

PERANCANGAN UI/UX LOKAPASAR “FRESHLY PICKED” BERBASIS APLIKASI MOBILE SEBAGAI MEDIA PENUNJANG BUSINESS TO BUSINESS BAGI AGGREGATOR DAN MITRA

Salman Al Faridzi¹, Paku Kusuma² dan Dhimas Krisna Aditya³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*
salmanalking@student.telkomuniversity.ac.id, masterpaku@telkomuniversity.ac.id,
deedeeaditya@telkomuniversity.ac.id

Abstrak : Rendahnya tingkat digitalisasi di sektor pertanian membuat petani kesulitan untuk memasarkan produknya, sehingga apabila dibiarkan terlalu lama maka kualitas dari produknya pun akan menurun dan harga jualnya pun tidak optimal, dengan begitu petani membutuhkan peran *aggregator* pertanian. *Aggregator* pertanian merupakan pihak ketiga yang bertugas sebagai distributor untuk mengumpulkan produk hasil tani dari beberapa sumber pertanian untuk didistribusikan kepada mitra pertanian. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk merancang desain aplikasi yang optimal dan mudah digunakan bagi *aggregator* pertanian sebagai pihak distributor untuk meningkatkan digitalisasi di sektor pertanian khususnya pendistribusian hasil tani serta memudahkan sarana pertukaran informasi antara petani dan mitra petani untuk membantu memasarkan produk dengan cara memperluas jangkauan pasar dengan cepat dan mudah. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuisisioner, wawancara, dan studi Pustaka. Sehingga hasil dari penelitian ini mampu menghasilkan sebuah aplikasi dengan desain UI/UX yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan *aggregator* untuk mempermudah proses pendistribusian hasil panen secara digital.

Kata kunci: *Aggregator*, Aplikasi, Distribusi, Pertanian, UI/UX Desain

Abstract : *The low level of digitalization in the agricultural sector makes it difficult for farmers to market their products, so if left too long the quality of the products will decrease and the selling price will not be optimal, so farmers need the role of agricultural aggregators. Agricultural aggregators are third parties who serve as distributors to collect agricultural products from several agricultural sources to be distributed to agricultural partners. Therefore, this research was conducted to design an optimal and easy-to-use application design for agricultural aggregators as distributors to increase digitalization in the agricultural sector, especially the distribution of agricultural products and to facilitate information exchange between farmers and farmer partners to help market products by*

expanding market reach quickly and easily. The method used in this research is qualitative with data collection methods using observation, interviews, and literature and questionnaires as pre-interview data. So that the results of this study are able to produce an application with a UI/UX design that suits the needs and desires of the aggregator to facilitate the process of distributing crops digitally.

Keywords: Aggregator, Agriculture, Application, Distribution, UI/UX Design

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan zaman modern mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan aktivitasnya terhadap penggunaan media komunikasi (Julianto, 2019). Adapun bentuk perkembangan zaman tersebut diaplikasikan melalui pembuatan dan pengembangan media penunjang di berbagai sektor atau bidang, salah satunya adalah pertanian. Sebagai sektor yang menjadi salah satu pilar perekonomian nasional, dibutuhkan pula para pelaku pertanian yang melek digital agar mampu beradaptasi dengan kemajuan zaman. Sektor pertanian dituntut zaman untuk menjadi adaptif dalam meningkatkan produktivitasnya melalui transformasi digital (Kelana, 2022).

Namun, menurut hasil riset yang dilakukan oleh lembaga penelitian *center for Indonesian policy studies* (CIPS) tingkat digitalisasi dan adopsi penggunaan teknologi digital di sektor pertanian masih rendah. Seperti halnya yang terjadi pada kelompok tani di Tasikmalaya, menurut data yang diperoleh, petani seringkali merasa kesulitan untuk mendistribusikan hasil taninya, karena tidak semua petani memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam ranah pemasaran dan pendistribusian.

Oleh karena itu, perlunya peran *aggregator* pertanian terlatih dan terdidik sebagai perantara pendistribusian secara digital, sederhananya merupakan penghubung antara petani dan mitra pertanian. *Aggregator* pertanian merupakan pihak ketiga dapat berupa sebuah otoritas bisnis maupun individu yang bertugas

sebagai distributor untuk mengumpulkan produk hasil tani dari beberapa sumber petani untuk didistribusikan kepada mitra pertanian (Alshami, 2021).

Fokus masalah dalam penelitian ini merujuk pada kegiatan pemasaran dan pendistribusian yang dilakukan oleh petani melalui *aggregator* untuk memudahkan dan mengoptimalkan berbagai aspeknya, baik dari kualitas hingga harga jual.

Identifikasi Masalah

1. Kurangnya implementasi dan belum optimalnya digitalisasi di sektor pertanian khususnya pendistribusian hasil tani dikarenakan angka melek digital petani masih rendah
2. Rata-rata usia petani diatas 40 tahun dimana indeks literasi digitalnya yang rendah dengan kata lain belum melek digital, sehingga membutuhkan peran *aggregator*
3. Kesulitan petani dalam pendistribusian produknya menyebabkan kualitas dan harga jual yang tidak optimal.

Rumusan Masalah

Bagaimana merancang aplikasi lokapasar sebagai media penunjang business to business yang menarik agar memudahkan *aggregator* dan mitra pertanian dalam melakukan pemasaran ?

Tujuan Perancangan

1. Merancang aplikasi yang optimal dan mudah digunakan untuk meningkatkan digitalisasi sektor pertanian khususnya pendistribusian hasil tani.
2. Merancang dan memudahkan sarana pertukaran informasi antara petani dan mitra pertanian yang dibantu *aggregator* pertanian.
3. Membantu petani memasarkan produknya dengan cara memperluas jangkauan pasar agar kualitas dan harga jual optimal.

METODE PENGUMPULAN DATA DAN ANALISIS

Penelitian ini dilakukan menggunakan penelitian kualitatif. Dengan menggunakan metode pengumpulan data kuesioner, wawancara dan studi pustaka. Metode analisis data menggunakan analisis SWOT, matriks perbandingan, dan *design thinking*

Metode Pengumpulan Data

Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan menggunakan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk melihat bagaimana perilaku, preferensi, pendapat, hingga sikap dari responden penelitian.

Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan proses tanya jawab antara observer dan informan untuk memperoleh data.

Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan kegiatan pengumpulan informasi yang relevan dengan penelitian atau perancangan sejenis yang dijadikan sebagai rujukan baca untuk karya ilmiah.

Metode Analisis Data

SWOT

Metode analisis digunakan setelah data-data dikumpulkan yang diolah dan dianalisis menggunakan metode SWOT.

Matriks Perbandingan

Penggunaan matriks perbandingan dilakukan dengan cara membandingkan media edukasi dari media atau aplikasi sejenis yang terdahulu atau sudah dilakukan dengan menganalisis perbedaannya.

Design Thinking

Design Thinking merupakan salah satu metode analisis data untuk menyelesaikan suatu permasalahan yang berfokus kepada pengguna atau biasa disebut user (Eva, 2020).

Dasar Pemikiran

Aplikasi Mobile

Aplikasi Mobile merupakan software atau perangkat lunak yang dikembangkan menggunakan program komputerisasi yang berjalan dan berfungsi pada perangkat berjalan seperti ponsel, iPod, hingga tablet yang memiliki sistem operasi yang dapat terhubung ke internet melalui jaringan nirkabel atau wifi (Munthe et al, 2018). Jadi bisa disimpulkan bahwa *mobile apps* merupakan perangkat lunak yang hanya dapat digunakan pada perangkat smartphone. Kegunaan dari *mobile application* ini juga memberikan *user interface* dan *experience* yang lebih canggih (Setia Darta, 2015). Aplikasi mobile ini tentunya menjadi salah satu media yang memberikan dampak positif di masa yang serba modern ini (Milana Sesnova et al).

Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual merupakan suatu proses yang kreatif dimana memadukan seni, komunikasi, dan teknologi dalam penyampaian suatu ide dan informasi (Putra, 2020)

Unsur Desain Komunikasi Visual

Titik

Titik dalam perancangan ini, titik dibutuhkan sebagai simbol dalam fitur lainnya pada menu dan memiliki elemen data untuk digunakan dalam bentuk apa saja dan digunakan sebagai tata letak.

Garis

Garis merupakan komponen atau unsur desain grafis yang terbentuk dari gabungan titik-titik sehingga membentuk sebuah goresan.

Bidang

Bidang merupakan unsur yang dihasilkan melalui bertemunya titik awal dan akhir pada suatu garis.

Tekstur

Tekstur merupakan unsur desain berupa permukaan dan nilai raba terhadap suatu permukaan benda.

Ruang

Ruang merupakan unsur desain yang berupa jarak antara teks dengan objek, teks dengan gambar, dan lain sebagainya.

Warna

Warna merupakan unsur desain yang sangat kompleks. Dalam perancangan ini, warna digunakan sebagai identitas dan penguat elemen dan bentuk agar lebih hidup dan menarik.

Prinsip Desain Komunikasi Visual

Dalam desain, prinsip mewakili aturan dasar bagaimana mengatur komposisi dan menjadikan sebuah desain yang berhasil, dengan kata lain prinsip dalam desain menjadi pemandu dalam mengatur elemen-elemen yang digunakan pada sebuah desain.

Unity

Dalam perancangan ini, peneliti membuat desain dengan kesatuan yang baik agar mudah terhubung dan menyampaikan maksudnya dengan cepat dan tepat, dengan penghubung elemen-elemen desain dengan memperhatikan keseimbangan, irama, perbandingan, dan semuanya dalam suatu komposisi yang bijak.

Balance

Dalam perancangan ini, peneliti membuat desain dengan bobot visual yang berbeda tergantung pada ukuran, bentuk, hingga warna.

Rhythm

Dalam perancangan ini, peneliti membuat desain dengan ritme yang menciptakan rasa bergerak maju atau naik, mengalir dan bergelombang, serta reguler.

Emphasis

Dalam perancangan ini, peneliti membuat desain dengan tampilan komposisi dominan, sub-dominan, dan bawah.

Proportion

Proporsi dalam perancangan ini, peneliti membuat desain dengan mendemonstrasikan perbedaan ukuran sehingga terkesan memberikan jarak pada elemen yang secara otomatis membentuk dirinya sendiri dalam komposisi.

User Interface

Menurut Ramadhan, Nugraha, dan Kusuma (2022) *user interface* memiliki kegunaan sebagai suatu penghubung antara *website* dan *user*. Dalam perancangan yang dilakukan saat ini, peneliti sebagai desainer *user interface* menggunakan prinsip dasar *user interface* dan desain komunikasi visual yang efektif untuk membuat tampilan dari aplikasi.

User Experience

Menurut Putra dan Aditya (2019) *user experience* merupakan sebagaimana layanan dan produk sedang bekerja Ketika seseorang menggunakannya.

Data Khalayak Sasaran

Demografis

1. Jenis Kelamin : Laki-Laki dan Perempuan
2. Usia : 25 - 50 Tahun
3. Kelas Sosial : Menengah (SES B-C)

4. Pekerjaan : Pegawai Koperasi, Petani, Mitra Pertanian

Psikografis

Ditargetkan kepada individu yang melek digital dan mengikuti perkembangan zaman dan informasi penjualan hasil tani serta adanya ketertarikan pada tren digitalisasi saat ini, dimana individu mampu mengaplikasikan dan menggunakan ponselnya untuk melakukan transaksi jual beli produk pertanian secara *online*.

