

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dibahas mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan adalah hasil yang didapatkan dari penelitian ini dan menjadi jawaban dari tujuan penelitian yang dilakukan. Saran merupakan masukan atau rekomendasi untuk dilakukannya penelitian selanjutnya.

V.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian ini didapatkan beberapa kesimpulan. Kesimpulan yang didapat adalah jawaban dari tujuan penelitian ini. Berikut adalah kesimpulan yang didapatkan:

1. Terdapat berbagai kebutuhan dari aplikasi Creathings sebagai penghubung *freelancer digital kreatif* dengan pengusaha di bidang penjual produk berdasarkan sudut pandang *user*. Dari sudut pandang *freelancer*, dibutuhkan sebuah aplikasi yang dapat meningkatkan relasi, mencari bahan dalam pembuatan *portfolio*, transaksi yang aman, menemukan klien, dan mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan skillnya. Sedangkan dari sudut pandang *entrepreneur*, *user* membutuhkan aplikasi yang dapat membantunya mencapai pasar yang lebih luas lagi, transaksi yang aman, mendapatkan *freelancer* yang sesuai dengan yang diinginkan, dan dapat mengembangkan bisnisnya lebih baik lagi.
2. Pada penelitian ini dihasilkan satu buah *prototype* yang berfungsi untuk mempertemukan *freelancer* dan *entrepreneur*. Konsep yang diterapkan pada aplikasi Creathings ini adalah *entrepreneur* akan membuat lowongan pekerjaan yang dapat dilamar oleh *freelancer*. Terdapat berbagai fitur utama untuk membantu *user* seperti, artikel, *job vacancy*, *profile*, *orders*, dan *community*. Selain itu, terdapat fitur pendukung seperti *chat*, *follow*, *see portfolio*, dan *my wallet*.
3. Evaluasi terhadap rancangan aplikasi penghubung *freelancer digital kreatif* dengan pengusaha di bidang penjual produk berdasarkan aspek

usability dengan menggunakan *usability testing*. *Usability testing* yang dilakukan ada dua pengukuran yaitu kuantitatif dan kualitatif. Pada pengukuran kuantitatif digunakan enam aspek *usability* yaitu, efektivitas, efisiensi, kegunaan, kemudahan penggunaan, kemudahan belajar, dan kepuasan. Berdasarkan pengujian yang dilakukan, diketahui *prototype* aplikasi Creathings memenuhi semua aspek yang diuji pada *usability testing*. *Prototype* ini untuk tampilan *user entrepreneur* dapat dikatakan baik karena memenuhi keenam kriteria tersebut dengan nilai efektivitas sebesar 88,9%, efisiensi sebesar 86,1%, kegunaan sebesar 87,5%, kemudahan penggunaan sebesar 82,95%, kemudahan belajar sebesar 85,7%, dan kepuasan sebesar 86,97%. Sedangkan untuk tampilan *user freelancer* juga dapat dikatakan baik karena memenuhi keenam kriteria tersebut dengan nilai efektivitas sebesar 92%, efisiensi sebesar 89,7%, kegunaan sebesar 83%, kemudahan penggunaan sebesar 84,42%, kemudahan belajar sebesar 87,5%, dan kepuasan sebesar 86,73%.

V.2 Saran

Setelah dilakukan penelitian ini didapatkan beberapa saran. Saran adalah rekomendasi bagi peneliti lain yang ingin meneliti bidang yang sama ataupun yang ingin melanjutkan penelitian ini. Berikut adalah saran yang diberikan oleh peneliti bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini atau melakukan penelitian serupa.

1. Sebaiknya lebih banyak menggunakan narasumber atau responden dalam merancang sebuah aplikasi baru, agar fitur atau kebutuhan yang diketahui menjadi lebih banyak dan beragam.
2. Sebaiknya dalam membuat *prototype* aplikasi menggunakan bantuan vendor atau orang yang sudah berpengalaman agar dihasilkan *prototype* yang lebih baik lagi.
3. Sebaiknya dalam membuat ketentuan pembayaran dengan pihak ketiga, dibuat bersama orang yang ahli dibidang tersebut.
4. Untuk yang ingin melanjutkan peneliti ini, langkah selanjutnya adalah membuat aplikasi akhir yang sudah diprogram (*back end*) dan memikirkan bagaimana caranya monetize aplikasi Creathings ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Antunes, P. (2019). *User Experience Design for Business Students – Part 2*. *Journal of University of Washington Bothell*, 2(1), 76. Diunduh dari https://www.researchgate.net/publication/333828576_User_Experience_Design_for_Business_Students_-_Part_2 (Diakses pada 18 Februari 2021)
- Desra. (2019). 10 Jenis Strategi Pemasaran Efektif di Era Digital. Dilihat dari <https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-pemasaran-efektif-di-era-digital/> (Diakses pada 28 Februari 2021)
- Dewaweb. (2020). Masalah Yang Anda Hadapi Ketika Menjalankan Bisnis *Online*. Dilihat dari <https://www.dewaweb.com/blog/masalah-yang-anda-hadapi-ketika-menjalankan-bisnis-online/> (Diakses pada 2 Januari 2021)
- Dewaweb. (2020). Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan Dalam Bisnis *Online* – 10 Tips Dan Trik Penting. Dilihat dari <https://www.dewaweb.com/blog/meningkatkan-kepercayaan-pelanggan-dalam-bisnis-online-10-tips-trick-penting/> (Diakses pada 2 Januari 2021)
- Dreambox. (2020). Pengaruh Foto Produk Dalam Branding. Dilihat dari <https://www.dreambox.id/blog/pengaruh-foto-produk-dalam-branding/> (Diakses pada 28 Desember 2020)
- Eiril. (2020). Perkembangan Bisnis *Online* di Indonesia Saat ini. Dilihat dari <https://gudangssl.id/perkembangan-bisnis-online-di-indonesia/> (Diakses pada 2 Januari 2021)
- Gilang. (2019). Melihat Potensi Pertumbuhan dan Tantangan Pekerja Lepas Indonesia. Dilihat dari <https://id.techinasia.com/pekerja-lepas-indonesia-2019> (Diakses pada 18 Februari 2021)
- HSBC. (2020). Peluang Bisnis 2020: Bisnis *Ecommerce* Akan Memasuki Tahun Emas. Dilihat dari https://www.hsbc.co.id/1/PA_esf-ca-app-content/content/indonesia/personal/offers/news-and-lifestyle/files/articles/html/201907/peluang-bisnis-2020-bisnis-ecommerce-akan-memasuki-tahun-emas.html (Diakses pada 2 Januari 2021)

