

Analisa Identifikasi Permasalahan Desain pada Situs Tukangsayur.co

Billy Alexander

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,
Universitas Pelita Harapan
ba80080@student.uph.edu

Ellis Melini

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,
Universitas Pelita Harapan
ellis.melini@uph.edu

Brian Alvin Hananto

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,
Universitas Pelita Harapan
brian.hananto@uph.edu

ABSTRAK

Pandemi *Covid-19* menyebabkan masyarakat diharapkan untuk selalu berada di rumah sehingga transaksi pada tahun 2020 pun mengalami peningkatan yang sangat pesat. Peningkatan transaksi di *e-commerce* yang semakin meningkat sehingga situs berbentuk *e-commerce* menjadi diperlukan. Tukangsayur.co hadir dengan menyediakan sarana belanja kebutuhan dapur sehingga masyarakat Indonesia membudayakan memasak di rumah. Saat ini, situs Tukangsayur.co hanya berfungsi sebagai *company profile* sedangkan situs dari kompetitor sudah berbentuk *e-commerce*. Dalam memenuhi kebutuhan dan meningkatkan Tukangsayur.co, penulis melakukan proyek perancangan ulang situs Tukangsayur.co menjadi situs *e-commerce*. Dalam menjalankan proyek ini digunakan metodologi oleh Bruce Hanington dan Bella Martin yang membagi proses proyek desain menjadi lima tahapan. Saat ini penulis masih berada di tahap melakukan identifikasi permasalahan desain. Penulis menggunakan beberapa metode yang diperlukan melalui studi pustaka, observasi, dan juga wawancara untuk pengumpulan data. Kemudian melakukan identifikasi permasalahan desain melalui teori *form*, *content*, dan *context* yang disertai juga prinsip-prinsip *user interface* dari beberapa ahli yang disimpulkan sehingga sesuai dengan proyek ini. Diharapkan melalui proyek ini, konsumen dapat memiliki aksesibilitas dan pengalaman berbelanja yang mudah, menarik, dan tepat sehingga dapat menambah penjualan dari Tukangsayur.co dan mengetahui lebih dalam mengenai Tukangsayur.co.

Kata Kunci: Situs, *User Interface*, Perancangan Ulang, *E-Commerce*

PENDAHULUAN

Saat ini, *Covid-19* sedang menjadi pandemi di dunia sehingga masyarakat diharapkan untuk selalu berada di rumah. Internet kini menjadi bagian dari kehidupan masyarakat saat ini terutama pada saat pandemi. Berdasarkan data

dari Bank Indonesia, transaksi yang dilakukan melalui *e-commerce* pada masa pandemi mengalami peningkatan yang sangat pesat. Pada tahun 2020, nilai transaksi *e-commerce* mencapai 266,3 triliun rupiah (Jayani, 2021). Hal ini menunjukkan peningkatan sebesar 29,6% dari tahun 2019. Tukangsayur.co hadir dengan menyediakan kebutuhan dapur seperti buah, sayur, dll. yang dapat dibeli secara *online* dengan budaya memasak di rumah. Tukangsayur.co juga memiliki visi bagi masyarakat Indonesia untuk berbagi dengan sistem *opportunity sharing*, khususnya bagi tukang sayur keliling sehingga mendapatkan kehidupan yang lebih baik di masa depan.

Menurut Shelly Cashman, *e-commerce* merupakan transaksi bisnis yang dilakukan melalui internet bagi yang memiliki akses ke komputer, koneksi internet, dan sarana untuk membayar barang dan jasa (Shelly, Cashman, & Vermaat, 2007). Berdasarkan pengertian tersebut, Tukangsayur.co dalam menjalankan bisnis melakukan penjualan melalui *e-commerce*. Saat ini, konsumen Tukangsayur.co membeli produk mereka bukan melalui situs, melainkan 80% melalui aplikasi digital Tukangsayur.co dan 20% melalui Tokopedia. Berdasarkan wawancara dengan *head digital marketing* Tukangsayur.co, Bugi Suseno, penjualan dari Tukangsayur.co mengalami peningkatan yang signifikan selama pandemi yaitu meningkat sebesar 10x lipat. Berdasarkan keadaan masyarakat saat ini, peningkatan pengguna internet, dan kemudahan akses, situs *e-commerce* menjadi sangat relevan bagi Tukangsayur.co dalam menghadapi tantangan dan permasalahan saat ini.