Geografis

Segmentasi geografis dilakukan pada urban dan suburban, khususnya Kota dan Kabupaten Tasikmalaya. Namun, jangkauan pasar bisa lebih meluas karena adanya peran internet dan digitalisasi. Oleh karena itu, penjualan dapat dilakukan ke seluruh daerah di Indonesia, khususnya Pulau Jawa.

Data Proyek Sejenis

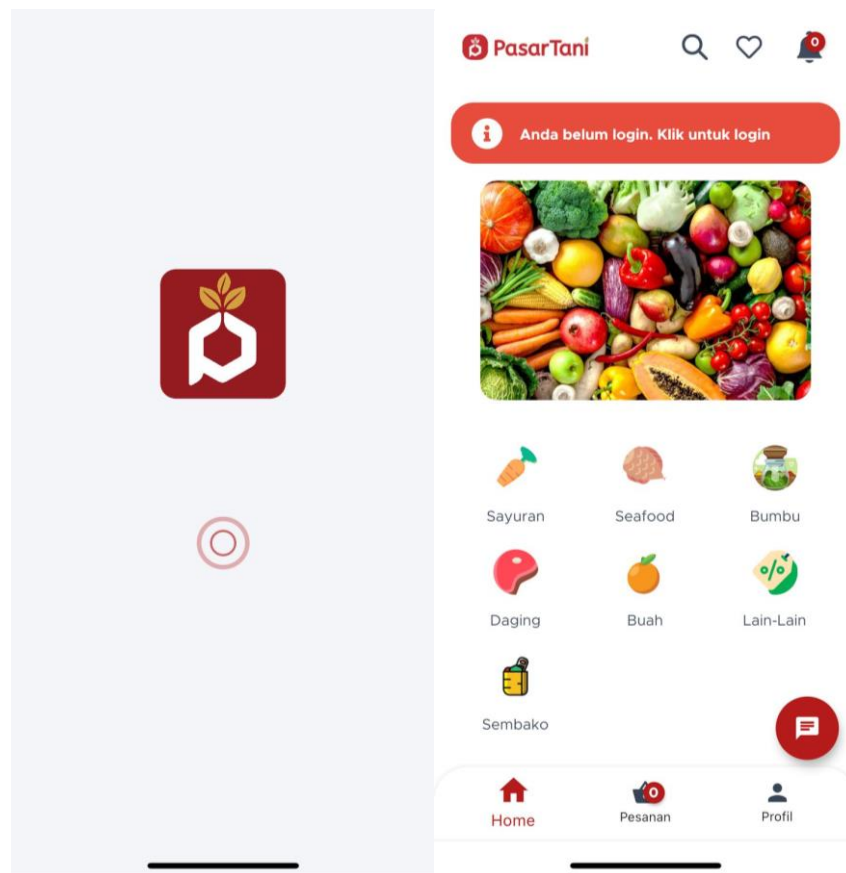
Aplikasi sejenis yang fungsi utama dan kegunaannya sebagai pihak *aggregator* sektor pertanian salah satu contohnya adalah Eden Farm dan Pasar Tani. Adapun penjelasan aplikasi Eden Farm adalah sebagai berikut,

Eden Farm



Eden Farm merupakan aplikasi *business to business* (B2B) untuk sektor industri pangan yang tentunya didukung oleh teknologi untuk penyediaan dan pendistribusian bahan pangan dengan harga yang stabil menyesuaikan dengan harga pasar dengan tujuan untuk mensejahterakan para petani.

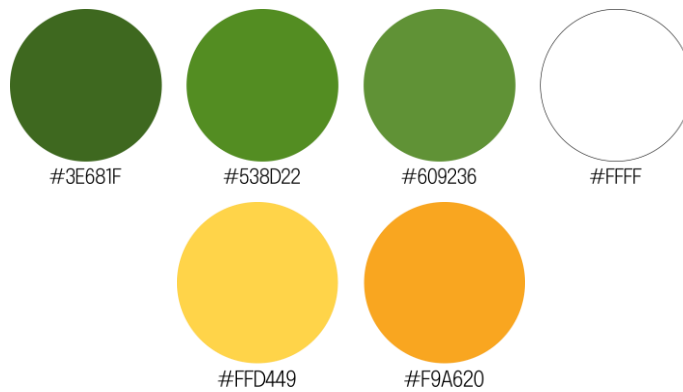
Pasar Tani



Pasar Tani merupakan aplikasi sebagai sarana pemberdayaan Petani Indonesia dengan memberikan fasilitas atau sarana pendistribusian hasil taninya melalui Mitra Pasar Tani sebagai *Aggregator*.

Warna

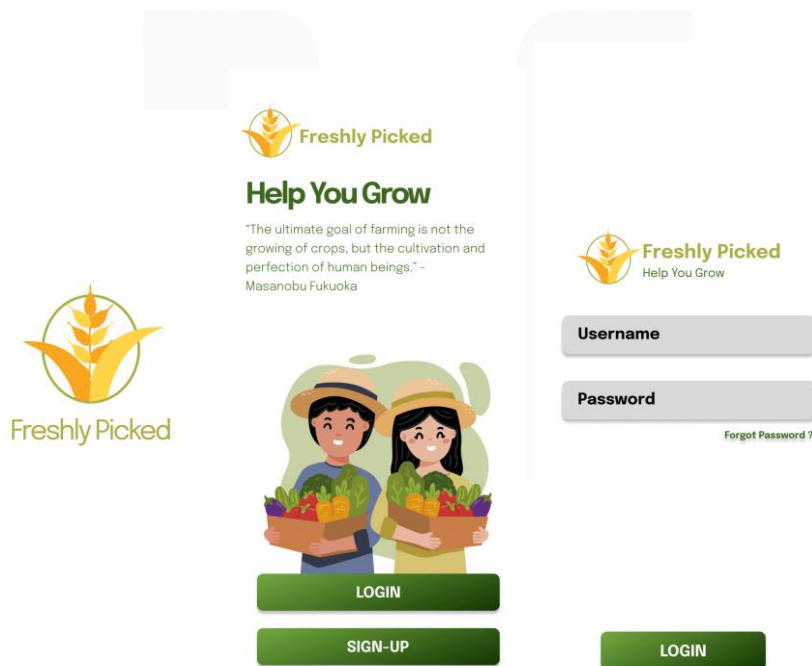
Tujuan dari perancangan media aplikasi *mobile Freshly Picked* yaitu untuk membantu distribusi para petani. Warna yang digunakan adalah hijau yang melambangkan identitas visual petani yang seringkali melambangkan tumbuhan yang identik dengan warna hijau serta didukung warna lainnya. Serta penggunaan warna kuning untuk melambangkan tumbuhan padi yang sudah berisi. Padi tersebut sangat menggambarkan hasil panen. Dalam perancangan aplikasi *mobile* ini yang memiliki kesan sederhana dan mudah digunakan.



Layout

Dalam perancangan ini, layout digunakan sebagai tata visual. Dengan tampilan visual yang rapi dan tertata, memudahkan pengguna dalam penggunaan aplikasi (Pradita et al).

HASIL PERANCANGAN



Create New Account

Full Name

Email

Phone Number

Address

Username

Password
* Password must be at least 12 characters long.

Term of Use

By downloading, installing and/or using the Freshly Picked Platform, you agree that you have read, understood and agreed to these Terms and Conditions. These Terms and Conditions signify a legal agreement between you and Freshly Picked and apply to your visit to and your use of our Platform and Services (as defined below). However, please note that additional terms, limitations and privacy policies may apply.

If you do not agree with any part or all of the contents contained in these Terms of Use and Privacy Policy, please delete the Platform on your electronic device and/or not access the Platform and/or not use our Services. Please also note that the Terms of Use and Privacy Policy may be updated from time to time.

