

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT. Rabik Bangun Pertiwi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan internet sekaligus distributor berbagai perangkat jaringan, seperti router, switch, firewall, CPU, RAM, dan SSD. Salah satu produk yang dimilikinya adalah Blueline, yang sejak awal difokuskan sebagai penyedia layanan internet (ISP) untuk pelanggan individu maupun institusi. Blueline memiliki website resmi dengan alamat blueline.id yang pada awalnya difungsikan sebagai media promosi layanan Internet Service Provider (ISP). Seiring dengan upaya PT. Rabik Bangun Pertiwi dalam memperluas pasar dan meningkatkan penjualan perangkat keras, website tersebut direncanakan juga berfungsi sebagai sarana promosi sekaligus penjualan produk perangkat jaringan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Nicho Ahmad selaku Kepala Sales dan Marketing PT. Rabik Bangun Pertiwi, teridentifikasi sejumlah permasalahan pada website blueline.id. Sejak awal, website tersebut hanya difungsikan sebagai media promosi layanan ISP, sehingga informasi yang ditampilkan masih terbatas dan belum mampu memberikan gambaran menyeluruh terkait layanan yang tersedia. Selain itu, tampilan antarmuka dinilai kurang menarik dan tidak mendukung keterbacaan informasi secara optimal. Konten yang disajikan pun belum interaktif, terutama pada bagian layanan ISP yang seharusnya dapat memberikan detail teknis maupun manfaat secara jelas kepada calon pengguna. Website belum memiliki fitur yang memungkinkan dilakukannya aktivitas penjualan perangkat keras jaringan secara daring, sehingga fungsinya sebagai media komersial belum tercapai. Temuan ini turut diperkuat oleh pendapat beberapa pengguna jasa Blueline. Misalnya, Bapak Bagus Putu Pramana yang telah menggunakan Blueline selama 11 tahun, serta I Putu Gotra Karwinata dari Universitas Mahasaraswati yang telah menjadi pelanggan selama 2 tahun. Selain itu, Surya Agung Mahendra yang telah menggunakan layanan ini selama setahun terakhir, dan I Made Aksel Pratama yang juga menjadi pelanggan selama kurang lebih satu tahun, turut menyampaikan keluhan serupa. Rincian hasil wawancara dapat dilihat pada Lampiran 1.

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan, solusi yang dapat diterapkan ialah merancang ulang tampilan website *blueline.id*. Perancangan ulang ini tidak hanya difokuskan pada aspek visual, tetapi juga diwujudkan dalam bentuk prototype antarmuka frontend yang interaktif, sehingga mampu merepresentasikan alur penggunaan sistem secara lebih nyata. Permasalahan yang ada saat ini sebagian besar berkaitan dengan antarmuka, seperti penyajian informasi yang kurang lengkap, tampilan visual yang tidak menarik, serta navigasi yang belum optimal. Oleh karena itu, perbaikan difokuskan pada aspek User Interface (UI) dan User Experience (UX) agar website dapat berfungsi lebih efektif sebagai media promosi sekaligus mendukung aktivitas penjualan perangkat jaringan secara daring (Fadzar et al., 2024). Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan kenyamanan pengguna dalam mengakses informasi, memperjelas alur layanan, serta mendukung tujuan bisnis perusahaan secara lebih optimal.

Dalam merancang ulang sebuah website, terdapat berbagai metode pendekatan yang dapat digunakan, masing-masing dengan karakteristik dan keunggulannya. Beberapa di antaranya adalah Human-Centered Design (HCD) yang menitikberatkan pada pemahaman kebutuhan manusia sebagai pengguna utama (Yunianto & Wahyudi, 2024), User-Centered Design (UCD) yang berfokus pada aspek kegunaan (*usability*) dalam setiap tahap pengembangan (Luthfi & Arfiani, 2024), Double Diamond yang menekankan proses divergen dan konvergen dalam menemukan serta menyelesaikan permasalahan desain (Firjatullah & Kusuma, 2024), serta Design Thinking yang menawarkan kerangka kerja iteratif melalui tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* (Fauji et al., 2023). Keempat pendekatan tersebut memiliki kesamaan dalam menempatkan pengguna sebagai pusat perancangan, namun berbeda dalam kerangka kerja, fokus, serta orientasi implementasinya.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu, pendekatan Design Thinking muncul sebagai metode yang paling relevan untuk merancang ulang website penjualan jaringan internet (Arisa et al., 2023; Ibrahim & Lestari, 2023; Madawara Herdin Yohanes et al., 2022; Ryan & Prahartiwi, 2023; Soedewi et al., 2022). Metode ini menekankan pemahaman kebutuhan pengguna melalui tahapan identifikasi masalah, ideasi, pembuatan prototipe, hingga pengujian berulang. Dibandingkan

