

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini teknologi sudah sangat maju, kini kegiatan apapun dapat dilakukan dengan menggunakan internet. Banyak contoh kegiatan yang dapat dilakukan dengan internet, salah satunya adalah berbelanja. Berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari ini dapat dilakukan dengan cara *Online*. Khususnya untuk di Indonesia pada saat ini berbelanja *Online* sangat digemari dan berkembang sangat cepat, hal ini dapat dilihat dari munculnya berbagai toko *Online* atau *E-Commerce* yang bermunculan. Hal tersebut juga didukung dengan data hasil studi Polling Indonesia yang yang berkerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018. Jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh sebesar 10,12 persen, dari total populasi Indonesia sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen sudah terhubung dengan internet, angka ini meningkat dari tahun 2017 yang hanya 54,86 persen. Berdasarkan data yang sudah dijelaskan maka Indonesia sudah mulai memasuki revolusi industry 4.0, revolusi industri 4.0 sendiri adalah merupakan bentuk untuk memaksimalkan peran teknologi digital dan internet.

Dengan adanya fenomena Revolusi Industri 4.0 ini menjadi peluang serta ancaman bagi Tomiko Mart untuk membuat sebuah inovasi yang dapat memaksimalkan peran teknologi digital dan internet. Indonesia pun sudah mulai beradaptasi dengan fenomena Revolusi Industri 4.0 ini, hal ini dapat dilihat dengan penggunaan gerbang *E-toll* dan pembayaran yang sudah menggunakan *E-money*, selain dari pemerintah yang sudah beradaptasi dengan fenomena Revolusi Industri 4.0 perusahaan khususnya di Indonesia juga sudah mulai beradaptasi atau mengambil peluang dengan memaksimalkan peran teknologi digital dan internet seperti perusahaan yang sejenis dengan Tomiko Mart yang sudah membuat sebuah aplikasi toko *Online* seperti Klik Indomaret dari Indomaret.

Tomiko Mart sendiri adalah sebuah mini market yang menjual barang-barang kebutuhan sehari namun lebih fokus pada barang-barang sembilan bahan pokok (Sembako). Tomiko Mart memiliki fasilitas unggulan atau defirensiasi dari kompetitornya, yaitu fasilitas *Payroll* atau kredit dengan cara pembayaran potong gaji untuk anggota koperasi, dan Tomiko Mart sudah memiliki 35 gerai yang tersebar di Kab.Karawang. Tomiko Mart ini didirikan oleh PT. Tomiko Mandiri Indonesia yang dibuat oleh

Konsorsium Usaha Koperasi Karawang (KUKK), kemudian pembentukan Konsorsium Usaha Koperasi Karawang ini berdasarkan atas arahan langsung dari Menteri Koperasi Usaha dan Menengah Indonesia, Drs. Anak Gede Ngurah Puspayoga. Konsorsium Usaha Koperasi Karawang sendiri terbentuk dari gabungan berbagai jenis koperasi yang ada di Karawang, seperti Koperasi Karyawan (Kopkar), Koperasi Kelompok Tani, Koperasi Unit Desa (KUD), dan Koperasi Persatuan Guru Republik Indonesia (KPRI). Dikutip dari economy.okezone.com Ketua Dekopinda Karawang Warman mengatakan jumlah anggota Konsorsium Koperasi Tomiko Karawang mencapai 75.000 orang. sehingga secara tidak langsung Tomiko Mart sudah memiliki konsumen tetap hingga 75.000 orang.

Walaupun Tomiko Mart memiliki potensi yang sangat besar, namun sampai saat ini banyak banyak proses bisnis yang masih dilakukan dengan cara manual seperti untuk menggunakan fasilitas *Payroll* harus melakukan pengecekan keanggotaan dan proses penagihan kepada pabrik tempat anggotanya dengan memberikan bukti struk transaksi , karena proses *Payroll* harus mengecek keanggotaan namun masih menggunakan cara manual sehingga fasilitas *Payroll* sulit untuk dibatasi agar tidak melebihi kemampuan ekonomi si anggota tersebut. Selain itu proses pendataan transaksi masih dilakukan di masing-masing cabang dan manual sehingga kurang efektif dan efisien. Proses pendataan untuk stok pun masih dilakukan secara manual sehingga sering terjadi stok barang kosong. Adapun hasil wawancara pada beberapa anggota yang dipilih secara acak, muncul beberapa masalah seperti anggota kesulitan melihat berapa tagihan *Payroll* dan tidak bisa mengetahui perkiraan SHU yang akan didapatkan. Mereka juga mengeluh karena Tomiko Mart tidak memiliki fasilitas *Delivery* karena mayoritas anggota yang berbelanja menggunakan kendaraan sepeda motor dan berbelanja barang yang besar dan berat seperti beras, gula, popok dan minyak, terlebih mereka adalah karyawan pabrik yang berkerja dari hari senin hingga jum'at dan masuk mulai dari jam 7.30 pagi sampai jam 3.30 sore sehingga mereka cukup kesulitan untuk berbelanja dan membawa barang belanjaan karena kebanyakan dari anggota menggunakan sepeda motor.

