

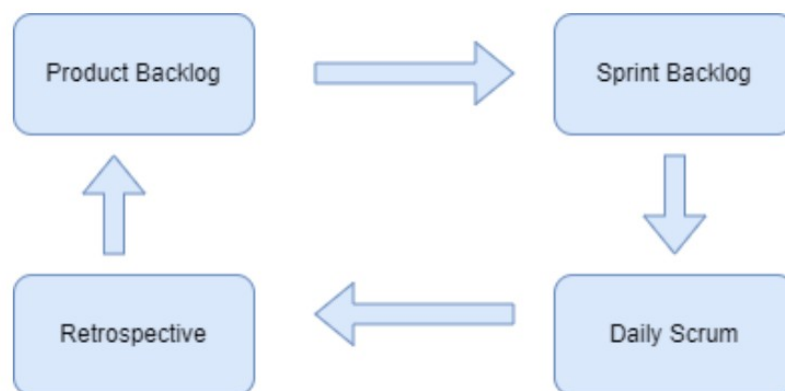
BAB IV

IMPLEMENTASI HASIL PROYEK

Pada bab ini penulis akan menjelaskan proses dari proyek yang dibuat atau implementasi dari data awal sampai hasil akhirnya seperti wawancara hingga membuat sebuah *wireframe*, dan pembuatan high fidelity dari aplikasi Squarety ini. Semua dilakukan dalam tahap implementasi dengan menggunakan metode design thinking dalam pembuatan prosesnya. pengujian prototipe menggunakan metode *Heatmap*, *Blackbox* dan UAT Skala Likert.

4.1 Metode Scrum

Pada tugas akhir ini implementasinya menggunakan metode *scrum* dengan struktur bagan seperti dibawah ini.



Gambar 2 scrum

Memulai metode scrum dengan *product backlog* dan kemudian dilanjutkan dengan *sprint backlog* mengeksekusi dari *backlog* tersebut dan dilanjut dengan *daily scrum* yaitu membahas tentang apa yang dikerjakan pada hari ini, dan pada akhir *retrospective* melihat kembali apa saja yang telah dikerjakan dan apa yang perlu diperbaiki untuk lanjut ke *sprint* berikutnya. Tugas akhir ini membutuhkan tiga *sprint* yang dimana satu sprintnya merupakan dua minggu Jadi total pengerjaannya selama enam minggu.

Tabel 2 metode scrum

No	Sprint	Time	Task
1	0	13 Juni 2022	<i>Sprint Planning</i>
2	1	14 Juni – 24 juni 2022	<i>Define Problem</i>
3			<i>Pengumpulan Data</i>
4			<i>Define User</i>
5			<i>Proses Ideasi</i>
6			<i>Membuat Low Fidelity</i>
7	2	27 Juni – 8 Juli 2022	<i>Concept Testing</i>
8			<i>Design System</i>
9			<i>Hight Fidelity Screen</i>
10	3	11 Juli – 22 Juli 2022	<i>Hight Fidelity Screen</i>
11			<i>Prototyping</i>
12			<i>Final Test (Usability Test)</i>

4.2 Design Thinking: Emphatize

Pada tahap pengumpulan data ini penulis menggunakan metode design thinking Emphatize untuk berempati kepada pengguna dan mendapatkan wawasan terhadap dunia olahraga. Penulis melakukan wawancara singkat terhadap lima peserta yang memang suka atau sering berolahraga. Tujuan dari wawancara ini untuk mengetahui apa permasalahan yang dihadapi dan sering terjadi oleh pengguna dalam membeli barang atau aksesoris olahraga secara online.

A. Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data ini penulis menggunakan metode wawancara dan observasi untuk mengetahui kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh pengguna. Pertanyaan yang diberikan kepada pengguna atau narasumber ini mengenai pengalaman tentang membeli barang olahraga dan kebutuhan pengguna. Berikut adalah hasil dari wawancara yang dilakukan oleh pewawancara dan narasumber yang sudah dirangkum menggunakan *Empathy Map*.

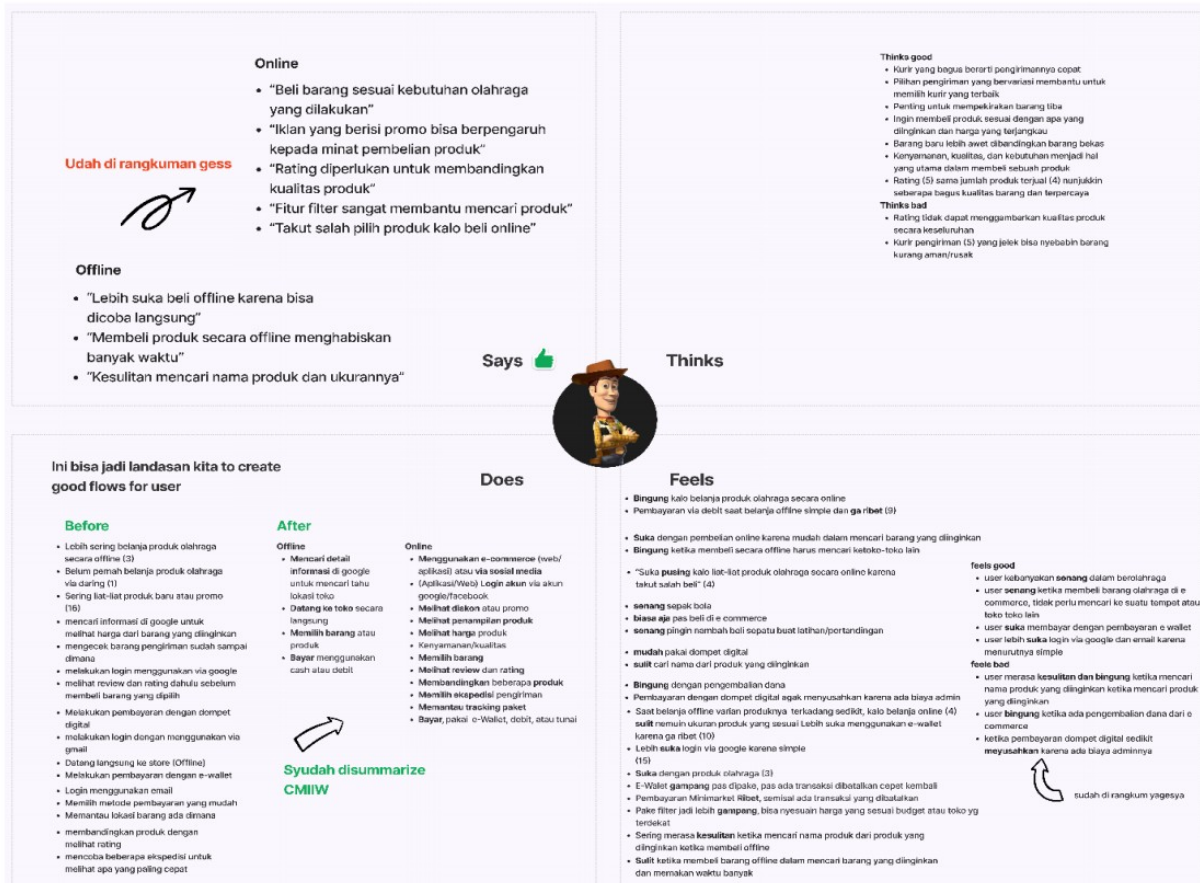
Tabel 3 Hasil Wawancara

No	Pertanyaan	User 1	User 2	User 3	User 4
1	Pernah kah kamu belanja produk olahraga baik secara online atau offline?	Pernah, terakhir belanja produk olahraga secara offline. Beli raket bulutangkis dan sepatu futsal.	Pernah secara online dan offline lebih prefer ke online karena lebih mudah apa yang ingin dicari.	Pernah menggunakan offline maupun online. Untuk akhir - akhir ini lebih sering online.	Pernah belanja baik offline maupun online. Lebih sering offline atau online tergantung waktu, jika memungkinkan untuk offline maka akan langsung ke store, namun jika tidak ada waktu maka akan beli secara online.
2	Dari 1-5, Seberapa penting kebutuhan produk olahraga menurut kamu?	1 sampe 5 saya pilih angka 4.	3 karena penting untuk keamanan dan kenyamanan saat berolahraga ketika misal saya suka jogging memakai sepatu yang nyaman.	5 dari 5 karena setiap atlet juga perlu produk - produk itu, seperti kebutuhan latihan atau pertandingan.	5/5 karna olahraga memang selalu nyempatin diri untuk lari atau sekedar jogging.
3	Ceritakan bagaimana ketika	Cari dulu di internet,	Kalo offline itu sulit dalam	Saya biasanya	Biasanya liat barangnya dulu,

