

Perancangan Website Bisnis Thrifdoor Menggunakan Metode Pendekatan *Design Thinking*

Muhammad Ridwan Wibowo
Jurusan Teknik Informatika
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta, Indonesia
16523223@students.uii.ac.id

Hari Setiaji
Jurusan Teknik Informatika
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta, Indonesia
hari.setiaji@uui.ac.id

Abstract— *E-commerce* di Indonesia berkembang dengan sangat pesat hal ini menandai bahwa kita akan memasuki era megatrend, yaitu era dimana transformasi digital sudah merambah ke setiap lapisan masyarakat. Hal ini terbukti dengan banyak *e-commerce* baru bermunculan yang bertujuan untuk memudahkan para penggunanya mencari barang yang mereka butuhkan. Namun *e-commerce* yang khusus menjual barang bekas masih sangat jarang dan kurang memadai, oleh karena itu penelitian ini akan mencoba mengembangkan *platform* yang di khususkan untuk para pengguna *e-commerce* sehingga mereka dapat menjual maupun mencari barang bekas dengan mudah. *Platform* ini nantinya akan berbasis *website* dan dikembangkan menggunakan metode pengembangan *design thinking* yang terdiri dari beberapa tahapan yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Metode ini menekankan pada proses desain yang mampu memberikan solusi dalam pemecahan masalah, selain itu metode *design thinking* ini dapat mempengaruhi cara pengambilan keputusan sehingga dapat menghasilkan ide-ide baru yang inovatif.

Keywords—*design thinking*; *e-commerce*; *website*; *platform*;

I. PENDAHULUAN

Pada era megatrend saat ini, teknologi dan inovasi berkembang dengan pesat sehingga teknologi diharapkan dapat membantu penggunanya memecahkan masalah yang sedang mereka hadapi. Perkembangan teknologi yang sangat pesat juga memicu perusahaan penyedia jasa teknologi informasi untuk membuat sesuatu yang dapat membantu para penggunanya untuk menyelesaikan masalah yang sedang mereka hadapi dan juga menggunakan cara yang inovatif.

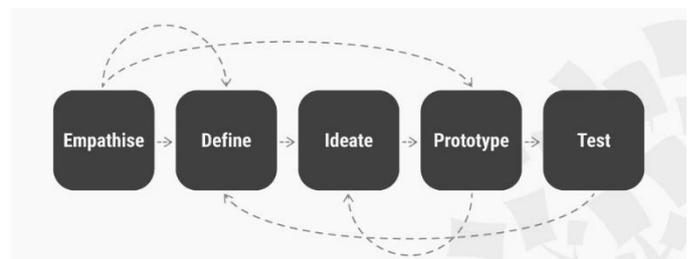
Teknologi informasi dapat dimanfaatkan sebagai sarana perdagangan dengan cara elektronik atau yang sering kita dengar dengan istilah *e-commerce*^[1]. *E-commerce* merupakan salah satu inovasi yang muncul berkat pesatnya perkembangan teknologi dari tahun ke tahun, dengan memanfaatkan teknologi untuk perdagangan dapat mempengaruhi keberhasilan perdagangan^[1].

Perusahaan penyedia layanan *e-commerce* tumbuh dengan sangat pesat dan memberikan dampak yang sangat besar yaitu dapat memberikan kemudahan pada masyarakat, oleh karena itu tidak heran jika *e-commerce* dapat di terima baik oleh masyarakat.^[1]

Banyak masyarakat yang lebih memilih pindah dari bisnis konvensional ke bisnis secara online yang di nilai lebih menguntungkan dan tidak memerlukan modal yang terlalu besar^[1]. Dari tahun ke tahun pengguna *e-commerce* di Indonesia semakin bertambah dengan sangat cepat, hal ini dapat dibuktikan dengan data yang di keluarkan oleh statista yaitu pada tahun 2017 pengguna *e-commerce* di Indonesia mencapai 139 juta pengguna. Pada tahun 2018 terdapat kenaikan pengguna *e-commerce* yaitu sebesar 10,8% menjadi 168,3 juta dan di perkirakan pada tahun 2023 akan menyentuh 212,2 juta pengguna^[6].

Tetapi dari maraknya *e-commerce* yang bermunculan di Indonesia masih sangat sedikit *e-commerce* yang menyediakan jasa untuk menjual barang bekas, oleh karena itu *platform* ini difokuskan untuk para pengguna yang ingin menjual barang bekas yang sudah tidak mereka pakai maupun pengguna yang sedang mencari barang bekas dengan kondisi yang bagus.

