

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Shop and Drive merupakan sebuah anak perusahaan dari PT Astra Otoparts yang telah berdiri sejak tahun 2000 dan berfokus pada penyedia produk suku cadang untuk kendaraan roda empat dan roda dua. Semenjak dari awal Shop and Drive berdiri, mereka menyediakan jasa untuk para konsumen secara *offline* atau datang secara fisik ke lokasi. Pada tahun 2015 PT Astra Otoparts meluncurkan aplikasi Shop and Drive untuk memberikan layanan kepada konsumen secara *online*. Menurut data yang telah dikumpulkan oleh Badan Pusat Statistik, pada tahun 2020-2022 kendaraan bermotor yang terdapat di Jakarta terus bertumbuh, terutama untuk tahun 2022 dimana jumlah sepeda motor dan mobil penumpang di Jakarta bertumbuh sebanyak 4.02% dari tahun 2021 (Korlantas Polri, 2022). Jumlah kendaraan yang semakin banyak, maka akan semakin banyak juga kendaraan yang membutuhkan jasa *maintenance*.

Suatu desain dapat ditemukan berhasil atau gagal karena manusia dapat memahaminya, mempelajarinya, dan menggunakannya secara efektif (Johnson, 2020). Berdasarkan wawancara dengan ahli, kuesioner dan *Focus Group Discussion* yang telah dilakukan. Ditemukan masalah yang terdapat pada aplikasi Shop and Drive seperti kurangnya informasi pada beberapa fitur yang membuat *user* merasa kebingungan, *user journey* pada pada aplikasi yang kurang efektif menyebabkan *user* membutuhkan waktu yang lebih lama untuk menyelesaikan *task* nya, penggunaan *layout* atau visual yang sudah *outdated* membuat *user* merasa kurang familiar dengan desain aplikasi menyebabkan *user* membutuhkan waktu lebih lama untuk mengambil aksi, letak tombol menambahkan kendaraan yang tidak berada pada fiturnya menyebabkan *user* kebingungan cara menambahkan kendaraan, tidak ada penggunaan ilustrasi pada *page* yang kosong membuat *user* mengira bahwa *page* tersebut sedang *loading* padahal tidak, daftar kontak pada fitur *emergency* yang membingungkan dan kurang sesuai dengan kebutuhan *user*.

Berdasarkan masalah yang telah disebutkan, dengan menggunakan analisis UX *Honey Comb* ditemukan bahwa fitur atau desain yang dimiliki oleh aplikasi Shop and Drive masih memiliki masalah dari segi *usable* dan *findable*. Hal ini sesuai dengan analisis teori aspek *usable* yang membuktikan bahwa *layout* atau visual yang digunakan pada aplikasi Shop and Drive sudah *outdated* dan menyebabkan *user* merasa tidak familiar, teori aspek *findable* membuktikan *user* masih mengalami kesulitan dalam bernavigasi ketika menggunakan aplikasi. Berdasarkan fenomena dan masalah desain yang telah disebutkan, jika aplikasi Shop and Drive tidak dilakukan pengembangan, dapat berdampak dengan rasa kekecewaan *user* Shop and Drive. Kehadiran aplikasi tidak memberikan dampak apapun, dan *user* berhenti menggunakan jasa aplikasi Shop and Drive karena merasa aplikasi ini kurang bermanfaat dan kurang efisien.

Aplikasi Shop and Drive perlu untuk dirancang ulang untuk menambahkan dan memaksimalkan peran dan fungsi aplikasi ketika digunakan. Pengguna tidak hanya melihat keindahan visual tetapi juga pengalaman yang mudah dan desain yang cerdas dengan antarmuka dan desain yang efektif (Kumar, 2019). Desain yang hanya mementingkan keindahan dari segi visual saja tidak akan menyelesaikan masalah yang dimiliki oleh pengguna. Aplikasi Shop and Drive memiliki peluang besar untuk memberikan layanan yang lebih baik kepada masyarakat, namun tanpa adanya pembaruan yang signifikan hal tersebut tidak akan terjadi. Maka dari itu, perancangan ulang UI/UX Shop and Drive dibutuhkan. Perancangan ulang ini diharapkan dapat memudahkan masyarakat dalam menggunakan jasa Shop and Drive dimanapun.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan, pertanyaan penelitian yang di tentukan oleh penulis adalah: Bagaimana perancangan ulang UI/UX aplikasi Shop and Drive untuk meningkatkan pengalaman user dalam menggunakan jasa Shop and Drive?

