

INTISARI

DIGITALISASI PASAR INDONESIA MELALUI APLIKASI MOBILE BERBASIS E-COMMERCE

Oleh

Rizkiaji Putro
18/423117/PA/18200

Pasar tradisional Indonesia telah menjadi representasi simbolis dari perekonomian dan identik dengan identitas Indonesia. Di era digital dan penerapan teknologi inovatif yang semakin marak, pasar Indonesia harus beradaptasi dengan perubahan zaman. Oleh karena itu, aplikasi berbasis seluler (mobile) akan dikembangkan dalam upaya memudahkan proses pembelian produk dari pasar tradisional sehingga memudahkan akses dan memberikan kenyamanan bagi penggunanya. Dengan membuat katalog produk dan pasar yang terdapat di wilayah sekitarnya, pengguna dapat membeli produk hingga menegosiasikan harga dengan penjual seperti proses pertukaran yang sering terjadi di pasar. Hal ini merupakan upaya menciptakan transisi dari fisik ke digital bagi para konsumen.

Hasil survey awal dan akhir menunjukkan bahwa pembuatan aplikasi seluler merupakan upaya yang memudahkan bagi pengguna. Mengacu pada respons positif yang diberikan yaitu kenyamanan serta aksesibilitas dalam mencapai langkah yang signifikan menuju inovasi pasar tradisional Indonesia melalui aplikasi seluler e-grocery. Namun, fitur seperti ulasan pengguna dan sistem logistik pesanan/pengiriman akan dipertimbangkan dalam proses reiterasi aplikasi di masa mendatang yaitu mencakup alur perjalanan pengguna (user journey) yang lebih lengkap serta transformasi cara berpikir mengenai pasar tradisional saat ini.

Kata kunci: pemikiran desain, e-grocery, produk minimum viabel, aplikasi seluler, pasar tradisional, ui/ux

ABSTRACT

THE DIGITIZATION OF THE INDONESIAN PASAR MARKET THROUGH AN E-COMMERCE BASED MOBILE APP SOLUTION

By

Rizkiaji Putro
18/423117/PA/18200

Traditional Indonesian Pasar has become a symbolic representation of the hardworking backbone of the Indonesian economy and is synonymous with our national identity. In an era where the digitization and implementation of innovative technologies is becoming more prevalent, Indonesian pasar must be willing to adapt to the changing times. Hence, A mobile application will be developed in an attempt to streamline the process of purchasing products from a traditional pasar and make it more accessible and convenient to users. By creating a catalogue of products and traditional pasars shown around their area, Users are able to purchase products and even negotiate for better prices similar to their real-life pasar counterparts, all in an effort to make the transition from physical to digital more convenient for old and new customers alike.

Early Survey and Final Targeted Surveys results show that the creation of the mobile application has ultimately been a pleasant and endeavor for the users. Ultimately leading to a net positive response in terms of convenience and accessibility and achieving significant steps towards innovating in the Indonesian pasar market through an e-grocery mobile application. However, features such as user reviews and an order/delivery logistics system be considered in future reiterations of the application; in order to encompass a more complete flow of the user journey and transforming the way we currently think of Traditional Pasar.

Keywords: design thinking, e-grocery, minimum viable product, mobile application, traditional pasar, ui/ux