Saat ini situs dari Tukangsayur.co hanya berfungsi sebagai *company profile*. Namun, berdasarkan wawancara dengan Bugi Suseno, situs dari Tukangsayur.co juga ingin dilakukan perancangan ulang sehingga dapat digunakan sebagai media jual beli. Oleh sebab itu, proyek ini menjadi relevan untuk dilakukan perancangan ulang menjadi situs *e-commerce* dimana saat ini secara tampilan dan pengalaman pengguna belum baik dan menarik. Penulis akan melakukan perancangan ulang situs sesuai dengan prinsip *UI/UX*, serta penambahan beberapa fungsi dan data. Dengan hal tersebut, diharapkan konsumen dapat membeli produk dari Tukangsayur.co melalui situs dan mengetahui lebih dalam mengenai Tukangsayur.co.

KAJIAN TEORI

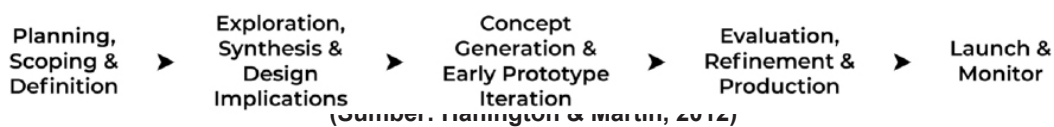
Desain web dapat mengamankan keterlibatan *user* dengan pengalaman yang menarik asalkan pengalaman tersebut dirancang dengan baik (Landa, 2011). Dengan demikian, untuk menciptakan pengalaman menarik yang sesuai dengan kebutuhan, penulis melakukan identifikasi permasalahan desain pada situs Tukangsayur.co. Penulis melakukan beberapa metode seperti studi pustaka, observasi, dan wawancara. Identifikasi permasalahan desain dilakukan dengan analisis *form-content-context*.

User Interface merupakan bagaimana *user* berinteraksi dengan suatu perangkat dan harus selalu mempertimbangkan kebutuhan dan memenuhi keinginan *user* (Deacon, 2020). Oleh sebab itu, untuk memenuhi kebutuhan *user*, penulis dalam mengidentifikasi permasalahan desain juga mengacu pada prinsip-prinsip *user interface* dari Pamala B. Deacon, Maham S. Chappal, dan Nick Babich. Pamala menyebutkan '*user interface design consideration*' yaitu konsistensi, *responsiveness*, kata familiar dan *streaming* (Deacon, 2020). Maham S. Chappal

pada situs maze.co menyebutkan 'the 6 key principles of UI design' yaitu kejelasan, familiarity, user control, hirarki, ruang negatif, dan fleksibilitas (Chappal, 2021). Nick Babich pada situs xd.adobe.com menyebutkan 'the 4 golden rules of UI design' yaitu menempatkan user dalam kendali, membuat desain yang nyaman untuk berinteraksi dengan suatu produk mengurangi beban kognitif, dan membuat user interface yang konsisten (Babich, 2019). Berdasarkan prinsip-prinsip tersebut, penulis mendapatkan empat prinsip yaitu konsistensi, familiarity, user control, dan kejelasan. Keempat prinsip tersebut penulis dapatkan berdasarkan pengertian dari masing-masing sumber yang memiliki pengertian dan pesan yang sama. Prinsip hirarki dan ruang negatif dimasukan dalam prinsip kejelasan karena hirarki dan ruang negatif yang tidak baik juga akan mempengaruhi kejelasan. Penulis melakukan observasi dan analisa situs Tukangsayur.co dengan menerapkan prinsip tersebut sehingga permasalahan desain pada situs dapat teridentifikasi.

METODOLOGI

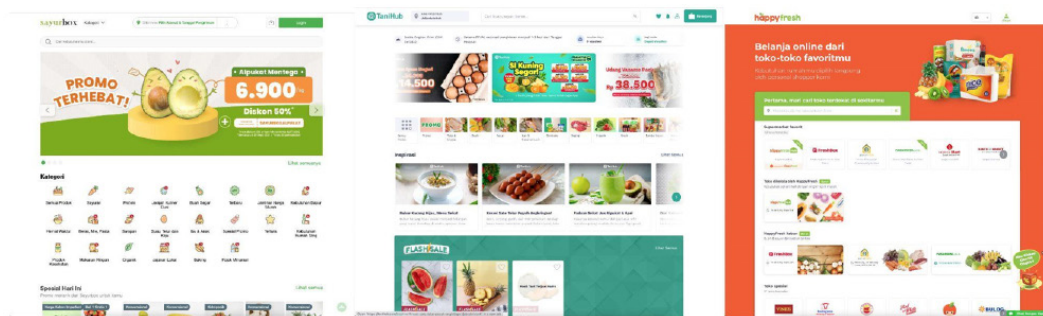
Dalam melaksanakan proyek ini, penulis mengacu pada metodologi dari Bruce Hanington dan Bella Martin yang terbagi menjadi lima tahapan.