dengan HCD yang fokus pada kebutuhan manusia secara umum, UCD yang lebih menekankan aspek kegunaan, atau Double Diamond yang cenderung kaku dalam alur divergen-konvergen, Design Thinking dinilai lebih fleksibel, inovatif, dan komprehensif. Berdasarkan dari keunggulan tersebut, pendekatan ini dianggap tepat untuk menghasilkan antarmuka yang interaktif, informatif, dan mudah digunakan sekaligus mendukung optimalisasi penjualan.

Proses dimulai dengan tahapan empathise, kebutuhan dan permasalahan pengguna dikumpulkan melalui tahapan observasi dan wawancara. Tahapan define, permasalahan dirumuskan secara spesifik sebagai dasar solusi. Tahapan ideate, dilakukan untuk menghasilkan ide-ide kreatif untuk menjawab permasalahan. Tahapan prototype, rancangan awal dari website dibuat dalam bentuk visual atau fungsional. Terakhir, pada tahapan test, pengujian prototype dilakukan secara langsung kepada beberapa pengguna akhir, seperti calon pelanggan atau pengunjung website, serta pihak internal perusahaan yang terlibat dalam proses operasional dan pemasaran, untuk mendapatkan masukan sebagai dasar penyempurnaan (Ibrahim & Lestari, 2023).

Tahapan terakhir dari proses perancangan ulang website ini adalah pengujian menggunakan Usability Testing yang mengacu pada standar ISO 9241-11. Metode ini dipilih karena dianggap mampu memberikan kerangka evaluasi yang sistematis, terukur, dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. ISO 9241-11 menekankan tiga aspek utama yang menjadi tolok ukur kualitas interaksi pengguna dengan sistem, yaitu effectiveness, efficiency, dan satisfaction. Melalui penerapan ketiga aspek tersebut, hasil pengujian diharapkan dapat memberikan gambaran yang objektif mengenai sejauh mana rancangan website mampu mendukung pengguna dalam mencapai tujuannya, sekaligus menjadi dasar dalam menentukan perbaikan yang diperlukan agar pengalaman pengguna lebih optimal (Arthana et al., 2019; Yudia Pratiwi et al., 2024).

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka penelitian ini dirancang dengan tujuan untuk menghasilkan rancangan desain website yang mampu memberikan informasi layanan secara lebih jelas, menampilkan antarmuka yang menarik dan interaktif, serta mendukung fungsi komersial perusahaan melalui fitur penjualan daring. Proses perancangan dilakukan dengan menggunakan metode

