

Perancangan Website Bisnis Thrifdoor Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking

by John Doe

Submission date: 02-Jun-2020 05:07PM (UTC+0700)

Submission ID: 1334651357

File name: Publikasi_Ilmiyah.docx (392.5K)

Word count: 1948

Character count: 12276

Perancangan Website Bisnis Thrifdoor Menggunakan Metode Pendekatan *Design Thinking*

Program Studi S1 Teknik Informatika
Universitas Islam Indonesia

Jl Kaliurang No.Km. 14,5, Krawitan, Umbulmartani, Ngemplak, Sleman, DIY 55584

Abstract—Maraknya *e-commerce* di Indonesia ini menandai kita akan memasuki era megatrend, yaitu era dimana transformasi sudah merambah ke setiap lapisan masyarakat. Hal ini terbukti dengan banyaknya muncul *e-commerce* baru yang bisa memudahkan para penggunanya untuk mencari barang yang mereka perlukan. Namun, *e-commerce* yang terkhusus menjual barang bekas masih sangat jarang dan kurang memadai. Oleh karena itu, penelitian ini akan mencoba mengembangkan platform yang di khusukan untuk menjual barang bekas yang berbasis website. Platform ini nantinya akan di kembangkan menggunakan metode pengembangan *design thinking* yang terdiri dari beberapa tahapan yaitu *empathize, define, ideate, prototype dan testing*. Metode ini menekankan pada proses desain yang dapat memberikan solusi dalam pemecahan masalah, selain itu metode ini banyak 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 sangat pesat. Sehingga dengan berkembang pesatnya teknologi di harapkan dapat menunjang dan memudahkan segala bentuk keperluan dan juga aktifitas manusia. Dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat tersebut manusia menjadi haus akan inovasi dan berlomba untuk menjadi yang terbaik sehingga dapat memecahkan masalah yang sedang di hadapi dengan cara yang paling inovatif.

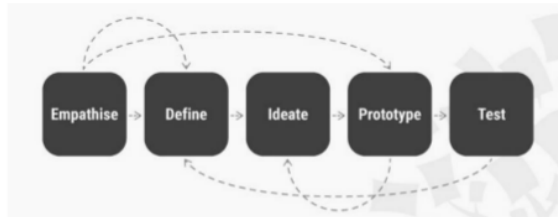
Teknologi informasi dapat di manfaatkan sebagai sarana perdagangan dengan cara elektronik atau yang sering kita dengar dengan istilah *e-commerce*.^[1] *E-commerce* merupakan salah satu inovasi yang muncul berkat pesatnya perkembangan teknologi dari tahun ke tahun, dengan memanfaatkan teknologi untuk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

Di Indonesia 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] Oleh karena itu banyak masyarakat yang beralih dari bisnis konvensional ke bisnis secara online yang di nilai lebih menguntungkan dan tidak memerlukan modal yang terlalu besar. Sehingga pengguna *e-commerce* di Indonesia semakin tahunnya mengalami peningkatan secara signifikan dan karena hal itu banyak

perusahaan yang mulai menerapkan sistem penjualan barang secara online sehingga pengguna dapat mengaksesnya dari mana saja dan kapan saja.^[1]

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 di fokuskan 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 di gunakan untuk pembuatan website bisnis Thrifdoor ini adalah *design thinking*. *Design thinking* adalah metode yang di gunakan untuk menemukan solusi dari suatu masalah dengan cara proses kolaboratif dengan calon pengguna sehingga produk yang di hasilkan 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 memantul di antara siklus dan proses yang Anda inginkan, hingga solusi dan desain yang tepat tercapai.^[3] Terdapat 5 tahapan dalam metode *design thinking*, 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] Sehingga memungkinkan mendapatkan wawasan tentang masalah yang sedang di hadapi, biasanya pada tahapan ini di lakukan dengan melakukan wawancara, observasi dan juga cara lainnya.

B. Define

Define merupakan tahap kedua, pada tahapan akan di gunakan untuk mengumpulkan semua informasi yang di dapat pada tahap *empathize*.^[4] Setelah mengumpulkan informasi tersebut kemudian mengerucutkan masalah dan juga menganalisa 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 di tampung untuk mencari solusi permasalahan yang sedang di hadapi calon pengguna. Setelah terkumpul kemudian ide-ide tersebut di uji untuk menemukan mana ide yang terbaik yang dapat di gunakan untuk menyelesaikan masalah tersebut.

