

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Digitalisasi adalah sebuah proses perubahan dari penggunaan media tradisional ke dalam media digital. Sebuah digitalisasi dapat membantu berjalannya sebuah proses penyederhanaan pekerjaan dalam bisnis sehingga sebuah pekerjaan dapat diselesaikan secara lebih efisien dan efektif. *Laundry* adalah sebuah proses cuci dan merawat pakaian yang berfungsi untuk menjaga pakaian agar tetap bersih dan terawat. Menurut Kuswiyata (2016), *laundry* dapat didefinisikan sebagai sebuah proses pencucian pakaian yang menggunakan air dan deterjen untuk mencucinya. Berdasarkan data yang diutarakan Joe (2023), hingga tahun 2024 *market size* dari bisnis *laundry* di Indonesia berada sekitar 4,6 miliar USD atau setara hampir 72 triliun rupiah. Saku Laundry merupakan salah satu implementasi digitalisasi bisnis *laundry* dalam bentuk aplikasi yang memiliki fungsi untuk berbagai macam kebutuhan regulasi bisnis *laundry*. Saku Laundry tidak hanya dapat menghubungkan layanan jasa *laundry* dengan pelanggan namun juga dapat menjadi sebuah sistem keamanan untuk para *merchant laundry*. Dibawah naungan PT Saku Digital Solusindo, Saku Laundry memiliki berbagai fitur-fitur canggih seperti layanan *cashless* (*e-wallet* / *QRIS*), *promo code*, *e-voucher*, dan fitur-fitur IoT lainnya untuk berbagai mesin cuci. Fitur-fitur yang mendukung operasional berjalannya digitalisasi bisnis *laundry* ini tentu dapat sangat mendorong perkembangan usaha bisnis *laundry* yang ada.

Pada sisi pelanggan *laundry*, saat ini seringkali ditemukan berbagai kesalahan-kesalahan teknis yang dilakukan *outlet laundry* seperti baju tertukar, kerusakan pakaian/baju, dan keterlambatan estimasi pencucian akibat kurangnya pengawasan operasional *laundry*, proses pencucian yang tidak tepat, dan sulitnya memilih *laundry* yang terpercaya. Penulis juga melaksanakan *initial user testing* melalui metode wawancara para pengguna Saku Laundry yang saat ini masih

didominasi pemilik bisnis *laundry* yang masih menggunakan cara manual *maintenance* bisnisnya seperti pencatatan transaksi menggunakan nota tertulis dan penghitungan menggunakan pembukuan secara tradisional untuk meneliti berbagai fenomena yang terjadi pada layanan *laundry* serta eksisting aplikasi Saku Laundry. Metode pencatatan manual seperti ini tentu memiliki risiko yang cukup besar seperti hilang, rusak karena terkena air, ataupun sulitnya untuk memastikan kebenaran datanya. Melalui *initial user testing* tersebut, didapati bahwa aplikasi Saku Laundry sangat membantu dalam hal kontrol dan dapat memberikan *support* terhadap berjalannya operasional *laundry* sehari-hari. Fitur yang paling sering digunakan responden sejauh ini ialah fitur “*order*” dan fitur “*transfer item*”. Fitur-fitur pada aplikasi tentunya sangat membantu kebutuhan *laundry* namun diferensiasi antar opsi layanan masih sangat sulit dibedakan. Hal ini diperkuat dengan pendapat responden mengenai tampilan aplikasi yang masih sangat kurang dan sangat memerlukan perbaikan agar pengguna dapat lebih mudah dan cepat mengerti mengenai fitur-fitur yang tersedia di Saku Laundry. Beberapa diantaranya ketika dalam menambahkan *input order* yang masuk, responden mengaku sulit untuk memilih jenis layanan *laundry* yang dipilih *customer* karena kurang adanya penekanan dan penyatuan pada halaman-halaman fitur yang sejenis dalam tampilan aplikasi Saku Laundry. Selain itu, penulis menemukan bahwa Saku Laundry juga memiliki kompetitor aplikasi serupa namun dengan fitur yang jauh lebih sedikit tetapi dengan tampilan antarmuka yang lebih terstruktur yang dirancang sesuai dengan teori-teori UI/UX seperti *Jacob’s Law* yang menjelaskan tentang kecenderungan manusia saat menggunakan sebuah produk berdasarkan pengalamannya terhadap produk-produk lainnya, psikologi manusia dalam teori Gestalt, dan lainnya sehingga memiliki pengguna yang jauh lebih banyak. Padahal, Saku Laundry memiliki fitur-fitur yang lebih banyak dan unggulan seperti salah satunya fitur IoT yang mampu mengamankan transaksi pesanan *laundry*, namun tidak dapat ter-*deliver* dengan baik kepada para pengguna aplikasi *laundry*. Fitur-fitur untuk pelanggan *laundry* saat ini juga ditemukan belum berjalan dengan maksimal serta tampilannya yang tidak intuitif membuat para pelanggan enggan menggunakan aplikasi sehingga Saku Laundry saat ini

masih sangat didominasi penggunaannya oleh para *owner* untuk mengamankan bisnis dan operasional *laundry* saja.

Aplikasi yang sudah didownload lebih dari 5.000 pengguna ini, terakhir diperbaharui pada tahun 2024 dengan versi 2.4, namun belum menunjukkan pembaharuan yang signifikan pada aspek peningkatan fungsi dan fiturnya dari segi pengalaman pengguna dan tampilan antarmukanya. Apabila masalah ini terus berlanjut maka aplikasi Saku Laundry dapat kesulitan untuk mengembangkan bisnisnya serta kalah saing dan cepat atau lambat ditinggalkan para penggunanya. Aplikasi yang baik dan diminati pengguna adalah aplikasi yang dapat membantu para penggunanya dalam mengerjakan berbagai tugas-tugas tertentu yang diharapkan (Sanjaya, 2015).

Oleh karena itu, penulis melakukan perancangan ulang UI/UX Saku Laundry. Perancangan ulang media UI/UX ini dibutuhkan agar dapat meningkatkan pengalaman dalam kemudahan bernavigasi, memahami dan memanfaatkan fitur dan layanan yang tersedia pada aplikasi baik untuk pelanggan ataupun *owner* usaha *laundry*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang yang sudah dipaparkan, maka ditemukan masalah-masalah yang terdapat pada aplikasi Saku Laundry:

- 1) Kesulitan menemukan berbagai jenis layanan atau fitur-fitur *laundry* pada aplikasi Saku Laundry karena tampilan antarmuka yang kurang memberikan kontras satu sama lain.
- 2) Penggunaan elemen visual yang kurang memperhatikan hirarki baca dan *user flow* daripada pengguna Saku Laundry.

Merujuk daripada permasalahan-permasalahan tersebut, maka rumusan masalah yang diangkat pada perancangan adalah:

- 1) Bagaimana perancangan ulang UI/UX pada aplikasi Saku Laundry?

1.3 Batasan Masalah

Permasalahan mengenai perancangan ulang UI/UX Saku Laundry akan dibatasi sehingga tidak melebar ataupun menyimpang dari tujuan objektif daripada perancangan, maka penulis menentukan batasan masalah sebagai berikut:

1.3.1 Primer

1) Demografis

a) Jenis Kelamin : Laki-laki ataupun Perempuan

b) Usia : 19 – 34 tahun

Menurut survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) masyarakat dengan umur 19 – 34 tahun adalah pengguna internet terbanyak, selain itu rentang umur ini tergolong usia paling produktif menurut data BPS 2020. Pengguna *laundry* terbanyak ada pada rentang umur ini juga dikarenakan umumnya mahasiswa dan karyawan sudah sangat sibuk dengan kegiatan perkuliahan dan pekerjaan sehingga tidak memiliki waktu untuk mencuci baju sendiri. Menurut artikel 1010dry.id berjudul “Siapa Saja Konsumen Laundry” mahasiswa, karyawan, dan rumah tangga adalah tiga konsumen *laundry* yang paling terbesar dan penting.

c) Tingkat Ekonomi : SES B

Berdasarkan survei, salah satu pengguna *laundry* terbanyak ialah pada kelompok SES B dengan

rentang pengeluaran sebesar Rp4.000.001 – Rp6.000.001 setiap bulan. Menurut Vika Azkiya Dihni pada Indeks Literasi Digital menurut Kelompok Pengeluaran Bulanan (2021), SES B dengan rentang Rp4.000.001. – Rp6.000.000. Adopsi digital yang lebih tinggi pada kelompok masyarakat SES B dikarenakan faktor pendidikan, kebutuhan untuk pekerjaan, dan sosial disekelilingnya.

d) Tingkat Pendidikan : SMA sampai Sarjana

e) Bahasa : Indonesia

2) Geografis

a. Negara : Indonesia

b. Kota : Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi

Lembaga Komunikasi Pengembangan Perkotaan dan Daerah memaparkan bahwa wilayah Jabodetabek adalah wilayah atau kawasan metropolitan. Kawasan metropolitan berdasarkan Sensus Penduduk 2020 yang dilaksanakan BPS tercatat bahwa jumlah generasi milenial hingga z mencapai 52,43% dari total penduduk Ibu Kota Jakarta sehingga lingkup geografis dispesifikan menjadi kawasan metropolitan, yakni Jabodetabek.

3) Psikografis

a. Mahasiswa dan karyawan yang tidak memiliki keterampilan atau mesin cuci pribadi.

b. Masyarakat termasuk mahasiswa, karyawan, dan *working mom* yang memiliki kesibukan sehingga tidak memiliki cukup waktu untuk mencuci pakaian sendiri.

- c. Pengguna *laundry* yang tidak sempat mengantar atau menjemput pakaian ke tempat *laundry*.
- d. Pengguna *laundry* yang kurang percaya dengan layanan *laundry* sehingga memerlukan validasi proses pencucian.
- e. Pengguna *laundry* yang terbuka terhadap hal-hal baru dan dapat mengadopsinya (*early adopter*)

1.3.2 Sekunder

1) Demografis

1. Jenis Kelamin : Laki-laki ataupun Perempuan
2. Usia : > 40 tahun

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) tahun 2022, Saat ini UMKM di Indonesia dimiliki oleh pengusaha dari generasi X atau masyarakat yang saat ini berusia 40-55 tahun dengan jumlah mencapai 45.184 orang.

3. Tingkat Ekonomi : SES A

Pengusaha UMKM yang menjadi target pada perancangan ialah pengusaha SES A dengan rentang pengeluaran lebih dari Rp6.000.000 setiap bulannya. Pengusaha SES A memiliki jumlah modal yang cukup atau lebih besar untuk menjalankan bisnis dari usahanya.

4. Tingkat Pendidikan : SMA sampai Sarjana
5. Bahasa : Indonesia

2) Geografis

- a. Negara : Indonesia
- b. Kota : Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi

Lembaga Komunikasi Pengembangan Perkotaan dan Daerah memaparkan bahwa wilayah Jabodetabek adalah wilayah atau kawasan metropolitan. Kawasan metropolitan berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah tahun 2022, jumlah UMKM di Indonesia pada provinsi Jakarta, Banten, dan Jawa Barat mencapai 2.492.089 unit usaha.

3) Psikografis

- a. Pengusaha *laundry* yang ingin kepraktisan dalam melakukan peninjauan performa bisnis *laundry* dari mana saja.
- b. Pengusaha *laundry* yang ingin melakukan pengamanan terhadap operasional bisnis *laundry*.
- c. Pengusaha *laundry* yang ingin memiliki otomasi dalam mengelola manajemen *laundry* baik dari segi manajemen, operasional, hingga pencatatan transaksi.
- d. Pengusaha *laundry* yang ingin menjangkau lebih banyak pelanggan melalui media digital.
- e. Pengusaha *laundry* yang ingin atau sudah mempunyai banyak cabang bisnis *laundry*.
- f. Pengusaha *laundry* yang berani mengikuti perkembangan yang ada yang kemudian dapat diadopsi untuk kebutuhan bisnisnya (*early majority*)

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merancang ulang UI/UX untuk aplikasi Saku Laundry.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Melalui perancangan ulang yang dilakukan sebagai rangka penyusunan tugas akhir, penulis berharap *output* dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak yaitu bagi penulis, bagi orang lain, dan bagi universitas:

i) Bagi Penulis

Penyusunan tugas akhir yang akan dirancang penulis diharapkan dapat menjadi salah satu tantangan dan tolak ukur kemampuan penulis dalam perancangan karya, pemecahan masalah, serta sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana Desain (S.Ds) dari Universitas Multimedia Nusantara.

ii) Bagi Orang Lain

Penulis berharap perancangan ulang UI/UX ini juga dapat membantu para pelanggan dan pelaku bisnis usaha *laundry* dalam kemudahan mengakses berbagai layanan yang tersedia pada aplikasi Saku Laundry.

iii) Bagi Universitas

Perancangan tugas akhir ini tentunya diharapkan dapat menjadi sebuah referensi dan bantuan kepada para mahasiswa dimasa yang akan datang.