II. METODOLOGI PENELITIAN



Gambar 1. Lima tahap metode pendekatan Design Thinking

Metode yang digunakan untuk pembuatan *website* bisnis Thrifdoor ini adalah *design thinking*. *Design thinking* adalah metode yang digunakan untuk menemukan solusi dari suatu masalah dengan cara proses kolaboratif dengan calon pengguna

sehingga produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan kebutuhan dan juga keinginan pengguna.^[2] Keunggulan metode *design thinking* ini dapat memacu ide-ide inovatif ketika tim sedang melalui fase-fase inspirasi, ide, dan implementasi, seringkali mengenai setiap siklus lebih dari sekali ketika sedang mengembangkan ide-ide baru dan mengeksplorasi solusi-solusi baru.^[3] Sementara sebagian besar kerangka kerja dan ideologi dipecah lagi menjadi beberapa langkah, *design thinking* tidak dimaksudkan untuk didekati secara kaku dan tertib.^[3] Kita dapat mengulang langkah dan proses dalam pengembangannya hingga solusi dan desain yang tepat tercapai.^[3] Terdapat 5 tahapan dalam metode *design thinking* seperti yang di tampilkan pada gambar 1 yaitu :

A. Empathize

Empathize adalah tahap pertama dalam *design thinking*, tahapan ini bermaksud untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang masalah yang sedang di hadapi.^[4] biasanya pada tahapan ini di lakukan dengan melakukan wawancara, observasi, dan juga cara lainnya yang memungkinkan kita untuk mendaatkan data yang akurat dari calon pengguna.

B. Define

Define merupakan tahap kedua, pada tahapan akan digunakan untuk mengumpulkan semua informasi yang didapat pada tahap *empathize*^[4]. Setelah mengumpulkan informasi tersebut kemudian menggolongkan masalah dan juga menganalisis data tersebut untuk menjadikan sebuah sudut pandang (*Point Of View*). Proses menganalisa masalah akan membantu mengumpulkan ide-ide yang akan di gunakan untuk memecahkan masalah secara efektif^[4].

C. Ideate

Pada tahapan ini akan menggunakan informasi dari tahapan sebelumnya untuk menghasilkan ide-ide, pada fase *brainstorming* ide-ide yang muncul akan ditampung untuk mencari solusi permasalahan yang sedang dihadapi calon pengguna. Setelah terkumpul kemudian ide-ide tersebut di uji untuk menemukan mana ide yang terbaik yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah tersebut.

D. Prototype

Tahap *prototype* ini berguna untuk mengimplementasikan ide yang sudah didapat dalam tahap sebelumnya menjadi sebuah aplikasi/produk uji coba. *Prototype* dapat juga digunakan untuk pengujian yang dilakukan oleh anggota tim sehingga bisa memperbaiki dan juga mengevaluasi ide-ide baru. Pada tahapan ini juga memungkinkan tim menemukan masalah dari masing-masing *prototype* sehingga dapat di lakukan perbaikan sehingga mampu menghasilkan produk yang lebih baik^[4].

E. Test

Pada tahapan ini *prototype* yang dibuat pada tahap sebelumnya akan diujicoba untuk melihat seberapa baik *prototype* tersebut menyelesaikan/menangani masalah yang sudah dianalisis pada tahap satu dan juga dua^[4]. Setelah *prototype* yang merupakan contoh produk tersebut diujicobakan kepada calon pengguna kita mendapat *feedback* sehingga memungkinkan untuk membuat perubahan dan juga penyempurnaan produk untuk memenuhi kebutuhan mereka.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Thriftdoor adalah *platform e-commerce* yang dikembangkan sebagai solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh para pengguna *e-commerce* yaitu sulitnya menemukan *e-commerce* yang dikhususkan untuk mereka menjual barang bekasnya yang sudah tidak terpakai maupun mereka yang ingin mencari barang bekas yang terjamin kualitasnya. Thriftdoor ini nantinya akan berbasis *website*, penelitian ini menggunakan metode *design thinking* dan didapatkan beberapa poin-poin penting yaitu:

A. Empathize

Pada tahapan *empathize* ini kami memosisikan sebagai pengguna yang sering menggunakan *platform e-commerce* yang sudah ada. Selain itu di lakukan juga observasi secara langsung dan membagikan kuesioner secara online kepada para pengguna *e-commerce*. Pada tahapan ini didapat beberapa kesimpulan tentang apa yang diinginkan oleh para pengguna *e-commerce*, yaitu:

- Para pengguna menginginkan adanya *platform e-commerce* baru yang dapat menjadi wadah mereka untuk menjual barang-barang bekas yang sudah tidak terpakai.
- Para pengguna berharap ada *e-commerce* yang menjual barang-barang bekas yang dapat menjamin kondisi barang tersebut sehingga mereka tidak perlu khawatir saat akan membeli barang bekas.
- Para pengguna menginginkan adanya *e-commerce* yang *user friendly*, mudah dioperasikan dan juga memiliki fitur-fitur yang lengkap.

