BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan mendasar pada hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk di bidang pendidikan, sosial, dan ekonomi. Transformasi digital tidak hanya mendorong hadirnya cara baru dalam mengakses informasi, tetapi juga menciptakan ekosistem bisnis yang lebih terbuka, fleksibel, dan berbasis teknologi. Fenomena ini dikenal dengan istilah digitalisasi, yang pada praktiknya mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi ke dalam aktivitas sehari-hari. Menurut Omol *et al*. (2024), digitalisasi mendorong efisiensi, memperluas jangkauan, serta memungkinkan organisasi menciptakan keunggulan kompetitif melalui adopsi teknologi, kepemimpinan yang adaptif, dan budaya organisasi yang mendukung perubahan. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai alat teknis, tetapi juga sebagai strategi fundamental untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan dalam usaha. Penerapan strategi yang efektif dapat menjadi elemen kunci dalam meraih pmebangunan berkelanjutan dan menawarkan daya saing yang lebih unggul dalam mengembangkan bisnis.

Salah satu Strategi bisnis yang memanfaatkan teknologi adalah pemesanan digital. Saat ini, banyak bisnis yang memanfaatkan platform digital untuk berbagai layanan seperti pemesanan makanan, transportasi, pengiriman barang dan yang lainnya. Para pengembang selalu berlomba-lomba untuk menciptakan sistem yang dapat mempermudah aktivitas sehari-hari tanpa terbatas oleh waktu dan lokasi, agar pekerjaan bisa dikerjakan dengan lebih efisien dan menghemat waktu (Safitri dan Erlansyah, 2022). Dalam perkembangan strategi bisnis, mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda memiliki peran penting dalam menghadapi era ini, karena selain berperan sebagai konsumen digital, mereka juga memiliki potensi besar sebagai pencipta produk maupun penyedia jasa di ranah digital. Mahasiswa sering kali dianggap sebagai kelompok masyarakat yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Mereka terbiasa menggunakan

platform digital baik untuk kebutuhan akademik, hiburan, maupun transaksi ekonomi.

Fenomena munculnya platform digital membuka peluang luas bagi mahasiswa untuk terlibat dalam aktivitas bisnis. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024) menunjukkan bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5% pada tahun 2024, dengan kelompok usia 13–28 tahun sebagai pengguna terbesar. Fakta ini memperlihatkan bahwa mahasiswa berada pada posisi strategis untuk memanfaatkan digitalisasi dalam kegiatan bisnis. Selain itu, data ini juga didukung oleh data pertumbuhan jumlah mahasiswa yang mengalami peningkatan dari tahun 2020-2024 (Badan Pusat Statistik, 2024). Ini membuktikan bahwa mahasiswa memiliki potensi yang besar dalam menciptakan ekosistem bisnis sendiri dalam menyelesaikan permasalahan di lingkungan mereka.

Salah satu masalah yang cukup umum di kalangan mahasiswa adalah kesulitan mempromosikan barang dan jasa. Penelitian Ismail *et al.* (2025) menemukan bahwa mahasiswa kesulitan mempromosikan barang dan jasa mereka karena belum ada platform digital khusus lingkungan kampus yang menghubungkan penjual dan pembeli secara efisien. Selain itu, informasi mengenai bisnis dan jasa di kalangan mahasiswa juga masih minim karena sebagian besar komunikasi dilakukan melalui aplikasi pemesanan langsung seperti *Whatsapp* dan media sosial. Penelitian Sulistyo *et al*. (2021) menemukan bahwa teknologi dan informasi merupakan faktor signifikan yang mempengaruhi keputusan pembelian buku mahasiswa, yang menunjukkan bahwa akses dan saluran yang tepat sangat penting dalam aktivitas jual-beli di kalangan mahasiswa. Hal ini sejalan dengan penelitian Budiman (2024) yang menyebutkan bahwa salah satu hambatan utama mahasiswa dalam mengembangkan usaha adalah keterbatasan jaringan dan kurangnya akses terhadap saluran promosi yang efektif. Dari permasalahan ini, ditemukan bahwa belum ada platform khusus yang memfasilitasi transaksi barang dan jasa antar mahasiswa dalam lingkup yang lebih terarah untuk mempermudah pemenuhan kebutuhan mahasiswa sebagai pihak penjual dan pembeli.