Berdasarkan masalah yang telah ditemukan, maka tugas akhir ini yang berjudul Perancangan Purwarupa Aplikasi Toko *Online* Tomiko Mart ini akan membantu Tomiko Mart untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Pada purwarupa aplikasi toko *Online* ini juga akan menyediakan fasilitas *Payroll* dan. Dengan adanya purwarupa aplikasi toko *Online* ini diharapkan dapat mempermudah proses bisnis Tomiko Mart karena proses pendataan transaksi dan stok barang dapat dilakukan secara bersamaan dan otomatis sehingga dapat dilakukan subsidi silang untuk menghindari kehabisan stok. Proses

penggunaan *Payroll* pun dapat dilakukan dengan otomatis sehingga penggunaan *Payroll* dapat dibatasi. Purwarupa aplikasi toko *Online* ini juga dapat membantu para anggota yang kesulitan untuk melihat tagihan *Payroll* dan dapat melihat perkiraan SHU yang akan didapatkan.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas, dapat disimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Fasilitas pendataan *Payroll* masih manual sehingga penggunaan fasilitas *Payroll* tidak dapat dibatasi.
2. Pendataan stok barang masih manual sehingga sering terjadi kehabisan stok.
3. Para anggota kesulitan untuk mendapatkan informasi, seperti tagihan *Payroll* dan perkiraan SHU yang akan didapatkan.
4. Anggota mengeluh karena Tomiko Mart tidak memiliki fasilitas *Delivery*.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah disebutkan di atas maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yang akan dijawab nanti melalui perancangan purwarupa toko *Online* Tomiko Mart. Adapun rumusan masalah yang ingin disampaikan antara lain sebagai berikut:

“Bagaimana membuat sebuah aplikasi yang membuat proses bisnis Tomiko Mart menjadi lebih efisien dan efektif dan mempermudah anggota untuk berbelanja serta mendapatkan informasi?”

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah ini dibuat bertujuan agar pembuatan tugas akhir ini terfokus. Dalam tugas akhir ini, terdapat beberapa poin-poin batasan masalah menggunakan 5W1H

1. *What*
Perancangan desain aplikasi mobile sebagai media toko *Online* untuk Tomiko Mart
2. *Who*
Target perancangan aplikasi toko *Online* ini adalah anggota koperasi Tomiko yang menggunakan smartphone dengan umur 20-35 tahun.
3. *Where*
Daerah yang menjadi objek dalam perancangan tugas akhir ini adalah Kab. Karawang
4. *When*
Perancangan ini dilakukan pada bulan September 2019
5. *Why*
Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan mempermudah anggota koperasi mendapatkan informasi serta berbelanja
6. *How*
Menganalisis elemen manajemen dan desain dengan menggunakan prinsip-prinsip teori, aspek-aspek keilmuan dan bidang-bidang kajian yang digunakan sebagai tolak ukur konsep berpikir dan kerangka pikir untuk memecahkan masalah dalam proses perncangan

1.4 Tujuan Perancangan

Maksud dan tujuan dari diadakanya perancangan dalam menunjang penulisan tugas akhir adalah untuk:

1. Merancang sebuah aplikasi toko *Online* yang dapat mempermudah anggota koperasi dalam berbelanja dan mendapatkan informasi
2. Membantu proses bisnis Tomiko Mart
3. Membantu pemereintah dalam pengembangan koperasi

1.5 Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Cara Pengumpulan Data

Dalam perancangan ini menggunakan 4 metode pengumpulan data, yaitu:

1. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah proses membaca referensi untuk mengisi cara berpikir yang bertujuan untuk memperkuat perspektif dan kemudian meletaknya ke dalam konteks (Soewardikoen,2013:16). Mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan yang berhubungan. Sumber-sumber kepustakaan dapat diperoleh dari: buku, majalah, hasil-hasil penelitian, dan sumber-sumber lainnya yang sesuai dengan topik perancangan sehingga dapat mendukung data hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan.

2. Observasi

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:171) metode observasi adalah proses pencatatan pola perilaku subjek (Orang), objek (benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.

Metode observasi ini dilakukan di salah satu cabang Tomiko Mart yang ada di Kab.karawang serta melakukan observasi *Online* pada aplikasi perancangan yang sejenis, kegiatan yang dilakukan ketika observasi berlangsung adalah mendokumentasikan keadaan sekitar gerai Tomiko Mart dan observasi *Online* mencoba aplikasi aplikasi sejenis.

