



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

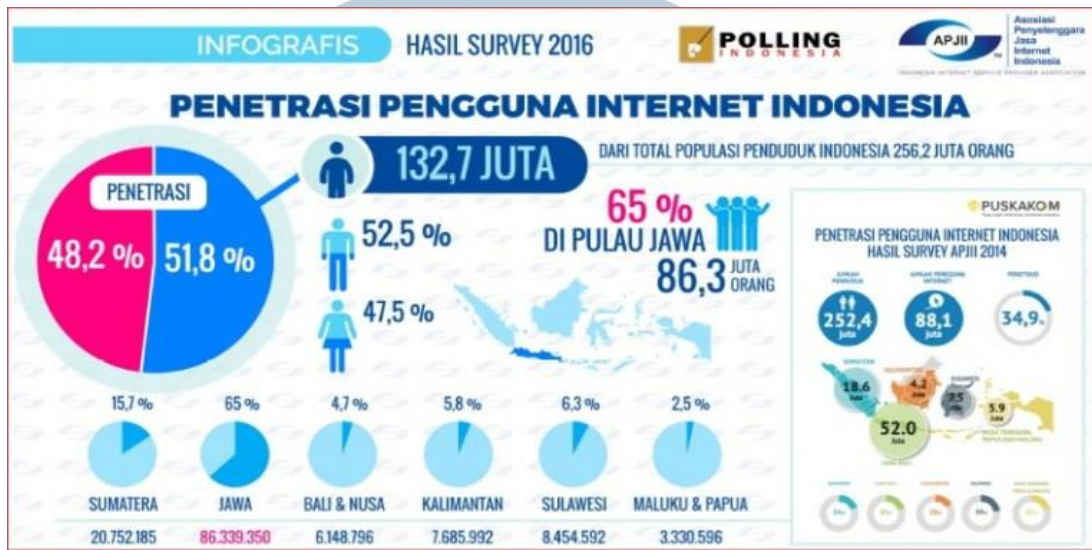
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Internet merupakan hasil dari perkembangan teknologi yang sekarang telah menjadi sebuah “kebutuhan” wajib bagi jutaan orang di seluruh dunia (Simamora, 2012). Indonesia sendiri merupakan negara di Asia Tenggara yang memiliki jumlah peningkatan pengguna internet terbesar pada tahun 2010 di wilayah Asia Tenggara, dengan peningkatan sebesar 32% (Radwanick, 2011). Perkembangan pengguna internet telah berkembang dengan cukup cepat. Hal ini di buktikan oleh survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016 yang memperoleh hasil bahwa, jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2016 adalah 132,7 juta *user* atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta. Dibandingkan dengan tahun 2014 dengan pengguna internet sebanyak 88,1 juta terjadi kenaikan sebanyak 44,6 juta *user* dalam kurun waktu 2 tahun (2014-2016). Gambar 1.1 merupakan hasil survey APJII pada tahun 2016.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 1. 1 Hasil Survey Pengguna Internet oleh APJII 2016

Sumber: (APJII, 2017)

Salah satu dampak dari perkembangan *internet* adalah pada bidang ekonomi. Perkembangan *internet* dalam bidang ekonomi ditandai dengan lahirnya *e-business* dan *e-commerce* yang merupakan bagian dari *e-business* (Satnalika, 2015). Menurut Steven Alter pada bukunya yang berjudul “*Information System: Foundation of E-business*” pengertian *e-business* diartikan sebagai “praktek pelaksanaan dan pengelolaan proses bisnis utama, seperti perancangan produk, pengelolaan bahan baku, manufaktur, penjualan, pemenuhan pesanan dan penyediaan servis melalui penggunaan teknologi komunikasi” atau dengan kata lain yaitu proses bisnis suatu perusahaan yang dilakukan secara terkomputerisasi (Shipsey, 2010). Baik dari segi proses bisnis hingga ke proses produksi. Sedangkan *e-commerce* diartikan sebagai “proses membeli dan menjual produk – produk secara elektronik antara produsen dan konsumen maupun sesama

produsen dengan menggunakan internet dan komputer sebagai perantara transaksi bisnis”. Menurut Sidhartha Reddy Vatraru, *e-commerce* merupakan bagian dari pada *e-business*. *E-commerce* merujuk pada proses transaksi penjualan dan pembelian yang dilakukan dalam *e-business* mencakup pencarian produk, hingga ke pembayaran yang dilakukan lewat media virtual (Vatraru, 2014).

Salah satu perkembangan dari pada *e-commerce* adalah *m-commerce* atau *mobile-commerce* yang diartikan sebagai proses transaksi jual beli barang atau jasa yang dilakukan diatas jaringan telekomunikasi. Atau yang dapat di jelaskan secara singkat sebagai transaksi *e-commerce* yang dilakukan secara *mobile* tidak terbatas ruang atau waktu melalui aplikasi *mobile* (Simamora, 2012).

Pesatnya perkembangan *m-commerce* tidak terlepas dari pembuatan aplikasi *mobile* yang baik. Aplikasi *mobile* diperlukan sebagai alat komunikasi dan jual/beli antara *customer* dengan *seller* (Szekely, 2018). Dalam pembuatan aplikasi juga harus memperhatikan *user interface* yang dibuat. Dengan adanya *user interface* yang baik akan memudahkan interaksi antara *user* dengan system. Sebaliknya *user interface* yang kurang baik akan menghasilkan tampilan yang akan menyulitkan *user* dalam mengoperasikan website yang akan berujung pada tidak tercapainya tujuan yang diinginkan oleh *user* (Interaction Design Foundation, 2014).

Vinandotech merupakan sebuah badan usaha yang bergerak dibidang jual, beli perangkat komputer dan perakitan komputer. Sebelumnya proses bisnis yang berjalan pada Vinandotech ini masih menggunakan sistem tatap muka dan menggunakan media

telepon. Bapak Fernando Theo selaku pemilik dari Vinandotech mengakui bahwa proses pemesanan ini dinilai cukup tidak nyaman karena vinandotech dan pelanggan harus melakukan dialog secara terus menerus mengenai komponen yang akan dipakai dalam pembangunan pc sehingga akan merepotkan jika ada lebih dari 1 pelanggan yang melakukan pemesanan secara bersamaan. Vinandotech tertarik untuk memasuki era digital agar dapat meningkatkan penjualan mereka. Namun Vinandotech belum memiliki aplikasi maupun website *e-business* untuk menunjang usahanya.

Oleh karena itu, pada penelitian ini akan dilakukan analisa dan perancangan terhadap aplikasi *mobile* untuk Vinandotech. Perancangan yang dilakukan meliputi perancangan tampilan aplikasi dan perancangan alur proses aplikasi menggunakan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana merancang proses sistem aplikasi *m-commerce* Vinandotech yang berguna untuk menunjang bisnis Vinandotech?
2. Bagaimana merancang tampilan aplikasi *mobile* Vinandotech agar mudah digunakan?

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.3 Batasan Masalah

1. Penelitian ini hanya berfokus merancang aplikasi Vinandotech untuk platform *android*.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian adalah:

1. Mendapatkan hasil rancangan *user interface* untuk aplikasi Vinandotech
2. Mendapatkan hasil rancangan sistem aplikasi vinandotech.

Manfaat dari dilakukannya penelitian adalah:

1. Memberikan kemudahan bagi *customer* dalam mencari barang di aplikasi *mobile* Vinandotech.

1.5 Hasil dan Keluaran

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah *prototype* aplikasi *mobile* vinandotech.

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A