Design Thinking, kemudian dievaluasi dengan *Usability Testing* mengacu pada standar ISO 9241-11. Dengan pendekatan ini, penelitian yang berjudul ***“Rancang Desain Website Penjualan Jaringan Internet Dengan Menggunakan Metode Design Thinking (Studi Kasus: Pt. Rabik Bangun Pertiwi)”*** diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa rancangan website yang tidak hanya fungsional, tetapi juga optimal dalam mendukung kebutuhan bisnis perusahaan dan memberikan pengalaman terbaik bagi pengguna.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka ditemukan beberapa permasalahan pada *website* *blueline.id* yaitu informasi yang ditampilkan masih terbatas dan belum mampu memberikan gambaran menyeluruh terkait layanan yang tersedia. Selain itu, tampilan antarmuka dinilai kurang menarik dan tidak mendukung keterbacaan informasi secara optimal. Konten yang disajikan pun belum interaktif, terutama pada bagian layanan ISP yang seharusnya dapat memberikan detail teknis maupun manfaat secara jelas kepada calon pengguna dan *website* belum memiliki fitur yang memungkinkan dilakukannya aktivitas penjualan perangkat keras jaringan secara daring, sehingga fungsinya sebagai media komersial belum tercapai. Berdasarkan beberapa permasalahan dari *website* *blueline.id*, dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Informasi layanan yang ditampilkan masih terbatas dan belum memberikan gambaran menyeluruh.
2. Tampilan antarmuka kurang menarik dan tidak mendukung keterbacaan informasi.
3. Konten bersifat statis dan belum interaktif, khususnya pada bagian layanan ISP.
4. Website belum memiliki fitur penjualan perangkat keras jaringan secara daring.
5. Fungsi website sebagai media promosi dan komersial belum tercapai secara optimal.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, terdapat pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan metode *Design Thinking* dapat digunakan untuk merancang ulang website *blueline.id* agar sesuai dengan kebutuhan pengguna?
2. Bagaimana hasil evaluasi rancangan desain *website* penjualan jaringan internet dengan aspek pengujian ISO 9241-11?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam rancangan desain website sistem penjualan jaringan internet (*Blueline*) sebagai berikut:

1. Penerapan metode *Design Thinking* dapat digunakan untuk merancang ulang website *blueline.id* agar sesuai dengan kebutuhan pengguna.
2. Mengevaluasi desain *website* penjualan jaringan internet dengan aspek pengujian ISO 9241-11.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian dalam rancangan desain website penjualan jaringan internet dengan metode *Design Thinking*:

1. Pengguna dari website *blueline.id* yang menjadi fokus adalah manajemen perusahaan dan konsumen.
2. Pengujian dilakukan sebanyak dua kali, yaitu pengujian awal terhadap rancangan pertama, kemudian perbaikan berdasarkan hasil tersebut, dan selanjutnya dilakukan pengujian akhir pada rancangan yang telah diperbaiki.
3. Pengujian dalam penelitian ini hanya mencakup wilayah Bali, meskipun perusahaan memiliki konsumen di luar Bali.
4. Rancangan yang dibuat menghasilkan prototype antarmuka frontend yang bersifat fungsional, dengan dukungan backend sederhana untuk pengelolaan data. Pengembangan backend tidak difokuskan pada kompleksitas logika bisnis, melainkan digunakan sebagai pendukung agar prototype dapat menampilkan simulasi alur sistem secara realistis.

5. Pengembangan dan pengujian *prototype* antarmuka situs web pada penelitian ini difokuskan pada tampilan resolusi layar komputer (desktop/laptop). Pengoptimalan tampilan responsif untuk perangkat seluler (*mobile*) tidak dicakup dalam penelitian ini.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat penelitian pada desain website penjualan jaringan internet (Blueline) ini diantaranya:

A. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai ilmu pengetahuan dibidang Human Computer Interaction (HCI) dalam merancangan desain *website* penjualan jaringan internet dengan menggunakan metode *Design Thinking* serta metode pengujian *Usability* yang menerapkan aspek ISO 9241-11.

B. Manfaat Praktis

1. Manfaat untuk Lembaga

Manfaat penelitian terkait lembaga ialah sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya dan sebagai repository atau arsip penelitian dengan hasil produk yang berguna bagi Lembaga kedepannya.

2. Manfaat bagi Mitra

Manfaat penelitian bagi perusahaan PT. Rabik Bangun Pertiwi ialah memperoleh desain *website* penjualan jaringan internet yang mudah dimengerti oleh pengguna.

3. Manfaat untuk Masyarakat

Manfaat penelitian bagi masyarakat ialah masyarakat dapat mengetahui sistem penjualan jaringan internet dengan mengakses *website* blueline.id dengan menyediakan informasi lengkap terkait ISP dan beberapa produk *Hardware* didukung dengan tampilan mudah dimengerti oleh pengguna.