1.3 Batasan Masalah

Adapun masalah yang ada dalam perancangan media informasi ini dibatasi pada aspek target audiens yang dijabarkan sebagai berikut:

1.3.1 Demografis

- a. Usia : 20-39 tahun
- b. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- c. Tingkat Ekonomi : SES A-B

1.3.2 Geografis

- a. Negara: Indonesia
- b. Daerah: Jabodetabek

Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik pada 2022, DKI Jakarta menempati posisi kedua dalam jumlah kendaraan terbanyak di Indonesia, dengan lokasi kantor pusat Astra Otoparts yang terletak di Jakarta Utara.

1.3.3 Psikografis

- a. Sering menggunakan kendaraan pribadi untuk beraktivitas
- b. Kendaraan pribadi sudah tidak ada garansi dari bengkel resmi
- c. Tidak memiliki waktu untuk ke bengkel sehingga menggunakan jasa *online*
- d. Lebih mengutamakan menggunakan bengkel yang terpercaya

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Sesuai yang telah dipaparkan, tujuan tugas akhir yakni merancang ulang UI/UX Shop and Drive yang lebih efektif untuk meningkatkan pengalaman pengguna dengan usia 20-39 tahun.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Berikut manfaat dari perancangan tugas akhir menurut penulis yang akan dibagi dalam 3 bagian:

1. Manfaat untuk penulis

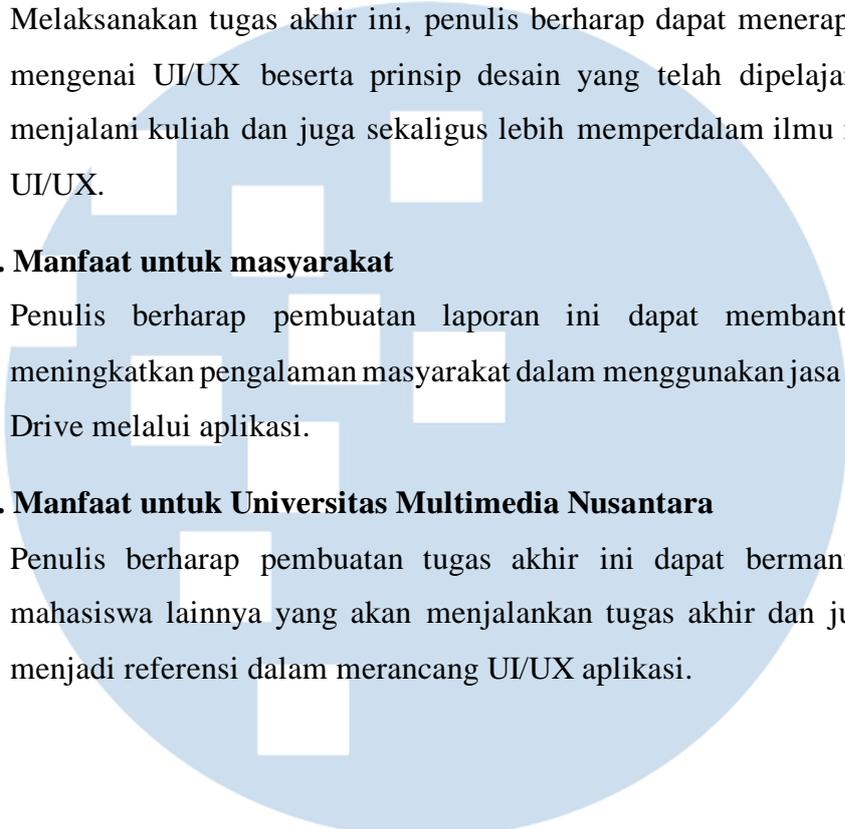
Melaksanakan tugas akhir ini, penulis berharap dapat menerapkan ilmu mengenai UI/UX beserta prinsip desain yang telah dipelajari selama menjalani kuliah dan juga sekaligus lebih memperdalam ilmu mengenai UI/UX.

2. Manfaat untuk masyarakat

Penulis berharap pembuatan laporan ini dapat membantu dalam meningkatkan pengalaman masyarakat dalam menggunakan jasa Shop and Drive melalui aplikasi.

3. Manfaat untuk Universitas Multimedia Nusantara

Penulis berharap pembuatan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa lainnya yang akan menjalankan tugas akhir dan juga dapat menjadi referensi dalam merancang UI/UX aplikasi.

A large, light blue circular watermark logo is centered on the page. It features a stylized 'U' shape with a vertical bar through the center, resembling a simplified 'U' or a similar symbol.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA