

ABSTRAK

Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018 dan 2020, jumlah pengguna internet selama 2 tahun tersebut meningkat sebanyak 8,9% dari total 266 juta jiwa di Indonesia. Selain itu, dari total jumlah pengguna internet, pengguna *e-Marketplace* baik umum atau khusus mengalami peningkatan dengan total sebanyak lebih dari 20%. Tentunya ini merupakan peluang bisnis yang berpotensi. Akan tetapi, akan sulit jika bersaing dengan *e-Marketplace* yang sudah besar dan berdiri sejak lama. Melihat hal ini, *e-Marketplace* bersifat khusus yang belum ada pesaing beratnya yakni, *e-Marketplace* di bidang industri kreatif bisa memiliki potensi yang ideal untuk memulai merancang bisnis baru. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), industri kreatif berkontribusi cukup besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Terkait hal ini, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian perancangan *e-Marketplace* bersifat khusus untuk industri kreatif atau lebih spesifiknya untuk ilustrator dan desainer. Pendekatan yang digunakan adalah *design thinking* karena fokus utama dari penelitian ini salah satunya adalah menemukan solusi inovatif yang akan dibentuk menjadi rancangan *e-Marketplace*. Selain penemuan solusi, merancang model bisnis dan merancang prototipe juga akan menjadi fokus utama. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *design thinking* yang terdiri dari 6 fase yaitu: *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, *test* dan *implement*. *Design thinking* adalah metode yang berfokus untuk membuat desain produk yang secara spesifik mengatasi masalah yang dialami secara langsung oleh calon pengguna. Pada tahap *empathize* penulis akan mencari data berupa pengalaman dari ilustrator dan desainer selama berjualan. Di tahap *define* data yang telah dikumpulkan akan dijadikan sebuah kesimpulan mengenai apa masalah sebenarnya mereka alami. Tahap selanjutnya yakni *ideate*, berfokus untuk menemukan ide-ide yang berpotensi menjadi solusi terhadap kesimpulan permasalahan yang telah dibuat dan memilah ide-ide tersebut. Di tahap *prototype*, ide-ide yang sudah ditemukan dan dipilah diolah menjadi bentuk desain prototipe *e-Marketplace*. Tahap *test* penulis akan mengujicobakan hasil prototipe ke calon pengguna agar dapat mengidentifikasi isu (jika ada) pada desain terkait.

Untuk tahap terakhir yaitu tahap *implement*, dilakukan implementasi dari desain prototipe yang sudah lulus uji coba menjadi bentuk *front-end web*. Hasil dari penelitian ini ditemukan sebuah desain *prototipe* berdasar atas ide-ide solusi masalah yang dialami oleh ilustrator dan desainer yang sudah sesuai dengan rancangan model bisnis yang layak dan memiliki nilai saing. Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk ilustrator dan desainer untuk membantu mereka memiliki wadah untuk menjual jasanya sekaligus memperkuat *branding* mereka sebagai seorang ilustrator dan/atau desainer seni gambar/desain digital. Diharapkan juga dapat bermanfaat bagi mahasiswa industri kreatif sebagai acuan apa yang sedang terjadi di pasar daring dan juga mengetahui nilai pasar dari sebuah karya/produk digital.

Kata kunci—*e-Marketplace khusus, ilustrator dan desainer, design thinking, usability testing, rancangan model bisnis*