

---

# Mobile Retailing: Pemanfaatan Mobile Apps Untuk Berbelanja Online

**Robertus Laipaka**

STMIK Pontianak; Jl. Merdeka Barat No. 372, (0561) 735555

e-mail: [robertus.laipaka@stmikpontianak.ac.id](mailto:robertus.laipaka@stmikpontianak.ac.id)

## **Abstrak**

*Industri retail menghadapi tantangan dari perubahan tren konsumen dalam berbelanja, dimana ada pergeseran dari konvensional ke berbelanja secara online. Terlebih lagi pengaruh dari dampak pandemi COVID-19 yang semakin membatasi ruang gerak masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah menghasilkan model sistem mobile retailing yang dapat dipergunakan untuk berbelanja secara online pada pasar swalayan seperti minimarket dan supermarket. Mengingat pertumbuhan pengguna perangkat mobile smartphone oleh masyarakat, maka sistem dikembangkan berbasis web mobile. Sistem mobile retailing dirancang dengan konsep user experience (UX) agar mampu memberikan pengalaman yang bermakna dan relevan bagi pengguna. Penelitian ini telah menghasilkan model prototipe sistem mobile retailing yang dapat menjadi referensi bagi pengembang perangkat lunak untuk membangun sistem yang dapat dipergunakan secara nyata pada bisnis ritel..*

**Kata kunci**—3-5 Mobile, Retailing, UX, UI, UCD

## **Abstract**

*The retail industry faces challenges from changing consumer trends in shopping, where there is a shift from conventional to online shopping. Moreover, the impact of the COVID-19 pandemic has further limited the space for the people to move. The purpose of this research is to produce a mobile retailing system model that can be used to shop online at supermarkets such as minimarkets and supermarkets. Given the growth of mobile smartphone users by the community, the system was developed based on mobile web. The mobile retailing system is designed with the user experience (UX) concept in order to provide a meaningful and relevant experience for users. This research has produced a mobile retailing system prototype model that can be a reference for software developers to build systems that can be used in real terms in the retail business.*

**Keywords**—3-5 Mobile, Retailing, UX, UI, UCD

## 1. PENDAHULUAN

Bisnis retail yang lebih mengandalkan toko-toko fisik kini semakin tertekan karena adanya perubahan tren belanja yang beralih ke dunia online. Transaksi digital yang terus berkembang semakin memudahkan konsumen untuk mendapatkan barang yang diinginkan tanpa repot keluar rumah [1]. Berbelanja online selain memberikan kemudahan, barang-barangnya pun bervariasi dengan harga yang lebih kompetitif [2]. Tidak mengherankan apabila perubahan tren belanja ini menjadi tantangan tersendiri bagi industri retail. Perilaku belanja konsumen perlahan-lahan telah bergeser menuju pasar online [3]. Kondisi ini semakin jelas terlihat ketika adanya penyebaran Covid-19 ke seluruh wilayah di Indonesia [4]. Saluran penjualan online telah terbukti tangguh membantu pemilik bisnis untuk mempertahankan penjualan selama pandemi. Aktivitas berbelanja secara online mampu menjadi alternatif dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat di masa

---

pandemi corona (Covid-19) [5]. Di Indonesia aktivitas berbelanja secara daring telah menjadi fenomena baru dan menunjukkan peningkatan kegiatan daring yang sangat signifikan melalui memanfaatkan koneksi mobile internet [6]. Bahkan selama masa pandemi, telah terjadi peningkatan secara signifikan konsumen yang berbelanja ritel secara online [7]. Bagi para pelaku bisnis, memahami dan menanggapi kebutuhan dan perilaku konsumen adalah kunci untuk bertahan hidup bagi peritel modern.

Kehadiran teknologi telah mengubah pola industri ritel dan pengalaman berbelanja konsumen ke berbagai arah yang berbeda. Salah satu cara untuk dapat terus menjual produk kepada konsumen adalah dengan mengalihkan model bisnis konvensional ke penjualan online [8]. Pengusaha ritel harus tetap mengadopsi teknologi informasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen, bahkan setelah pandemi berakhir. Teknologi yang tepat untuk dipergunakan konsumen saat ini adalah teknologi mobile berupa smartphone [9]. Oleh karenanya, pengusaha ritel harus mengalihkan fokus bisnis dan menjadikan seluler sebagai prioritas. Pengenalan platform mobile telah mengubah retailer dengan peluang untuk membangun berbagai inovasi teknologi yang bertujuan untuk meningkatkan pendekatan retailer dalam berkomunikasi dengan konsumennya [10]. Intinya, ritel seluler adalah tentang kemudahan penggunaan, pengalaman pelanggan yang sangat lancar, dan kemampuan untuk membeli apa pun yang diinginkan.

Pada penelitian ini penulis akan membangun website ritel online dengan desain lebih fokus pada perangkat seluler. Hal yang memperkuat bahwa ritel seluler dianggap sangat penting dikarenakan mayoritas lalu lintas untuk situs web ritel sekarang berasal dari ponsel cerdas. Menurut data dari 2019 Ecommerce Year in Review infographic, 53% penjualan terjadi melalui seluler. Perangkat seluler dapat digunakan sebagai alat yang efektif karena lima atribut yaitu (1) portabilitas; (2) hubungan pribadi dengan pemilik; (3) informasi langsung dalam jaringan; (4) konten tekstual dan visual; dan (5) konvergensi fungsi dan layanan [11]. Saat terhubung dengan pelanggan melalui perangkat seluler, pengecer dapat berinteraksi dengan pelanggan di mana saja, memungkinkan pengecer untuk terus memasuki lingkungan pelanggan. Pendekatan mobile-first dalam desain situs web untuk memastikan bahwa pengalaman pengguna ponsel cerdas sebaik mungkin [12]. Fokus terletak pada faktor faktor utama UX (user experience) seperti navigasi yang mudah di seluler, gambar dan salinan produk yang jelas. Dengan adanya website mobile retailing online, pebisnis ritel dapat memanfaatkan untuk menjual produk secara online dan masyarakat dapat berbelanja kebutuhan sehari-hari dengan mudah.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode user experience (UX) research. Peneliti mengungkapkan kebutuhan konsumen dari produk bisnis dengan melakukan penelitian utama, mengeksplorasi perilaku dan motivasi konsumen, serta bekerja dengan departemen desain produk, manajemen produk dan mengembangkan fitur produk baru. Tujuan utama dari UX research yaitu untuk memberikan desain produk yang sesuai dengan perspektif dari penggunanya. Antarmuka pengguna merupakan aspek fundamental dalam membangun sistem mobile. Analisis yang tepat atas penggunaan sistem desain antarmuka akan berdampak besar pada penggunaan sistem yang sebenarnya [13]. Metode perancangan sistem menggunakan User-Centered Design (UCD). Pendekatan UCD adalah perancangan sebuah desain interface yang memusatkan pengguna sebagai peran utama dalam menentukan kebutuhan sistem. Konsep dari UCD adalah pengguna sebagai pusat dari proses pengembangan sistem [14]. Pendekatan User-Centered Design (UCD) melibatkan pengguna sejak tahap analisa, desain, testing, build/redesign [15]. Hal ini penting mengingat kemudahan dalam menggunakan sistem dan ketersediaan fitur yang sesuai akan menjadi daya tarik untuk terus menggunakan sistem. Terdapat 4 (empat) tahap dalam pendekatan UCD yaitu *understand context of use, specify user requirements, design solutions and evaluation against requirements* [16]. Pemodelan sistem menggunakan Unified Modeling Language (UML).

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

---

### 1. *Understand context of use*

Pengguna aplikasi mobile retailing ini adalah masyarakat yang ingin berbelanja secara online dalam rangka pemenuhan kebutuhan pokok sehari-hari. Masyarakat yang memiliki perangkat mobile smartphone dapat melakukan pembelian berbagai macam jenis produk yang ditawarkan oleh penjual. Dengan dukungan perangkat mobile yang terkoneksi dengan internet, masyarakat dapat membeli produk dimana saja dan kapan saja. Selain pembeli, tentunya ada penjualan yang menggunakan aplikasi mobile retailing ini. Penjual dan pembeli memiliki rancangan antarmuka yang berbeda karena kebutuhan kedua jenis pengguna ini berbeda. Penjual adalah pemilik produk yang memposting produknya pada aplikasi mobile retailing ini. Setiap penjual apapun jenis produknya, dapat menggunakan aplikasi ini sebagai pelengkap dari toko konvensional.

### 2. *Specify user requirements*

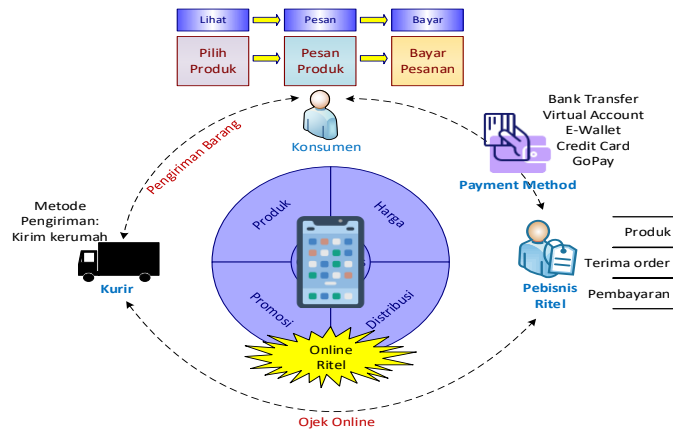
Tahapan dalam memahami kebutuhan pengguna menggunakan teknik brainstorming yaitu mengembangkan solusi kreatif dalam menghadapi sebuah permasalahan. Brainstorming mencoba melakukan analisis kebutuhan pengguna dan mendapati hasil seperti rancangan tampilan antarmuka yang menarik, mudah dipergunakan, dan menganalisis fitur aplikasi yang dapat dipergunakan oleh pengguna, baik itu penjual produk maupun pembeli produk. Berikut ini adalah fitur-fitur yang akan dikembangkan pada aplikasi mobile retailing:

Tabel 1. Daftar Fitur

Nama Fitur Aplikasi	Keterangan Fitur
Home Page	Berisikan informasi produk berupa gambar, harga, tombol order dan tombol detail.
Detail Page	Fitur ini dipergunakan untuk menampilkan informasi produk secara detail berupa deskripsi dari produk.
Registrasi	Halaman yang dapat dipergunakan oleh pengguna untuk melakukan pendaftaran pada aplikasi
Login	Berisi halaman yang dapat dipergunakan oleh pengguna untuk masuk ke aplikasi sebagai syarat dalam pembelian produk
Keranjang belanja	Halaman yang dapat menampung sementara produk yang dipesan oleh konsumen
Invoice	Halaman yang menampung informasi produk yang telah dipesan oleh konsumen
Konfirmasi pembayaran	Halaman yang dapat dipergunakan oleh konsumen untuk mengirimkan konfirmasi ke penjual setelah melakukan pembayaran terhadap pesanan
Upload produk	Fitur yang dapat dipergunakan oleh penjual untuk memposting produk yang ingin dijual
Daftar invoice	Fitur yang memungkinkan penjual untuk melihat invoice konsumn

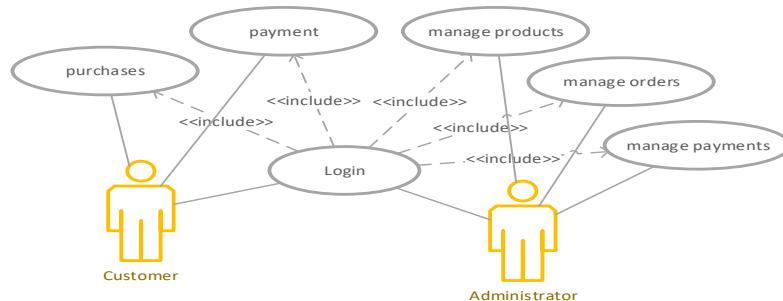
### 3. *Design solutions*

Merancang solusi dari user requirements yang telah dijelaskan pada proses sebelumnya, proses perancangan ini akan melewati beberapa tahapan mulai dari rancangan arsitektur aplikasi, rancangan diagram dan rancangan antarmuka aplikasi. Desain arsitektur yang ideal harus dapat memenuhi kebutuhan pengguna, compatible/ independent secara teknologi, dapat digunakan kapan saja secara mudah dan handal, mudah dikembangkan dan dapat diakses sebanyak mungkin oleh pengguna. Berikut ini adalah rancangan arsitektur aplikasi mobile retailing:



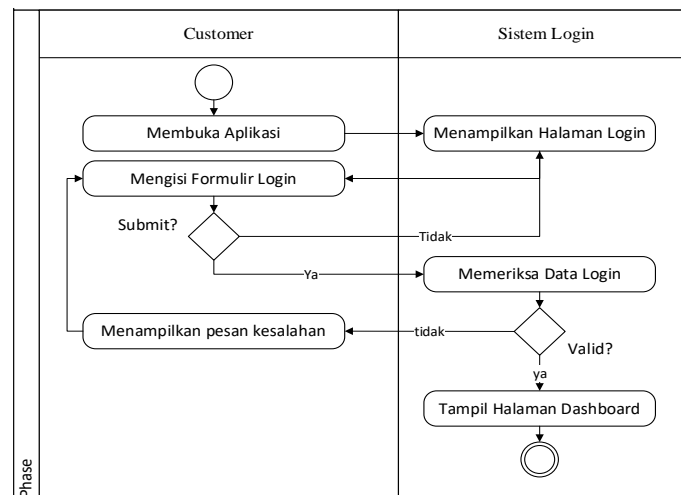
Gambar 1. Arsitektur Aplikasi Mobile Retailing

Pada gambar 1 diatas dapat dijelaskan bahwa konsumen dan pemilik produk/ pebisnis ritel berinteraksi dengan mobile retailing secara online. Melalui online ritel, kedua pengguna ini bisa berinteraksi dalam kegiatan jual beli produk secara online dengan memanfaatkan perangkat mobile. Melalui online ritel, konsumen dapat memesan produk, sedangkan pemilik produk dapat menggunakan aplikasi dalam rangka mempromosikan produk dan mendistribusikan produk secara online. Dalam kegiatan pembelian produk, konsumen melakukannya mulai dari melihat produk, pesan produk dan bayar produk. Penjual selaku pemilik produk dapat menjual produk dengan cara posting produk, terima pesanan dan terima pembayaran. Setiap pesanan konsumen yang sudah dibayar dianggap valid dan dikirim kealamat konsumen menggunakan layanan kurir online. Antarmuka pengguna harus dimodelkan secara visual dengan menggunakan UML (*unified modelling language*) untuk menggambarkan perilaku sistem dalam menanggapi interaksi pengguna. Diagram use case digunakan sebagai titik awal untuk desain antarmuka pengguna dan biasanya digunakan untuk menangkap persyaratan sistem yaitu apa yang seharusnya dilakukan oleh sistem. Berikut ini adalah use case diagram mobile retailing:



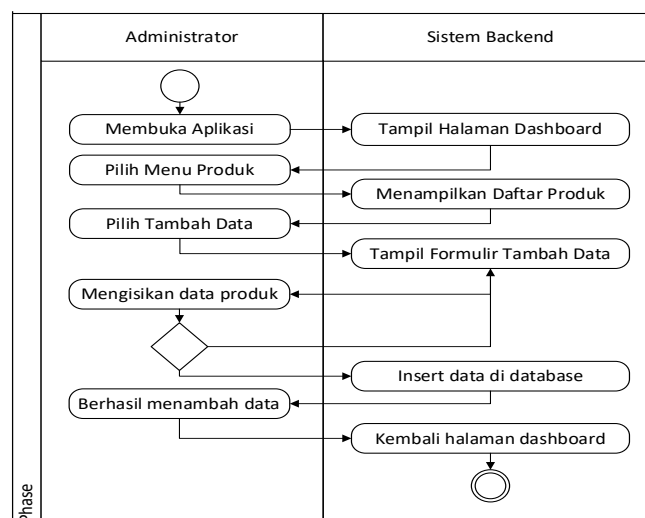
Gambar 2. Use Case Diagram Mobile Retailing

