

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian rancangan aplikasi ini. Kesimpulan berisi jawaban dari tujuan penelitian. Kemudian terdapat saran yang digunakan untuk diberikan kepada peneliti selanjutnya dari penelitian ini.

V.1 Kesimpulan

Pada perancangan aplikasi penunjang persiapan dan pelaksanaan usaha *e-commerce* menggunakan metode *user-centered design*, didapatkan beberapa kesimpulan menjawab tujuan dari penelitian ini. Berikut merupakan kesimpulan dari penelitian ini;

1. Terdapat 24 kebutuhan teridentifikasi yang dikelompokkan menjadi 7 kelompok kebutuhan. Kelompok kebutuhan tersebut antara lain adalah aplikasi dapat menerima pesanan secara terintegrasi, aplikasi dapat mengatur pendataan produk, aplikasi dapat memberikan informasi usaha, aplikasi mudah digunakan oleh pengguna, aplikasi dapat memberikan informasi, referensi, dan rekomendasi, aplikasi dapat menghubungkan dengan konsumen, dan aplikasi dapat membimbing dan memahami dalam penggunaan *e-commerce*.
2. Hasil rancangan aplikasi berdasarkan kebutuhan yang teridentifikasi, *persona*, *focus group discussion*, dan *design workshop* adalah aplikasi yang dirancang dibuat agar dapat menghubungkan beberapa *marketplace e-commerce* pada aplikasi yang dirancang. Pada Aplikasi terdapat fitur laporan yang digunakan untuk melihat laporan usaha, fitur produk yang dapat digunakan untuk mengontrol data produk, fitur order untuk menerima pesanan, fitur *chat* untuk menerima pesan dari konsumen, fitur promosi untuk menjalankan promosi, fitur *broadcast* untuk menjalankan *broadcast message* dan fitur *e-learning* yang dapat memberikan pembelajaran serta ide mengenai usaha dalam toko *online* pada aplikasi yang dirancang. Hasil rancangan dibuat agar kebutuhan

dari berbagai macam *marketplace* dapat digunakan pada aplikasi ini untuk memudahkan pengguna dalam pengelolaan dan menjalankan usahanya.

3. Evaluasi menggunakan *usability testing* dengan menggunakan 5 kriteria yang digunakan untuk melakukan evaluasi. 5 kriteria tersebut adalah *efficiency* dengan mendapat penilaian sebesar 80%, *effectiveness* dengan nilai sebesar 88%, *usefulness* dengan mendapat penilaian sebesar 4,375, *learnability* dengan mendapat penilaian sebesar 3,875, dan *satisfaction* dengan mendapat penilaian sebesar 3,875. Penilaian untuk kriteria *efficiency* dan *effectiveness* dengan perhitungan tugas yang diberikan. Perhitungan kriteria *usefulness*, *learnability*, dan *satisfaction* berdasarkan penilaian kuesioner SUS. Nilai SUS secara keseluruhan yang didapat adalah 77,5. Seluruh penilaian tersebut tidak ada yang berada dibawah nilai minimal, dan dapat dikatakan sudah layak untuk digunakan.

V.2 Saran

Perancangan aplikasi ini tentu belum seluruhnya sempurna. Pada bagian ini diberikan saran-saran yang dapat diberikan berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan. Penyusunan saran ini diharapkan dapat berguna untuk penelitian serupa berikutnya;

1. Lebih banyak melibatkan desainer dalam mencari *alternative design* sehingga konsep desain yang didapat lebih banyak.
2. Pada pembuatan konsep *alternative* sebaiknya disamakan media yang digunakan pada proses desainnya.
3. Perancangan aplikasi diberikan fungsi sesungguhnya seperti penyimpanan pada sebuah *database* dan kebebasan dalam pengisian data untuk memberikan pengalaman lebih pada partisipan saat melakukan evaluasi.
4. Pada penelitian selanjutnya, diperlukannya pengumpulan data yang dibutuhkan setiap *platform* untuk memenuhi data yang diperlukan setiap *platform*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwendi, A. (2020). Penerapan E-commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 317-325.
<https://doi.org/10.38043/jmb.v17i3.2486>
- Annur, C. (2020, September). Ragam Alasan Konsumen Pilih Berbelanja Online. *Databoks*. Diunduh dari:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/ragam-alasan-konsumen-pilh-berbelanja-online>.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*, 2020, 1–146. Diunduh dari: <https://apjii.or.id/survei>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik E-commerce 2020*. Diunduh dari:
[pp.https://www.bps.go.id/publication/2020/12/24/2548417ddc6dab8247553124/statistik-e-commerce-2020.html](https://www.bps.go.id/publication/2020/12/24/2548417ddc6dab8247553124/statistik-e-commerce-2020.html).
- Batagoda.M. (2017, Oktober). Typography for designers. Get typography right for designers. *UX Planet*. Diunduh dari:
<https://uxplanet.org/typography-for-designers-e7ef812f0ae3>
- Besari, M. dan Anggara, R. (2008). *Teknologi di Nusantara*. Jakarta: Salemba Teknika.
- Choudhary, A. (2021, Januari). *Defining colors in your design system*. *UX Collective*. Diunduh dari: <https://uxdesign.cc/defining-colors-in-your-design-system-828148e6210a>
- Ein, D. (2020, Desember).What is Expressive Typography? *Design Tutsplus*. Diunduh dari : <https://design.tutsplus.com/articles/what-is-expressive-typography--cms-36080>
- Elizarova, O., & Dowd, K. (2017, Desember). Participatory Design in Practice. *UX Magazine*. Diunduh dari: <https://uxmag.com/articles/participatory-design-in-practice>
- Ervina. (2019, Desember). E-commerce: Pengertian, Jenis e commerce, dan Keuntungannya. *Talenta*. Diunduh dari:
<https://www.talenta.co/blog/insight-talenta/e-commerce/>

