

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan dibahas terkait kesimpulan dan saran. Kesimpulan mencakup bagian untuk yang menggambarkan keseluruhan metode penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan penjelasan lebih lanjut terkait kesimpulan dan saran pada penelitian.

#### **V.1 Kesimpulan**

Kesimpulan bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan pada awal penelitian. Terdapat dua buah kesimpulan dari hasil perancangan produk sebagai berikut :

1. Terdapat delapan kebutuhan *user* terkait produk *drop box* pakaian untuk digunakan agar mengurangi jumlah penumpukan pakaian di tempat tinggal. Kebutuhan tersebut di antaranya adalah produk mudah digunakan, kejelasan informasi terkait lokasi *drop box* pakaian yang tersedia, kejelasan informasi penggunaan produk *drop box*, produk memberikan *benefit*, keamanan dari produk, fitur *reminder*, dan keterangan hasil penyaluran pakaian tampilan yang menarik. Dari kebutuhan *user* yang diperoleh juga kebutuhan persuasif yang dapat diimplementasikan pada tampilan digital agar hasil perancangan menjadi lebih persuasif. Kebutuhan persuasif *user* berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan adalah produk mudah untuk digunakan, informasi penggunaannya jelas dan bertahap, serta produk memberikan *reward*. Hasil rancangan prototipe yang dihasilkan ini memiliki bentuk yang menyerupai robot sehingga tampilan fisik dari *drop box* menjadi lebih menarik jika dilihat dari jarak jauh. Selain itu juga, dipaparkan informasi terkait trivia dan juga lokasi *drop box* Pakayan yang tersedia pada bagian sisi kiri dan kanan *drop box* pakaian.
2. Berdasarkan hasil wawancara, faktor penghambat pada perilaku adalah kurangnya *ability audience/user* untuk menyumbangkan pakaian bekas mereka sehingga peran *facilitator as trigger* digunakan. Berdasarkan hasil

wawancara, kebutuhan aspek persuasif kemudian dicari tahu dan digunakan sebagai acuan untuk memilih saluran teknologi yang sesuai. *Computer as tools* paling cocok untuk digunakan karena memfasilitasi pengguna dalam menyumbangkan pakaian bekas, sehingga mempermudah *user* untuk mencapai *target behavior* atau perilaku target yang ditujukan. Berdasarkan hasil evaluasi prototipe produk drop box pakaian layak pakai yang persuasif mampu mendorong perilaku seseorang untuk menyumbangkan pakaian layak pakai menggunakan *persuasive technology*. Hasil evaluasi dilakukan menggunakan *usability testing* dan *perceived persuasiveness scale* (PPS). Berdasarkan hasil evaluasi *usability testing*, didapatkan bahwa produk *drop box* memiliki tingkat efisiensi sebesar 100% yang menunjukkan bahwa responden membutuhkan waktu yang relatif singkat untuk beradaptasi dengan produk. Hasil evaluasi aspek *effectivity*, didapatkan skor keseluruhan sebesar 90,625% yang menunjukkan bahwa *user* dapat melakukan tugas sesuai dengan tujuan dan juga dapat dilakukan tanpa melakukan banyak kesalahan yang dapat memengaruhi *user experience* dari responden ketika menggunakan produk tersebut. Pada hasil evaluasi aspek persuasif menggunakan *perceived persuasiveness scale* (PPS), didapatkan bahwa rancangan produk *drop box* pakaian layak pakai ini mampu mendorong perilaku seseorang untuk menggunakan *Drop Box* Pakayan.

## V.2 Saran

Saran bertujuan untuk memberikan masukan kepada peneliti selanjutnya atau ketikan penelitian selanjutnya. Tujuan dari saran ini adalah untuk memberikan masukan kepada penelitian selanjutnya agar dapat menghasilkan hasil yang lebih baik. Terdapat empat buah saran, yakni:

1. Sebaiknya untuk penelitian selanjutnya, menggunakan jangka waktu yang lebih lama untuk menguji aspek persuasif pada prototipe *drop box*. Hal ini bertujuan agar dapat menguji perubahan perilaku *user*.
2. Sebaiknya sebelum melakukan pengujian prototipe, dijelaskan terlebih dahulu kepada para responden terkait mekanisme prototipenya agar responden dapat memahami cara kerja dari prototipe tersebut. Karena

jenis prototipe yang dibuat adalah *medium fidelity prototype*, terdapat kemungkinan terjadinya mispersepsi pada mekanisme prototipe.