Pada gambar 1 di atas dapat dijelaskan bahwa terdapat 6 use case yang menjadi titik penghubung komunikasi antara actor customer dan administrator. Actor customer melakukan login purchases, payment sedangkan actor administrator melakukan manage products, manage orders, manage payments. Pada sistem mobile retailing, interaksi antara customer dan administrator dimediasi oleh sistem. Ketika customer melakukan pemesanan produk, maka admin akan melakukan validasi terhadap pesanan. Ketika customer melakukan pembayaran terhadap pesanan, maka admin juga akan melakukan validasi terhadap pembayaran konsumen. Customer dapat melihat produk yang dijual karena adanya pengelolaan produk dari administrator. Selanjutnya untuk mengetahui secara jelas aktivitas masing-masing use case, maka diperlukan Activity Diagram yang merupakan rancangan aliran aktivitas atau aliran kerja dalam sebuah sistem mobile retailing yang akan dijalankan. Activity Diagram juga digunakan untuk mendefinisikan atau mengelompokan aluran tampilan dari sistem tersebut. Activity Diagram memiliki komponen dengan bentuk tertentu yang dihubungkan dengan tanda panah. Berikut ini adalah aktivitty diagram sistem mobile retailing:



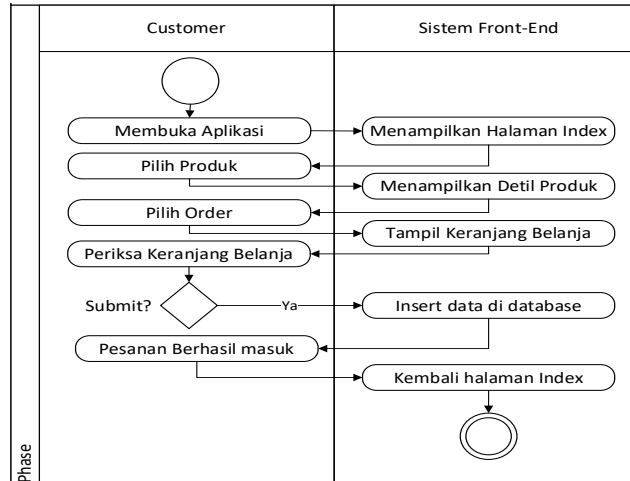
Gambar 3. Activity Diagram Login

Gambar 3 di atas merupakan Activity Diagram dari fungsi login. Seperti terlihat pada gambar tersebut, terdapat 2 swimlane, yaitu User dan Sistem Login. Tahap-tahapnya dibuat sangat rinci, apapun aksi yang dilakukan user, akan menimbulkan reaksi dari aplikasi itu sendiri. Berikutnya adalah activity diagram manage products yang merupakan aktivitas seorang administrator dalam mengelola data produk pada sistem mobile retailing. Mengelola data produk dengan baik dan benar sangat diperlukan karena hasil pengelola data tersebut akan memberikan tampilan pada halaman utama di sistem mobile retailing. Berikut ini adalah activity diagram manage products:



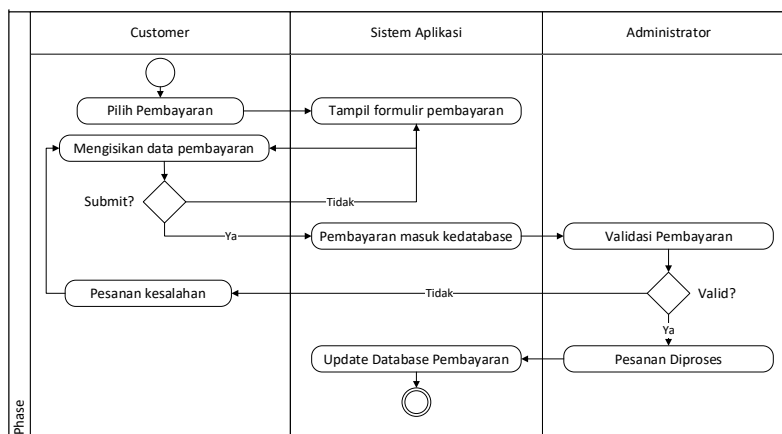
Gambar 4. Activity Diagram Manage Products

Gambar 4 di atas merupakan Activity Diagram dari fungsi manage products. Seperti terlihat pada gambar tersebut, terdapat 2 swimlane, yaitu Administrator dan Sistem Backend. Tahap-tahapnya dibuat sangat rinci, apapun aksi yang dilakukan administrator akan menimbulkan reaksi dari aplikasi itu sendiri. Activity Diagram Manage Products dimaksud untuk menambahkan data produk pada sistem mobile retailing. Aktivitas yang dilakukan oleh seorang administrator akan terlihat dengan jelas pada activity diagram manage products ini. Dengan gambaran tersebut, administrator dapat melakukan pekerjaan dengan baik dan bisa meminimalkan kesalahan. Berikutnya adalah activity diagram purchase order. Purchase merupakan gambar aktivitas pembelian produk yang dilakukan oleh konsumen melalui sistem mobile retailing. Berikut ini adalah gambar activity diageam purchase:



Gambar 5. Activity Diagram Purchase Order

Seperti terlihat pada gambar 5 di atas, terdapat 2 swimlane, yaitu Customer dan Sistem Front-End. Tahap-tahapnya dibuat sangat rinci, apapun aksi yang dilakukan Customer akan menimbulkan reaksi dari aplikasi itu sendiri. Konsumen yang akan melakukan pemesanan produk dimulai dari membuka aplikasi, melakukan pemilihan/seleksi terhadap produk, melihat detil produk dan membeli produk dengan mengklik menu order. Sistem akan memasukkan data produk kedalam keranjang belanja. Konsumen yang telah selesai melakukan pemesanan, selanjutnya akan memproses pesanan dengan cara masukkan ke fitur keranjang belanja dan kemudian akan memproses pesanan. Pesanan valid dari konsumen akan masuk kedalam sistem administrator. Aktivitas selanjutnya adalah payment. Ketika konsumen telah memesan produk, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pembayaran dengan cara transfer sejumlah uang sesuai dengan nilai pesanan. Berikut ini adalah langkah payment yang dilakukan oleh konsumen dan langkah administrator dalam merespon pembayaran:

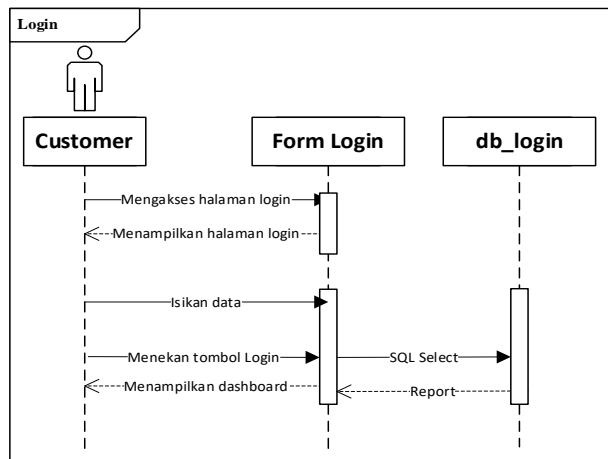


Gambar 6. Activity Diagram Payment

Gambar 6 di atas merupakan Activity Diagram dari fungsi Payment. Seperti terlihat pada gambar tersebut, terdapat 3 swimlane, yaitu Customer dan Sistem Front-End dan Administrator. Tahap-tahapnya dibuat sangat rinci, apapun aksi yang dilakukan Customer akan menimbulkan reaksi dari aplikasi itu sendiri, begitu juga aksi administrator akan menghasilkan reaksi dari sistem aplikasi. Kosumen melakukan pembayaran terhadap pesanan dengan cara mengisikan data formulir pembayaran yang telah disediakan. Setelah data pembayaran diisi dengan benar, maka konsumen melakukan submit untuk mengirimkan data tersebut kepada administrator. Sedangkan administrator akan melakukan pengecekan terhadap pembayaran yang masuk. Ketika pembayaran valid/sesuai dengan nilai yang tertera pada pesanan, maka administrator akan

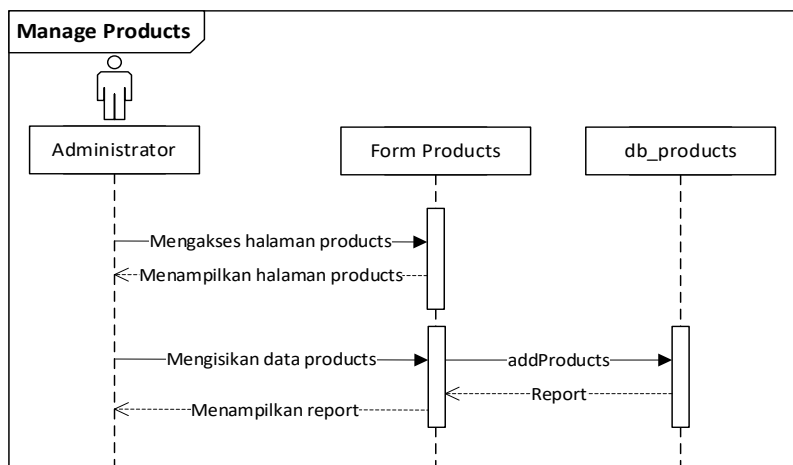
memproses produk yang dipesan untuk dikirim kepada alamat konsumen. Diagram selanjutnya yang perlu digambarkan adalah sequence diagram sistem mobile retailing.

Sequence diagram menggambarkan sejumlah aktivitas atau kolaborasi antar object. Fungsi dari diagram ini yaitu untuk menunjukkan interaksi atau pesan yang disampaikan antar setiap objectnya.



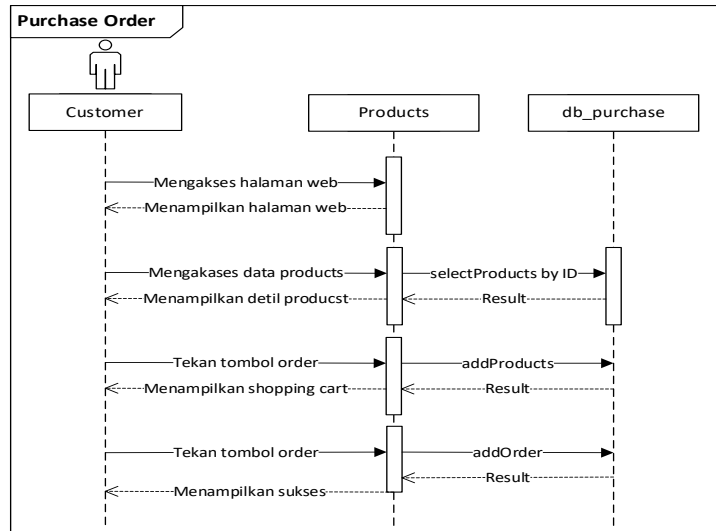
Gambar 7. Sequence Diagram Login

Gambar 7 di atas merupakan Sequence Diagram dari fitur login. Terdapat satu actor bernama customer dengan dibersamai oleh object Form Login dan object db\_login. Setiap tahapnya diwakili oleh tanda panah bergaris tegas (message) dan tanda panah bergaris putus-putus (message to self) sebagai bentuk interaksi yang terjadi selama sistem bekerja. Dimulai dari customer mengakses halaman login dan diakhiri oleh report sebagai tanda berakhirnya proses bisnis dari fitur login. Selanjutnya adalah Sequence Diagram Manage Products yang menampilkan interaksi antara admin dan objek form produk. Berikut ini adalah gambar sequence diagram manage products:



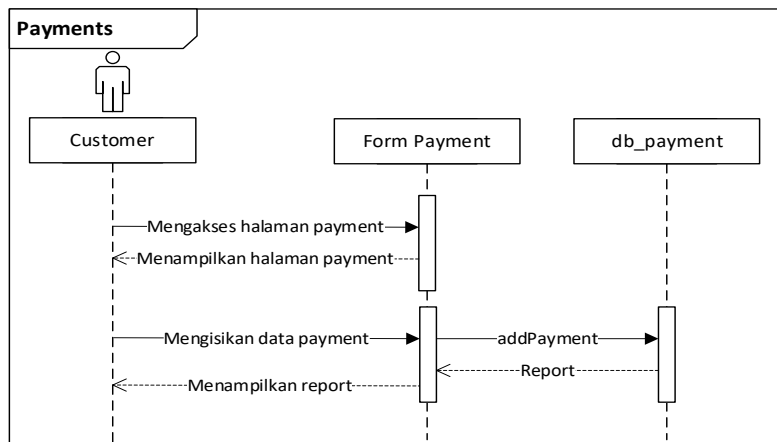
Gambar 8. Sequence Diagram Manage Products

Gambar 8 di atas merupakan Sequence Diagram dari fitur Manage Products. Terdapat satu actor bernama Administrator dengan dibersamai oleh object Form Products dan object db\_products. Setiap tahapnya diwakili oleh tanda panah bergaris tegas (message) dan tanda panah bergaris putus-putus (message to self) sebagai bentuk interaksi yang terjadi selama sistem manage products bekerja. Dimulai dari Administrator mengakses halaman form products dan diakhiri oleh report sebagai tanda berakhirnya proses bisnis dari fitur Manage Products. Selanjutnya adalah Sequence Diagram Purchase Order yang menampilkan interaksi antara customer dan objek produk. Berikut ini adalah gambar sequence diagram Purchase Order:



Gambar 9. Sequence Diagram Purchase Order

Gambar 9 di atas merupakan Sequence Diagram dari fitur Purchase Order. Terdapat satu actor bernama customer dengan dibersamai oleh object Products dan object db\_purchase. Setiap tahapannya diwakili oleh tanda panah bergaris tegas (message) dan tanda panah bergaris putus-putus (message to self) sebagai bentuk interaksi yang terjadi selama sistem Purchase Order bekerja. Dimulai dari customer mengakses halaman products dan diakhiri oleh report sebagai tanda berakhirnya proses bisnis dari fitur Purchase Order. Selanjutnya adalah Sequence Diagram Payment yang menampilkan interaksi antara customer dan objek payment. Berikut ini adalah gambar sequence diagram payment:



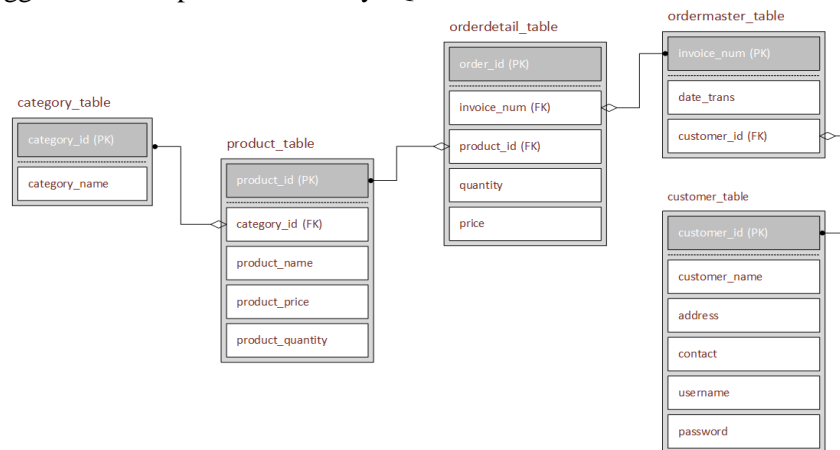
Gambar 10. Sequence Diagram Purchase Order

Gambar 10 di atas merupakan Sequence Diagram dari fitur Payment. Terdapat satu actor bernama customer dengan dibersamai oleh object Payment dan object db\_payment. Setiap tahapannya diwakili oleh tanda panah bergaris tegas (message) dan tanda panah bergaris putus-putus (message to self) sebagai bentuk interaksi yang terjadi selama sistem Payment bekerja. Dimulai dari customer mengakses halaman payment dan diakhiri oleh report sebagai tanda berakhirnya proses bisnis dari fitur Payment. Tahapan payment merupakan tahapan paling akhir pada proses bisnis pembelian produk.

Informasi yang disajikan pada web membutuhkan penyimpanan dan pengolahan ke dalam sebuah database/ basis data dan kemudian menghasilkan halaman-halaman web yang berbasis pada database tersebut. Pendekatan yang umum adalah mendefinisikan sebuah database/basis data, menambah record, menghapus, memperbarui atau mengelompokkan database dan langsung dibuat sebagai halaman web dengan cepat. Web database sangat cocok sekali diterapkan pada sistem mobile retailing yang membutuhkan halaman web secara dinamis.

