

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi siapapun dituntut untuk bisa berkompentensi dalam menguasai ilmu pengetahuan dibidang teknologi informasi. Teknologi banyak digunakan sebagai sarana promosi dan informasi misalnya pada bidang *website*. *Website* pada masa sekarang sangat berperan dalam penyampaian informasi, *website* mampu memberikan informasi menjadi lebih efisien dan *up to date*. *Website* lebih mudah diakses oleh pengguna di berbagai media manapun, hanya dengan menggunakan internet. *Website* juga merupakan media yang sangat cocok untuk mengenalkan kepada masyarakat luas tentang berbagai potensi dan keunggulan suatu produk yang ingin dipasarkan [1].

Koperasi perikanan merupakan sebuah wadah yang anggota pada umumnya adalah nelayan. Koperasi perikanan memiliki tujuan untuk mensejahterakan anggotanya dengan memberikan permodalan atau sumber daya kepada anggotanya dan memberikan daya tawar harga kepada nelayan yang lebih tinggi [2]. Koperasi Perikanan memegang peranan penting dalam rantai pasok hasil tangkapan nelayan, bertindak selaku pemasok tingkat utama yaitu pihak yang membeli produk dalam jumlah besar dan memasarkannya kepada pihak lain. Produksi hasil tangkapan nelayan di jual secara langsung, kemudian koperasi perikanan menjual atau melelang kembali kepada *client* seperti pengusaha perikanan, perusahaan kecil, perusahaan besar maupun konsumen lainnya. dengan demikian para nelayan tidak menanggung risiko jika ikan tidak dapat dipasarkan atau rusak, sedangkan harga ikan yang diterima nelayan berasal dari koperasi perikanan yang sewajarnya [3]. Namun, ada juga beberapa tantangan seperti masih banyak *client* ataupun konsumen yang belum mengetahui tentang koperasi perikanan secara luas, yang menyebabkan koperasi perikanan tidak dapat dikenal luas serta para *client* atau konsumen tidak dapat membedakan identitas atau profil koperasi perikanan dengan koperasi perikanan lainnya. Identitas *visual* adalah identitas yang berkaitan dengan citra atau *image* yang dipertahankan oleh perusahaan sebagai jembatan untuk menyatukan berbagai konteks dan *audiens* bagi perusahaan tersebut. Fungsi dari identitas *visual* atau profil

perusahaan sendiri adalah untuk membedakan ciri sebuah perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lainnya, sehingga konsumen maupun calon konsumen mengetahui identitas perusahaan tersebut dengan menggunakan elemen-elemen *visual* yang dipakai. Identitas *visual* atau profil perusahaan salah satunya berupa logo, warna, *layout* khas, arsitektur, nama, seragam, dan lain-lain yang sebaiknya didapat maknanya melalui pendekatan budaya perusahaan, historis atau aspirasi perusahaan yang kemudian disimbolkan melalui media yang digunakan [4].

Dalam hal ini, koperasi perikanan dianggap menjadi salah satu solusi pemecahan permasalahan pelelangan ikan karena dapat menggantikan peran *client* yang membuat nelayan menjadi ketergantungan, sehingga terjadi *bargaining position* atau posisi tawar menawar yang rendah. Sehingga peran koperasi dalam mengganti peran *client*, dapat memenuhi dan memenuhi kebutuhan nelayan. Begitu juga sebaliknya koperasi perikanan juga mengalami kesulitan yaitu, pemasaran ikan yang terjadi masih dilakukan disekitar tempat pelelangan, sehingga para konsumen ataupun *client* kesulitan untuk menerima informasi mengenai jenis dan harga ikan pada saat pelelangan dilakukan oleh koperasi perikanan. Begitu juga dengan tempat atau daerah koperasi perikanan berada di pelosok atau pesisir, dimana *client* ataupun konsumen harus mendatangi koperasi perikanan secara langsung untuk melakukan transaksi pembelian ikan, sehingga kurang efektif bagi *client* ataupun konsumen yang letak lokasinya tinggal jauh dari koperasi perikanan [5].

Atas dasar permasalahan tersebut, maka dibutuhkan sebuah inovasi yang dapat menjadikan tantangan tersebut menjadi peluang bagi para koperasi perikanan dalam mengatasi masalahnya. Penjualan Ikan berbasis *website* sangat cocok untuk para koperasi perikanan dalam memasarkan hasil tangkapan ikan laut mereka secara cepat dan efisien. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penulisan Tugas Akhir dengan judul “**Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Ikan Berbasis Web**”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini, yaitu:

1. Belum adanya profil koperasi perikanan secara online yang menyebabkan *client* ataupun konsumen tidak dapat membedakan profil koperasi perikanan dengan koperasi perikanan lainnya.
2. *Client* ataupun konsumen kesulitan menerima informasi penjualan ikan yang dilakukan oleh koperasi perikanan, serta kesulitan dalam melakukan pembelian ikan akibat beberapa *client* ataupun konsumen bertempat tinggal yang jauh dari koperasi perikanan.