	kamu membeli produk olahraga baik secara offline atau online	kalau wearable biasanya cek di pemain-pemain yang tubuhnya sama seperti user.	mencari yang diinginkan karena ke tokonya dulu. Tapi kalo online lebih mudah untuk mendapatkan barang saya inginkan dan menghemat waktu juga.	memakai e commerce atau instagram, kalau di instagram saya lihat di akunnya terus view produknya dan disitu ada tertera gambar dan harga. Untuk e commerce kurang lebih seperti itu.	kalo misal ada yang dibutuhkan cari di toko offline lebih dahulu, jika tidak ada maka akan ke toko online.
4	Kesulitan yang anda alami ketika membeli produk olahraga baik secara online atau offline	Belum ada kesulitan, sejauh ini yang dicari masih banyak di marketplace Indo.	Kalo online sulitnya tidak melihat barang secara langsung, hanya bisa melihat dari video atau foto saja.	Belum pernah beli produk olahraga lewat online.	Pas offline tidak ada ukuran, kalo online semisal ngga ada rating yg nunjukkin foto jadi ngga tau aja produk aslinya kaya gimana.
5	Apa prioritas utama mu dalam membeli produk olahraga?	Kualitas produk, semirip apa produk seperti yang ada di internet,	Priotas saya mendapatkan produk yang bagus dan harga yang terjangkau	Kalau saya main bola, saya sesuaikan size nya yang penting, mencoba beberapa	Kualitas barang dan kenyamanan barang saat digunakan

		detail produk.		brand yang cocok untuk saya itu apa, yang paling penting promo dan harga.	
6	Berdasarkan 4 poin berikut, mana aspek yang paling mempengaruhi dalam pembelian produkmu <ul style="list-style-type: none"> - Brand - Harga - Kenyamanan atau kualitas - Review 	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas - Brand - Harga - Review 	kalo aspek yang paling mempengaruhi dari saya kenyamanan dulu. lalu melihat review lalu harga dan kalo brand mungkin gaterlalu menjadi acuan buat saya	produknya dan harga karna setiap produk materialnya berbeda	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas - Kenyamanan - Brand - Harga
7	Kapan kamu membeli produk olahraga dan seberapa sering kamu membeli produk olahraga?	Beli produk olahraga hanya ketika: <ul style="list-style-type: none"> - Butuh - Barang lama sudah rusak 	ketika lebaran kemarin karena memang sepatu sudah lama dan tidak nyaman. kalo seberapa seringnya tergantung kebutuhan juga.	terakhir saya beli mungkin 1 minggu yang lalu itu saya beli sepatu karena pingin nambah sepatu aja.	Saat ada event, Tidak sering hanya sesekali saja. ingin yang baru soalnya lebih awet, mubazir aja kalo beli yang bekas

Dari wawancara diatas didapatkan total kurang lebih 5 jawaban dan pertanyaan yang bervariasi. Data ini akan dirangkum Kembali kedalam empathy map dibawah ini:



Gambar 3 empathy maps.

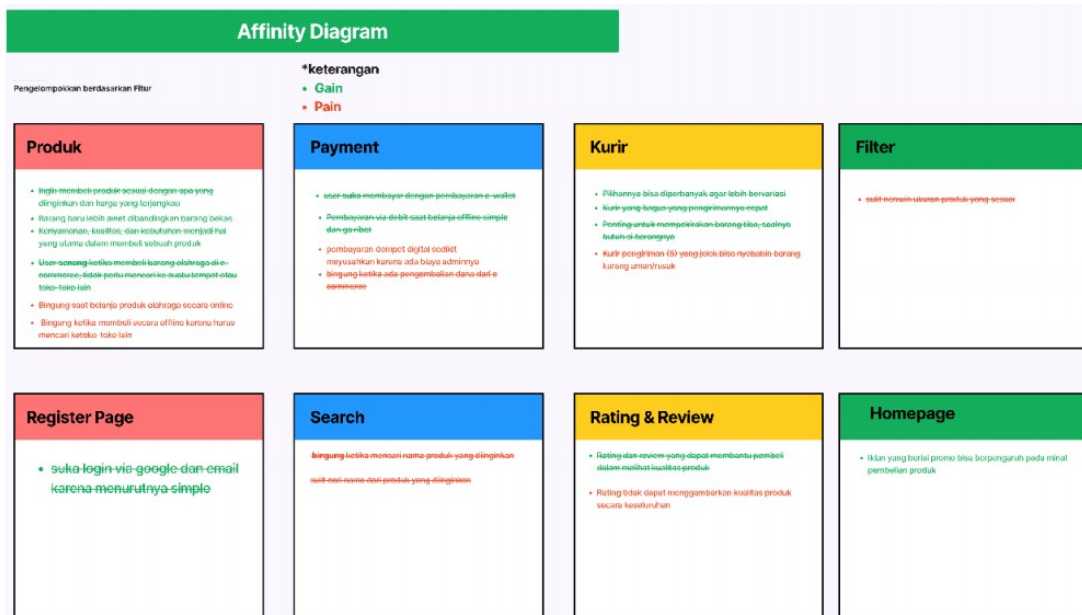
Setelah data ini dimasukan kedalam *emphaty map* data di atas ini akan diproses lagi kedalam tahap *Design Thinking Define*.

4.3 Design Thinking: Define

Pada Tahap *Define* akan membantu untuk mendapatkan *insight* dari data yang telah didapatkan sebelumnya pada tahap *emphatize*.

A. Affinity Diagram

Affinity Diagram dapat membantu dengan mengelompokkan jawaban dari wawancara yang telah dilakukan. Jawaban – jawaban diatas penulis bagi menjadi tiga bagian kelompok dengan informasi yang sama seperti, Mencari produk, Permasalahan, dan Identifikasi dan masalah pembelian barang olahraga.



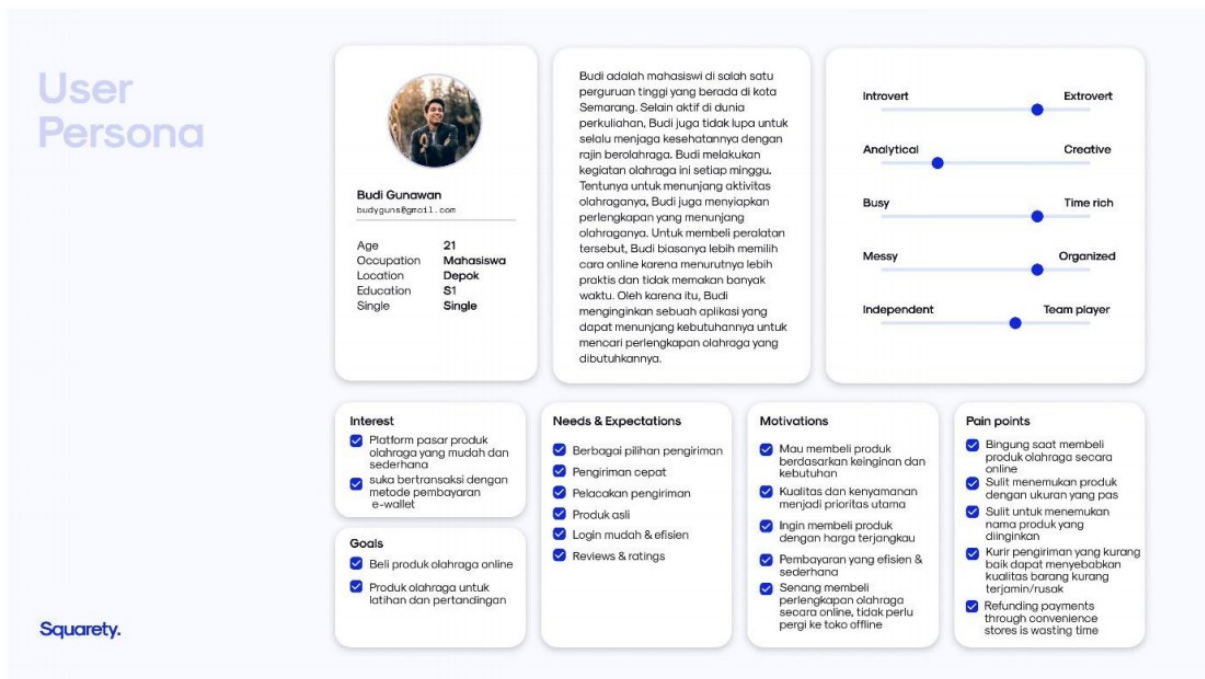
Gambar 4 Affinity Diagram

B. Pain Point

Pain point sudah merupakan tahap dimana data dikembangkan dan dipilih untuk dijadikan keputusan tolak ukur dalam desain yang akan dibuat ditahap selanjutnya. Banyak pengguna sulit menemukan produk yang diinginkan dan sesuai (ukuran dan nama).

C. User Persona

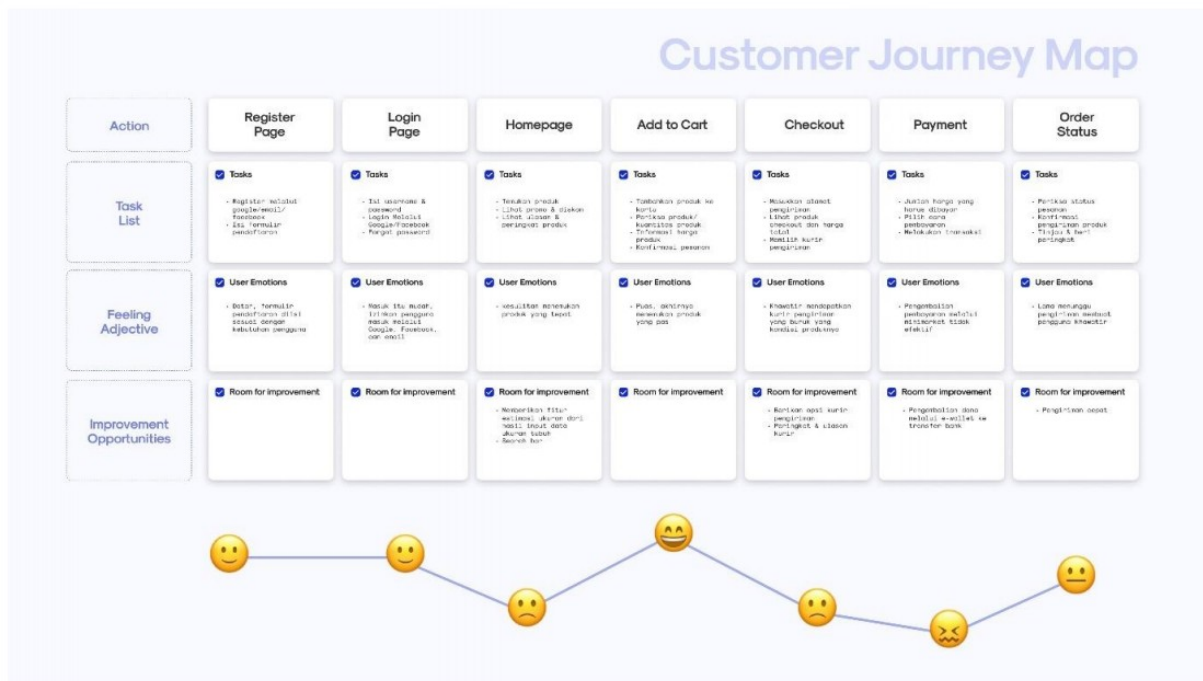
User Persona merupakan karakter yang dibuat untuk berdasarkan penelitian untuk mewakili berbagai jenis pengguna yang mungkin akan menggunakan produk dengan cara yang sama. *User Persona* membantu untuk memberikan gambaran bagaimana nanti pengguna menggunakan produk. Berikut adalah gambaran dari *user persona* yang sudah dibuat:



Gambar 5 User persona

D. User Journey Map

User journey map adalah gambaran dari tahap – tahap pengguna berinteraksi dengan produk. *User journey map* dapat membantu memvisualisasikan bagaimana proses pengguna untuk mencapai tujuannya. Berikut adalah *user journey map* yang telah dibuat:



Gambar 6 User Journey Map

Dari *user journey map* ini mendefinisikan bagaimana pengguna berproses hingga mencapai tujuannya dari *action* yang ada pada *user journey map* tersebut.

- *Register page* pengguna melakukan register melalui *google/facebook/email*. Kemudian pengguna mengisi form register tersebut dengan feeling adjective normal atau biasa saja karena pengisian form sesuai dengan kebutuhan user.
- *Login Page* pengguna melakukan login dengan memasukkan *username* dan *password*. Kemudian pengguna melakukan task tersebut dengan feeling adjective mudah dan gampang karena bisa melakukan dengan mengisi *via google, facebook* dan *email*.
- *Homepage* pengguna mencari barang, melihat diskon/promo, melihat *rating* dan *review* produk. Dengan *feeling adjective* kesulitan dalam menemukan produk yang diinginkan dan sesuai (ukuran dan nama). Dan room for improvementnya atau solusinya adalah berikan fitur perkiraan ukuran dari hasil memasukkan data ukuran tubuh, lalu setiap brand harus memberi size chart yang lengkap dan berikan search bar
- *Add to cart* pengguna melakukan pembelian produk ke keranjang, cek produk/jumlah produk yang ada di cart, informasi harga produk, konfirmasi pesanan. Dengan senang karena sudah mendapatkan produk pilihan yang sesuai.
- *Checkout* pengguna melakukan pengisian alamat pengiriman, melihat informasi total barang dan harga, memilih *ekspedisi* pengiriman. Dengan perasaan khawatir dapat ekspedisi yang jelek dapat menyebabkan kualitas barang yang kurang aman/rusak.

Dan solusi atau *room for improvementnya* adalah memilih ekspedisi yang berkualitas dan bisa dimasukkan kedalam list kurir, memperbanyak varian ekspedisi pengiriman.

- *Payment* pengguna melihat detail jumlah yang harus dibayar, memilih metode pembayaran, dan melakukan transaksi pembayaran. Dengan feeling adjective menyulitkan karena pengembalian dana pembayaran melalui minimarket. Pada solusi ini adalah pengembalian melalui dompet digital atau transfer rekening bank (perlu riset).
- *Transaction List* Pengguna melihat status pesanan, melacak paket, konfirmasi produk diterima, memberi nilai atau ulasan. Dengan perasaan khawatir karena pengiriman yang lama. Solusinya adalah cepat dalam pengiriman barang yang dipesan menggunakan estimasi yang tepat.

4.4 Design Thinking: Ideate

Pada proses ideate ini penulis membuat beberapa ide untuk perancangan desain yang dapat menjawab dari permasalahan pengguna dan menghasilkan solusi. Penulis membuat beberapa desain *Information Architecture* dan *design mandates* untuk dapat melanjutkan ke tahap selanjutnya.

A. Design Mandates

1. Sebagai pengguna, saya dapat menggunakan aplikasi ini dengan mudah
2. Sebagai pengguna, saya dapat melihat informasi produk dengan lengkap dan menarik
3. Sebagai pengguna, saya dapat dengan mudah mencari produk atau barang olahraga yang saya inginkan sesuai dengan deskripsi yang jelas juga mulai dari ukuran dan harga yang terjangkau.
4. Sebagai pengguna, saya dapat menggunakan fitur sorting harga untuk lebih mudah mencari barang dengan harga sesuai dengan *budget* yang kita punya.

B. Design Architecture

Information Architecture dibuat untuk Langkah-langkah atau perjalanan aplikasi ini menjadi gambar rangka dan peta proyek.



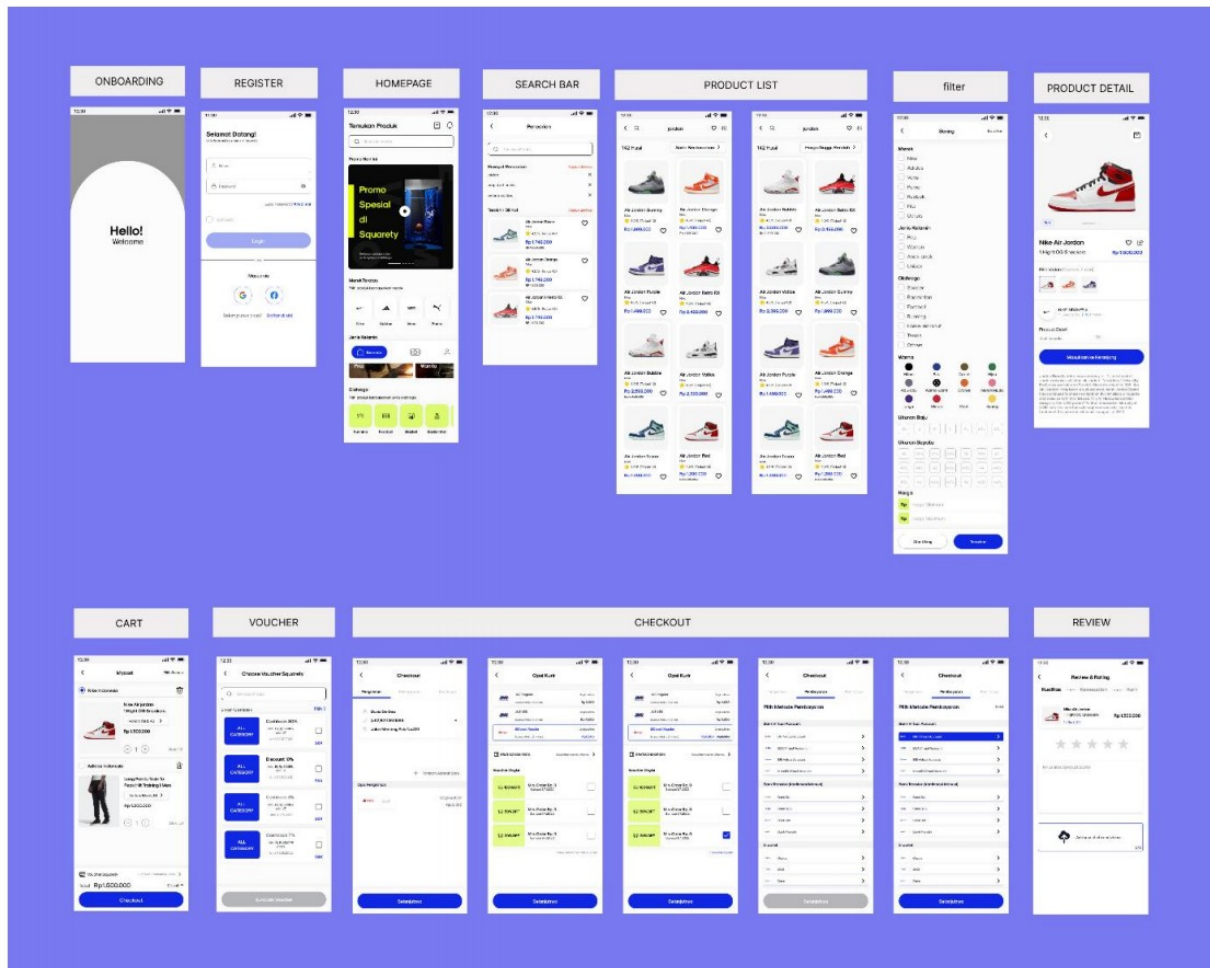
Gambar 7 Information Architecture

4.5 Design Thinking: Prototype

Pada tahap ini penulis akan merangkum semua tahap – tahap sebelumnya untuk membuat desain aplikasi. Tahap *prototype* ini mengenai dari pembuatan *wireframe*, *design system (color, typography, layout, dan icon) High Fidelity*.

A. Wireframe

Penulis merancang *wireframe* dalam aplikasi figma dengan sesuai bagiannya masing masing. Penulis membuat rancangan pada *wireframe* sesuai dengan kebutuhan dari pengguna.



Gambar 8 Wireframe Mobile Aplikasi

Pada gambar diatas ini merupakan wireframe dasar dari perancangan aplikasi. *Wireframe* ini terdiri dari beberapa fitur dalam aplikasi ini yaitu *On boarding*, *Register/login*, *homepage*, *search page*, *product list*, *filter*, *product detail*, *cart*, *voucher*, *checkout*, dan *review*.

Fitur *On boarding* berfungsi pada tampilan awal dari aplikasi ini dan panduan dalam menggunakan aplikasi ini untuk pengguna.

Fitur *Register/Login* untuk pengguna yang belum dan sudah mempunyai akun email, google dan facebook. Untuk login sendiri disediakan akun google dan facebook untuk dapat masuk kedalam aplikasi sehingga dengan memudahkan pengguna.

Fitur *Homepage* untuk pengguna mencari barang yang diinginkan dari mulai sorting barang, melihat diskon yang diberikan dan info terkait barang olahraga lainnya. dan juga terdiri dari berbagai merek ternama seperti adidas dan nike contohnya.

Fitur *Search Bar* pada fitur ini memudahkan pengguna dalam mencari barang yang diinginkan sesuai dengan apa yang pengguna cari sehingga pengguna mudah dalam membeli barang yang dicari.

Fitur *Product List* pada fitur ini pengguna dapat melihat barang yang disediakan oleh penjual dalam memilih barang yang tersedia sesuai dengan harga maupun gambar dari barang yang tertera pada produk olahraga tersebut.

Fitur *Product Detail* pada fitur ini pengguna dapat melihat dengan jelas barang yang ingin dilihat mulai dari harga, ukuran, warna dan juga deskripsi lengkapnya pada fitur ini.

Fitur *Cart* pada fitur ini pengguna dapat menyimpan barang atau memasukan barang yang ingin dibeli secara bersamaan atau lebih dari satu. Sehingga tidak satu persatu membayarnya untuk memudahkan dalam membeli barang tersebut.

Fitur *Voucher* pada fitur ini pengguna dapat menukarkan *voucher* yang tersedia pada aplikasi *e-commerce* ini untuk mendapatkan harga yang lebih murah dan hemat.

Fitur *Checkout* pada fitur ini pengguna dapat melakukan pembayaran dengan memilih pembayaran apa yang pengguna miliki seperti dompet digital maupun *mobile banking* untuk pembelian barang online sehingga memudahkan pelanggan yang membeli barang tersebut.

Fitur *Review* pada fitur ini pengguna memberikan pendapatnya dan pengalamannya dari produk yang digunakan atau yang dibeli. Fitur ini dapat membuat pengguna lain menjadi lebih percaya dan mengerti tentang produk yang akan dibelinya.

4.6 Design System

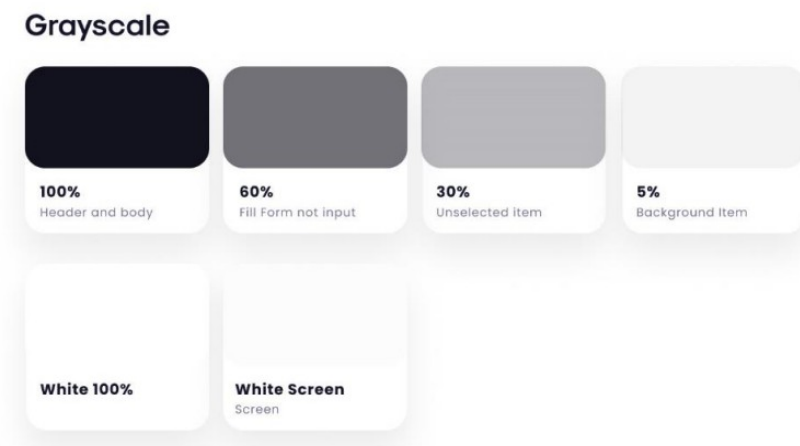
Pada tahap ini juga penulis menggunakan *design system* untuk merancang *high fidelity* agar lebih mudah dalam perancangannya. *Design system* terdiri dari beberapa komponen sehingga dapat membuat *high fidelity* dengan mudah. Proses membuatnya ini menggunakan *tools* dari aplikasi figma.

1. Colors

Pada pembuatan perancangan ini penulis juga menggunakan dua kelompok. Grayscale terdiri dari warna hitam, abu-abu, dan putih. *Primary* dan *Secondary* terdiri dari warna biru tua (*blue hard*) dan hijau terang (*lime*).

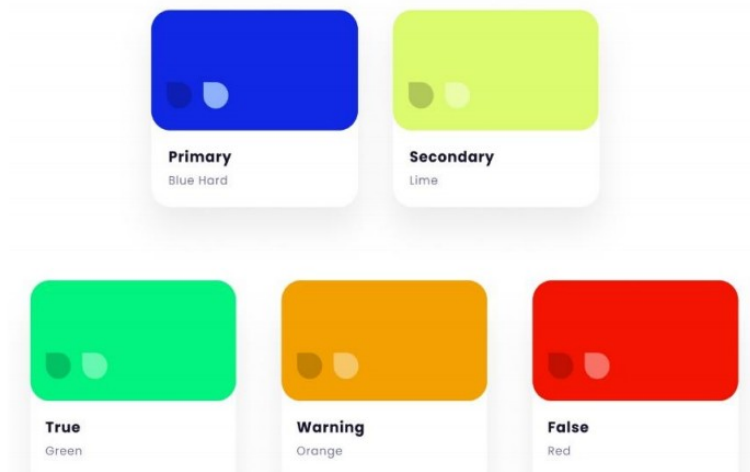
A. Color Grayscale

Pada *grayscale* untuk pewarnaan huruf pada aplikasi mobile *squarety* dengan ukuran warna 100% hingga 5% untuk kontras warna yang digunakan.

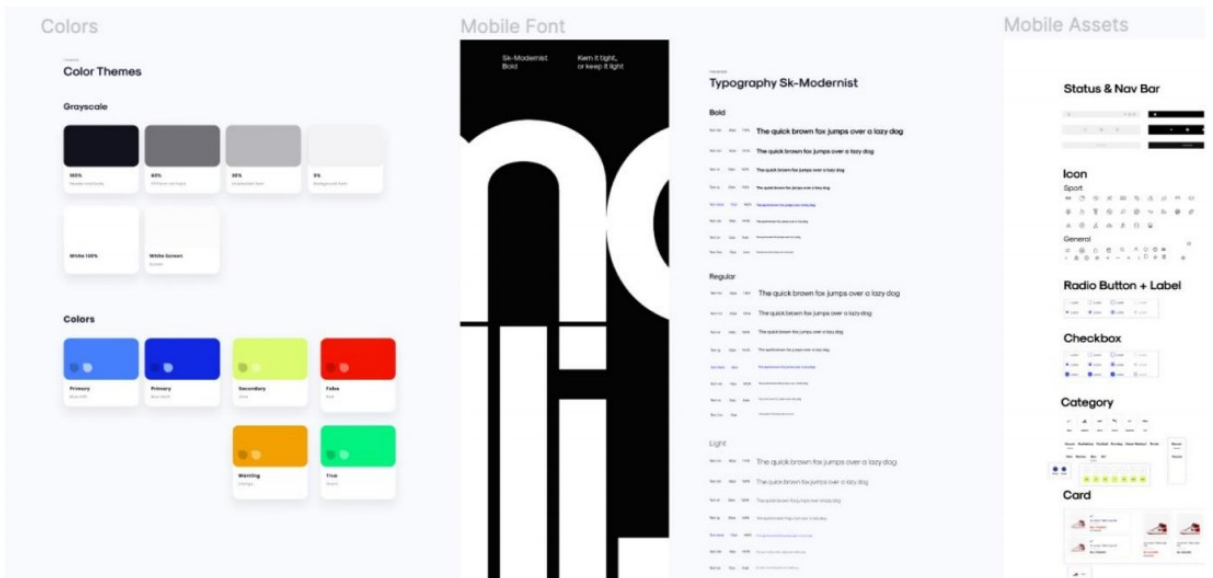


Gambar 9 warna monokrom

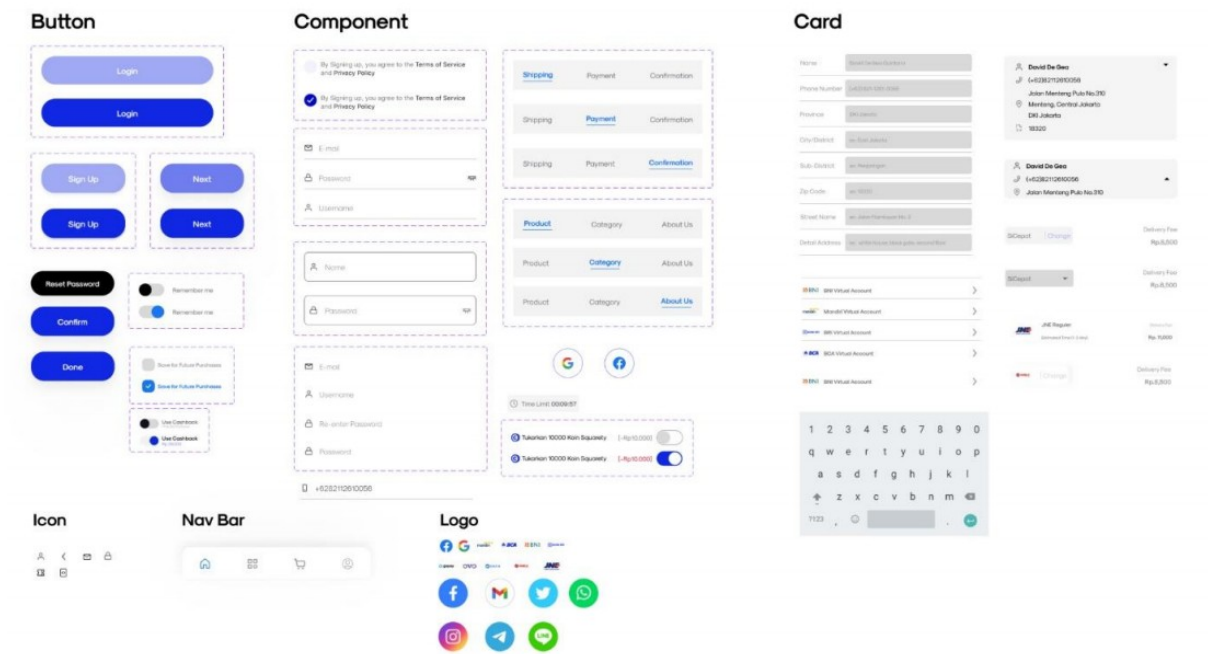
B. Color Primary dan Secondary



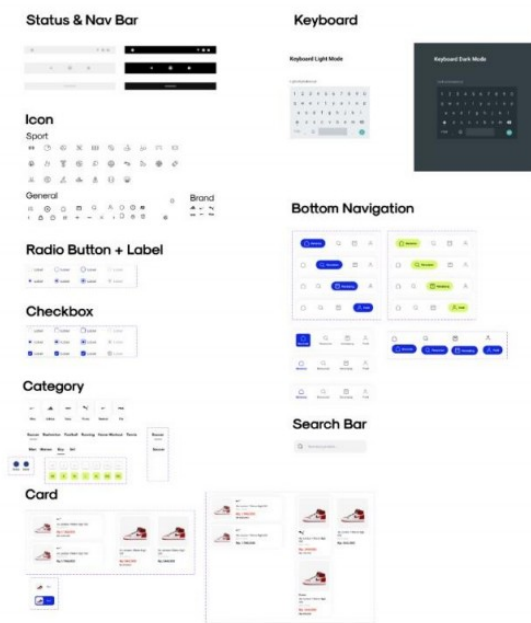
Gambar 10 warna utama dan kedua



Gambar 12 Komponen 1 lainnya



Gambar 13 Komponen 2 Lainnya

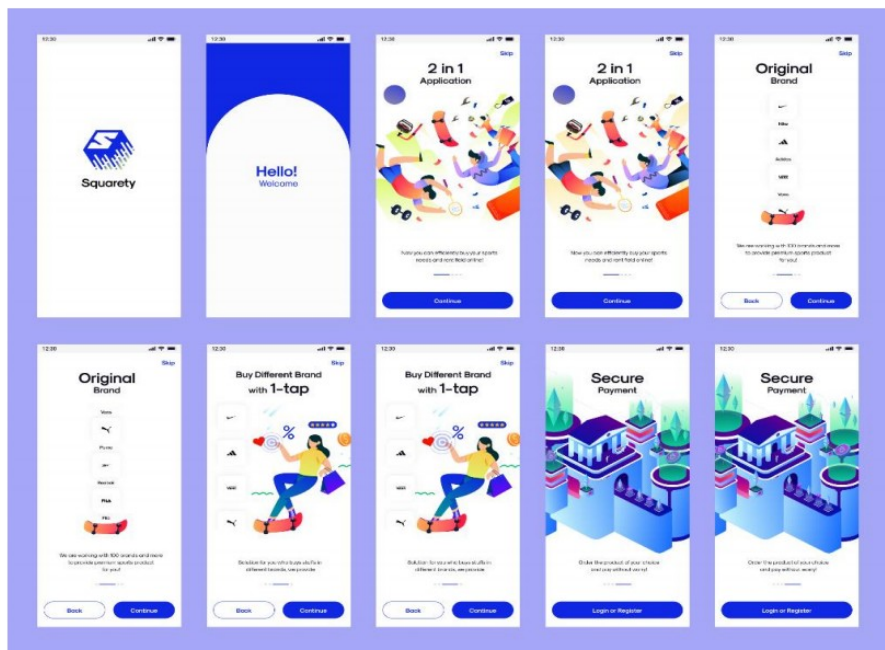


Gambar 14 Komponen 3 lainnya

4.7 Design Thinking: High Fidelity

Pada tahap ini menggunakan komponen yang telah dibuat sebelumnya dengan design system untuk memudahkan proses pengerjaan dari *high fidelity* untuk mencakup seluruh bagian antar muka aplikasi mulai dari *on boarding* sampai pengiriman barang.

1. Halaman onboarding

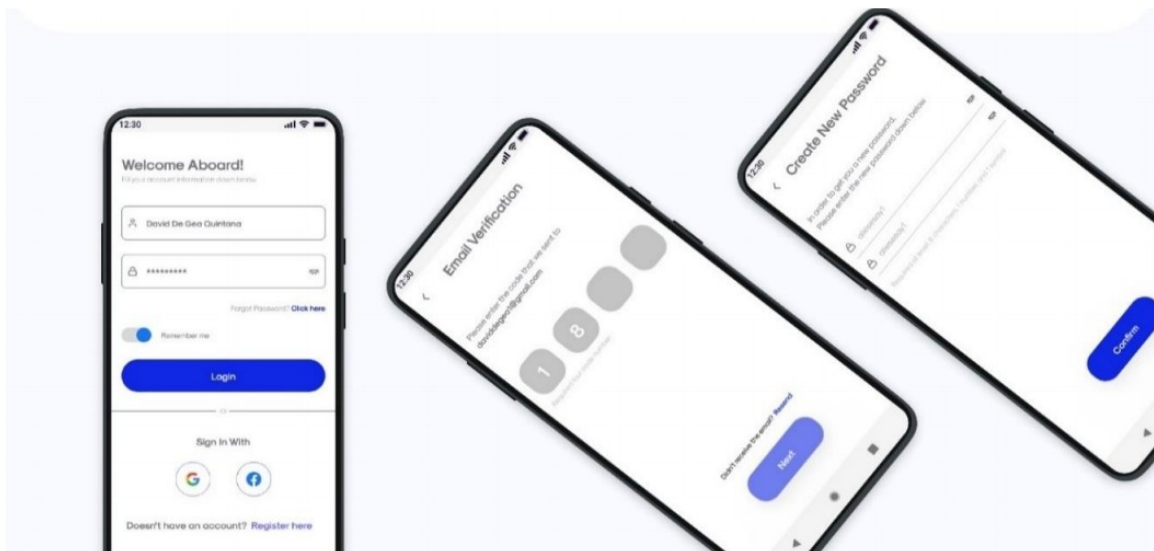


Gambar 15 hi-fi on boarding

Penjelasan:

Pada halaman on boarding ini dimana pengguna pada pertama kali menggunakan aplikasi akan dsuguhkan dengan *on boarding* tersebut dan pada halaman ini diberikan informasi mengenai bagaimana cara menggunakan aplikasi dengan mudah untuk pengguna minat dan tertarik menggunakan aplikasinya. Pada halaman diberikan tombol lanjut dari tiap halaman sampai nantinya sampai halaman *register* untuk mendaftarkan akun pengguna.