Hasil tersebut dapat kita gunakan sebagai acuan maupun referensi dalam pengembangan *e-commerce* Thriftdoor yang kami rancang untuk sehingga dapat sesuai dengan kebutuhan dan mampu menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi oleh pengguna.

B. Define

Tahapan ini berguna untuk mengerucutkan beragam kebutuhan pengguna hasil dari tahap *empathize*^[5]. Kemudian macam-macam kebutuhan tersebut dapat digolongkan menjadi beberapa kategori yang dapat dilihat pada tabel 1:

Tabel 1. Kategori Permasalahan

Permasalahan	Kategori
<i>E-commerce</i> untuk menjual barang bekas masih sangat sedikit.	<i>Platform</i>
Pembeli takut membeli barang bekas pada <i>e-commerce</i> yang sudah ada karena tidak ada yang menjamin kualitasnya.	<i>Verifikasi</i> barang
<i>E-commerce</i> yang sudah ada belum bisa memudahkan	<i>User friendly</i>

penggunanya dalam menjual maupun mencari barang bekas.	
--	--

C. Ideate

Pada tahapan sebelumnya kita sudah mengetahui kebutuhan pengguna, sehingga kita dapat mencari solusi yang dapat menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi oleh calon pengguna. Dalam tahapan *ideate* ini tim kami melakukan tahapan *brainstorming* untuk menghasilkan ide-ide yang dapat membantu calon pengguna, Tahapan *brainstorming* tersebut kita mendapatkan solusi untuk permasalahan yang sedang dihadapi oleh calon pengguna. Pada tahapan ini di dapat beberapa solusi seperti yang ada ditabel 2 yaitu:

Tabel 2. Hasil Solusi

Permasalahan	Solusi
<i>E-commerce</i> untuk menjual barang bekas masih sangat sedikit.	Membuat <i>platform e-commerce</i> yang dapat membantu para calon pengguna
Pembeli takut membeli barang bekas pada <i>e-commerce</i> yang sudah ada karena tidak ada yang menjamin kualitasnya.	Aplikasi perlu mengadakan fitur untuk memvalidasi kondisi barang yang akan di jual oleh para pengguna nantinya.
<i>E-commerce</i> yang sudah ada belum bisa memudahkan penggunanya dalam menjual maupun mencari barang bekas.	Aplikasi harus memiliki fitur yang lengkap dan informatif tetapi juga <i>user friendly</i> sehingga pengguna tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi tersebut nantinya.

D. Prototype

Pada tahapan dibuat desain antar muka pertama yang dirancang untuk mengatasi masalah yang sedang dihadapi oleh calon pengguna. Nantinya desain antarmuka awal ini akan diujikan kepada calon pengguna agar kita dapat mendapat *feedback* untuk improvisasi aplikasi nantinya, sehingga aplikasi yang kami buat nantinya benar-benar sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh calon pengguna dan juga dapat membantu mereka menyelesaikan masalah yang sedang di hadapi. Hasil dari tahap adalah fitur/menu apa saja yang nantinya ada dalam website tersebut, hasil ini dapat di lihat pada tabel 3 di bawah.

Tabel 3. Fungsi Menu

No.	Nama Fungsi	Kebutuhan Fungsionalitas
1.	Search Box / Kolom Pencarian	memungkinkan pengguna untuk mencari produk

		tertentu secara lebih cepat dan praktis
2.	Kategori	Menampilkan kategori barang apa saja yang di jual
3.	Deskripsi	Menampilkan deskripsi barang yang jual / deskripsi untuk barang yang akan di jual
4.	Ulasan	Memungkinkan pengguna untuk memberikan ulasan tentang produk yang ia beli dan juga dapat sebagai ukuran bahwa <i>seller</i> tersebut <i>trusted</i> /tidak
5.	Beli	Memungkinkan pengguna untuk membeli barang yang di jual di website
6.	Jual	Memungkinkan pengguna untuk menjual barang yang ingin dia jual di laman website
7.	Tambah Keranjang	Memungkinkan pengguna menambahkan barang yang dia inginkan ke dalam keranjang belanjaan
8.	<i>Profile</i>	Menampilkan informasi tentang data diri pengguna.
9.	Kategori Pilihan	Menampilkan sub kategori dari kategori yang sudah dipilih oleh pengguna
10.	Produk lainnya	Menampilkan <i>suggest</i> produk yang sejenis saat pengguna melihat produk yang ia inginkan
11.	Keranjang	Memungkinkan pengguna melihat barang apa saja yang akan dia beli
12.	<i>Chekout</i>	Memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan proses transaksi dengan membayar barang yang akan dia beli

Selain itu, mayoritas pengguna juga mengutarakan bahwa warna yang paling cocok digunakan dalam website adalah warna biru karena warna biru memiliki arti tersendiri yaitu simbol stabil, kecerdasan, dan rasa percaya diri.

