

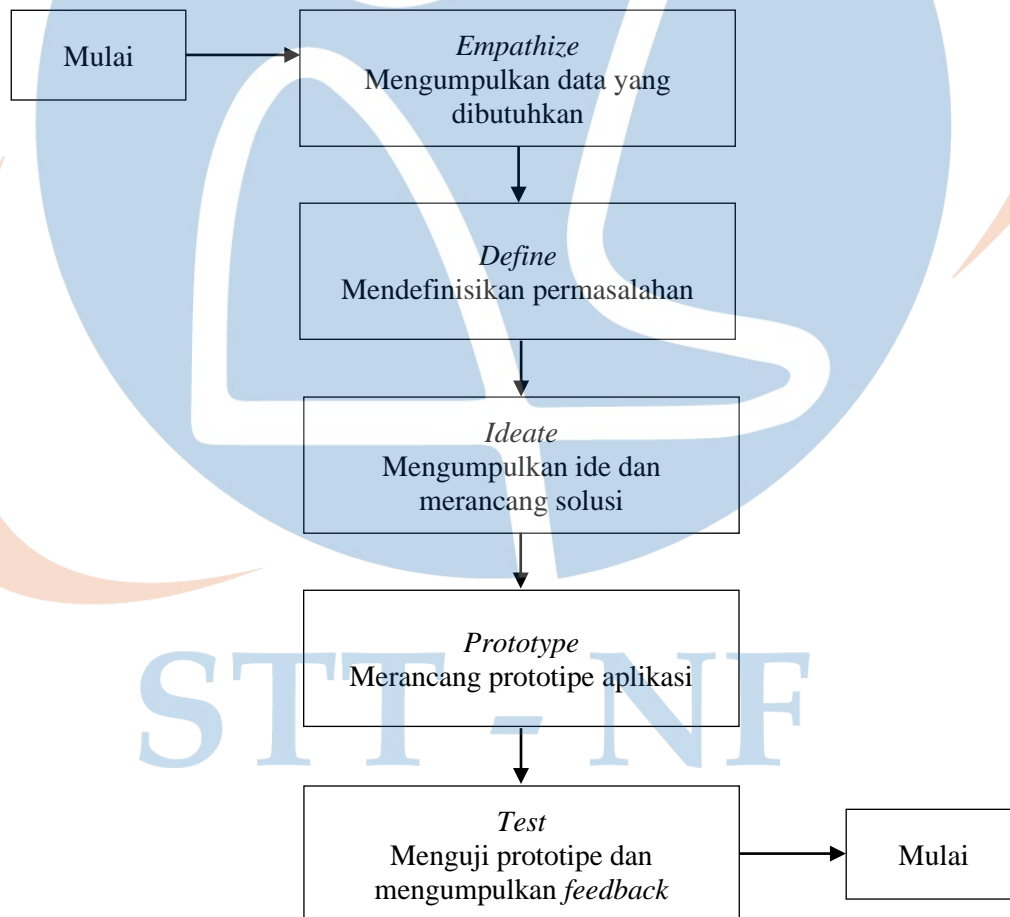
### BAB III

#### HASIL PELAKSANAAN TUGAS AKHIR

Pada bab ini akan dibahas proses-proses yang dilakukan selama penelitian dan hasil yang didapat dari proses tersebut.

##### 3. 1. Alur Penelitian

Berikut ini tahapan yang digunakan untuk membuat penerapan UI/UX aplikasi Furnicraft menggunakan metode *Design Thinking*.



Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian

### 3. 2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk pemecah masalah pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan *design thinking*. Proses memahami pengguna, mendeskripsikan masalah, dan mencari solusi efektif yang dilakukan secara berulang merupakan definisi dari metode *design thinking*. Metode ini bisa meningkatkan empati untuk lebih memperhatikan apa saja yang dibutuhkan atau apa saja kendala dari pengguna. Dengan mendapatkan kebutuhan dan kendala yang detail, dapat lebih mudah untuk mendefinisikan permasalahan serta mencari solusi yang tepat.

#### 3.2.1. Alat Penelitian

Alat yang digunakan dalam penelitian ini berupa perangkat keras dan perangkat lunak yang dimanfaatkan untuk melaksanakan penelitian. Alat-alat yang digunakan yaitu:

A. Sebuah laptop dengan spesifikasi:

*Processor* Intel Core I3

Sistem operasi Windows 10

Kapasitas memori 4GB

*Harddisk* SSD 120GB

B. *Software* Figma sebagai perangkat untuk membuat desain prototipe dan pengujian prototipe

C. Google *Form* sebagai alat kuisisioner

D. Google *Spreadsheet* sebagai alat pengolahan hasil kuisisioner

#### 3.2.2. Bahan Penelitian

Bahan penelitian yang digunakan mencakup hasil pengumpulan data seperti kuisisioner, wawancara, dan *benchmarking* terhadap aplikasi *marketplace* yang sebanding.

### 3.3. Proses Penelitian

Berikut ini adalah proses penelitian yang dilakukan berdasarkan metode yang telah dibahas sebelumnya, yaitu *design thinking*.

#### 3.3.1. Empathize

Di tahapan yang pertama ini bertujuan untuk memahami masalah yang ingin diselesaikan. Untuk memahaminya, dilakukan pengamatan yang melibatkan beberapa orang agar dapat mencari tahu pendapat dan pengalaman mereka terhadap permasalahan yang ingin diselesaikan tersebut.

Pengamatan untuk aplikasi Furnicraft berfokus pada para pengguna *marketplace* yang merupakan pembeli dan penjual mebel di aplikasi berbelanja seperti Shopee atau Tokopedia. Berikut ini beberapa tahapan yang dilakukan pada fase empati:

##### A. *Benchmarking*

Definisi *Benchmarking* adalah suatu proses melakukan perbandingan dan pengukuran untuk mencari kunci sukses agar dapat diimplementasikan kepada lembaga yang menerapkan *benchmarking* tersebut [19]. Proses *benchmarking* ini dilakukan terhadap tiga *marketplace* yang merupakan *marketplace* tempat para penjual mebel menjual produknya.