2. Halaman register – login – forgot password

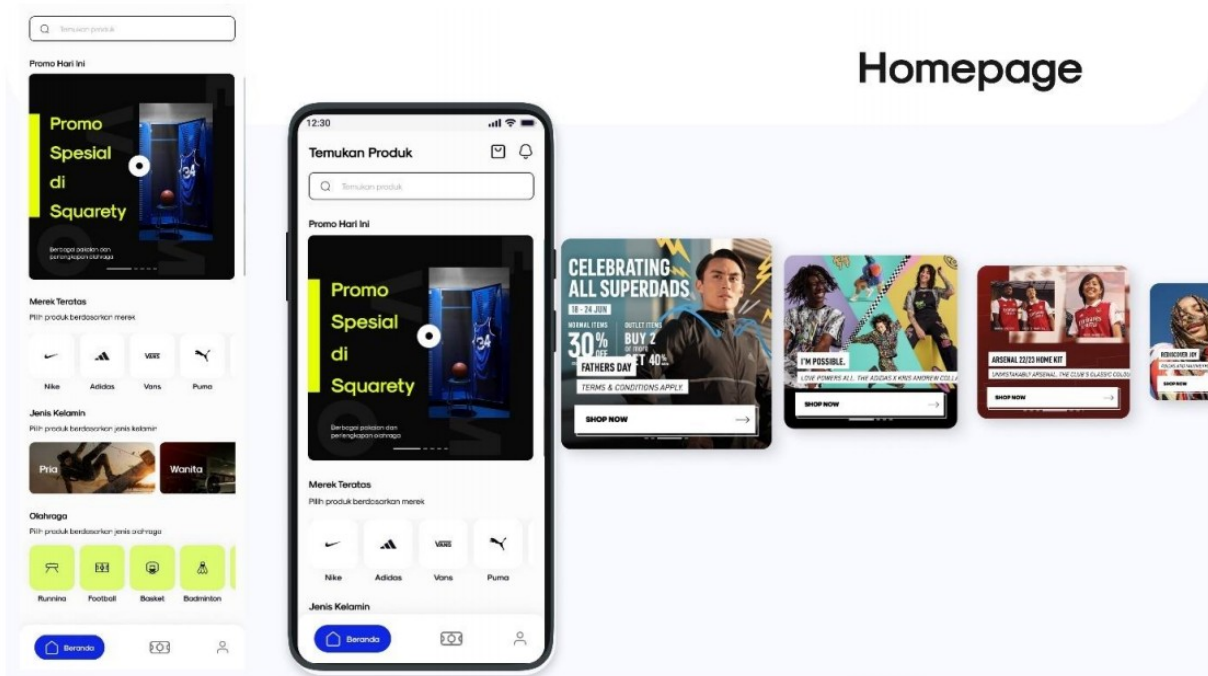


Gambar 16 hi-fi Register

Penjelasan:

Pada gambar diatas merupakan halaman *register*, *login*, dan lupa *password*. Pengguna akan melakukan *register* Ketika belum mempunyai akun di aplikasi ini dengan memasukan nama, *email* dan *password*. Dengan berbagai pilihan untuk masuk kedalam aplikasi ini bisa menggunakan *google* untuk daftar akunya.

3. Halaman Beranda

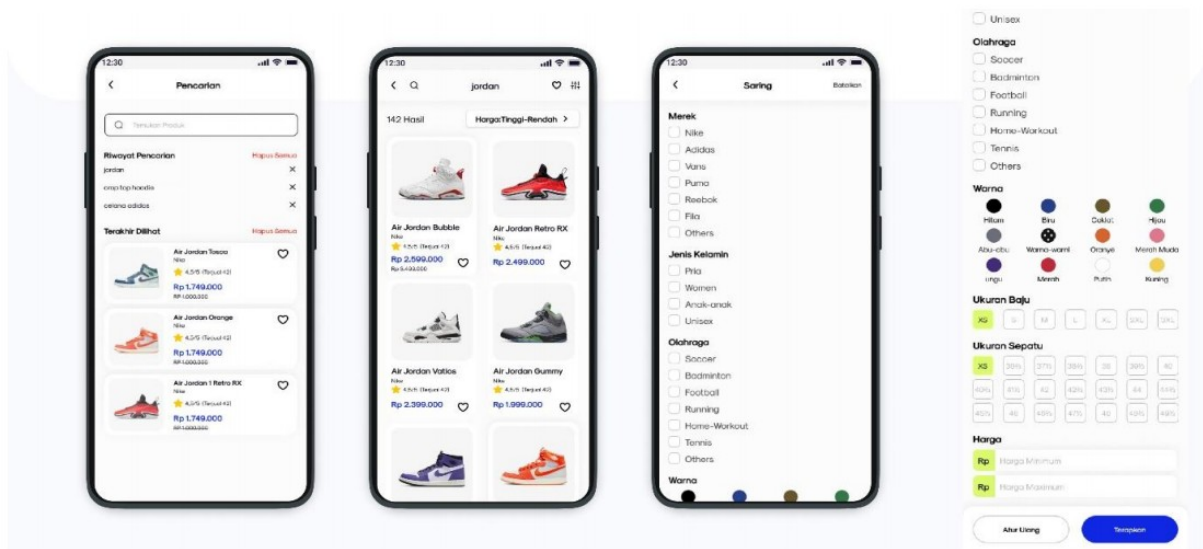


Gambar 17 *hi-fi* beranda

Penjelasan:

Pada gambar diatas ini adalah halaman beranda untuk pengguna yang sudah mendaftarkan akunnya dan masuk kedalam aplikasi. Yang diberikan banyak fitur untuk memudahkan pengguna dalam membeli barang olahraga diaplikasi ini seperti *search bar*, *promo*, *merek teratas*, *jenis kelamin*, *cart*, *notification* dan *pilih produk berdasarkan olahraga*. Pada bagian *navigasi* terdapat 3 menu ada *beranda*, *sewa lapangan* dan *profile*.

4. Halaman Search-product list-sorting

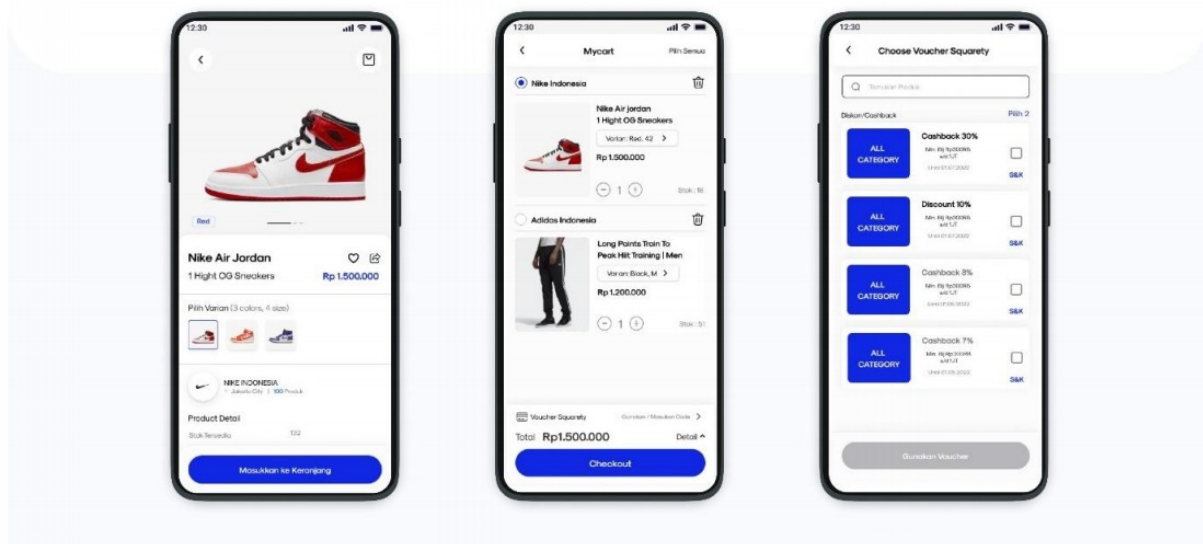


Gambar 18 hi-fi search,list produk,sorting

Penjelasan:

Pada gambar diatas ini pengguna melakukan pencarian barang yang sesuai dan diinginkan untuk di sorting sesuai dengan kemauan pengguna. Pada fitur *search* pengguna melakukan pencarian barang dengan memasukan nama barang tersebut. pada fitur *product list* pengguna disuguhkan berbagai macam produk sesuai pencariannya dan terakhir pada fitur sorting pengguna melakukan sorting barang melalui harga tertinggi sampai yang termurah. Di fitur sorting juga bisa menyesuaikan sesuai warna, ukuran, jenis kelamin dan olahraga yang digeluti.

5. Halaman Product detail-cart-voucher

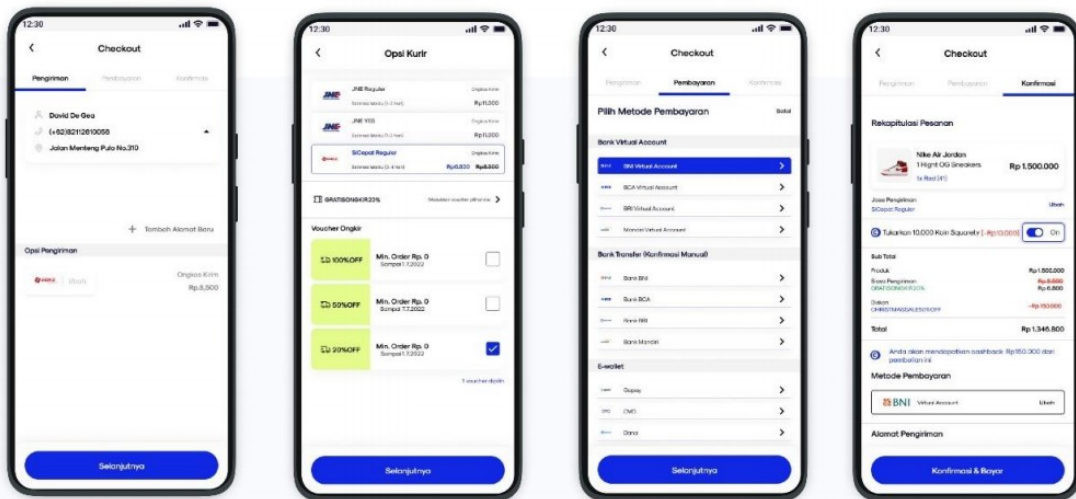


Gambar 19 hi-fi detail produk,keranjang,voucher

Penjelasan:

Pada gambar ini pengguna memilih produk yang diinginkan dengan melihat detail produk tersebut lalu Ketika sudah memilih produk yang disukai lanjut kehalaman yaitu memasukkan barang yang disukai ke halaman keranjang untuk melihat total harga yang dibayar lalu pada fitur *voucher* untuk pengguna dapat menggunakan *voucher* yang ada untuk mendapatkan potongan harga pada barang yang dibeli.

6. Halaman Pembayaran

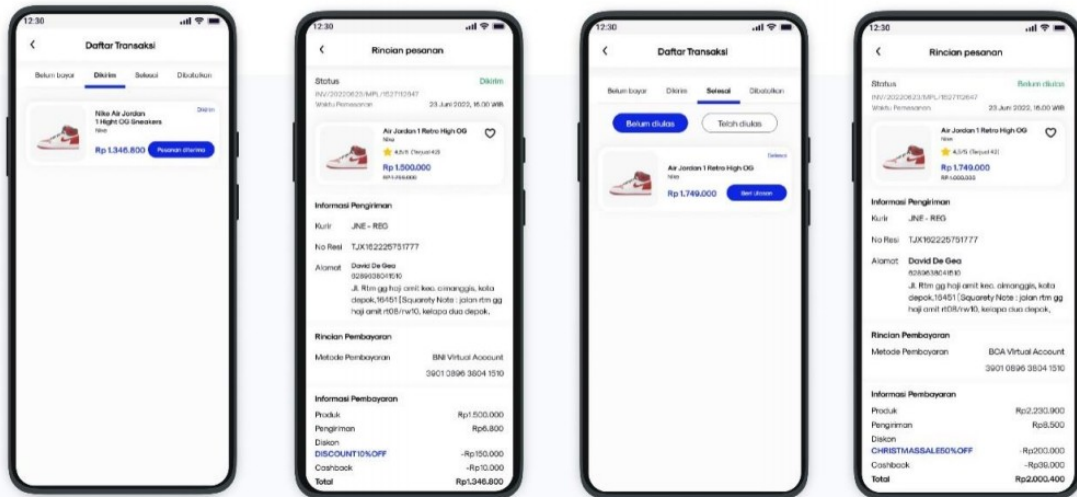


Gambar 20 hi-fi pembayaran

Penjelasan:

Pada Gambar ini pengguna memasukan alamat pengiriman yang dituju lalu memilih opsi kurir yang diinginkan untuk pengiriman barang yang dipesan. Pada pemesanan barang ini dengan pembayaran melalui bank *virtual account* dan juga berbagai pembayaran mulai dari bank tranfer dan juga dompet digital.

7. Halaman daftar dan rincian pesanan

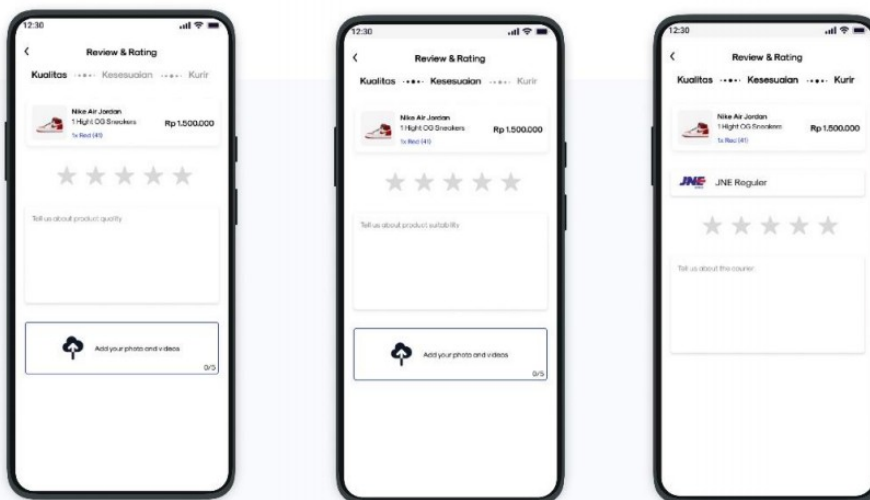


Gambar 21 hi-fi rincian pesanan

Penjelasan:

Pada gambar ini juga pengguna bisa melihat detail dari pembelian yang akan dikirim ke alamat yang sesuai dengan pesanan. Mulai dari harga, potongan harga, metode pembayaran, diskon yang digunakan, nomor resi dan juga total dari semua pembelian produk tersebut.

8. Halaman *Review* dan *Rating*

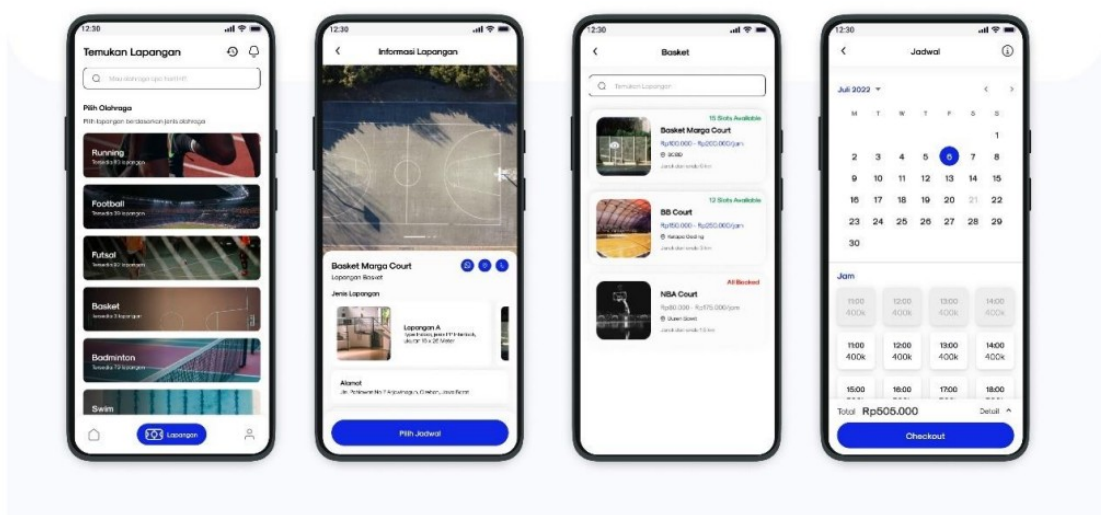


Gambar 22 hi-fi review dan rating

Penjelasan:

gambar diatas ini untuk *hi-fi* adalah *review* dan *rating*. Pengguna bisa melakukan penilaian produknya mulai dari kualitasnya dan bentuk kesesuaian produk dan juga penilaian untuk kurir yang mengirim barang tersebut. dan juga pengguna bisa memberikan bintang satu sampai lima dari produk yang dibeli dan kurir yang dipilih untuk jadi penilaian yang baik atau buruk untuk pembeli lainnya supaya tidak khawatir membeli produk ini dan kurirnya.

9. Halaman Fitur Sewa Lapangan



Gambar 23 Sewa Lapangan

Penjelasan:

Gambar diatas ini adalah fitur sewa lapangan yang terintegrasi dengan aplikasi E-Commerce produk olahraga ini mempermudah user untuk sewa lapangan secara online dan fitur ini membantu pengguna yang kesulitan mencari tempat lapangan terdekat di wilayah tempat pengguna berada.

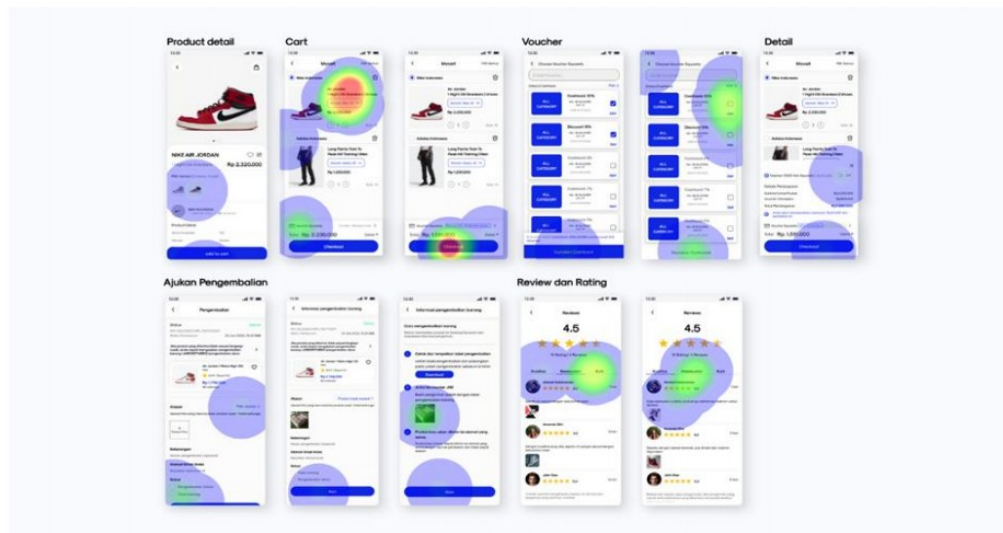
4.8 Design Thinking:Test

Pada tahap *Test* merupakan pengujian terhadap hasil dari prototipe yang telah dibuat pada fase *prototype*. Pengujian ini melalui pernyataan yang penulis buat. Hasil dari pengujiannya akan dihitung menggunakan *blackbox* dan UAT (*User Acceptance Testing*) ini berguna untuk mengetahui apakah berjalan dengan baik atau tidak.

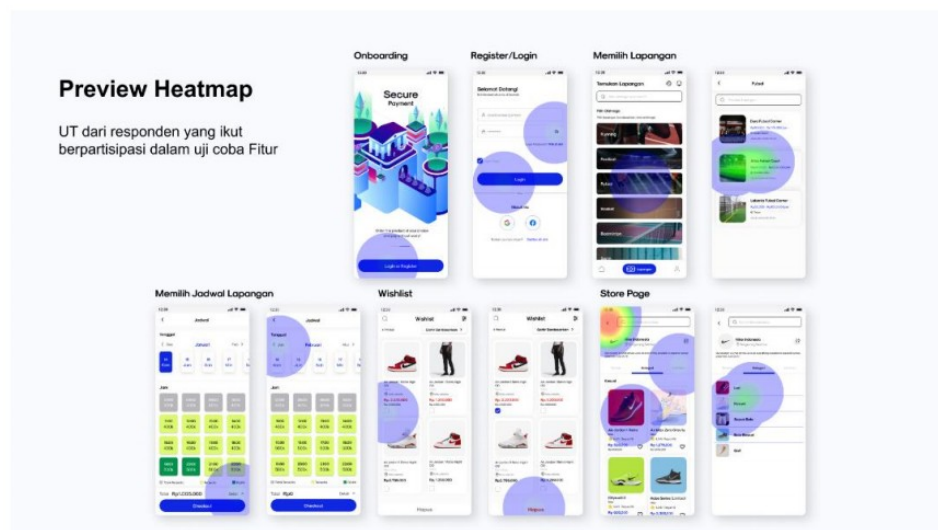
4.8.1 Pengujian *Heatmap*

Pengujian heatmap yaitu perangkat lunak untuk melakukan analisis data yang menggunakan warna sebagai alat visualisasi data. Analisis heatmap memberikan gambaran visual tentang dimana pengguna mengklik halaman, semakin banyak klik maka semakin cerah warna areanya.

Mulai dari warna biru, kuning dan merah memiliki manfaat yang jelas dalam pengujian, biru merupakan klik sekali dan kuning dan merah menghasilkan beberapa klik. Ketika responden mengklik area button dan icon tersebut.



Gambar 24 heatmap 1



Gambar 25 Heatmap 2

4.8.2 Pengujian Blackbox

Pengujian *blackbox* yaitu melakukan pengamatan hasil eksekusi melalui data uji dan memeriksa fungsional aplikasi, apakah berjalan baik atau tidak.

Tabel 4 pengujian *blackbox*

No	Kasus Uji	Hal yang diharapkan	berjalan	Tidak
1.	Onboarding	Pada halaman ini, kamu akan mendapatkan informasi dan mengenal fungsi aplikasi ini.	√	
2.	Login & Sign Up	Melakukan login menggunakan akun dan password pribadi	√	
3.	Memilih Lapangan	Melakukan pemesanan lapangan melalui aplikasi ini	√	
4.	Pilih Jadwal pemesanan	Memilih jadwal lapangan sesuai jam dan tanggal yang diinginkan dan	√	
5.	Whislist	Memilih barang yang sukai	√	
6.	Store Page	Mengecek aktivitas toko online yang diinginkan	√	
7.	Product detail	Membeli barang dari produk yang sudah ada	√	
8.	Cart	Memasukan barang kedalam keranjang untuk disimpan	√	

		untuk di beli barangnya		
9.	Voucher	Memakai atau menukar voucher dan koin squarety yang sudah disediakan	√	
10.	Checkout Page	Melakukan aktivitas transaksi pembelian produk dengan menentukan alamat pengiriman, metode pembayaran, dan konfirmasi pesanan	√	
11.	Review dan Rating	Memberikan penilaian terhadap barang yang telah anda beli	√	
12.	Ajukan Komplain Pengembalian	Mengajukan pengembalian barang dengan alasan yang sesuai dan mengirim bukti barang yang ingin dikembalikan	√	
13.	Search Bar	Mencari barang yang diinginkan	√	
14.	Homepage	Melakukan pembelian barang dengan sorting barang dari harga tertinggi hingga terendah	√	

Berdasarkan hasil pengujian *Blackbox* pada tabel diatas, maka bisa disimpulkan bahwa semua fungsi dalam aplikasi *e-commerce* squarety ini sesuai dengan perancangan berjalan dengan baik dengan presentase keberhasilan sebesar 100%.

4.8.3 Pengujian UAT (User Acceptance Testing)

Pengujian UAT yang dilakukan terhadap pengguna dengan cara pengisian pernyataan yang berisikan 6 pernyataan untuk pengguna, dari hasil kuesioner tersebut akan dilakukan perhitungan, supaya bisa diambil kesimpulan terhadap penilaian perancangan aplikasi tersebut.

Tabel 5 grade UAT

Grade	Keterangan	Nilai
A	Sangat: Mudah/Sesuai/Jelas	5
B	Mudah: Bagus/Sesuai/Jelas	4
C	Cukup: Mudah/Sesuai/Jelas	3
D	Kurang: Bagus/Mudah/Sesuai/Jelas	2
E	Sangat: Sulit/Tidak Sesuai/Tidak Jelas	1

Hasil rekapitulasi *kuestioner*, menggunakan skala likert (20 responden)

Tabel 6 Hasil Pengujian *Skala Likert* Pengguna

No	Pernyataan	Hasil				
		A	B	C	D	E
1.	Halaman Onboarding sangat membantu dan informatif	12	5	3	-	-
2.	Aplikasi Mudah digunakan untuk user pemula	14	4	2	-	-
3.	Menu sorting dapat membantu Pengguna dalam memilih barang	8	7	5	-	-
4.	Fitur sewa lapangan mudah digunakan untuk pengguna memilih lapangan sesuai jadwal	10	9	1	-	-
5.	Product detail dapat membantu user dalam melihat detail barang yang ingin dibeli	14	4	2	-	-
6.	Desain pada aplikasi sudah sesuai dengan aplikasi e-commerce pada umumnya	16	2	1	1	-
Jumlah		74x5=370	31x4=124	14x3=42	1x2=2	0x1=0
		Total: 538	Max: 20x5x6=600	$=(538/600)*100$	89,6%	

Berdasarkan hasil dari UAT dan Pengujian maupun perhitungan *skala likert* yang diisi oleh responden berdasarkan tabel diatas, maka bisa disimpulkan bahwa prototipe dari aplikasi *squarety* untuk kategori *e-commerce* dan sewa lapangan cukup tinggi. Bahwa hasil pengujian yang dilakukan pengguna mendapatkan nilai total 89,6%.