D. Prototype

Tahap *prototype* ini berguna untuk mengimplementasikan ide yang sudah di dapat dalam tahap sebelumnya menjadi sebuah aplikasi / produk uji coba. *Prototype* bisa juga di gunakan untuk pengujian yang di lakukan 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 di buat pada tahap sebelumnya akan di ujicoba untuk melihat seberapa baik *prototype* tersebut menyelesaikan/menangani masalah yang sudah di analisis pada tahap satu dan juga dua.^[4] Setelah *prototype* yang merupakan contoh produk tersebut di ujicobakan 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 di kembangkan sebagai solusi dari permasalahan yang di hadapi oleh para pengguna *e-commerce* yaitu sulitnya menemukan *e-commerce* yang di khususkan 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 di dapatkan beberapa poin-poin penting yaitu :

A. Empathize

Pada tahapan *empathize* ini kami memposisikan sebagai pengguna yang sering menggunakan *platform e-commerce* yang sudah ada selain itu di lakukan juga observasi secara langsung

dan membagikan kuisioner secara online kepada para pengguna *e-commerce*. Pada tahapan ini di dapat beberapa kesimpulan tentang apa yang di inginkan oleh para pengguna *e-commerce*, yaitu :

- Para pengguna menginginkan adanya *platform e-commerce* baru yang bisa 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 di operasikan dan juga memiliki fitur-fitur yang lengkap.

Dari hasil tersebut dapat kita gunakan sebagai acuan maupun referensi dalam pengembangan *e-commerce* thriftdoor yang kami rancang untuk sehingga bisa sesuai dengan kebutuhan dan mampu menyelesaikan masalah yang sedang di hadapi oleh pengguna.

B. Define

Tahapan ini berguna untuk mengerucutkan beragam kebutuhan pengguna hasil dari tahap *empathize*.^[5] kemudian macam-macam kebutuhan tersebut di dapat dikelompokkan menjadi beberapa kategori

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

Tabel 1. Kategori Permasalahan

C. Ideate

Pada tahapan sebelumnya kita sudah mengetahui kebutuhan pengguna, sehingga kita bisa mencari solusi yang dapat menyelesaikan masalah yang sedang di hadapi oleh calon pengguna. Dalam tahapan *ideate* ini tim kami melakukan tahapan *brainstorming* untuk menghasilkan ide-ide yang bisa membantu calon pengguna., Dari tahapan *brainstorming* tersebut kita mendapatkan solusi untuk permasalahan yang sedang di hadapi oleh calon pengguna.

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

Tabel 2. Hasil Solusi

D. Prototype

Pada tahapan di buat desain antar muka pertama yang di rancang untuk mengatasi masalah yang sedang di hadapi oleh calon pengguna, nantinya desain antar muka awal ini akan di ujikan kepada calon pengguna agar kita dapat mendapat *feedback* untuk improvisasi aplikasi nantinya, sehingga aplikasi yang kami buat nantinya benar-benar sesuai dengan apa yang di butuhkan oleh calon pengguna dan juga adapat membantu mereka menyelesaikan masalah yang sedang di hadapi.

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 dual / deskripsi untuk barang yang akan di jual
4.	Ulasan	Memungkinkan pengguna untuk memberikan ulasan tentang produk yang ia beli dan juga bisa sebagai ukuran bahwa seller tersebut trusted / tidak
5.	Beli	Memungkinkan pengguna untuk membeli barnag yang di jual di website
6.	Jual	Memungkinkan pengguna untuk menjual barany yang

		ingin dia jual di laman website
7.	Tambah Keranjang	Memungkinkan pengguna menambahkan barang yang dia ingin kan ke dalam keranjang belanjaan
8.	Profile	Menampilkan informasi tentang data diri pengguna
9.	Kategori Pilihan	Menampilkan sub kategori dari kategori yang sudah di pilih 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.	Chekout	Memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan proses transaksi dengan membayar barang yang akan dia beli

