memaksimalkan pengalaman pengguna atau *User Experince* dalam memilih vendor dan melakukan transaksi di BRIDEWAY

Dalam pengembangan *website*, tentunya tidak hanya kebutuhan fungsional yang diperhatikan, tetapi aspek *Usability* dan *User Experience* juga harus diperhatikan (Garrett, 2011). *Usability* adalah bagaimana pengguna melakukan tugasnya secara efektif dan efisien, sedangkan *User Experience* adalah respon dan persepsi pengguna selama menggunakan aplikasi (Bevan, 2009). Jika sebuah *website* memiliki *Usability* yang rendah, maka pengalaman pengguna dalam menggunakan *website* tersebut menjadi kurang baik sehingga pengguna tidak ingin mengunjungi *website* tersebut (Garrett, 2011). Sedangkan rancangan antarmuka pengguna atau yang biasa disebut *User Interface* sendiri merupakan komponen yang paling utama karena bertugas menghubungkan pengguna dengan informasi yang dibutuhkan dari sistem itu sendiri. (Khusnul, 2017) *User Interface* menjadi salah satu faktor yang penting diperhatikan dalam pengembangan *website* secara detail dimana desain dari *User Interface* diperlukan dalam mengukur tingkat kemudahan dijalankan oleh penggunanya dengan tidak membuang waktu, kepuasan, dan keefisienan sebuah *website* yang merupakan tolak ukur

keberlangsungan dan pengembangan untuk ke depan dan informatif. (Hadiantini, 2012).

Namun, menurut penelitian yang dilakukan *User Interface Engineering, Inc.* di tahun 2004 diketahui 60% waktu terbuang karena orang tidak bisa menemukan informasi yang ini didapat sehingga menurunkan produktivitas *website* karena pengguna merasa *website* kurang informatif ataupun kurang berperforma baik.

Rancangan *User Interface website* BRIDEWAY sebelumnya hanya berdasarkan dari perspektif pihak pengembang, tanpa memikirkan keterlibatan pihak pengguna atau *user*. Padahal keterlibatan pengguna sangat penting untuk menghasilkan *website* yang dengan mudah di gunakan oleh penggunanya. Bagaimana sebuah sistem dapat dipahami dan digunakan oleh pengguna seharusnya dapat menjadi prioritas utama dalam pengembangan sistem (UX mastery, 2016)

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini akan melakukan perancangan sistem BRIDEWAY dengan menggunakan pendekatan UX. Pendekatan *User Experience* memiliki beberapa pendekatan yang memiliki karakteristik yang berbeda. Pendekatan tersebut antara lain antara lain Five Planes, The Wheels, Lean UX. Diharapkan aplikasi yang telah dibuat dapat meningkatkan kualitas interaksi pengguna dengan aplikasi yang dibuat dengan meningkatkan aspek utilitas, kemudahan dan efisiensi sehingga pengguna dapat merasakan kemudahan dalam menggunakan aplikasi. **PENGEMBANGAN WEBSITE E COMMERCE WEDDING PLANNER BERBASIS UX”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. calon pengantin kesulitan mencari informasi seputar vendor-vendor untuk pernikahan.
2. Belum marak *website* yang nyaman untuk mewadahi vendor pernikahan.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan oleh penulis, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini dibatasi hanya pada *User Interface* agar lebih *User Friendly* dalam bentuk prototype dari pandangan pengguna.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana membangun sebuah website dengan *User Interface* agar lebih *User Friendly* dan memiliki nilai kepuasan pengalaman yang tinggi pada pengguna *website e-commerce*.

1.5 Tujuan Penelitian

Merujuk pada perumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan *User Interface* agar lebih *User Friendly* dan memberikan pengalaman yang baik pada pengguna *website* agar pengguna nyaman menggunakannya sehingga lebih mudah mendapatkan informasi seputar vendor-vendor yang diinginkan.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan tampilan *website* agar lebih nyaman digunakan bagi para calon pengguna agar pengguna dapat merencanakan pernikahannya lebih mudah.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk Calon Pengantin

Diharapkan dengan adanya *start up BRIDEWAY* ini dapat memudahkan calon pengantin dalam mempersiapkan pernikahannya secara profesional.

b. Untuk Mahasiswa dan Alumni

Diharapkan dengan adanya *start up BRIDEWAY* ini bisa menjadi wadah mahasiswa maupun alumni Universitas Negeri Jakarta untuk mengembangkan potensi di dunia kerja.