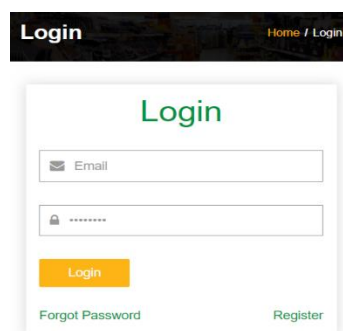


Suatu informasi yang ditampilkan pada sistem bisa bersumber dari beberapa tabel database dan secara khusus sistem mobile retailing terdiri dari beberapa tabel yang saling terhubung dalam model Relational Database Management System. Salah satu database relasional yang akan dipergunakan pada penelitian ini adalah MySQL. MySQL merupakan sebuah sistem untuk manajemen basis data relasional. Banyak sekali produk-produk teknologi informasi yang dibuat dengan menggunakan komponen utama MySQL.



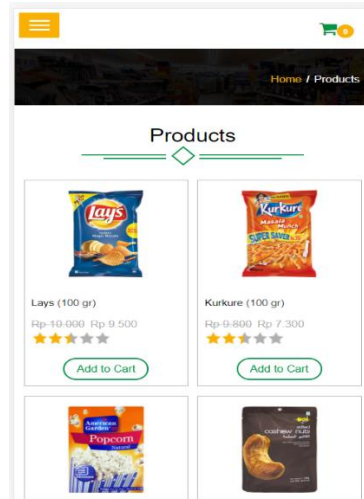
Gambar 11. Diagram Hubungan Entitas

Desain formulir adalah proses pembuatan formulir web yang dijadikan tempat pengunjung situs untuk dapat memasukkan dan mengirimkan informasi dengan tetap memperhatikan tata letak, format, user experience (UX), tampilan, dan faktor lainnya. Desain formulir memengaruhi keseluruhan pengalaman pengguna (UX) situs web yang pada akhirnya secara langsung mempengaruhi jumlah pengunjung dan kepuasan pengguna. Formulir yang dirancang dengan baik menunjukkan kepada pengguna bahwa sistem bermanfaat, bijaksana, profesional dan menyenangkan. Desain antarmuka pengguna (UI) formulir web sangat penting untuk mengubah pengguna menjadi pelanggan, oleh sebab itu penting membuat formulir mudah digunakan, profesional dan rapi. Desain formulir seluler adalah proses pembuatan formulir web yang ramah pengguna dan responsif terhadap perangkat seluler, seperti ponsel cerdas atau tablet. Artinya, konten tertulis dan visual pada formulir harus sesuai dengan setiap layar perangkat. Dengan memastikan desain yang sukses, akan meningkatkan pengalaman pengguna dan kemungkinan besar meningkatkan konversi. Penelitian ini akan mendesain mobile retailing dengan konsep mobile design UX.



Gambar 12. Form Login

Form login konsumen sangat penting dan wajib diakses oleh setiap konsumen yang ingin melakukan transaksi seperti pembelian produk pada sistem mobile retailing. Seperti pada toko online umumnya, setiap konsumen yang ingin berbelanja wajib memiliki akun sebagai petunjuk identitas dari setiap konsumen. Penting bagi setiap konsumen untuk selalu mengingat username dan password dari akun masing-masing.



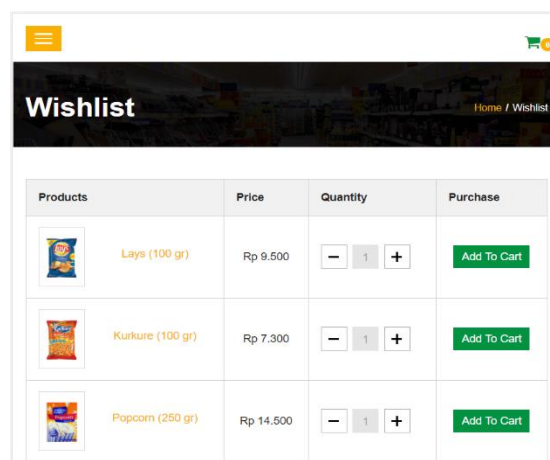
Gambar 13. Daftar Produk

Fitur produk merupakan sebuah fitur yang menampilkan berbagai macam jenis produk yang tersedia untuk dibeli oleh konsumen. Melalui fitur produk ini, konsumen dapat melihat berbagai macam produk yang ditawarkan. Informasi singkat ditampilkan pada fitur produk yaitu nama produk dan harga produk. Melalui informasi singkat ini, konsumen dapat mengetahui produk yang dibutuhkan dan harga yang cocok dengan keinginan konsumen.



Gambar 14. Detil Produk

Fitur detail produk merupakan fitur yang menampilkan informasi secara detail salah satu produk yang telah dipilih konsumen pada fitur produk. Melalui fitur ini, konsumen mendapatkan informasi tambahan yang lebih banyak dari salah satu produk. Informasi yang disajikan pada fitur detail produk akan menjadi acuan bagi konsumen untuk dapat mengambil keputusan dalam membeli produk tersebut. Ketika konsumen hendak membeli produk tersebut, konsumen tinggal menekan tombol add to cart.



Gambar 15. Form Wishlist

Fitur wishlist adalah fitur yang dipergunakan untuk menyimpan daftar barang yang diinginkan atau harapan yang ingin dicapai dalam jangka waktu tertentu. Kebanyakan wishlist adalah daftar barang yang ingin dimiliki atau dibeli. Dengan menggunakan fitur Wishlist, konsumen dapat menandai produk yang ingin dibeli di kemudian hari. Pada fitur wishlist ini konsumen dapat memilih salah satu dari produk dan bisa menentukan kuantitas produk yang dibeli.