E. Test

Pada tahapan *test* ini kami melakukan pengujian langsung di lapangan. Pada tahap *test* ini kami bertujuan untuk mendapatkan

feedback dari pengguna untuk memperbaiki *prototype* yang sudah ada.

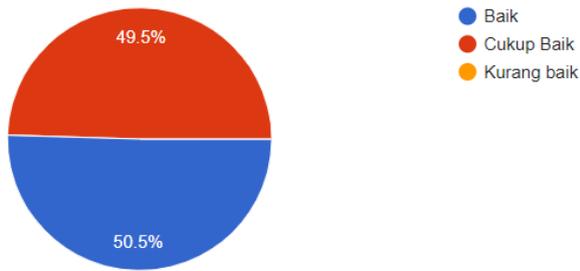
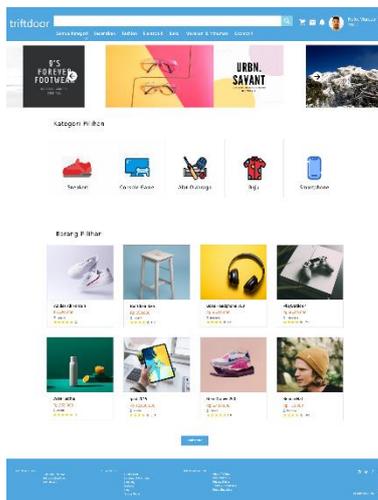


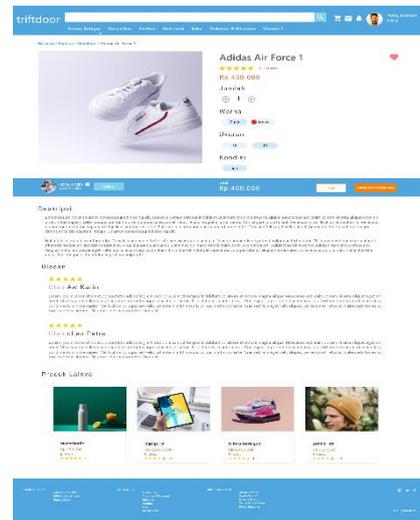
Diagram di atas adalah hasil pengujian *prototype* yang kami buat kepada para pengguna e-commerce, kebanyakan dari mereka menginginkan di tambahkannya beberapa fitur baru dan juga menurut mereka desain yang di terapkan pada website terlalu kaku dan monoton.

Berikut adalah beberapa *interface* yang sudah kami buat pada tahap *prototype*.



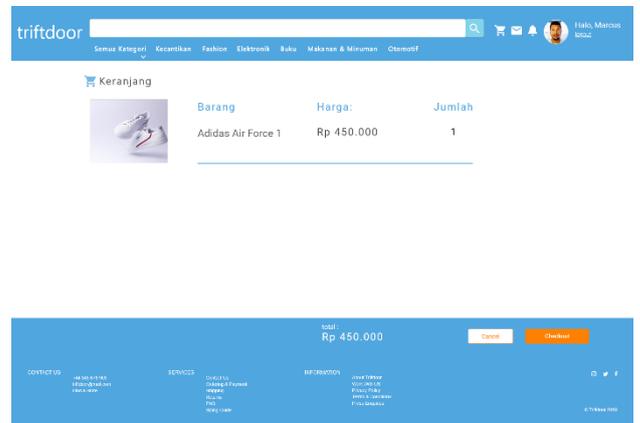
Gambar 2. Homepage Thriftdoor

Gambar 2 di atas memperlihatkan halaman home dari *website* Thriftdoor, pada halaman home ini kami memiliki 4 fitur utama yaitu *search box*, kategori, kategori pilihan dan juga barang pilihan yang dapat mempermudah penggunaanya ketika ingin mencari barang yang mereka butuhkan.