- Febriana, F. (2017, Desember). *User Centered Design-Pengertian, Perbedaan dengan HCD, dan Aktivitas di Dalamnya*. *Medium*. Diunduh dari <https://medium.com/codelabsunikom/user-centered-designee25536850b7>
- Hartadi, M. G., Swandi, I. W., & Mudra, I. W. (2020). WARNA DAN PRINSIP DESAIN USER INTERFACE (UI) DALAM APLIKASI SELULER “BUKALOKA”. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 5(1), 105–119.
- Ingram, S. (2016, September). *The Thumb Zone: Designing For Mobile Users*. *Smashing Magazine*. Diunduh dari: <https://www.smashingmagazine.com/2016/09/the-thumb-zone-designing-for-mobile-users/>.
- Jayani, D. (2021, Januari). Nilai Transaksi *E-commerce* Mencapai Rp 266,3 Triliun pada 2020. *Databoks*. Diunduh dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/nilai-transaksi-e-commerce-mencapai-rp-2663-triliun-pada-2020>
- Kementerian Komunikasi dan Informasi. (2019). *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia: Strategi dan Sektor Potensial*. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Kemp, S. (2021). DIGITAL 2021: INDONESIA. *Data Reportal*. Diunduh dari: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Kozinets, R. V, Valck, K. De, Wojnicki, A., Talk, T. A., & Wilner, S. J. S. (2010). Networked Narratives: Understanding Word-of-Mouth. *Journal of Marketing*, 74(2), 71–89. <https://doi.org/10.1509/jmkg.74.2.71>
- Lewis, J. (2017). Revisiting the Factor Structure of the System Usability Scale. *Journal of Usability Studies* 12, 183-192.
- Lidwina, A. (2021, Juni). Penggunaan *E-commerce* Indonesia Tertinggi di Dunia. *Databoks*. Diunduh dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>.

- Nielsen, J. (2000, Maret). *Why You Only Need to Test with 5 Users*. Nngroup. Diunduh dari: <https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis *E-commerce*. *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-commerce Di Indonesia*, 9(2), 32–40.
- Pusparisa, Y. (2020, Juli). Pengguna Smartphone diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025. *Databoks*. Diunduh dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>
- Rubin, J., & Chisnell, D. (2008). *Handbook of usability testing: How to plan, design, and conduct effective tests*. Indianapolis: IN: Wiley Pub.
- Sandhusen, Richard (2008). *Marketing*. Hauppauge, N.Y: Barron's Educational Series. p. 520. ISBN 0-7641-3932-0
- Saputri. I. S. Y., Fadhli, M., & Surya, I. (2017). Penerapan Metode UCD (*User-centered design*) Pada *E-commerce* Putri Intan Shop Berbasis Web. *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(2), 269–278. doi: 10.25077/teknosi.v3i2.2017.269-278
- Sauro, J. (2011, Februari). *Measuring Usability with the System Usability Scale (SUS)*. MeasuringU. Diunduh dari: <https://measuringu.com/sus/>
- Sharp, H., Rogers, Y., & Preece, J. (2019). *Interaction Design beyond human-computer interaction*. Indianapolis: John Wiley & Sons, Inc.
- Statcounter (2021). *Mobile Operating System Market Share Indonesia*. *Statcounter*. Diunduh dari: <https://gs.statcounter.com/os-market-share/mobile/indonesia>
- Sugiarto, E. (2019, Januari). *Ekonomi Digital : The New Face of Indonesia's Economy*. Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia. Diunduh dari: https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi_digital_the_new_face_of_indonesias_economy
- Sutalaksana, I. Z. (2006). *Teknik perancangan sistem kerja*. Bandung: ITB PRESS

- Syahirsah, N., AknurAnda, I., & Aryadita, H. (2018). Evaluasi dan Perbaikan Desain Antar Muka Pengguna Situs Talangin.com Menggunakan Pendekatan *Human Centered Design* (HCD). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIIK) Universitas Brawijaya*, 2(12), 6618–6626.
- Tapscott, D. (1996). *The digital economy: Promise and peril in the age of networked intelligence*. New York: McGraw-Hill.
- Ulita, N. (2019). TINJAUAN WARNA PADA VISUAL BRANDING. *Jurnal Dimensi DKV*, 4(2), 205–223.
- Wibowo, M. R., & Setiaji, H. (2020). Perancangan Website Bisnis *Thrifdoor* Menggunakan Metode Pendekatan *Design Thinking*. *Automata*, 1(2).
- Williams, S.P. (2019, Juni). *Building a design system — where to start*. *UX Collective*. Diunduh dari: <https://uxdesign.cc/building-a-design-system-where-to-start-part-1-first-things-first-57577153ae2d>