Pada tahap *planning*, *scoping*, dan *design exploration*, penulis melakukan studi pustaka dan observasi untuk memahami kondisi perkembangan *e-commerce* di Indonesia. Wawancara juga dilakukan untuk memahami lebih dalam mengenai Tukangsayur.co terutama peran dan dampaknya di masa pandemi. Saat ini penulis masih berada di tahap *exploration*, *synthesis*, dan *design exploration*. Pada tahap ini, penulis melakukan identifikasi permasalahan desain dengan pendekatan triadik *form*, *content*, dan *context* yang didasari juga dengan prinsip-prinsip *user interface*.

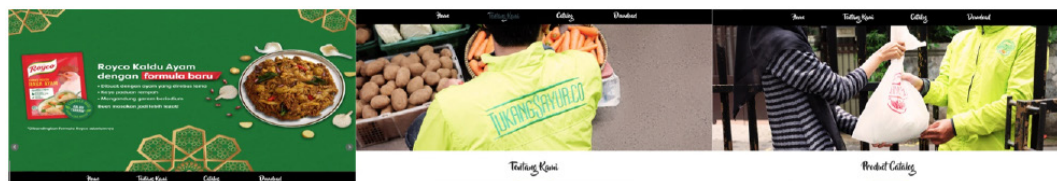
PEMBAHASAN

Tukangsayur.co merupakan aplikasi yang menyediakan layanan online belanja sayuran, kebutuhan dapur, dan kebutuhan rumah tangga sehari-hari. Tukangsayur.co didirikan oleh Chelly Triwibowo berdasarkan pengalaman pribadinya. Menurut Chelly, sayuran dan bahan masak lainnya ditampilkan secara *online*, konsumen akan mendapatkan pilihan yang lebih banyak dan lebih segar. Konsumen juga mendapatkan harga yang lebih murah dan sistem *pre-order* sehingga tidak ada produk yang terbuang dan menjadi lebih efisien (Syahid, 2018). Berdasarkan wawancara dengan pak Bugi, situs Tukangsayur.co ingin dikembangkan menjadi situs sumber informasi dan *e-commerce*. Situs Tukangsayur.co saat ini berbentuk *company profile* dan belum memiliki fitur transaksi belanja. Berdasarkan observasi dan analisa kompetitor lainnya seperti Sayurbox, TaniHub, dan HappyFresh juga sudah berbentuk *e-commerce*.



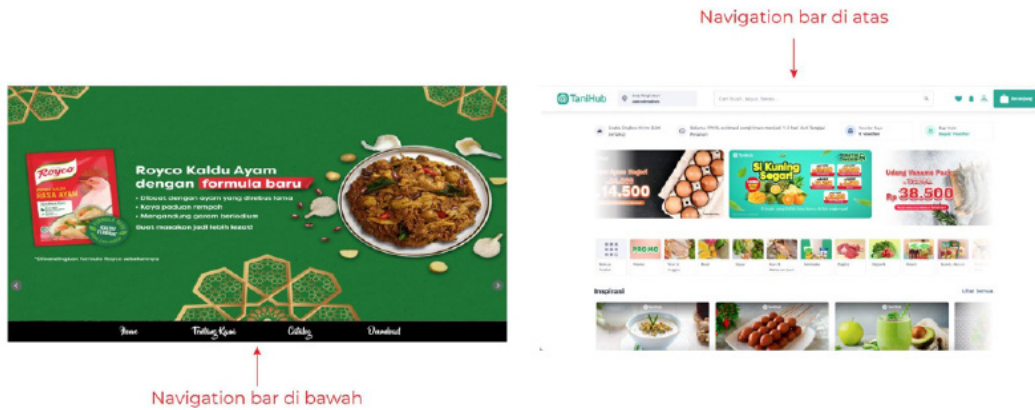
Gambar 2 Tampilan situs sayurbox, tanihub, dan happyfresh.
(Sumber: www.sayurbox.com, www.tanihub.com, dan www.happyfresh.id, 2021)

Dalam mengidentifikasi permasalahan *form* pada situs Tukangsayur.co, penulis menemukan beberapa permasalahan yang tidak sesuai dengan prinsip dari *user interface*. Menurut Pamala, konsistensi memberikan kejelasan dan kesederhanaan sedangkan ketidakkonsistenan membuat hal menjadi kompleks (Deacon, 2020). Maham juga menyebutkan bahwa konsistensi merupakan salah satu kontributor terkuat untuk *usability* dan *learnability* (Chappal, 2021). Dalam situs Tukangsayur.co, penulis menemukan inkonsistensi pada beberapa bagian. Penggunaan *navigation bar* tidak konsisten antara halaman 'home' dengan halaman 'tentang kami', dan 'catalog'. Ketika mengakses situs, posisi *navigation bar* berada di bagian bawah layar, sedangkan pada halaman 'tentang kami' dan 'catalog' berada di bagian atas layar.