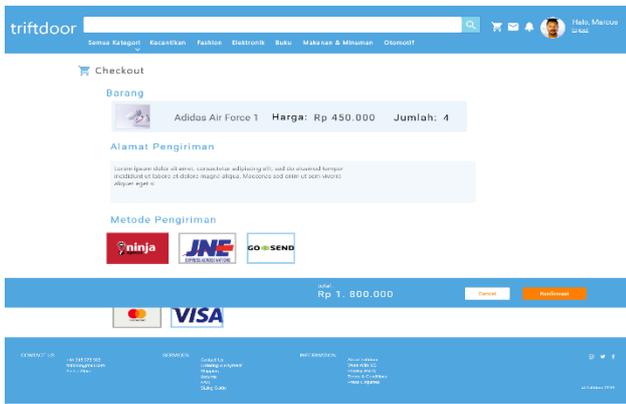
Gambar 3. Tampilan barang dan deskripsi

Gambar 3 menampilkan halaman tentang detail barang yang berisi deskripsi barang, ulasan tentang penjual dan juga ada saran untuk produk lainnya yang sejenis dengan barang yang sedang di cari.



Gambar 4. Tampilan Keranjang Belanja

Gambar 4 merupakan halaman keranjang, halaman ini menampilkan barang apa saja yang ada di dalam keranjang dan juga menampilkan jumlah uang yang harus dibayarkan.



Gambar 5. Tampilan Checkout

Pada gambar 5 ini adalah *checkout*, pengguna bisa memilih metode pembayaran yang akan di gunakan dan juga bisa memilih kurir pengiriman barang mana yang akan digunakan. Selain itu pengguna juga harus mengisi alamat pengiriman.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menggunakan metode *design thinking* dapat memudahkan pembuat keputusan baik pemrakarsa dan juga dari segi desainer untuk bisa menghasilkan inovasi yang dapat memecahkan masalah yang sedang dihadapi oleh calon pengguna^[5]. Atas dasar permasalahan yang terjadi, Thriftdoor di kembangkan menjadi solusi berupa website yang dapat diakses kapan saja di mana saja. Thriftdoor bertujuan untuk mempermudah para calon pengguna yang ingin menjual barang bekasnya dengan mudah. Oleh karena itu dengan penerapan metode *design thinking* ini diharapkan dapat digunakan secara efektif untuk membangun ide startup. Metode *design thinking* memungkinkan pengembang untuk mengumpulkan informasi tentang apa yang dibutuhkan oleh pengguna sehingga pengembang dapat mengembangkan ide dan juga berinovasi.

Website Thriftdoor ini nantinya akan memiliki beberapa fitur utama yaitu:

- Search Box yang dapat di gunakan pengguna untuk mencari barang yang mereka butuhkan dengan cepat dan akurat.
- Fitur beli yang memungkinkan pengguna membeli barang yang ada di website.
- Fitur jual yang memungkinkan pengguna menjual barang mereka yang sudah tidak terpakai maupun barang yang memang sudah ingin di jual.
- Fitur keranjang yang memudahkan pengguna untuk melihat barang apa saja yang akan mereka beli dan juga dapat mengetahui total uang yang harus di bayarkan.
- Fitur checkout nantinya berguna untuk menyelesaikan transaksi antara pembeli dan penjual. Pada fitur ini pengguna dapat memilih metode pembayaran yang ingin mereka gunakan.

Selain fitur di atas masih banyak fitur pelengkap yang nantinya akan ada di website yang bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk mengoperasikannya.

Pada tahapan *testing* beberapa calon pengguna menginginkan di tambahkannya beberapa fitur baru dan juga desain dibuat lebih menarik, kemudian kami memutuskan untuk mendesain ulang website yang kami kembangkan agar sesuai dengan kemauan calon pengguna dan mereka merasa puas menggunakan website kami nantinya.

REFERENSI

- [1] Heryanto, Agus. 2017. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Kembali E-commerce Dengan Pendekatan Model Kesuksesan Sistem Informasi". Skripsi. FE. Manajemen. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- [2] Soyupak, Ozan dan Humanur Bagli. 2019. "Design Thinking as a Catalyst for Techonlogy Start-Ups". International Journal of Research in Business and Social Science. 8(4): 59-70
- [3] White, Sarah K. 2020. "What is design thinking? An agile methode for innovation". CXO Media.
- [4] Miller, Benjamin. "What is design thinking? (and what are the 5 stage associated with it?". 2017 [Online]. Available: <https://medium.com/@bhmillier0712/what-is-design-thinking-and-what-are-the-5-stages-associated-with-it-d628152cf220>
- [5] Amalina, Sabika. Wahid, Fathul. Farhani, Fiona. dan Setiani, Novi. 2017. "Rancangan Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking". Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi.
- [6] Jayani, Dwi. "Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh". 2019 [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>