I agree to these terms and condition

Reset Password

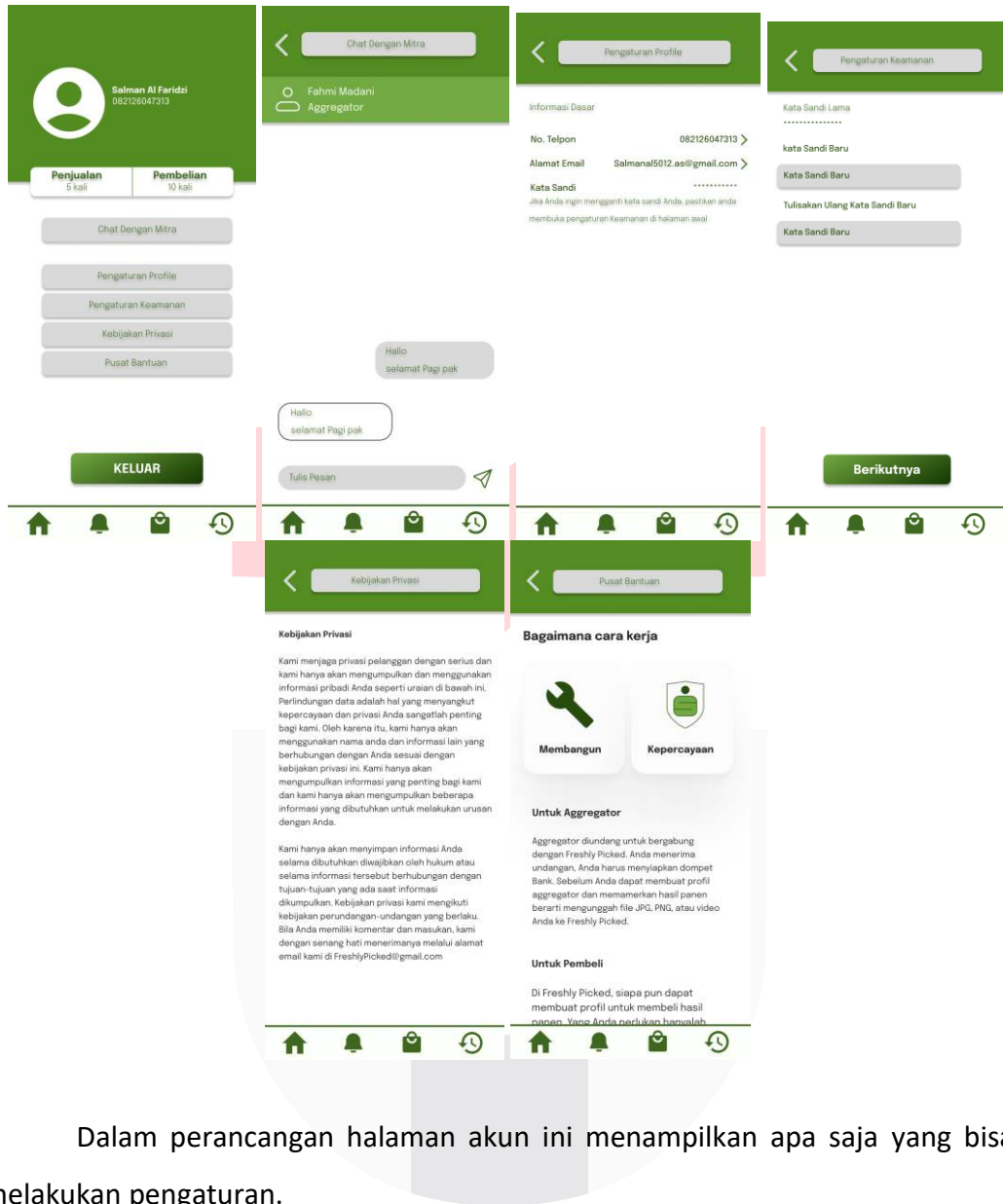
Your password is already stored in our database, we need your email to match the email you registered with this application.

Email
* Password has been sent to your email.