### 1.3 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup pembahasan dari perancangan sistem informasi pada penjualan ikan berbasis *web*, yaitu:

1. *User Admin*.
  - a. *Fitur* kelola data koperasi dan *client* ataupun konsumen.
  - b. *Fitur* beranda
  - c. *Fitur* pesan atau *chat*
  - d. *Fitur* kelola data master produk ikan
  - e. *Fitur login* atau masuk
  - f. *Fitur* validasi pembayaran.
  - g. *Fitur* validasi profil toko koperasi
  - h. *Fitur* komplain
  - i. *Fitur* laporan
  - j. *Fitur* informasi pengiriman
2. *User client* atau Konsumen
  - a. *Fitur* mendaftar dan *login* atau masuk
  - b. *Fitur* beranda
  - c. *Fitur* pemesanan
  - d. *Fitur* pesan atau *chat*
  - e. *Fitur* filter lokasi
  - f. *Fitur* konfirmasi pemesanan
  - g. *Fitur* riwayat pemesanan
  - h. *Fitur* pencarian
  - i. *Fitur* pembayaran

- j. *Fitur* informasi pengiriman.
  - k. *Fitur* komplain
3. *User* Koperasi Perikanan.
- a. *Fitur* Halaman utama
  - b. *Fitur* mendaftar dan *login* atau masuk
  - c. *Fitur* profil toko koperasi perikanan
  - d. *Fitur* lupa sandi
  - e. *Fitur* beranda
  - f. *Fitur* pesan atau *chat*
  - g. *Fitur* tambah produk ikan
  - h. *Fitur* transaksi penjualan
  - i. *Fitur* informasi pengiriman
  - j. Laporan
4. Dalam merancang *design* yang dimulai dari pembuatan *wireframe* (*low fidelity*) dan *mockup* (*high fidelity*) *website* menggunakan beberapa *tools* seperti *balsamiq mockup 3* dan *AdobeXd*

#### 1.4 Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan tugas akhir ini adalah analisis dan perancangan sistem informasi penjualan ikan berbasis *web* yang nantinya akan membantu para koperasi perikanan dan nelayan dalam mengatasi masalahnya.

Dari pelaksanaan tugas akhir ini akan menghasilkan sebuah *blue print*, yang mana jika di implementasikan maka manfaatnya sebagai berikut:

1. Dengan adanya profil koperasi perikanan secara *online* memudahkan *client* atau konsumen mengetahui tentang koperasi perikanan lebih mudah.
2. Sebagai landasan atau dasar bagi koperasi perikanan untuk mempertimbangkan pengembangan sistem yang nantinya dapat mengatasi masalah penjualan atau pelelangan ikan.
3. Memudahkan *client* atau konsumen menerima informasi penjualan ikan yang dilakukan oleh koperasi perikanan
4. Memudahkan para koperasi menemukan konsumen atau *client* baru dengan mudah.

## 1.5 Metodologi Pengembangan Sistem

Adapun metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode *design thinking*. *Design thinking* adalah salah satu metode baru dalam melakukan proses desain. *Design thinking* merupakan metode penyelesaian masalah yang berfokus pada pengguna atau *user* dengan melakukan *reframing* masalah dengan cara-cara yang berpusat pada manusia, menciptakan banyak ide dalam *brainstorming*, dan mengadopsi pendekatan langsung dalam pembuatan *prototype* dan *testing*. *Design thinking* juga melibatkan eksperimen yang sedang berjalan seperti, membuat sketsa, membuat *prototype*, *testing*, dan mencoba berbagai konsep dan ide.

*Design thinking* memiliki 5 tahapan:

### 1. *Empathize*

Pada tahap ini dilakukan beberapa tahapan meliputi:

- a. Membuat *emphaty map* menggunakan *tools* mural
- b. Membuat *user persona* menggunakan *tools* figma

### 2. *Define*

Pada tahap ini dilakukan beberapa tahapan meliputi:

- a. Membuat *user journey map* menggunakan *tools* figma
- b. Membuat arsitektur informasi menggunakan *tools* figma

### 3. *Ideate*

Pada tahap ini dilakukan beberapa tahapan meliputi:

- a. Membuat *wireframe (low fidelity)* menggunakan *tools* Balsamiq mockups 3
- b. Membuat *user flow* menggunakan *tools* figma

### 4. *Prototype*

Dalam tahapan ini, merupakan proses dalam merancang desain suatu produk yang akan dibuat, yang nantinya akan ditampilkan kepada pengguna. Pada tahap ini, penulis menggunakan *tools* AdobeXd dalam pembuatan *mockup (high fidelity)*, dengan tujuan untuk menampilkan hasil *user interface* yang lebih jelas beserta rincian *visual* lainnya, berdasarkan hasil dari *wireframe (low fidelity)* pada tahap *ideate*.

### 5. *Test*

Pada tahap ini akan dilakukan pengujian atau penilaian terhadap *prototype* yang telah di buat menggunakan metode *usability testing*. Adapun dalam pengujian

menggunakan metode *usability testing* aspek *learnability*, *memorability*, *efficiency*, *error* dan *satisfaction* dengan menggunakan *maze design* sebagai *tools* atau aplikasi untuk pengujian *usability testing online*.



# UNIVERSITAS MIKROSKIL