Gambar 3 Perbandingan posisi *navigation bar* pada halaman 'home' (kiri) dengan halaman 'tentang kami' (tengah) dan halaman 'catalog' (kanan).
(Sumber: Tukangsayur.co, 2021)

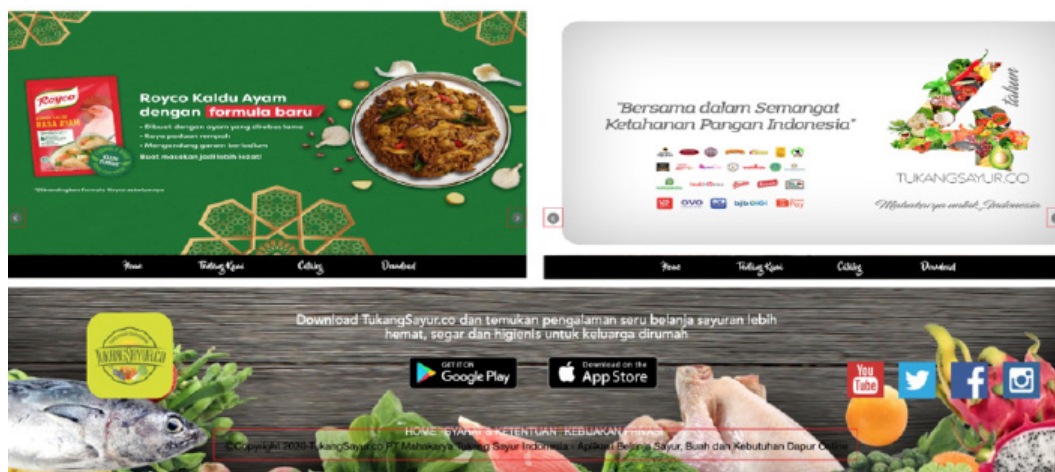
Pamela juga mengatakan bahwa penggunaan kata yang umum dipahami oleh *user* mempermudah *user* untuk memahami situs dengan cepat (Deacon, 2020). Maham mengatakan bahwa tampilan terbaik merupakan yang familiar bagi *user*. Hal ini berarti *user* lebih memilih situs yang bekerja dengan cara yang sama seperti situs lainnya yang mereka ketahui (Chappal, 2021). Permasalahan *familiarity* dapat dilihat pada *navigation bar*. Umumnya, posisi *navigation bar* berada di atas layar. Kompetitor lain seperti TaniHub juga menampilkan *navigation bar* pada bagian atas. Hal ini dikarenakan merupakan pengalaman yang biasa didapatkan oleh *user* ketika mengakses suatu situs. Namun pada *navigation bar* Tukangsayur.co saat ini terletak di bagian bawah ketika pertama kali mengakses situs sehingga hal ini menjadi hal yang tidak familiar bagi *user* yang pertama kali mengakses situs Tukangsayur.co.



Gambar 4 Perbandingan posisi navigation bar pada situs Tukangsayur.co (kiri) dan TaniHub (kanan) (Sumber: Tukangsayur.co, 2021)

Salah satu prinsip *user interface* dari Maham S. Chappal yaitu kejelasan. Maham mengatakan bahwa kita hanya memiliki delapan detik untuk menarik perhatian dari *user*, oleh karena itu, jangan menyia-nyaiakan waktu tersebut dengan menciptakan kebingungan (Chappal, 2021). Tampilan pada *footer* terlihat memiliki permasalahan kejelasan. Warna teks dengan *background* tidak memiliki kontras sama sekali sehingga teks tidak dapat dibaca. Jika teks tidak dapat terbaca, maka *user* tidak akan tertarik untuk melihat tampilan.

Prinsip *user interface* dari Nick Babich yaitu *user control*. Nick mengatakan bahwa menjaga *user* dalam memegang kendali membuat *user* menjadi nyaman dan menjadi cepat memahami situs yang diakses (Babich, 2019). Pada situs Tukangsayur.co dapat terlihat bahwa *user* memiliki kendali untuk memilih *banner ads* yang ingin dilihat dengan adanya ikon *next* dan *previous*. Namun permasalahan kejelasan pun terlihat kembali di *banner ads*. Ikon *next* dan *previous* tampak kecil dan menyatu dengan *background*.