NEXT LOGIN LOGIN

Halaman awal aplikasi *Freshly Picked*, dalam perancangan halaman awal aplikasi ini adalah logo dan “*Help You Grow*” yang di akan mudah diingat oleh pengguna user.

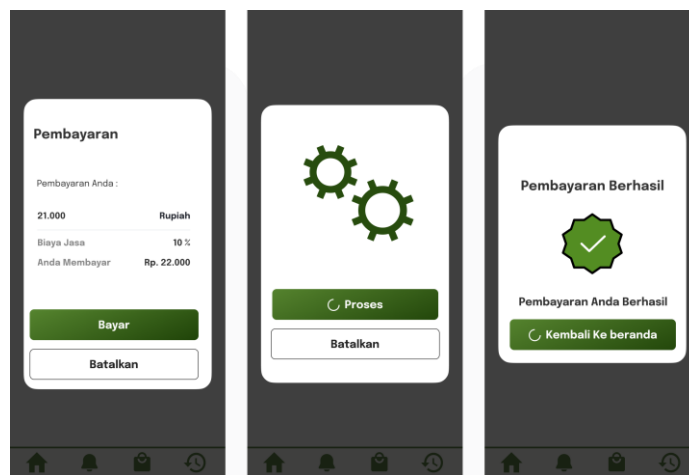




Dalam perancangan halaman akun ini menampilkan apa saja yang bisa melakukan pengaturan.



Dalam perancangan beranda mellihatkan apa saja yang bisa dibeli dan bisa melihat lebih detail dari produk itu tersendiri.



Dalam Perancangan pembayaran di lihat beberapalangkah yang bisa dilakukan, dengan pembayaran, proses dan kembali ke beranda jika sudah melakukan pembayaran.

MEDIA PENDUKUNG



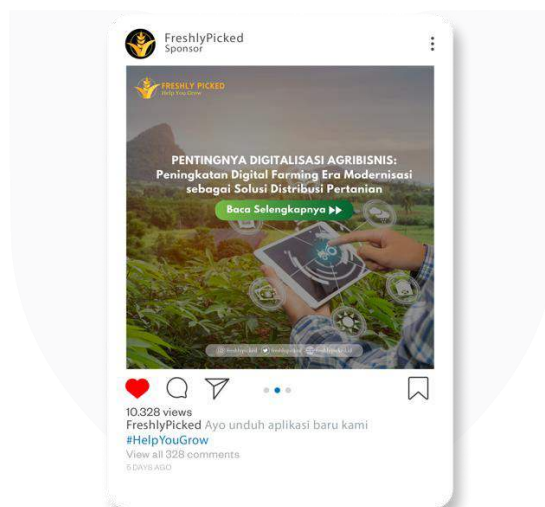
Penggunaan X-Banner diperuntukan sebagai salahsatu sarana informasi khalayak terkait aplikasi ini. Dimana dalam X-Banner ini memuat informasi berupa logo, deskripsi umum tentang aplikasi, serta kegunaan dan manfaat.



Exhibition stand digunakan oleh Freshly Picked digunakan sebagai ajang membangun *image* perusahaan serta membangun korespondensi visual yang lebih dekat kepada target pasar.



Penggunaan poster yang dilakukan oleh Freshly Picked ini sebagai penggerak perhatian masyarakat khususnya target pasar serta menjadi media penunjang untuk meningkatkan *engagement* dalam melakukan kampanye promosi.



Penggunaan instagram dilakukan oleh Freshly Picked sebagai media informasi dengan tambahan visual berupa foto dan video untuk memperkuat rangsangan imajinasi masyarakat khususnya target pasar. Penggunaan instagram juga dilakukan karena pengguna instagram di Indonesia menjadi media sosial yang paling sering digunakan terhitung sejak November 2022 sudah mencapai 97.071.400 pengguna dimana hal tersebut akan memperluas jangkauan.