Tabel 3. 1 Hasil *Benchmarking* Produk Serupa

Kategori	Shopee	Tokopedia	Renos.id
Kelebihan	1. Memiliki pengguna aktif bulanan terbanyak 2. Aplikasi mudah digunakan	1. Tampilan sederhana dan mudah dimengerti 2. Kategorisasi jenis produk lebih jelas	1. Tampilan familiar seperti Tokopedia 2. Menyediakan jasa instalasi 3. Menyediakan

Kategori	Shopee	Tokopedia	Renos.id
	3. Pendaftaran toko mudah dilakukan		end-to-end delivery
Kekurangan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hanya unggul pada penjualan pakaian, skincare, makeup</li> <li>2. Tampilan UI kurang baik dan membingungkan</li> <li>3. Kategori produk kurang jelas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hanya unggul pada penjualan elektronik, alat kesehatan, dan kecantikan</li> <li>2. Persaingan harga pasar sangat tinggi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alur pembelian produk agak rumit</li> <li>2. Tidak ada aplikasi mobile</li> </ol>
User Interface	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terlalu banyak banner dan pop up iklan</li> <li>2. Warna dominan oren sehingga terlihat terlalu ramai</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tampilan menarik dan sederhana</li> <li>2. Dominasi warna putih membuat tampilan lebih nyaman dilihat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tampilan rapi dengan kategorisasi jelas</li> <li>2. Banner iklan dan promo tidak mengganggu karena</li> </ol>

Kategori	Shopee	Tokopedia	Renos.id
	3. Cukup berat dimuat karena tampilan yang ramai		tersusun rapi
User Experience	Walaupun dari tampilan agak membingungkan tapi tetap mudah digunakan	Sangat informatif sehingga tidak membingungkan	Sangat informatif sehingga tidak membingungkan
Jenis Produk	Elektronik, kecantikan, pakaian, aksesoris, buku, kebutuhan hobi, dll	Elektronik, kecantikan, pakaian, aksesoris, buku, kebutuhan hobi, dll	Kebutuhan rumah lengkap

## B. Survei Pembeli

Survei dilakukan menggunakan Google Form dan disebar ke berbagai pihak yang berpotensi sering membeli furniture di marketplace. Survei yang dilakukan mendapatkan total 55 responden. Berikut ini demografi dan beberapa poin yang didapatkan dari hasil survei:

### 1. Data Diri:

Gender: 40% laki-laki, 60% perempuan

Usia: 18-25 tahun

Status: 48 orang mahasiswa, 6 orang pekerja, 1 orang kuliah sambil bekerja

2. Ketertarikan membeli mebel online:

Sangat tertarik :7 responden

Tertarik :19 responden

Ragu-ragu :19 responden

Tidak tertarik :9 responden

Sangat tidak tertarik :1 responden

3. Kebutuhan terhadap marketplace khusus mebel : 87,3% memerlukan

4. Fitur yang disukai/diharapkan:

a. *Mix & match*

b. *Live*

c. Katalog

d. Garansi

C. Wawancara Pembeli

Wawancara dilakukan kepada *potential user* yang terdapat di hasil survei. Topik wawancara yang diambil tentang pendapat dan pengalaman responden ketika membeli mebel secara *online*, dan kebutuhan pengguna terhadap *marketplace* yang khusus menjual mebel. Didapatkan 5 responden yang bersedia mengikuti wawancara. Berikut ini beberapa poin yang didapatkan dari wawancara:

Tabel 3. 2 Hasil Wawancara

No	Pertanyaan	Rangkuman Jawaban
1	Faktor yang mempengaruhi ketertarikan seseorang membeli mebel	Kebutuhan, foto dan video yang bagus, tampilan produk yang menarik
2	Cara yang dilakukan ketika ingin membeli produk mebel	Pergi ke <i>offline store</i> , mencari <i>official online store</i> dari <i>brand</i> tertentu, mencari produk yang

No	Pertanyaan	Rangkuman Jawaban
		dibutuhkan di toko <i>online</i>
3	Pertimbangan ketika membeli mebel secara <i>offline</i> atau <i>online</i>	Jika deskripsi produk sudah lengkap, <i>review</i> pengguna lain bagus, dan foto produk terlihat asli dan jelas maka akan membeli <i>online</i> agar mudah. Namun jika foto produk kurang meyakinkan, dan <i>review</i> kurang bagus, lebih baik datang langsung ke toko untuk mencari dan melihat langsung produk yang diinginkan
4	Ciri-ciri <i>marketplace</i> yang baik dan terpercaya	Memiliki rating dan <i>review</i> yang bagus dari pengguna, foto dan deskripsi produk sesuai dengan produk aslinya, bisa menjamin keamanan barang, tampilannya mudah digunakan dan tidak membingungkan

#### D. Kuisisioner Penjual

Kuisisioner dilakukan kepada 5 orang yang berprofesi sebagai penjual atau karyawan dari toko mebel. Topik pertanyaan pada kuisisioner adalah pendapat penjual mengenai *marketplace* yang biasa digunakan dan kebutuhan partisipan terhadap *marketplace* yang khusus menjual produk mebel.

Berdasarkan hasil kuisisioner, responden kebanyakan menggunakan aplikasi Tokopedia dan Shopee untuk memasarkan produknya. Terdapat beberapa keluhan yang didapat selama berjualan pada aplikasi tersebut seperti biaya admin yang selalu naik, sulit menaikkan *traffic* tanpa membayar iklan,

untuk Shopee tampilannya kurang bisa dimengerti dengan mudah oleh responden, Persaingan harga ketat dan sulit untuk menjadi toko unggulan karena kedua aplikasi tersebut merupakan aplikasi dengan beragam kategori produk.

Selain kekurangan, ada beberapa hal yang disukai responden pada kedua aplikasi tersebut yang tentunya bermanfaat dalam pengelolaan dan penunangan toko mereka. Responden menyukai tawaran promo, fitur statistik penjualan, dan tawaran iklan karena hal ini memudahkan mereka dalam mengelola toko dan memperbanyak kunjungan pelanggan.

### 3.3.2. Define

Semua permasalahan dan hasil yang didapat pada fase sebelumnya akan didefinisikan dalam proses *define*. Permasalahan terdiri dari kebutuhan dan kekurangan yang dirasakan oleh pengguna dari aplikasi sejenis yang sudah ada. Pendefinisian dilakukan menggunakan *affinity mapping* dan *problem statement*. Agar lebih memahami pengguna, dibuat juga *user persona* dan *user journey map*.

#### A. Affinity Mapping

Affinity mapping digunakan untuk mengorganisir masukan dan data agar lebih mudah diolah dan dipahami.

Tabel 3. 3 Affinity Mapping

Tujuan membeli produk mebel	1. Penunjang produktivitas aktivitas, misalnya butuh meja lipat untuk menaruh laptop saat belajar online
	2. Memenuhi kebutuhan dan keinginan

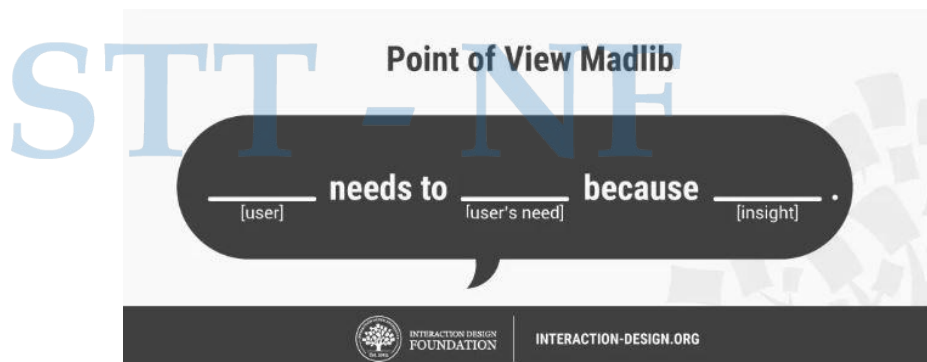


	3. Menghias rumah
Penentu ketertarikan terhadap merek	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tergantung produk apa yang dibutuhkan dan toko mana yang menyediakannya.</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan produk dan kualitasnya.</li> </ol>
Pengalaman buruk dan baik saat membeli produk mebel secara <i>online</i>	Pengalaman buruk : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk tidak seperti yang diharapkan</li> <li>2. Melalui pembelian online, dapatkan jaminan yang tidak bisa diklaim</li> <li>3. Pengiriman produk terlalu lama</li> </ol>
	Pengalaman yang baik: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Waktu pengiriman produk cepat</li> <li>2. Dapat hadiah bonus</li> <li>3. Mudah untuk mengklaim diskon</li> </ol>
Kelebihan dan kekurangan membeli produk mebel <i>online</i> dan <i>offline</i>	Beli produk <i>offline</i> Kelebihan: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapat mengetahui barang secara langsung, dapat mencoba langsung barang yang diinginkan</li> <li>2. Bisa pilih barang dengan jelas, pengiriman jelas ada pembayaran terpisah</li> </ol> Kekurangan: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak ada banyak cashback</li> <li>2. Perlu pergi ke toko</li> </ol>

	<p>Beli Produk <i>Online</i></p> <p>Kelebihan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bisa beli produk dengan mudah, praktis, dan fleksibel</li> <li>2. Banyak promo atau diskon gratis ongkir</li> </ol> <p>Kekurangan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk terkadang tidak sesuai dengan foto dan deskripsi, atau ada kerusakan saat pengiriman</li> <li>2. Agak sulit untuk proses retur jika terjadi tidak kesesuaian produk</li> </ol>
--	---

### B. *Problem Statement*

Pernyataan masalah adalah cara untuk mendeskripsikan permasalahan yang dirasakan oleh pengguna. Pernyataan masalah dibuat untuk memudahkan dalam menemukan solusi yang ideal dan berpusat pada pengguna. Pernyataan masalah menggunakan sudut pandang pengguna sebagai titik referensi agar dapat memberikan solusi yang relevan. Di bawah ini merupakan rumus dalam pembentukan sudut pandang.



Gambar 3. 2 Rumus POV (Point of View) [20]

Ketiga elemen tersebut digabungkan untuk membentuk kalimat pernyataan sudut pandang pengguna. Hasil yang didapatkan pada proses ini adalah sebagai berikut.

Tabel 3. 4 POV (Point of View) Pengguna

No	Pengguna	Kebutuhan	Wawasan
1	Pembeli	Sebagai pembeli saya membutuhkan penguat dari penjual agar yakin untuk membeli produknya	Pembeli membutuhkan <i>review</i> pengguna lain, konten dan <i>live</i> yang bisa mendeskripsikan produk dengan lengkap dan jelas. Penting untuk meningkatkan keyakinan pembeli agar mau berbelanja
2	Pembeli	Sebagai pembeli saya membutuhkan kenyamanan pada aplikasi karena tampilan mempengaruhi ketertarikan	Pembeli membutuhkan tampilan aplikasi yang rapi, konsisten, dan informatif agar nyaman saat berbelanja <i>online</i>
3	Penjual	Sebagai penjual saya membutuhkan rekap penjualan agar bisa melihat dan menilai penjualan yang sudah dilakukan	Penjual membutuhkan statistik penjualan untuk merekap penjualan yang telah dilaksanakan pada aplikasi

### C. User Persona

*User persona* merupakan alat untuk menggambarkan harapan, permasalahan, dan kebiasaan pengguna terhadap produk atau layanan [21]. Persona dibuat untuk membentuk pedoman agar sesuai dengan tujuan akhir dari user experience. Pembuatan user persona dapat memfokuskan proses pembuatan produk kepada kebutuhan dan permintaan pengguna.

Terdapat empat kunci pengguna dari suatu persona:

1. Persona digunakan agar tim desain dapat memvalidasi keputusan
2. Persona menjadi batasan prioritas saat ada konflik ide
3. Persona menjadi sumber inspirasi yang fokus kepada pengguna
4. Persona harus menjadi referensi utama jika ide dikritik

Pada pemodelan aplikasi ini, dibuat dua *user persona* yang diambil dari dua orang responden wawancara pada proses *empathize*.



**Hilda**  
Bidan | 23 Tahun



**Goals**

- Mendapatkan produk furniture yang sesuai dengan keinginan dengan proses yang mudah dan harga yang murah

**Frustration**

- Sulit memastikan apakah produk sesuai dengan foto atau tidak
- Takut produk rusak saat pengiriman dan tidak ada garansi
- Proses retur yang sulit kalau produk cacat atau tidak sesuai deskripsi dan foto

**Needs**

- Melihat review sebelumnya dari pengguna yang sudah membeli barang tersebut
- Live video untuk pembuktian kualitas produk
- Bonus, hadiah dan diskon
- Custom barang
- Katalog Referensi untuk melihat referensi tema
- Mix & Match Product

Hilda adalah seorang bidan. Dalam membeli furniture dia mengutamakan kebutuhan daripada keinginan. Fungsi produk adalah hal yang utama. Dia juga realistis dan sangat mempertimbangkan harga dengan kualitas.

**Application**

Gambar 3. 3 User Persona Hilda

## Frensia

Mahasiswa | 22 Tahun



Frensia merupakan mahasiswa yang sangat aktif dalam mengikuti pelatihan online. Baginya, furniture harus bisa menunjang proses belajar dan kegiatannya. Dia adalah orang yang memperhatikan segala detail sebelum membeli produk.

### Application

### Goals

- Mendapatkan produk furniture yang tidak hanya sesuai dengan kebutuhannya, namun kuat dan tahan lama

### Frustration

- Tidak semua toko menyediakan garansi dan proteksi yang terjamin pada produknya saat pengiriman
- Respon seller yang kurang ramah dan kurang membantu dalam memberi solusi
- Produk UMKM pilihannya sedikit, tapi produk brand besar harganya mahal

### Needs

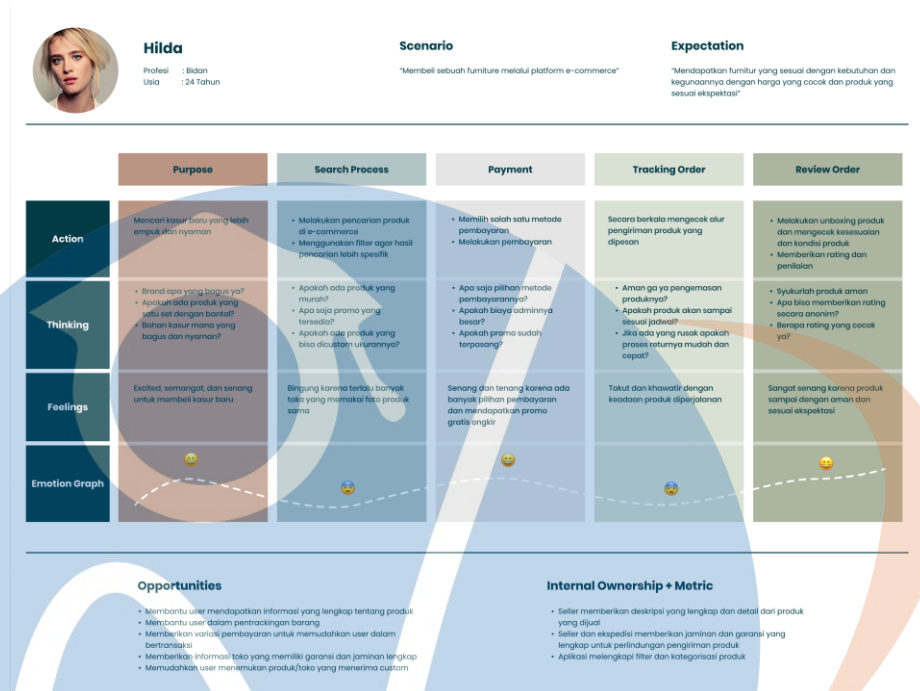
- Informasi toko yang detail
- Deskripsi produk yang detail dengan bahan dan dimensi lengkap
- Kelengkapan review dari pembeli lain
- Pilihan pembayaran yang variatif
- Custom Barang
- Mix & Match Product

Gambar 3. 4 User Persona Frensia

#### D. User Journey Map (UJM)

Penyusunan *user journey map* didasarkan pada hasil wawancara tentang aktivitas saat melakukan pembelian produk mebel secara *online*.

UJM digunakan sebagai alat agar bisa lebih memahami suatu produk atau layanan berdasarkan perspektif pengguna. Dengan membuat UJM, langkah-langkah dan interaksi pengguna saat mencapai suatu tujuan menjadi lebih mudah dipahami dan dipelajari. Sehingga bisa dijadikan acuan ketika menyusun alur agar sesuai dengan kebiasaan pengguna pada pemakaian suatu produk atau layanan.



Gambar 3. 5 User Journey Map

### 3.3.3. Ideate

Solusi dan ide-ide akan dikumpulkan pada tahap ini agar dapat membuat rancangan pemodelan aplikasi yang dapat menyelesaikan permasalahan dan kebutuhan pengguna. Untuk menampilkan hasil ide, dibuat *User Journey Map*, *Wireframe*, dan lainnya.

#### A. Branding

Sebelum melakukan perancangan aplikasi, terlebih dahulu dibuat logo dan pemilihan pewarnaan untuk aplikasi. Hal ini agar terdapat identitas yang khas dari aplikasi dan sebagai acuan dalam membuat desain aplikasi agar sesuai dengan identitas merek yang dibuat. Nama aplikasi adalah Furnicraft yang merupakan singkatan dari Furniture dan Craft. Nama ini dipilih karena Furnicraft diharapkan dapat menjadi wadah

untuk penjualan mebel dan aksesoris rumah. Berikut ini merupakan logo Furnicraft.



Gambar 3. 6 Logo Furnicraft

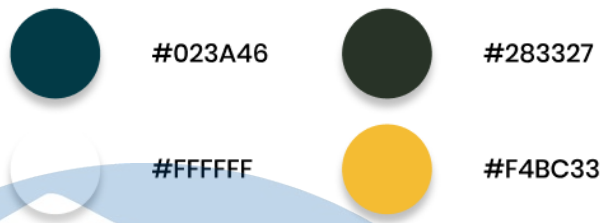
Logo tersebut merupakan gabungan dari huruf F dan C yang dibentuk melingkar. Kemudian terdapat gambar bintang yang berarti impian, harapan, dan kualitas. Dibawahnya terdapat nama *brand* untuk menjadi identitas.



FURNICRAFT

Gambar 3. 7 Bagian dari Logo Furnicraft

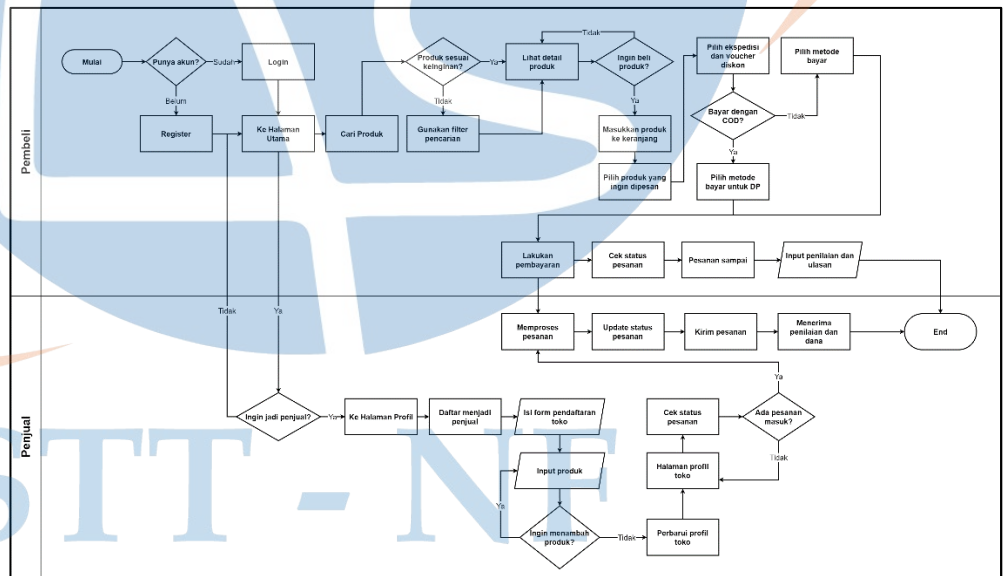
Pewarnaan pada aplikasi Furnicraft menggunakan warna bernuansa *earth tone*. Nuansa ini dipilih karena biasanya mebel dibuat menggunakan bahan-bahan yang terbuat dari hasil alam. Warna utama yang dipakai adalah Emerald, Hitam, Putih, dan Kuning. Nuansa ini dipilih untuk menampilkan kesan sederhana namun tetap mewah dan elegan.



Gambar 3. 8 Warna Aplikasi Furnicraft

### B. Flowchart

Diagram alur atau *flowchart* adalah penggambaran grafik dari prosedur atau urutan langkah suatu program. Dapat disimbolkan dengan persegi, belah ketupat, jajargenjang, dan lainnya. *Flowchart* utama dari aplikasi Furnicraft menggambarkan alur proses transaksi penjualan antara pembeli dan penjual.



Gambar 3. 9 Flowchart Furnicraft

### C. Wireframe

*Wireframe* adalah kerangka tampilan suatu aplikasi dalam bentuk sketsa dasar, sebelum dibuat ke dalam desain aplikasi sesungguhnya



[22]. *Wireframe* membantu penyusunan dan penentuan sebelum masuk ke fase desain aplikasi *high fidelity* dan prototipe. Berikut ini merupakan desain *wireframe* aplikasi Furnicraft.

### 1. *Wireframe* halaman login

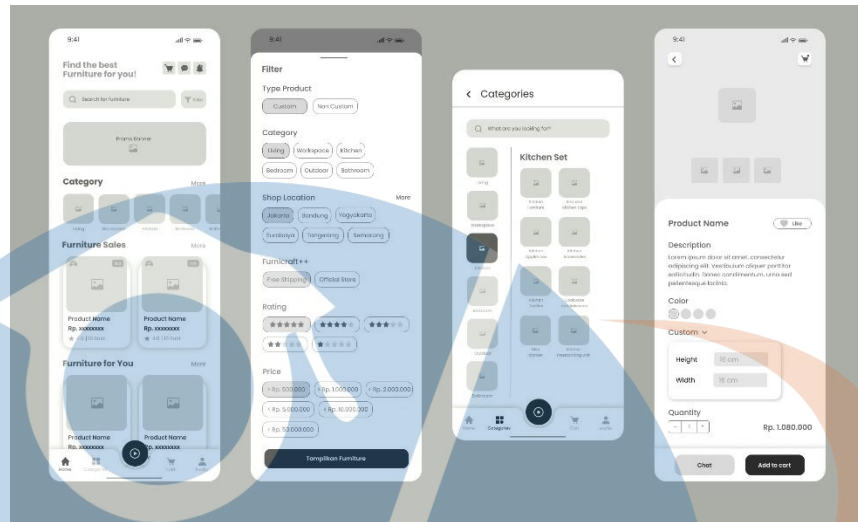
Terdapat dua metode yaitu *login* dan *signup*. Untuk login hanya memerlukan *email* dan *password*, sedangkan untuk *signup* diperlukan *email*, *username*, dan *password*.



Gambar 3. 10 *Wireframe* Login

### 2. *Wireframe* halaman utama

Halaman utama merupakan halaman penghubung dari semua fitur yang ada pada aplikasi. Terdapat pilihan untuk mencari produk, melihat kategori produk, melihat detail produk, dan menu lainnya.



Gambar 3. 11 Wireframe Homepage

### 3. Wireframe halaman checkout pembeli

Checkout dilakukan melalui menu keranjang setelah pengguna menambahkan produk ke dalamnya. Terdapat beberapa metode pembayaran yaitu transfer bank, kartu kredit, dompet digital dan *Cash On Delivery (COD)*.

Penyusunan desain dan alur pada proses pembelian ini terinspirasi dari aplikasi Shopee dan Tokopedia. Selain karena alur yang mudah dipahami, hal ini dilakukan agar pengguna terbiasa dan tidak bingung ketika menggunakan aplikasi Furnicraft.

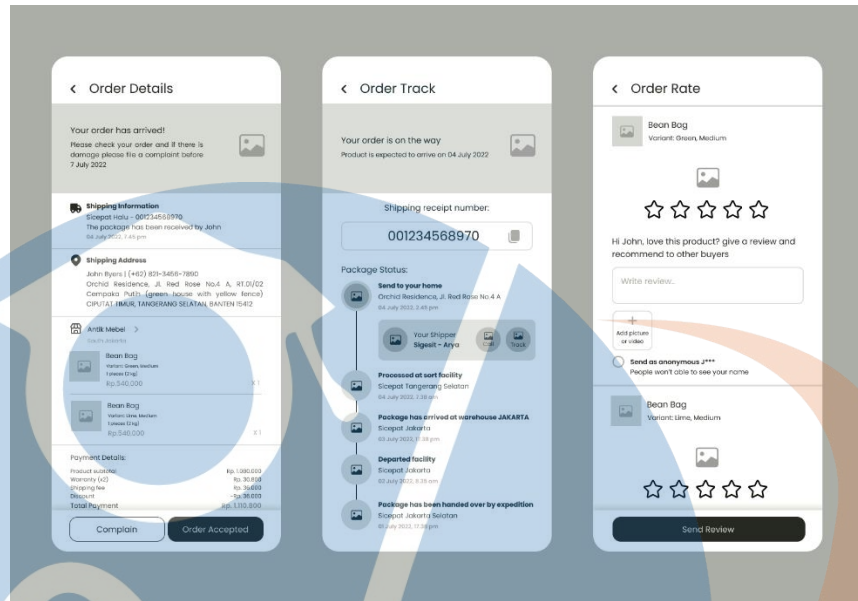
STT - NF



Gambar 3. 12 Wireframe Checkout

4. Wireframe halaman pelacakan pesanan pembeli

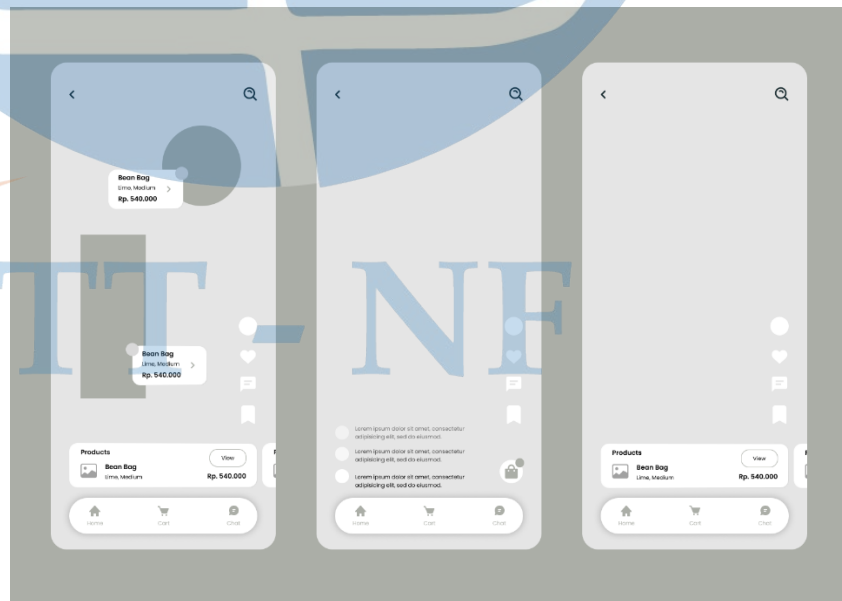
Ketika produk sudah dipesan, pengguna bisa mengecek proses pengiriman pesanan. Status dan detail pesanan akan ditampilkan pada halaman ini. Jika pesanan sudah sampai, pengguna dapat memberikan penilaian dan ulasan kepada produk yang dipesan.



Gambar 3. 13 Wireframe Pelacakan Pesanan

5. Wireframe halaman inspirasi

Halaman inspirasi merupakan konten-konten dari penjual berupa foto, video, dan siaran langsung untuk mempromosikan produknya.



Gambar 3. 14 Wireframe Inspirasi

### 3.3.4. Prototipe

Pada tahap ini, dilakukan perancangan desain *mockup* agar bisa dilakukan tes kepada pengguna. Solusi dan ide-ide yang didapatkan pada tahap sebelumnya direalisasikan ke dalam desain. Proses desain dilakukan menggunakan perangkat lunak bernama Figma. Berikut ini tampilan prototipe aplikasi Furnicraft.

#### 1. Prototipe halaman *login* dan *register*

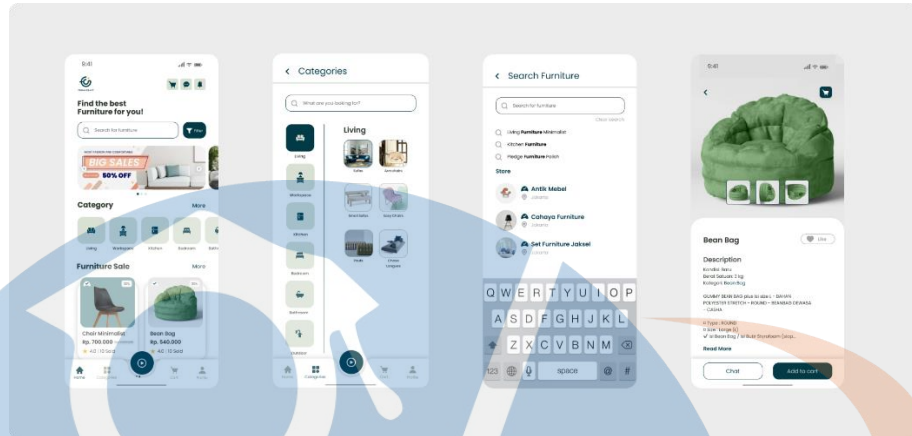
Halaman ini dibuat sederhana dengan hanya menampilkan dua warna yang dominan. Diberikan ilustrasi senada agar tetap terlihat menarik walaupun tampilannya sederhana. Perbedaan dari tampilan *login* dan *register* adalah pada kolom *username*.



Gambar 3. 15 Prototipe Login

#### 2. Prototipe halaman utama

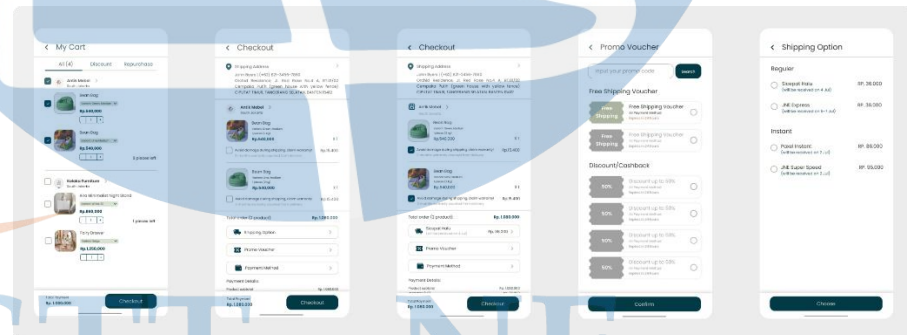
Halaman utama memiliki banyak elemen karena merupakan pusat informasi dari aplikasi. Pada bagian atas terdapat keranjang, pesan, dan notifikasi. Dibawahnya ada fitur pencarian yang didalamnya terdapat filter pencarian agar hasil yang ditampilkan lebih spesifik. Kemudian ada banner iklan, kategori, dan rekomendasi produk-produk yang sedang promo.



Gambar 3. 16 Prototipe Homepage

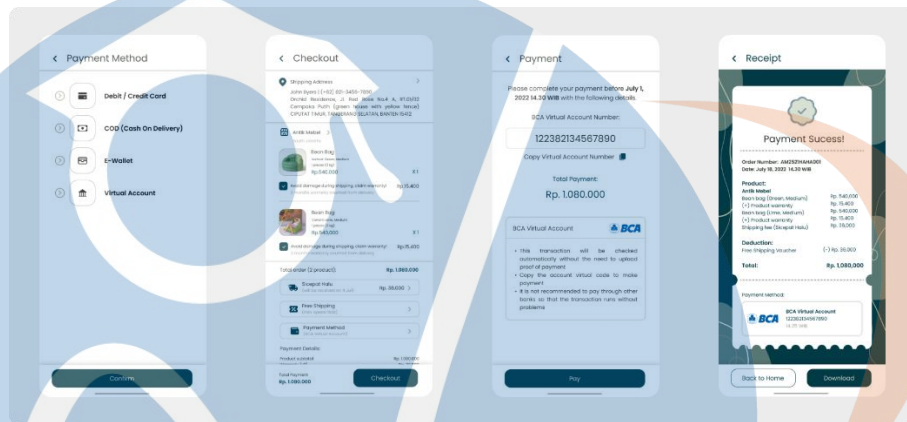
### 3. Prototipe halaman *checkout* pembeli

Pengguna bisa melakukan *checkout* produk dengan cara pergi ke fitur keranjang dan melakukan seleksi produk-produk apa saja yang ingin di-*checkout*. Setelah itu akan ditampilkan halaman detail pembelian dimana pengguna bisa memilih ekspedisi, menambahkan promo, metode pembayaran dan garansi produk.



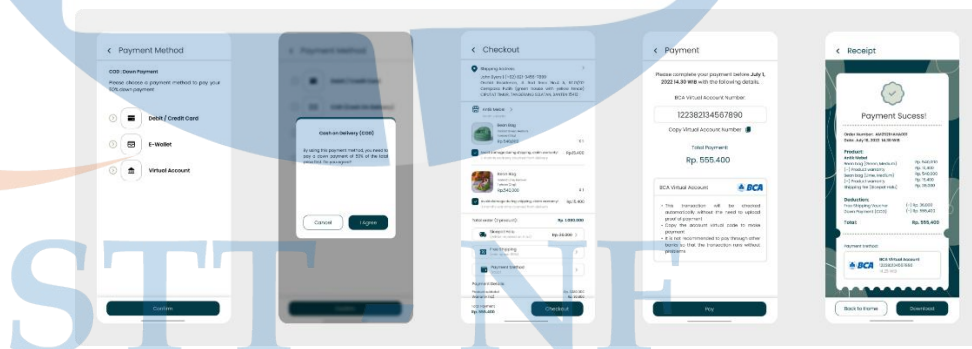
Gambar 3. 17 Prototipe Checkout

Jika pengguna memilih metode pembayaran selain COD, maka akan langsung ditampilkan detail pembayaran berisi kode transfer. Setelah dilakukan pembayaran, sistem akan menampilkan rincian biaya pembelian produk.



Gambar 3. 18 Prototipe Pembayaran

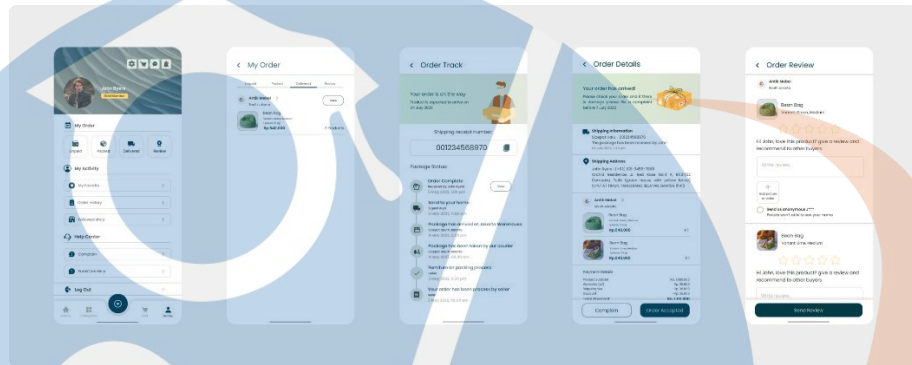
Terdapat perbedaan ketika pengguna melakukan pembayaran dengan metode COD. Pengguna diharuskan melakukan pembayaran awal sebesar 50% terlebih dahulu.



Gambar 3. 19 Prototipe Pembayaran COD

4. Prototipe halaman pelacakan pesanan pembeli

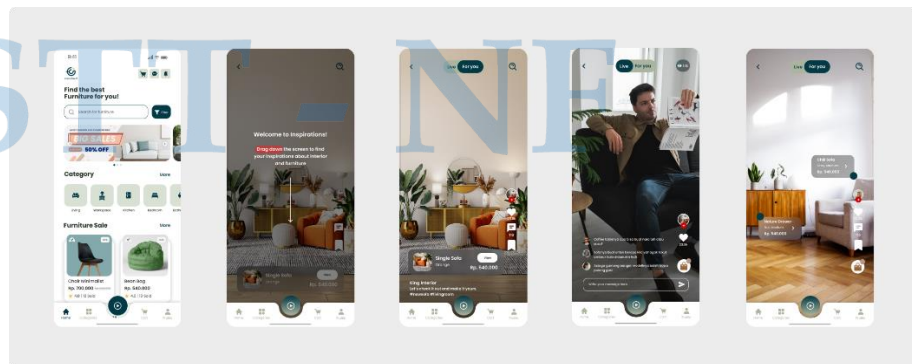
Fitur pelacakan order terdapat pada bagian profil pengguna. Disini pengguna dapat melihat status pesanan. Jika pesanan sudah sampai, pengguna bisa mengisi penilaian dan ulasan produk.



Gambar 3. 20 Prototipe Pelacakan Order

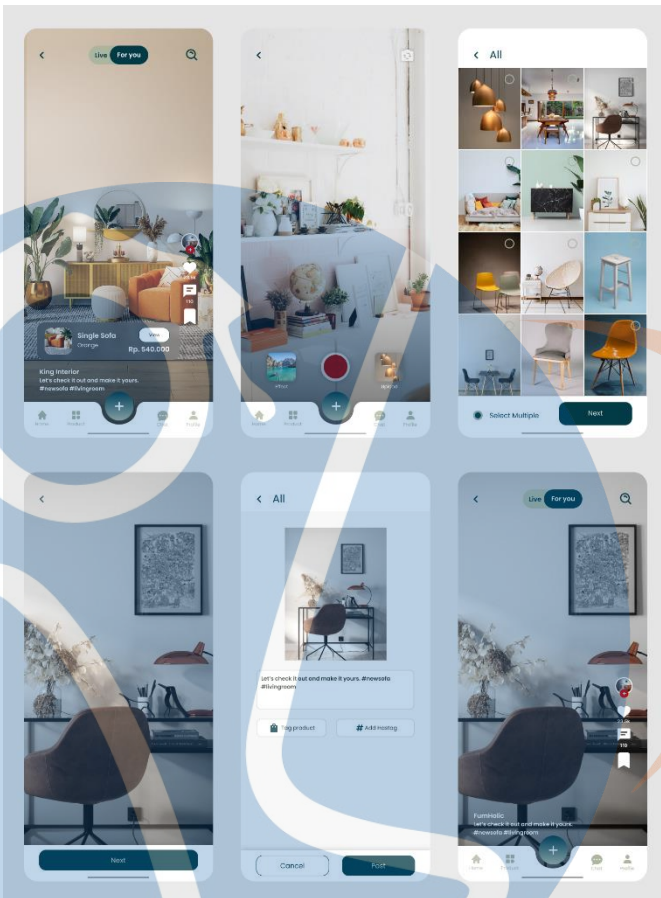
5. Prototipe halaman inspirasi

Fitur inspirasi merupakan *unique selling point* pada aplikasi Furnicraft. Fitur inspirasi berada pada tombol navigasi di bagian bawah menu utama. Tombol menggunakan ikon video dan berada di tengah navigasi lain, dengan warna yang berbeda agar lebih terlihat oleh pengguna. Pada fitur ini, penjual bisa mengirim foto, video, maupun melakukan siaran langsung untuk mempromosikan produknya. Pengguna bisa melihat konten yang ditampilkan oleh penjual.



