

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut (Saputra 2019), pedagang keliling merupakan salah satu jenis usaha sektor informal yang sudah melekat di kehidupan masyarakat Indonesia. Pedagang keliling melakukan usahanya dengan menggunakan sebuah alat transportasi seperti motor, mobil, atau bahkan sepeda yang kemudian dikendarai sekitar perumahan atau lokasi tertentu untuk mencari pembeli. Cara penjual memberitahu keberadaannya di suatu lokasi biasa dengan menggunakan suara saat mengendarai alat transportasinya. Produk yang dijual oleh pedagang keliling beragam, mulai dari makanan, minuman, perabotan rumah, hingga pernak-pernik, namun pada perancangan kali ini, penulis hanya memfokuskan kepada penjualan makanan.

Keberadaan pedagang keliling sudah melekat kepada kehidupan masyarakat Indonesia hingga bahkan dapat dikategorikan layaknya budaya. Namun, seiring perkembangan teknologi informasi dan globalisasi, seperti meningkatnya penggunaan internet, pedagang keliling belum memanfaatkan teknologi tersebut dalam aktivitas perdagangannya. Oleh karena itu, para pedagang belum dapat memaksimalkan efisiensi penjualan mereka, serta dengan munculnya aplikasi-aplikasi pemesanan makanan secara daring, fenomena berdagang keliling semakin tertinggal dan cenderung dilupakan oleh masyarakat, yang mengakibatkan penghasilan para pedagang keliling menurun.

Salah satu faktor penyebab kurangnya minat konsumen untuk beli dari pedagang keliling adalah beberapa masalah dan kerumitan yang muncul saat ingin membeli. Menurut studi yang dilakukan oleh Saputra (2019) pada skripsinya, hasil kuisisioner membuktikan, 56 dari 70 orang calon pembeli membatalkan transaksi hanya karena keberadaan dan lokasi pedagang keliling tidak diketahui oleh calon pembeli. Masalah ini dikonfirmasi dari pengambilan data yang dilakukan penulis sendiri melalui platform media sosial *instagram* kepada 98 orang responden dimana

88% atau 86 orang merasa bahwa responden sering kesulitan saat ingin membeli produk pedagang keliling, seperti menunggu lama namun tak kunjung datang, atau datang di waktu yang tidak tepat.

Konsumen di era ini sangat mementingkan kenyamanan proses pembelian. Salah satu masalah utama dalam proses jual beli adalah terlewatnya pedagang keliling saat melewati calon pembeli. Masalah lain muncul ketika penjualan keliling dilakukan di area yang tidak optimal atau tidak ramai pembeli, seperti area yang sulit diakses ketika ingin membeli pedagang keliling, seperti perumahan yang sepi atau apartemen. Masalah lain juga terjadi seperti kesalahan estimasi jumlah pembeli, dimana diakhir sesi penjualan masih banyak sisa produk yang tidak terjual, atau sebaliknya.

Fenomena pedagang keliling juga dimanfaatkan oleh pengusaha dan perusahaan makanan yang memiliki toko fisik seperti produk roti, es krim, dan lain-lain. Penjualan keliling dilakukan dengan tujuan meningkatkan penjualan. Bagi para pebisnis baru, menyewa sebuah toko fisik bukanlah sesuatu yang mudah dikarenakan harga yang terus meningkat setiap tahunnya, maka salah satu cara alternatif adalah untuk memulai adalah berjualan tanpa toko fisik terlebih dahulu. Salah satu cara berjualan tanpa toko fisik adalah dengan berkeliling namun jika permasalahan yang disebutkan diatas masih belum terpecahkan, para pengusaha baru akan sulit menjalankan bisnis mereka.

Maka dari itu, penulis merancang sebuah aplikasi penjualan keliling yang berbasis geolokasi, yaitu sistem indikasi lokasi geografis yang berdasarkan radar, atau GPS (*Global Positioning Sistem*), yang memudahkan pembeli menemukan pedagang, fitur chat untuk memudahkan komunikasi antar pelaku jual beli, analisis area dan penentuan rute keliling yang optimal dan terjadwal setiap harinya. Dengan aplikasi ini, akan muncul sebuah konsep model bisnis baru "*Internet-based Mobile Store*" atau toko bergerak yang berdasarkan internet.

Perancangan merupakan lanjutan dari *project* yang penulis lakukan pada semester 6 MBKM Cluster Kewirausahaan, dimana penulis bersama kelompok

telah membuat konsep ide bisnis startup aplikasi bernama Kelilink, dimana penulis membuat tampilan aplikasi dua arah untuk penjual dan pembeli. Namun, pada project tersebut, penulis dan kelompok hanya memfokuskan pada aplikasi sisi pembeli, dan dari sisi pedagang belum dibuat dengan lengkap dan dirancang dengan baik karena keterbatasan waktu.