#### 4. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengatasi permasalahan dalam ruang gerak setiap orang untuk berbelanja secara langsung ke minimarket atau supermarket sebagai akibat dari wabah pandemi dan juga adanya peluang untuk memanfaatkan teknologi mobile dalam kegiatan berbelanja. Penelitian telah menghasilkan rancangan model sistem mobile retailing yang dapat dipergunakan oleh masyarakat untuk mengakses produk yang dipasarkan pada minimarket maupun supermarket. Sistem telah dikembangkan dengan konsep user experience dan desain antarmuka pengguna yang diharapkan dapat mempengaruhi jumlah pengunjung dan kepuasan pengguna. Aplikasi berbasis mobile sangat penting memperhatikan konsep user experience (UX) dalam merancang user interface (UI) mengingat keterbatasan layar dalam menampilkan informasi dan kemudahan dalam melakukan navigasi. Sistem mobile retailing hanya bersifat model prototipe sehingga belum bisa langsung dipergunakan.

#### 5. SARAN

Sebagai upaya nyata untuk mengatasi sulitnya berbelanja secara langsung pada pasar tradisional dan pasar swalayan, maka dirasa perlu untuk mengimplementasikan sistem mobile retailing. Pengembangan sistem yang menggunakan perangkat mobile sebagai platform utama, perlu memperhatikan konsep user experience (UX) dan user interface (UI) yang responsive sehingga menghasilkan produk yang mobile friendly.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Pontianak yang telah memberikan dukungan finansial terhadap penelitian ini. Terima kasih kepada rekan-rekan dosen yang telah memberikan masukan dan dukungan dalam menyelesaikan tulisan ini. Kepada para reviewer saya juga mengucapkan banyak terima kasih atas bimbingan dan arahnya sehingga tulisan ini dapat sesuai seperti apa yang diharapkan. Semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi banyak orang, saat ini maupun yang akan datang.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Yanti, M. M., & Budiatmo, A. 2020, Pengaruh Store Atmosphere dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Gelael Ciputra Mall Semarang), *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 9, no. 4, hal. 582-589.
  - [2] Solihin, S., & Azwar, W. 2019, Sharia Customer Behavior: Perilaku Konsumen Dalam Belanja Online, *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, vol. 4, no. 1, hal. 101-108.
  - [3] Putlia, G., & Thioanda, N. N. 2020, Munculnya Digital Influencer Merubah Perilaku Konsumen Pada Promosi Produk, Pemilihan Produk, dan Keputusan Pembelian Generasi
-

- Milenial: Studi Pada Akun YouTube Ria SW, *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, vol. 3, no. 1, hal. 39-50.
- [4] Hanifah, N., & Rahadi, D. R. 2020, Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi COVID-19, *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, vol. 8, no. 2, hal. 112-122.
- [5] Oliy, M. R., Pratiknjo, M. H., & Rumampuk, S. 2020, ONLINE SHOP SEBAGAI ALTERNATIF BERBELANJA MASYARAKAT KOTA MANADO. HOLISTIK, *Journal Of Social and Culture*, vol. 13 no. 4, hal. 1-18.
- [6] Indriani, M. 2017, Perlindungan Privasi dan Data Pribadi Konsumen Daring Pada Online Marketplace System, *Justitia Jurnal Hukum*, vol. 1, no. 2, hal. 191-208.
- [7] Ilham, I. 2020, Kondisi Pengusaha Indonesia Ditengah Pandemi Covid-19, *Civic-Culture: Jurnal Ilmu Pendidikan PKN dan Sosial Budaya*, vol. 4, no. 1, hal. 59-68.
- [8] Helmi, S., Syah, L. Y., & Agustian, W. 2019, Perubahan Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Dari Ritel Tradisional Ke Ritel Modern, *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, vol. 1, no. 2, hal. 1-10.
- [9] Gat, G. 2019, Pemanfaatan M-Retailing dengan Dukungan Layanan Cash on Delivery pada Swalayan, *Creative Information Technology Journal*, vol. 4, no. 4, hal. 286-296.
- [10] Taylor, E. 2016, Mobile payment technologies in retail: a review of potential benefits and risks, *International Journal of Retail and Distribution Management*, vol. 44, no. 2, hal. 159-177.
- [11] Wang, R. J. H., Malthouse, E. C., & Krishnamurthi, L. 2015, On the go: How mobile shopping affects customer purchase behavior, *Journal of Retailing*, vol. 91, ni. 2, hal. 217-234.
- [12] Hariyady, H., Aminudin, A., Hasanudin, Y., & Oktavian, R. Rekayasa Ulang Website covid19. go. id ke Dalam Aplikasi Klien Cerdas Berbasis Mobile untuk Meningkatkan Efisiensi Energi, *Seminar Nasional Teknologi dan Rekayasa (SENTRA) 2020*, Malang, no. 6, hal. 1-11.
- [13] Agarina, M., Karim, A. S., & Sutedi, S. 2019, User-Centered Design Method in the Analysis of User Interface Design of the Department of Informatics System's Website, *In Prosiding International conference on Information Technology and Business (ICITB)*, Lampung, hal. 218-230.
- [14] Priyatna, B. 2019, Penerapan Metode User Centered Design (UCD) Pada Sistem Pemesanan Menu Kuliner Nusantara Berbasis Mobile Android, *Jurnal Accounting Information System (AIMS)*, vol. 2, no. 1, hal. 17-30.
- [15] Santi, R. C. N. 2016, Perancangan Interaksi Pengguna (User Interaction Design) Menggunakan Metode Prototyping, *JURNAL TEKNIK INFORMATIKA*, vol. 9, no. 2, hal. 108-113.
- [16] Sari, R., Utami, E., & Amborowati, A. 2015, Rancangan Lowongan Kerja Online Menggunakan Metode User Centered Design (Studi Kasus: Business Placement Center STMIK AMIKOM Yogyakarta), *Creative Information Technology Journal*, vol. 3, no. 1, hal. 62-73.
-