Penggunaan twitter oleh Freshly Picked digunakan karena alur komunikasi cukup terarah serta sistematis. Terlebih lagi berita aktual lebih sering *up to date* di twitter. Selain itu instansi pemerintah hingga perusahaan BUMN dan swasta sudah menggunakan twitter sebagai sarana komunikasi yang sistematis.

KESIMPULAN

Aktivitas individu telah dipengaruhi oleh perkembangan zaman terlebih dalam menggunakan media digital. Bentuk-bentuk perkembangan zaman tersebut sudah diaplikasikan pada beberapa sektor dalam kehidupan. Bentuk perkembangan zaman tersebut dapat dianalogikan sebagai media penunjang individu dalam melakukan aktivitasnya di berbagai sektor. Sektor-sektor tersebut memanfaatkan teknologi digital untuk mempermudah, mengefisiensikan, serta mengefektifkan proses dan alur kerja.

Oleh karena itu, perancangan aplikasi lokapasar sebagai media penunjang sektor pertanian sangat dibutuhkan dan tentunya dapat membantu meningkatkan pemanfaatan digital dalam zaman yang modern ini khususnya di sektor pertanian,

mengoptimalkan kualitas dan harga hasil tani, hingga memudahkan mitra pertanian agar saling terhubung satu sama lain.

SARAN

“Perancangan UI/UX Lokapasar “*Freshly Picked*” Berbasis Aplikasi Mobile sebagai Media Penunjang *Business to Business* bagi *Aggregator* dan Mitra Pertanian” ini merupakan inovasi bagi para pelaku pertanian untuk meningkatkan melek digital dan tingkat digitalisasi agar semakin membaik dan mengikuti perkembangan zaman. Perancangan ini diharapkan juga menjadi perancangan Desain Komunikasi Visual yang sesuai dan bermanfaat bagi masyarakat khususnya pelaku pertanian dalam hal pendistribusian. Diharapkan pula perancangan ini dapat memotivasi para *designer* UI/UX untuk berkontribusi dalam peningkatan angka melek digital di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal dan Artikel Ilmiah

- Darta, S. (2015). Perancangan Aplikasi Mobile Panduan Wisata Museum di Jakarta
Jurnal Tugas Akhir Universitas Telkom. *E-Proceeding of Art & Design*, 2(2),
687-694.
- Kelana, Gracia., & Tiffany, P. (2022). Perancangan UI/UX Aplikasi KITATANI
PRENEUR Untuk Manajemen Usaha Tani. *Jurnal Ilmiah Real Tech*, 18(2), 37-
42.
- Munthe, R. D., et all. (2018). Analisis User Experience Aplikasi Mobile Facebook
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Jurnal
Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2(7), 2679-2688.
- Pradita., W. Taufiq., & Fariha E. Naufalina. 2022. Perancangan Aplikasi “Gerejanta”
sebagai Media Berbagi Informasi dan Pendukung Kegiatan Beribadah pada

GBKP Rambung Merah Pematangsiantar. *e-Proceeding of Art & Design*: 8(5): 2724-2743.

Putra, D. P., & Aditya, D. K. (2019). Perancangan Aplikasi Mobile sebagai Media Informasi UKM Warga Asih Kabupaten Bandung Barat. *E-Proceeding of Art & Design*, 6(2), 751-763.

Ramadhan. G. P., Nugraha, N. D., & Kusuma P. (2022). Aplikasi Syarat Kecakapan Umum Digital sebagai Upaya Modernisasi Gerakan Pramuka. *e-Proceeding of Art & Design*, 8(5), 2433-2453.

S. Milana, N. Novian Denny, & A. Diani. 2021. Perancangan User Interface Mobile Mengenai Pengetahuan Gizi dan Makanan Sehat Bagi Mahasiswa. *e-Proceeding of Art & Design*: 8(6): 3394-3400.

Internet

Alshami, Ammar. 2021. Aggregation Model: Why Aggregation in Agribusiness?. <https://agfuse.com/article/aggregation-in-agribusiness>. [Diakses pada 15 Februari 2023, 13.28 WIB]