Maka pada perancangan ini, penulis membuat antarmuka aplikasi dengan konsep dari Kelilink yang diciptakan pada MBKM, namun dari sisi pedagang serta dengan desain yang berbeda dan lebih baik, berdasarkan feedback yang telah diterima sebelumnya, maka dari itu aplikasi Kelilink sisi pedagang dilakukan perombakan ulang dan diciptakan mulai dari tahap pertama lagi, dengan *style* desain yang baru dan berbeda.

Berdasarkan tiga *pillar* dari DKV yaitu identifikasi, persuasi dan informasi, perancangan difokuskan kepada *pillar* ketiga yaitu informasi karena hasil desain dapat menyediakan informasi yang tepat mengenai keberadaan dan lokasi pedagang keliling untuk memecahkan masalah utama yaitu lokasi pedagang keliling yang tidak diketahui sehingga menyebabkan konsumen membatalkan pembelian, dan masalah desain yaitu tidak ada media, platform atau sarana bagi pedagang dan konsumen untuk komunikasi, interaksi dan melakukan transaksi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diangkat, beberapa masalah yang dapat dirumuskan adalah:

1. Pendapatan pedagang keliling dari tahun ke tahun semakin menurun.
2. Pedagang keliling belum memanfaatkan teknologi informasi dalam kegiatan penjualan produk sehingga penjualan tidak efisien.
3. Konsumen kesulitan sehingga mengurungkan niatnya untuk membeli dari pedagang keliling karena lokasinya yang tidak diketahui.
4. Minimnya media, sarana atau platform untuk pedagang keliling dan konsumennya untuk interaksi, komunikasi dan melakukan transaksi.

Merujuk pada rumusan masalah diatas, penulis mengajukan penelitian desain dengan pernyataan: Bagaimana perancangan tampilan antar muka aplikasi untuk pedagang keliling yang mudah digunakan, intuitif, dan baik secara visual.

1.3 Batasan Masalah

Batasan topik atau pengertian yang akan dibahas atau dikemukakan dalam penulisan laporan perancangan. Hal ini membatasi pembahasan agar tidak melebar, menjadi fokus dan tertib dalam penjabarannya. Hal yang dikemukakan pada bagian ini adalah mempersempit atau membatasi variabel-variabel yang menjadi objek perancangan, subjek/khalayak sasaran atau lokasi yang berhubungan dengan perancangan.

Berdasarkan data dari BPS dan UNICEF, berikut adalah batasan masalah yang telah diambil dari latar belakang, yaitu:

1. Demografis

- a. Usia: Dewasa Muda 21-36 tahun.
- b. Jenis kelamin: Laki-laki
- c. Status Ekonomi Sosial (SES): D – B1

2. Geografis

- a. Negara: Indonesia
- b. Provinsi: Banten
- c. Kota: Tangerang Selatan

3. Psikografis

- a. Pedagang keliling yang ingin memaksimalkan penjualan.
- b. Pedagang keliling yang dapat mengoperasikan *smartphone*.
- c. Orang yang mementingkan kenyamanan proses jual beli

- d. Pengusaha yang ingin membuka usaha jual beli makanan baru dan mendiversifikasi metode jualannya dan ekspansi bisnis ke metode keliling.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merancang sebuah tampilan antarmuka untuk aplikasi multi-platform baru bernama “Kelilink” yang mudah digunakan dan intuitif sehingga dapat membantu proses jual-beli pedagang keliling agar memudahkan penjual dan pembeli melakukan transaksinya serta akhirnya membuka peluang kepada pengusaha dan pebisnis untuk melakukan jual belinya secara mobile atau keliling, serta aplikasi tersebut yang berpotensi menjadi startup perusahaan berbasis teknologi baru yang dapat menciptakan budaya bisnis baru yaitu secara internet-based mobile store.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Dengan adanya perancangan tampilan aplikasi pada Tugas Akhir, manfaat yang ingin didapatkan bagi penulis, masyarakat, dan universitas adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk penulis, perancangan tugas akhir mampu memberikan pengalaman serta menjadi proyek yang dapat memanfaatkan ilmu dan kompetensi yang telah didapatkan selama belajar di Universitas Multimedia Nusantara. Hasil karya pada tugas akhir menjadi portofolio penulis, serta mendapatkan ilmu yang lebih mendalam mengenai topik yang telah dipilih.
- 2) Untuk masyarakat, perancangan tugas akhir ini diharapkan menambahkan ilmu dan meningkatkan pengetahuan masyarakat akan masalah yang sedang terjadi mengenai pedagang keliling.
- 3) Untuk Universitas Multimedia Nusantara, diharapkan Tugas Akhir ini dapat menambah kontribusi karya tugas akhir mahasiswa, serta diharapkan dapat menjadi sumber dan referensi bagi karya tulis lainnya,