3. Sebaiknya rancangan prototipe ini dilakukan penelitian lebih lanjut terkait metode evaluasi yang lebih tepat untuk menguji tingkat persuasif yang ditangkap oleh *user* ketika menggunakan produk dan lebih objektif dibandingkan *perceived persuasiveness scale*.
4. Sebaiknya usulan perbaikan prototipe dilakukan evaluasi ulang untuk menguji apakah usulan perbaikan dapat mengatasi permasalahan yang muncul pada evaluasi prototipe akhir.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ading, L. N. H., dan Irwan, Hj, L. N. Q. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Jumlah Pembelian Pakaian Bekas Pada Konsumen di Pasar Gedebage Kota Bandung (Studi Kasus Konsumen Pakaian Bekas Pasar Gedebage Koda Bandung). Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung. Diunduh dari <http://repository.unpas.ac.id/33138/>. [Diakses 6 Maret 2022]
- Alfarizi, N. D. (2019). "FUN BOOK" Rak Buku Otomatis Berbasis Arduino dan Bluetooth pada Perpustakaan untuk Meningkatkan Kualitas Siswa. Diunduh dari <https://jurnal.uns.ac.id/jptk/article/download/31140/21688> [Diakses 20 Juni 2022]
- Alt, D. 2015. *College Students' Academic Motivation, Media Engagement and Fear of Missing Out. Computers in Human Behavior*.
- Anin, F.A., Rasimin, B. dan Atamimi, N. "Hubungan *Self-Monitoring* Dengan *Impulsive Buying* Terhadap Produk *Fashion* Pada Remaja." *Jurnal Psikologi UGM*, 35 (2) 181-193. doi:10.22146/jpsi.7951.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Survei Perilaku Masyarakat pada Masa Pandemi COVID-19. Diunduh dari <https://covid-19.bps.go.id/home/infografis>. [Diakses 17 Februari 2022]
- Bick, R., Ekenga, C., C., & Halsey, E. (2018). *The Global Environmental Injustice of Fast Fashion*. Diunduh dari <https://ehjournal.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12940-018-0433-7#:~:text=Fast%20fashion%20is%20a%20term%20used%20to%20describe,with%20constant%20demand%20for%20more%20and%20different%20styles>. [Diakses 23 Februari 2022]
- Boucher, J., & Friot, D. (2017). *Primary Microplastics in The Oceans : A Global Evaluation of Sources*. Gland, Switzerland: IUCN. 43pp. Diunduh dari <https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/documents/2017-002-En.pdf>. [Diakses 22 Februari 2022]
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2016). *Research Methods for Business : A Skill-Building Approach* 7th Edition. John Wiley & Sons Ltd.
- Bungin, M. B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.

- Carrousell. (2021). Recommerce Index Memiliki Potensi Besar untuk Barang Bekas di Indonesia. Diunduh dari <https://press.carousell.com/2021/12/09/carousell-recommerce-index-memiliki-potensi-besar-untuk-barang-bekas-di-indonesia/>. [Diakses 24 Februari 2022]
- Carrousell. (2021). *The Carousell Recommerce Index 2021 Report*. Diunduh dari [https://carousellpress.files.wordpress.com/2021/11/thecarousellrecommerceindex\\_en.pdf](https://carousellpress.files.wordpress.com/2021/11/thecarousellrecommerceindex_en.pdf). [Diakses 24 Februari 2022]
- Diah, P. (Tanpa Tahun). Dampak *Fast Fashion* terhadap Keberlanjutan Lingkungan. Diunduh dari <https://putridiah.com/dampak-fast-fashion-terhadap-keberlanjutan-lingkungan/#:~:text=Menurut%20Bick%20dkk%20%282018%29%20mengatakan%20bahwa%20produksi%20pakaian,dampak%20negatif%20karena%20air%2C%20material%2C%20dan%20bahan%20kimia>. [Diakses pada 9 Maret 2022]
- Evangelia, Varaka. (2012). *The Relationship Between Carbon Dioxide Emissions and Economic Growth : The Case of the United States*. Diunduh dari [https://repository.ihu.edu.gr/xmlui/bitstream/handle/11544/431/Evangelia%20Varaka\\_Thesis\\_Final\\_Varaka\\_543.pdf?sequence=1](https://repository.ihu.edu.gr/xmlui/bitstream/handle/11544/431/Evangelia%20Varaka_Thesis_Final_Varaka_543.pdf?sequence=1). [Diakses 27 Februari 2022]
- Fauzi, A. dan Tanjung, E. (2021). Pelaku UMKM : Usaha Baju Bekas Laris Manis di Masa Pandemi. Diunduh dari <https://www.suara.com/bisnis/2021/02/11/184442/pelaku-umkm-usaha-baju-bekas-laris-manis-di-masa-pandemi>. [Diakses 24 Februari 2022].
- Febriani, L. (2021). "Lewat Program Berkelanjutan, 10 SPBU Shell Sediakan *Dropbox* Sampah Botol Plastik untuk Didaur Ulang". Diunduh dari <https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/08/04/lewat-program-berkelanjutan-10-spbu-shell-sediakan-dropbox-sampah-botol-plastik-untuk-didaur-ulang>. [Diakses 9 Maret 2022]
- Fogg, B.J. (2003). *Persuasive Technology : Using Computers to Change What We Think and Do*. San Fransisco : Morgan Kaufmann Publishers.
- Fogg, B.J. (2006). *Persuasive Design : Fringers and Foundations. Proceedings of The First International Conference of Persuasive Technology for Human Well-Being*. Eindhoven, The Netherlands, p.112.