Gambar 5 Tampilan ikon next/previous pada banner ads dan footer pada situs Tukangsayur.co. (Sumber: Tukangsayur.co, 2021)

Penulis melakukan observasi dan analisa terhadap konten yang ditampilkan pada situs-situs kompetitor dengan situs Tukangsayur.co. Dibandingkan dengan kompetitor, situs Tukangsayur.co memiliki konten yang sangat minim. Konten pada situs Tukangsayur.co terdapat iklan atau promo, *download*, tentang perusahaan (visi, misi, dll.), *link* ke sosial media, dan *link* katalog produk. Sementara itu pada kompetitor juga terdapat lokasi, partner dari perusahaan, *QnA*, kontak atau *customer service*, informasi cara melakukan pembelian, karir, dan *blog* (artikel, resep, *trending*, *tips* dan trik).

SIMPULAN & REKOMENDASI

Simpulan

Situasi pandemi saat ini mengharuskan masyarakat untuk selalu berada di rumah sehingga media digital berbentuk *e-commerce* menjadi relevan dengan keadaan saat ini. Tukangsayur.co hadir untuk dengan menyediakan produk kebutuhan dapur yang dapat dibeli secara daring. Melihat situs beberapa kompetitor yang sudah berbentuk *e-commerce*, dan mempertimbangkan peningkatan penjualan di *e-commerce* di Indonesia, sangat disayangkan bahwa situs Tukangsayur.co belum memiliki fitur pembelian daring. Selain itu, situs tersebut saat ini dapat dikatakan belum memenuhi prinsip-prinsip *user interface* yang baik dan benar. Oleh sebab itu, proyek ini bertujuan untuk merancang ulang situs Tukangsayur.co yang berbentuk *company profile* menjadi situs *e-commerce* sesuai dengan prinsip *user interface*. Saat ini penulis masih berada pada tahap identifikasi permasalahan desain dan di tahap selanjutnya akan dilakukan perancangan visual untuk pengembangan situs Tukangsayur.co

Rekomendasi

Dalam melaksanakan proyek ini, penulis menyadari adanya kekurangan dan kesulitan dalam pengerjaan. Proses pengumpulan data seperti wawancara sedikit terhambat karena jarak yang membatasi sehingga wawancara pun harus dilaksanakan secara jarak jauh. Sebaiknya, dapat melaksanakan wawancara secara tatap muka sehingga informasi dapat diterima dengan baik dan lengkap. Ketika memperluas pemahaman terhadap *user interface*, banyaknya prinsip yang berbeda dan berkembang terus hingga saat ini sehingga menjadi hambatan bagi penulis dalam mencari prinsip yang tepat. Direkomendasikan untuk memiliki pemahaman yang lebih luas terhadap perkembangan *user interface* sehingga pelaksanaan proyek dapat berjalan lebih baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

Shelly, G. B., Cashman, T. J., & Vermaat, M. E. (2007). *Discovering computers: Fundamentals* (4th ed.). Boston, MA, USA: Course Technology.

Landa, R. (2011). *Graphic Design Solutions* (4th ed.). Boston, MA, USA: Wadsworth Cengage Learning.

Deacon, P. B. (2020). *UX and UI Design strategy: A step-by-step guide on UX and UI design*. Verenigde Staten: Pamala B. Deacon.

Chappal, M. S. (2021, May 26). The 6 key principles of UI Design. Retrieved September 27, 2021, from <https://maze.co/collections/ux-ui-design/ui-design->

principles/#6-key-ui-design-principles

Babich, N. (2019, October 07). The 4 golden rules of UI Design: Adobe XD Ideas. Retrieved September 27, 2021, from <https://xd.adobe.com/ideas/process/ui-design/4-golden-rules-ui-design/>

Syahid. (2018, December 10). Mengenal Tukangsayur.co, Startup Belanja Bahan Masakan. Retrieved September 27, 2021, from <https://elshinta.com/news/163169/2018/12/10/mengenal-tukangsayurco-startup-belanja-bahan-masakan>

Jayani, D. H. (2021, January 29). Nilai Transaksi e-commerce mencapai RP 266,3 triliun pada 2020. Retrieved October 02, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/nilai-transaksi-e-commerce-mencapai-rp-2663-triliun-pada-2020>

Hanington, B. M., & Martin, B. (2012). *Universal Methods of Design: 100 Ways To Research Complex Problems, develop innovative ideas, and Design Effective Solutions*. Beverly, MA, USA: Rockport.