Permasalahan ini kemudian diperkuat dengan hasil survei awal yang disebarkan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Medan. Dari 30 responden yang berasal dari sembilan program studi di Fakultas Ekonomi, didapat data hasil observasi sebagai berikut:

Tabel 1.1. Hasil Survey Awal

No	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Pernah memiliki buku/barang kuliah yang masih layak tetapi tidak terpakai?	Pernah	28	93,3
2.	Memiliki Skill yang dapat ditawarkan pada mahasiswa	Ya	23	76,7
3.	Pernah mencari buku kuliah/ barang kebutuhan mahasiswa dengan harga lebih murah (misalnya barang bekas/second)?	Pernah	29	96,7
4.	Pernah membutuhkan jasa dari sesama mahasiswa saat ada event atau kepentingan (misalnya desain grafis, fotografi, editing video, les privat, coding, dll.)?	Pernah	30	100
5.	Kendala dalam memasarkan barang/jasa	Tidak ada platform khusus yang tersedia	16	53,3
		Sulit menemukan pengguna jasa	10	33,3
6.	Seberapa penting adanya aplikasi khusus yang mempertemukan mahasiswa penjual (barang/jasa) dengan mahasiswa pembeli (barang/jasa)?	Sangat penting	30	100

Sumber: Peneliti, 2025

Dari hasil observasi diatas, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa masih menghadapi kendala dalam menjual barang dan jasa antar sesama mahasiswa karena belum adanya platform khusus yang tersedia. Di sisi lain, mahasiswa juga membutuhkan kemudahan untuk menemukan penyedia barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Data ini mengonfirmasi bahwa terdapat kebutuhan nyata akan adanya solusi digital yang dapat mempertemukan mahasiswa penjual dengan mahasiswa pembeli, baik dalam konteks barang maupun jasa.

Dari sisi teori, masalah ini dapat dianalisis melalui konsep bisnis digital. Silitonga (2025) menjelaskan bahwa bisnis digital adalah bentuk adaptasi kegiatan bisnis dengan pemanfaatan teknologi digital untuk memberikan nilai tambah dan kemudahan bagi pelanggan. Untuk itu, dalam mengatasi masalah-masalah mahasiswa tersebut, diperlukan sebuah platform pemesanan barang dan jasa kebutuhan mahasiswa yang bisa diakses tanpa batas waktu sehingga memudahkan sesama mahasiswa dalam melakukan transaksi secara digital. Bisnis digital yang dimaksud disini tidak hanya bertujuan untuk mempercepat proses transaksi, tetapi juga membuka peluang baru bagi generasi muda, khususnya mahasiswa, untuk berwirausaha melalui platform daring. Platform pemesanan merupakan merupakan sistem digital yang dirancang untuk memfasilitasi proses transaksi antara penyedia dan pengguna barang atau jasa secara daring. Platform ini berfungsi sebagai perantara yang mempertemukan dua pihak, yaitu penjual dan pembeli, dalam satu ekosistem yang terintegrasi sehingga proses pemesanan dapat berlangsung dengan lebih efisien, transparan, dan terstruktur. Melalui platform pemesanan, pengguna dapat melakukan pencarian, pemilihan, hingga pembayaran tanpa perlu bertemu langsung, yang tentunya mendukung kemudahan akses serta efisiensi waktu. Dalam konteks dunia mahasiswa, keberadaan platform pemesanan menjadi penting karena mampu mengakomodasi kebutuhan spesifik mahasiswa dalam satu wadah digital yang terpercaya dan mudah digunakan. Namun, sejauh ini belum tersedia platform yang dirancang khusus untuk menjembatani kebutuhan tersebut dalam satu sistem yang terintegrasi dan berorientasi pada pengguna.

Untuk merancang platform yang benar-benar menjawab kebutuhan mahasiswa, diperlukan pendekatan pengembangan yang berfokus pada pengguna (*user-centered design*). Salah satu metode yang relevan adalah *Design Thinking*, yaitu pendekatan kreatif dan iteratif dalam memecahkan masalah dengan memahami kebutuhan pengguna secara mendalam. *Design Thinking* membantu pengembang menciptakan solusi yang inovatif melalui lima tahapan utama, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* (Imanda dan Mukhayaroh, 2023). Pendekatan ini menekankan empati terhadap pengguna sehingga rancangan yang

dihasilkan tidak hanya fungsional, tetapi juga sesuai dengan ekspektasi dan perilaku pengguna sesungguhnya. Metode ini efektif diterapkan dalam pengembangan aplikasi digital karena mampu mengintegrasikan perspektif pengguna dengan tujuan bisnis, sehingga hasil akhir lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar. Lebih lanjut, Micheli *et al*. (2019) menjelaskan bahwa penggunaan *Design thinking* mendorong proses kolaboratif antara tim pengembang dan pengguna, yang mempercepat identifikasi masalah serta pengujian solusi.