- Fogg, B.J. (2009). *A Behaviour Model for Persuasive Design*. *Proceedings of The 4th International Conference of Persuasive Technology*, Claremont, California, USA, April 26-29, p. doi:10.1145/1541948.1541999
- Gibbons, S. (2016). *Design Thinking 101*. Diunduh dari <https://www.nngroup.com/articles/design-thinking/>. [Diakses 11 Maret 2022].
- Groover, M. P. (2001). *Automation, Production Systems and Computer-Integrated Manufacturing*. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall
- Handoko, P., Hermawan, H., dan Jaya, S. (2018). *Reverse Vending Machine* Penukaran Limbah Botol Kemasan Plastik dengan Tiket sebagai Alat Tukar Mata Uang. Diunduh dari <https://123dok.com/document/qv8rr2rz-reverse-vending-machine-penukaran-limbah-botol-kemasan-plastik.html>. [Diakses 4 Maret 2022]
- Hurlock, E. B. (1974). *Personality Development*. New Delhi : Tata McGraw-Hill.
- Irma. (2015). Rancang Bangun Perangkat Keamanan Berbasis Infra Merah pada Kantor Pegadaian Papolo. Diunduh dari <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/al-khwarizmi/article/view/222/194>. [Diakses dari 10 Juli 2022]
- Koballa dan Thomas R. Jr. (1992). *Persuasion and Attitude Change in Science Education*. *Journal of Research in Science Teaching*
- Kompas (2020). “Limbah Industri Busana, Ancaman Serius Bagi Lingkungan”. Diunduh dari <https://foto.kompas.com/photo/read/2020/2/17/1581948059356/1/Limbah-Industri-Busana-Ancaman-Serius-bagi-Lingkungan>. [ Diakses 9 Maret 2022]
- Kompas. (2021). “Tradisi Beli Baju Baru Jelang Lebaran, Bagaimana Jejak Sejarahnya?”. Diunduh dari <https://www.kompas.tv/article/170962/tradisi-beli-baju-baru-jelang-lebaran-bagaimana-jejak-sejarahnya>. [Diakses 27 Februari 2022]
- Kompasiana. (2021). “Tren Bisnis *Thrift* di Kalangan Anak Muda pada Masa Pandemi Covid-19”. Diunduh dari <https://martinroll.com/resources/articles/strategy/uniqlo-the-strategy-behind-the-global-japanese-fast-fashion-retail-brand/>. [Diakses pada 27 Februari 2022]

- Leifer, L., Lewrick, M., & Link, P., (2020). *The Design Thinking Toolbox : A Guide to Mastering the Most Popular and Valuable Innovation Methods*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.
- Lestari, H. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan *Korean Wave* terhadap Citra Merek Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. Diunduh dari <http://repository.ub.ac.id/165586/1/Heppiana%20Lestari.pdf>. [Diakses 9 Maret 2022]
- Martin Roll. (2021). *Uniqlo : The Strategy Behind The Global Japanese Fast Fashion Retail Brand*. Diunduh dari <https://martinroll.com/resources/articles/strategy/uniqlo-the-strategy-behind-the-global-japanese-fast-fashion-retail-brand/>. [Diakses 27 Februari 2022]
- McBrien, Chris. *Busch Systems Offers to Customize Recycle Bins into Cell Phone Recycling Containers*. Diunduh dari <https://www.prweb.com/releases/2011/10/prweb8920038.htm>. [Diakses 10 Juli 2022]
- Megawati, P. (2017). Pengaruh *Celebrity Endorser, Word of Mouth, dan Tagline* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Awareness*. Diunduh dari [https://repository.usd.ac.id/17770/2/132214125\\_full.pdf](https://repository.usd.ac.id/17770/2/132214125_full.pdf). [Diakses 10 Maret 2022]
- Monica, Laura C., & Luzar. "Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan." 2, (2) 1084-1096.
- National Environment Agency. (2021). *Reverse Vending Machine*. Diunduh dari <https://www.nea.gov.sg/our-services/waste-management/reverse-vending-machines>. [Diakses 3 Maret 2022]
- Passuello, L. (2008). *Creative Problem Solving with SCAMPER*. Diunduh dari <https://litemind.com/scamper>. [Diakses 2 Juli 2022]
- Populix. (2021). Begini Kebiasaan Generasi Z Indonesia Belanja Pakaian di E-Commerce. Diunduh dari <https://www.info.populix.co/post/kebiasaan-generasi-z-belanja-di-e-commerce>. [Diakses 10 Maret 2022]
- Razor, Aldy. (2021). Kabel Jumper Arduino. Diunduh dari <https://www.aldyrazor.com/2020/04/kabel-jumper-arduino.html>. [Diakses 20 Juni 2022]
- Rekosistem. (n.d.). Diunduh dari <https://www.rekosistem.com/setorsampah>. [Diakses 27 Februari 2022]

- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental Research Statistics for the Behavioral Sciences*, 2nd Edition. New York: Holt, Rinehart and Winston
- Rubin, J. & Chisnell, D. (2008). *Handbook of Usability Testing, Second Edition: How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests*. Indiana. Wiley Publishing Inc.
- Sanusi. (2022). "Kurang Emisi Gas Rumah Kaca, Pupuk Indonesia Gandeng Rekosistem". Diunduh dari <https://www.tribunnews.com/nasional/2022/03/04/kurang-emisi-gas-rumah-kaca-pupuk-indonesia-gandeng-rekosistem>. [Diakses 9 Maret 2022]
- Sharp, H., Rogers, Y. & Preece, J. (2019). *Interaction Design : Beyond Human-Computer Interaction*, 5<sup>th</sup> Edition. John Wiley & Sons, Inc.
- Sudaryono, Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid 19 Sebagai Entrepreneur Modern Dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jumanis) Prodi Kewirausahaan*, 02(01), 200-213
- Suryani, Fitria L. (2014). Instagram dan *Fashion* Remaja (Studi Kasus Peran Media Sosial Instagram terhadap Trend Fashion Remaja dalam Akun @ootdindo Tahun 2014). *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Diunduh dari <https://www.jurnalkommas.com/docs/JURNAL%20Fitria%20Listie%20Suryani%20-D0210048.pdf>. [Diakses pada 4 Maret 2022]
- Sutalaksana, I. Z., Anggawisastra, R., dan Tjakraatmadja, J.H. (2006). *Teknik Perancangan Sistem Kerja*, Edisi 2. Bandung: ITB Bandung.
- Thomas, R. J., Masthoff, J., & Oren, N. (2019). *Can I Influence You? Development of Scale to Measure Perceived Persuasiveness and Two Studies Showing the Use of the Scale*. *Frontiers in Artificial Intelligence* Vol.2,24. Diunduh dari <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/frai.2019.00024/full>. [Diakses 14 Juli 2022]
- Thenevon F., Carrol C., & J. Sousa. (2014). *Plastic Debris in the Ocean : The characterization of marine plastics and their environmental impacts*. Diunduh dari <https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/documents/2014-067.pdf> [Diakses 9 Maret 2022]
- Trisnawati, T. Y. (2011). *Fashion* sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *Jurnal The Messenger* 3(2):36. doi:10.26623/themessenger.v3i.268.



- United Nation Environment Programme. (2019). *UN Alliance For Sustainable Fashion Addresses Damage of 'Fast Fashion'*. Diunduh dari <https://www.unep.org/news-and-stories/press-release/un-alliance-sustainable-fashion-addresses-damage-fast-fashion>. [Diakses 8 Maret 2022]
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2012). *Product Design And Development* (Edisi 5). New York: McGraw-Hill
- Utami, S.F. (n.d.). Mengenal *Fast Fashion* dan Dampak yang Ditimbulkan. Diunduh dari <https://zerowaste.id/zero-waste-lifestyle/mengenal-fast-fashion-dan-dampak-yang-ditimbulkan/>. [Diakses 13 Juni 2022]
- Wahyu, Y., I. (2018). Faktor Faktor Pendorong Orang Membeli Pakaian Bekas di Yogyakarta. Diunduh dari [https://repository.usd.ac.id/31523/2/142214163\\_full.pdf](https://repository.usd.ac.id/31523/2/142214163_full.pdf). [Diakses 10 Maret 2022]
- Will, T. (2016). *Measuring and Interpreting System Usability Scale* (SUS). Diunduh dari <https://uiuxtrend.com/>. [Diakses pada 10 Juli 2022]