

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat berbelanja, terutama dalam beberapa tahun terakhir. Semakin banyak pelaku usaha, termasuk usaha kecil dan menengah (UKM), yang beralih ke platform digital untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Namun, tidak semua bisnis tradisional siap menghadapi transformasi ini, terutama toko ritel yang masih mengandalkan sistem penjualan konvensional. Salah satunya adalah Toko Frans Second Shoes, yang bergerak di bidang penjualan sepatu bekas yang bertempat di Toraja Utara.

Persaingan di industri *secondhand goods* atau produk barang bekas terutama pada sepatu bekas juga semakin ketat dengan munculnya berbagai platform digital yang menyediakan fitur lengkap untuk transaksi produk bekas. Untuk bersaing, Frans Second Shoes memerlukan solusi desain antarmuka yang tidak hanya fungsional, tetapi juga mampu membangun keterikatan emosional atau *emotional engagement* dengan pengguna.

Toko Frans Second Shoes menawarkan produk sepatu bekas berkualitas dengan harga murah, namun masih mengandalkan sistem penjualan manual dan promosi terbatas melalui media sosial. Toko ini belum memiliki aplikasi yang memadai untuk memfasilitasi transaksi online, sehingga potensi peningkatan omzet penjualan dan perluasan pasar belum tercapai secara optimal. Selain itu, pengalaman pengguna (*user experience*) yang kurang menarik dan antarmuka (*user*

interface) yang tidak intuitif menjadi hambatan dalam menarik minat konsumen, terutama generasi digital yang mengutamakan kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja.

Metode *Design Thinking* dipilih sebagai pendekatan dalam perancangan UI/UX karena metode ini menekankan pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna, iterasi kreatif, serta pengujian solusi berbasis empati. Melalui tahapan empathize, define, ideate, prototype, dan test, metode ini diharapkan dapat menghasilkan aplikasi penjualan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan dan tujuan bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang UI/UX pada prototype aplikasi penjualan Toko Frans Second Shoes sebagai gambaran awal dari aplikasi, prototipe ini juga memungkinkan pengujian UI dan UX sebelum ke tahapan pengembangan aplikasi lebih lanjut dengan mengimplementasikan metode *design thinking*, diharapkan prototype aplikasi ini dapat menjadi alat strategis dalam mendukung transformasi digital toko Frans Second Shoes.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang desain *User Interface* dan *User Experience* pada prototype aplikasi penjualan di Toko Frans Second Shoes menggunakan metode *Design Thinking* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang desain *User Interface* dan *User Experience* pada prototype aplikasi penjualan di Toko Frans Second Shoes menggunakan metode *Design Thinking*.

1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini akan dibatasi pada hal-hal berikut :

1. Hasil akhir berupa *Prototype* aplikasi.
2. Menerapkan metode Design thinking untuk merancang antarmuka *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) pada aplikasi penjualan di toko *Frans Second Shoes* menggunakan metode *design thinking*.

1.5 Manfaat penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Menambah wawasan mengenai desain website menggunakan metode design thinking.
2. Hasil penelitian dapat menjadi referensi untuk pengembangan aplikasi penjualan