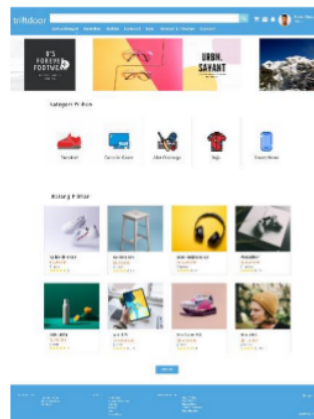
Tabel 3. Fungsi Menu

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

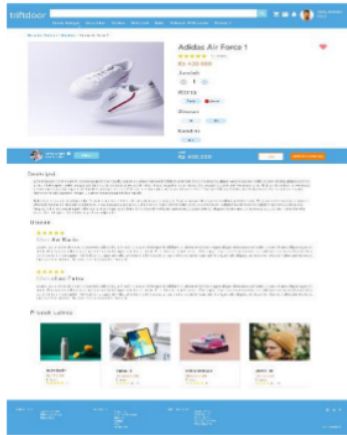
Pada tahapan test ini kami melakukan pengujian langsung di lapangan, pada tahap test ini kami bertujuan untuk mendapatkan *feedback* dari pengguna untuk memperbaiki *prototype* yang sudah ada.

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



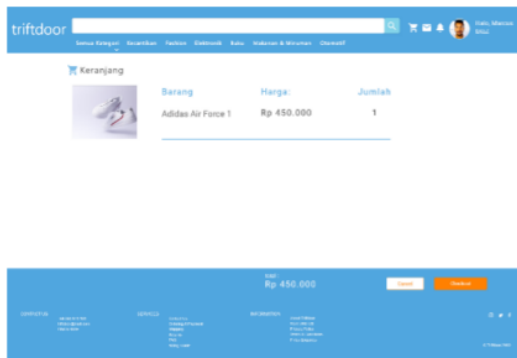
Gambar 2. Homepage Thriftdoor

Gambar 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.



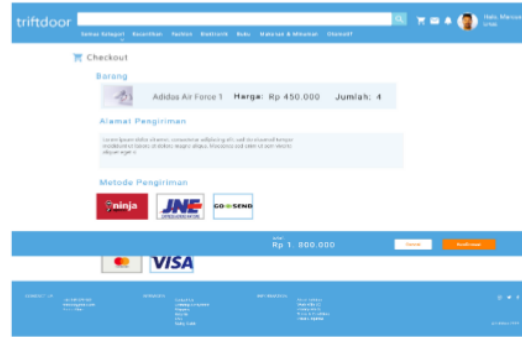
Gambar 3. Tampilan barang dan deskripsi

Gambar di atas menampilkan halaman tentang *detail* barang yang berisi deskripsi barang, ulasan tentang penjual dan juga ada saran produk lainnya.



Gambar 4. Tampilan Keranjang Belanja

Gambar di atas adalah halaman keranjang, halaman ini menampilkan barang apa saja yang ada di dalam keranjang dan juga menampilkan jumlah uang yang harus di bayarkan.



Gambar 5. Tampilan Checkout

Pada halaman checkout ini pengguna bisa memilih metode pembayaran yang akan di gunakan dan juga bisa memilih kurir pengiriman barang mana yang akan di gunakan. Selain itu pengguna juga harus mengisi alamat pengiriman.

IV. KESIMPULAN

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

REFERENCES

- [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 Techonolgy 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/@bhmliller0712/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 Informatika.

Perancangan Website Bisnis Thrifdoor Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

pdfs.semanticscholar.org

Internet Source

3%

2

Submitted to Universitas Brawijaya

Student Paper

2%

3

id.scribd.com

Internet Source

1%

4

www.jurnal-ppni.org

Internet Source

1%

5

Submitted to Universitas Merdeka Malang

Student Paper

1%

6

Tony Yuri Rahmanto. "Penegakan Hukum terhadap Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Elektronik", Jurnal Penelitian Hukum De Jure, 2019

Publication

1%

7

candrakira.blogspot.com

Internet Source

<1%

Submitted to Universiti Sains Malaysia

8

Student Paper

<1%

9

hargapaketlengkap.blogspot.com

Internet Source

<1%

10

culas.blogspot.com

Internet Source

<1%

11

blog.jaringanhosting.com

Internet Source

<1%

12

Submitted to Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta

Student Paper

<1%

13

digilib.unikom.ac.id

Internet Source

<1%

14

ivanprakasa.com

Internet Source

<1%

15

Submitted to Universitas Muhammadiyah
Surakarta

Student Paper

<1%

16

www.scribd.com

Internet Source

<1%

17

id.123dok.com

Internet Source

<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Perancangan Website Bisnis Thrifdoor Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4