Dalam konteks penelitian ini, *Design Thinking* digunakan untuk memahami secara menyeluruh permasalahan mahasiswa dalam menjual barang dan menawarkan jasa, serta untuk menghasilkan ide solusi digital yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian, *Design thinking* menjadi metode yang tepat untuk pengembangan platform bisnis digital mahasiswa karena mampu memastikan bahwa solusi yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan pengguna dan dapat dievaluasi secara sistematis melalui tahapan yang jelas. Metode ini dapat digunakan untuk menunjukkan bahwa platform yang akan dibuat sangat berfokus untuk menyelesaikan masalah pengguna.

Dalam penyelesaian suatu masalah, pendekatan *Design Thinking* yang berorientasi pada pengguna tidak hanya berhenti pada tahap perancangan ide, tetapi juga berlanjut pada implementasi antarmuka dan pengalaman pengguna yang efektif. Dalam konteks pengembangan platform digital, hasil dari proses *Design Thinking* perlu diwujudkan dalam bentuk desain antarmuka pengguna (*User Interface*) dan pengalaman pengguna (*User Experience*) yang intuitif, menarik, serta mampu memenuhi kebutuhan emosional dan fungsional pengguna.

Desain *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) dinilai penting karena keduanya berhubungan langsung dengan bagaimana pengguna berinteraksi dan merasakan manfaat dari sebuah sistem. Kualitas dari pengalaman pengguna bisa menjadi faktor penentu keberhasilan sebuah aplikasi. UI berfokus pada tampilan visual, elemen interaktif, serta konsistensi desain, sedangkan UX menekankan pada kenyamanan, kemudahan penggunaan, dan kepuasan pengguna secara keseluruhan. Desain UI yang intuitif dan menarik dapat meningkatkan

keterlibatan pengguna serta mengurangi tingkat penolakan aplikasi. Selain itu, Syahrial dan Rahmadi (2021) menekankan bahwa integrasi desain UI/UX yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pengguna tetapi juga berperan dalam menentukan keberhasilan implementasi sistem digital di kalangan mahasiswa.

Untuk memastikan keberhasilan suatu platform digital, setelah UI/UX dirancang berlandaskan kebutuhan pengguna, maka langkah krusial berikutnya adalah menjalankan evaluasi terhadap UI/UX tersebut agar dapat memastikan bahwa rancangan benar-benar efektif dan sesuai harapan pengguna. Evaluasi UI/UX membantu pengembang untuk mengetahui kemudahan penggunaan aplikasi dan menilai kepuasan pengguna terhadap alur interaksi, tampilan visual dan fungsi sistem. Melalui proses evaluasi, pengembang dapat memahami apakah tampilan dan alur penggunaan aplikasi benar-benar mendukung kemudahan mahasiswa dalam melakukan transaksi barang dan jasa. Evaluasi ini merupakan langkah penting untuk mengidentifikasi hambatan yang dihadapi pengguna dalam berinteraksi dengan sistem digital, sehingga hasilnya dapat dijadikan dasar dalam memperbaiki desain sebelum aplikasi dikembangkan lebih lanjut menjadi produk final. Dengan demikian, evaluasi UI/UX dalam penelitian ini tidak hanya berfungsi untuk menilai kualitas antarmuka, tetapi juga sebagai tolak ukur keberhasilan implementasi prinsip *Design thinking* dalam menghasilkan solusi digital yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.

Dalam konteks kebutuhan mahasiswa, beberapa penelitian terdahulu menyoroti pentingnya aplikasi berbasis kebutuhan mahasiswa. Penelitian Gunawan dan Toyib (2021) mengembangkan *marketplace* sebagai media pemasaran produk kewirausahaan mahasiswa, namun penelitian ini hanya berfokus pada produk kreatif dan belum mencakup kebutuhan jasa atau skill. Selain itu, Facebook telah menjadi salah satu platform populer yang digunakan masyarakat termasuk mahasiswa, untuk melakukan aktivitas jual beli melalui fitur *Marketplace* dan grup jual beli. Namun, beberapa penelitian mengungkapkan bahwa *Facebook Marketplace* masih memiliki kelemahan, seperti rendahnya tingkat kepercayaan pengguna, kurangnya sistem keamanan transaksi, dan terbatasnya fitur verifikasi penjual maupun pembeli (Mokhberi *et al*., 2024).