3. Wawancara

Wawancara adalah penggalian pemikiran, konsep dan pengalaman pribadi pendirian atau pandangan dari individu yang diwawancara. Mencoba mendapatkan keterangan atau pendirian secara lisan dari narasumber, dengan bercakap-cakap dan berhadapan muka (Soewardikoen, 2013: 30). Mengajukan beberapa pertanyaan yang sudah dibuat sedemikian rupa agar mendapatkan informasi.

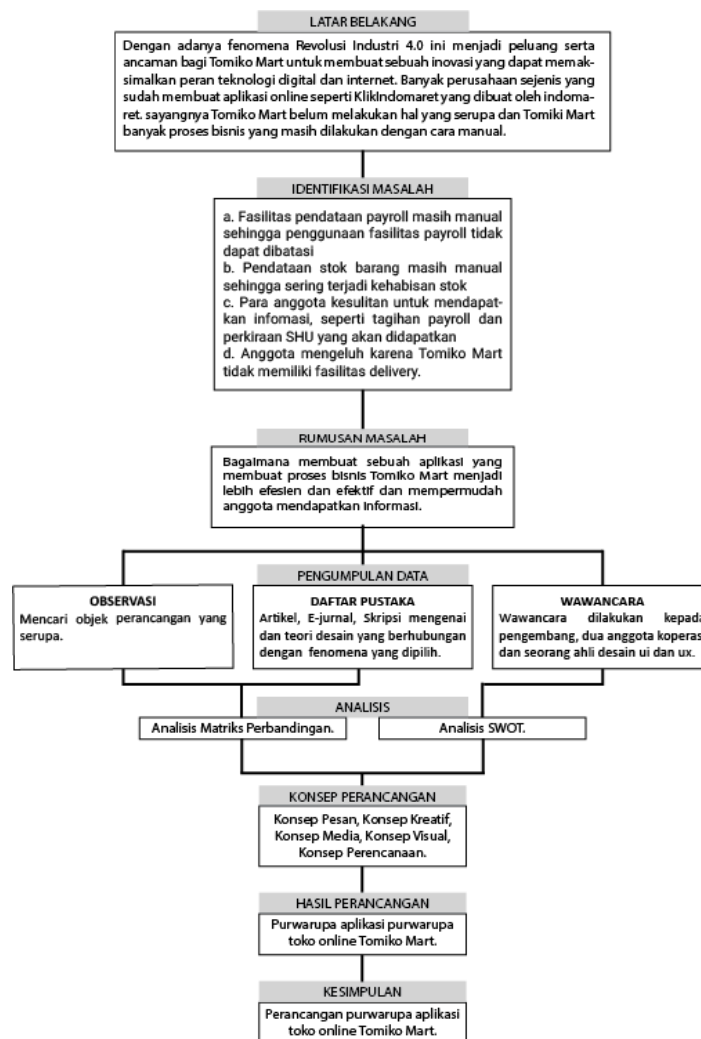
Wawancara ini dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Wawancara secara langsung dilakukan bersamaan dengan observasi, narasumber yang diwawancarai adalah dua orang anggota yang sedang berbelanja, salah satu

pengembang, dan satu orang yang bukan anggota koperasi. Untuk wawancara ahli desain ui dan ux menggunakan wawancara jenis konferensi di forum UXID. Teknik wawancara yang dilakukan adalah teknik wawancara terstruktur.

4. Kuesioner

Kuesioner merupakan pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang diketahui (Arikunto, 2006: 151).

1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

(Sumber: Dokumen Pribadi)

1.7 Sistematika Penulisan

Pada tahap pembabakan, perancangan dibagi menjadi 5 bab dimana masing-masing bab memuat isi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah yang diangkat menjadi topik tugas akhir dan mengarah pada permasalahan. Permasalahan yang dibahas meliputi identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup. Dalam bab ini juga berisi tentang tujuan perancangan, cara pengumpulan data, dan metode yang akan digunakan untuk melakukan perancangan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang digunakan sebagai landasan dalam proses pengerjaan perancangan. Teori yang membahas definisi *E-commerce* serta teori yang berkaitan dengan desain komunikasi visual dan teori pendukung lainnya.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Bab ini berisi tentang data-data yang sudah didapatkan dan dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka, serta studi pustaka, dan menjelaskan analisis terhadap masalah yang diangkat untuk menjadi tugas akhir.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Dalam bab ini berisikan tentang penjelasan konsep perancangan yang sudah dipilih dimulai dari *big idea*, pendekatan, media dan visual guna memperoleh hasil perancangan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang berdasarkan pada uraian bab-bab sebelumnya dan pada waktu sidang.