- Kamerashot. (2017). 20 Teknik Komposisi Foto untuk Meningkatkan Skill Fotografi. Dilihat dari <https://www.kamerashot.com/belajar-komposisi-foto/> (Diakses pada 18 Februari 2021)
- Kampung Teknologi (2019). Teknologi Digital dan Manfaatnya. Dilihat dari <https://kampungteknologi.org/teknologi-digital-dan-manfaatnya/#:~:text=Teknologi%20digital%20merupakan%20teknologi%20yang,yang%20dapat%20dibaca%20oleh%20komputer.> (Diakses pada 18 Februari 2021)
- Kennedy, E. D. (2020). The iOS Font Size Guidelines. Dilihat dari <https://learnui.design/blog/ios-font-size-guidelines.html#iphone.> (Diakses pada 15 Juni 2021)
- Kapanlagi.com (2019). Arti Warna dalam Psikologi, Coba Cari Makna di Balik Warna Favoritmu. Dilihat dari [https://plus.kapanlagi.com/arti-warna-dalam-psikologi-coba-cari-makna-di-balik-warna-favoritmu-number-aa05f5.html.](https://plus.kapanlagi.com/arti-warna-dalam-psikologi-coba-cari-makna-di-balik-warna-favoritmu-number-aa05f5.html) (Diakses pada 15 Juni 2021)
- Karwowski, W., Soares, M. M., dan Stanton, N. A. (2011). *Human Factors and Ergonomics in Consumer Product Design: Methods and Techniques*. Boca Raton, US: CRC Press.
- Lewrick, M., Link, P., dan Leifer, L. (2020). *The Design Thinking Toolbox*. New Jersey, US: John Wiley & Sons, Inc.
- Litalia. (2021). Pengertian *Gadget*, Fungsi, dan Contoh Macam-macam *Gadget*. Dilihat dari <https://www.jurnalponsel.com/pengertian-gadget/> (Diakses pada 26 Februari 2021)
- Lund, A. (2001). Measuring Usability With The USE Questionnaire. *Journal of University of Washington Bothell*, 8(2), 1-5. Diunduh dari https://www.researchgate.net/publication/230786746_Measuring_Usability_with_the_USE_Questionnaire (Diakses pada 1 Juli 2021)
- Ma'soem University. (2020). Industri Kreatif Bidang Digital. Dilihat dari <https://masoemuniversity.ac.id/berita/indsutri-kreatif-bidang-digital.php> (Diakses pada 24 Februari 2021)
- Prawira, M. (2018). Pengertian Kreatif: Arti, Bentuk, dan Ciri-Ciri Orang Kreatif. Dilihat dari <https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-kreatif.html> (Diakses pada 11 Juni 2021)
- Preece, J. Rogers, Y., dan Sharp, H. (2019). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction, 5th Edition*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

- Rahadi, D. J. (2014). Pengukuran Usability Sistem Menggunakan Use Questionnaire Pada Aplikasi Android. *E-Journal Sriwijaya University*, 6(1), 9-11. Diunduh dari <https://media.neliti.com/media/publications/130684-ID-none.pdf> (Diakses pada 1 Juli 2021)
- Redaksi Bisnis UKM. (2019). Strategi Pemasaran *Online* Paling Ampuh Di Era Digital. Dilihat dari <https://bisnisukm.com/strategi-pemasaran-online-paling-ampuh-di-era-digital.html#video-marketing> (Diakses pada 28 Desember 2020)
- Romaltea. (2020). Pengertian Digital Secara Bahasa dan Istilah. Dilihat dari <https://romaltea.com/pengertian-digital-secara-bahasa-dan-istilah/> (Diakses pada 11 Juni 2021)
- Rubin, J., dan Chisnell, D. (2008). *Handbook of Usability Testing, Second Edition: How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests (2nd Edition)*, Indiana: Wiley Publishing, Inc
- Stanford University. (2020). *More about Design Thinking*. Dilihat dari <https://dschool.stanford.edu/> (Diakses pada 1 September 2021)
- Ulrich, K. T. dan Eppinger, S. D. (2017). *Product Design and Development*, 5th Ed. New York, US: Irwin McGraw-Hill.
- Upmosphere. (2020). Inilah Alasan Banyak Orang Belajar Fotografi. Dilihat dari http://www.upmosphere.id/blog/inilah-alasan-banyak-orang-belajar-fotografi_461.html (Diakses pada 29 Desember 2020)
- Yosepha. (2020). Penggunaan Smartphone diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025. Dilihat dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025> (Diakses pada 26 Februari 2021)