Selain itu, sebagian besar transaksi bersifat informal tanpa perlindungan sistematis, sehingga berpotensi menimbulkan penipuan dan kesalahan komunikasi (Lo Michaela GY *et al.*, 2025).

Dari kondisi tersebut, terlihat adanya kesenjangan (*research gap*), yaitu belum adanya platform digital khusus yang mengintegrasikan transaksi barang dan jasa antar mahasiswa dalam satu sistem yang berfokus pada kemudahan, keamanan, serta efisiensi penggunaannya yang dirancang berbasis *Design thinking* dan melalui tahap Evaluasi UI/UX. Konteks penelitian ini difokuskan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan di mana hasil survei awal menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki barang kuliah yang masih layak pakai namun sulit dijual kembali, serta memiliki keterampilan tertentu yang jarang terekspos.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Medan merupakan salah satu fakultas yang aktif mendorong mahasiswa untuk mengembangkan potensi kewirausahaan dan inovasi digital. Hal ini sejalan dengan adanya Program Studi Bisnis Digital yang berfokus pada pengembangan inovasi dan pemanfaatan teknologi dalam kegiatan bisnis untuk mempersiapkan mahasiswa agar mampu menghadapi tantangan ekonomi berbasis digital. Keberadaan prodi ini memperkuat urgensi penelitian terkait pengembangan platform digital yang dapat mendukung aktivitas kewirausahaan mahasiswa. Dengan demikian, rancangan platform pemesanan barang dan jasa antar mahasiswa tidak hanya menjadi solusi terhadap masalah kebutuhan transaksi dan promosi keterampilan, tetapi juga menjadi bentuk implementasi nyata dari konsep dan visi program studi bisnis digital di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Medan.

Berdasarkan berbagai permasalahan dan kesenjangan penelitian tersebut, pengembangan platform digital menjadi langkah strategis untuk mengoptimalkan interaksi ekonomi di lingkungan kampus. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada perancangan *prototype* aplikasi pemesanan barang dan jasa antar mahasiswa berbasis metode *Design Thinking* dengan nama aplikasi yaitu UniMart. *Prototype* aplikasi ini dirancang untuk memahami kebutuhan pengguna secara mendalam melalui tahap-tahap empati, ideasi, *prototype* dan sampai pada pembuatan

database. Meskipun penelitian ini berfokus pada *prototype*, perancangan database membantu memastikan bahwa sistem yang dikembangkan memiliki struktur data yang jelas dan siap diimplementasikan pada tahap pengembangan selanjutnya. Selanjutnya, rancangan UI/UX *prototype* aplikasi ini akan diuji coba dan dievaluasi guna memastikan tingkat kenyamanan, kemudahan, dan efektivitas penggunaan. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan solusi digital yang praktis, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan nyata mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan, penulis tertarik untuk membuat suatu karya ilmiah berupa skripsi dengan judul: *"Perancangan Prototype Aplikasi Pemesanan Barang dan Jasa Antar Mahasiswa Berbasis Design Thinking dengan Evaluasi UI/UX (Studi Kasus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Medan)"*.

1.2 Identifikasi Masalah

Merujuk pada latar belakang yang sudah diuraikan diatas sebelumnya, maka penulis dapat mengidentifikasikan masalah yang terjadi yaitu sebagai berikut:

1. Mahasiswa kesulitan menjangkau pelanggan untuk menjual barang kebutuhan kuliah dan jasa (skill) antar sesama mahasiswa.
2. Belum tersedia platform yang mampu mengintegrasikan sistem pemesanan barang dan jasa mahasiswa dalam satu platform.
3. Belum adanya proses perancangan solusi digital yang diawali dengan tahap identifikasi kebutuhan pengguna dan pengujian desain secara iteratif di kalangan mahasiswa.
4. Pengembangan aplikasi sering kurang berorientasi pada pengguna karena minim evaluasi UI/UX untuk menilai sejauh mana *prototype* yang dibuat sudah layak dan mudah digunakan.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memastikan penelitian tetap fokus dan menghindari pembahasan yang luas serta temuan yang tidak terkait, maka akan dilakukan pembatasan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini diimplementasikan hanya dalam bentuk *prototype* aplikasi, sehingga belum sampai pada tahap implementasi penuh atau pengujian pasar nyata.
2. Penelitian ini hanya difokuskan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan sebagai responden dan pengguna utama.
3. *Prototype* dirancang terbatas pada fitur jual beli barang kebutuhan dan jasa (*skill*) mahasiswa.
4. Metode pengembangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Design Thinking* sebagai kerangka utama.
5. Evaluasi yang dilakukan terbatas pada aspek UI/UX menggunakan instrumen *User Experience Questionnaire* (UEQ**)** dan validasi ahli media.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan Identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penulis dapat merumuskan permasalahannya yaitu :

1. Bagaimana hasil perancangan *prototype* aplikasi untuk mendukung transaksi barang dan keterampilan (skill) mahasiswa?
2. Bagaimana tahapan penerapan metode *Design Thinking* dalam proses perancangan *prototype* aplikasi tersebut?
3. Bagaimana tingkat kelayakan *prototype* aplikasi berdasarkan hasil evaluasi UI/UX menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ) dan validasi ahli media?

1.5 Tujuan Penelitan

Berdasarkan rumusan masalah, dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Merancang *prototype* aplikasi pemesanan barang dan jasa antar mahasiswa yang mampu memenuhi kebutuhan pengguna.

2. Menerapkan metode *Design thinking* dalam proses perancangan *prototype* aplikasi sehingga menghasilkan solusi yang berorientasi pada pengguna.
3. Menilai kelayakan *prototype* aplikasi melalui evaluasi *UI/UX* menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ).

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi banyak pihak, diantaranya :

Bagi peneliti

1. Sebagai salah satu syarat kelulusan dalam program studi Bisnis Digital Universitas Negeri Medan.
2. Untuk menambah pengalaman dan pemahaman penulis dalam merancang *prototype* aplikasi berbasis *design thinking* serta melakukan evaluasi *UI/UX*.
3. Untuk memperluas wawasan penulis dalam menganalisis kebutuhan pengguna dan mengembangkan solusi digital yang relevan dengan permasalahan mahasiswa.
4. Mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh baik dalam perkuliahan maupun di lingkungan akademik, serta mampu menerapkannya dalam kehidupan nyata.

Bagi Mahasiswa sebagai Calon pengguna

1. Untuk membantu memudahkan mahasiswa dalam melakukan transaksi barang kebutuhan kuliah dan mempromosikan keterampilan yang dimiliki.
2. Untuk membantu mahasiswa saling terhubung dalam ekosistem bisnis digital yang praktis, efisien dans sesuai kebutuhan mereka.

Bagi Universitas Negeri Medan

1. Untuk memberikan kontribusi akademik dalam mendukung pengembangan ekosistem bisnis digital di lingkungan kampus, terutama di Fakultas Ekonomi.

2. Sebagai dasar untuk mendukung mahasiswa dalam kegiatan kewirausahaan, pemanfaatan teknologi, dan penciptaan ekosistem digital yang menunjang pendidikan sekaligus peningkatan daya saing lulusan.
3. Memberikan gambaran mahasiswa dalam mengimplementasikan teori dan praktek yang didapatkan di bangku perkuliahan.

Bagi Pengembang Aplikasi (Developer)

1. Penelitian ini menghasilkan *prototype* aplikasi yang dapat dgunakan sebagai *blueprint* atau acuan awal dalam pengembangan aplikasi pemesanan barang dan jasa antar mahasiswa. *Blueprint* ini mencakup rancangan antarmuka pengguna (UI), alur interaksi pengguna (*user flow*), serta fitur utama yang dirancang berdasarkan kebutuhan pengguna, sehingga membantu pengembang dalam memahami struktur sistem sebelum masuk ke tahap implementasi.
2. Hasil evaluasi UI/UX yang dilakukan pada *prototype* memberikan umpan balik berbasis pengguna yang dapat dimanfaatkan oleh pengembang untuk meningkatkan kualitas desain aplikasi. Dengan adanya evaluasi ini, pengembang dapat meminimalkan kesalahan desain, mengoptimalkan pengalaman pengguna, serta mengurangi risiko perubahan besar pada tahap pengembangan lanjutan.

Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau dasar bagi penelitian lanjutan, terutama yang berkaitan dengan pengembangan aplikasi berbasis kebutuhan mahasiswa, penerapan metode *design thinking*, maupun evaluasi UI/UX.
2. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini hingga tahap implementasi sistem atau menambahkan metode evaluasi lain untuk memperdalam hasil penelitian.