Gambar 3. 21 Prototipe Inspirasi





Gambar 3. 22 Prototipe Upload Inspirasi

## 6. Prototipe pendaftaran toko

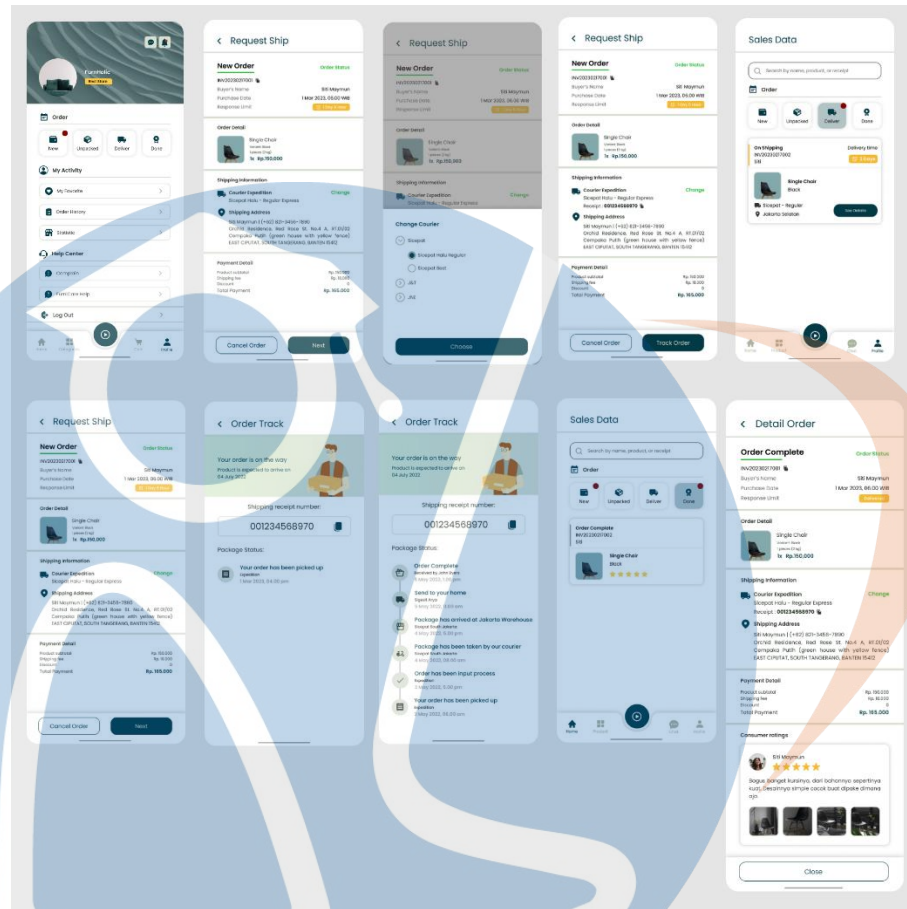
Untuk melakukan pendaftaran toko, pengguna harus membuka tampilan profil dan memilih daftar toko. Kemudian, akan ditampilkan form isian nama toko, nomor telepon, dan alamat toko. Pengguna diminta untuk melakukan registrasi di awal agar nantinya bisa lebih fokus ke pengelolaan produk. Pengisian registrasi hanya dilakukan sekali ketika pengguna baru mendaftar toko.



Gambar 3. 23 Prototipe Pendaftaran Toko

## 7. Prototipe Terima Pesanan

Pesanan yang masuk akan diproses oleh penjual dengan cara klik menu profil penjual lalu memilih orderan baru. Terdapat beberapa status pesanan yang bisa dipilih oleh penjual. Setelah itu penjual bisa menerima pesanan, mengirim ke ekspedisi, melacak pengiriman, dan mendapat ulasan dari pembeli.



Gambar 3. 24 Prototipe Terima Pesanan

### 3.3.5. Testing

Pada tahap *testing* dilakukan pengujian untuk penyempurnaan desain pada prototipe Aplikasi Furnicraft. Prototipe diuji menggunakan Teknik *Usability Testing* pada software Figma, dimana partisipan dapat berinteraksi langsung dengan prototipe dan menjalankan fiturnya. Selain mendapatkan pengujian dari interaksi partisipan, prototipe aplikasi ini juga menggunakan SUS (*System Usability Scale*) dengan menggunakan pengisian *Google Form*.

Pengujian menggunakan *usability testing* memiliki beberapa skenario agar uji coba lebih terarah dan tidak membingungkan partisipan. Terdapat skenario yang berisi 5 fitur yang harus dijelajahi oleh partisipan yang berperan sebagai pembeli, yaitu:

- A. Fitur Autentikasi: pengguna diharapkan bisa melakukan *login* ke aplikasi
- B. Fitur Katalog: pengguna diharuskan mencari produk pada fitur katalog dengan memanfaatkan filter pencarian
- C. Fitur Pembayaran: pengguna diminta untuk melakukan skenario pembelian produk yang ada di dalam fitur keranjang belanja
- D. Fitur Pembelian dan Penilaian: pengguna memonitor pengiriman produk dan memberikan penilaian pada produk yang telah sampai
- E. Fitur Inspirasi: pengguna dapat melihat konten-konten inspirasi seperti video, foto, dan live dari toko

Sedangkan untuk 5 partisipan lainnya yang berperan sebagai penjual memiliki 3 fitur yang harus diakses, yaitu:

- A. Fitur Autentikasi: pengguna diharapkan bisa melakukan *login* ke aplikasi
- B. Fitur Daftar Toko: pengguna melakukan pendaftaran toko dengan memasukkan nama toko, nomor telepon, dan alamat. Kemudian melakukan penambahan produk.
- C. Fitur Terima Pesanan: pengguna menerima dan memproses pesanan pembeli sampai mendapatkan ulasan dari pembeli.

### 3. 4. Evaluasi Pengujian dan Hasil

Pengujian dilakukan kepada 10 orang partisipan dengan pembagian peran yaitu 5 orang sebagai pembeli dan 5 orang lainnya sebagai penjual. Partisipan memiliki domisili dan latar belakang yang berbeda, tetapi mereka memiliki kesamaan yaitu

ingin mendapatkan kemudahan dalam membeli produk mebel secara *online*. Pengujian dilakukan secara *online* dengan menggunakan aplikasi *zoom* dan *Figma*. Pada pengujian peran pembeli terdapat 2 orang partisipan yang terbiasa dengan prototipe dan *usability testing*, sementara 3 orang partisipan lainnya masih awam. Hal ini dilakukan agar mendapatkan hasil dan masukan yang maksimal dari pengujian. Berikut skenario dan hasil dari proses pengujian prototipe aplikasi Furnicraft.

A. Pengujian pengguna dengan peran pembeli

1. Skenario Autentikasi

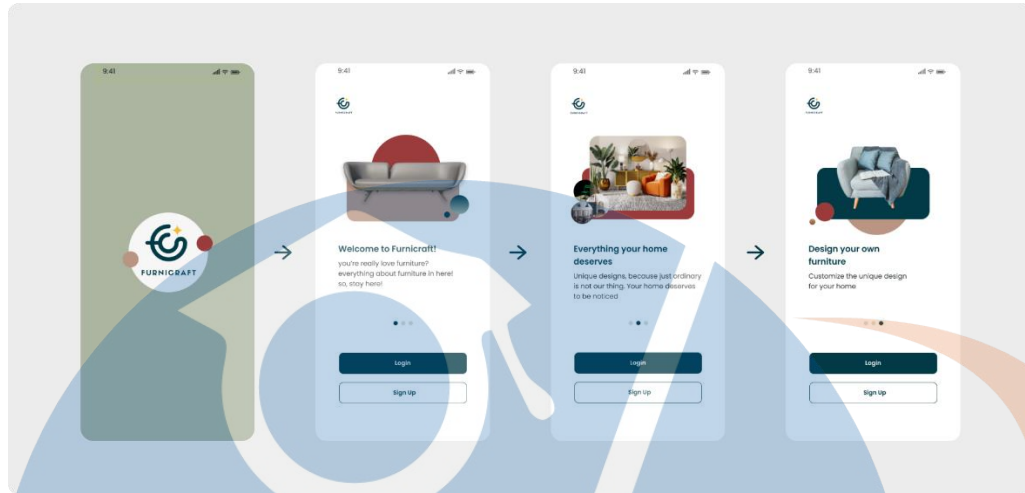
Partisipan diminta untuk melakukan registrasi atau pendaftaran akun di aplikasi Furnicraft.

Tabel 3. 5 Tujuan dan Skenario 1

Goals	Skenario
Partisipan berhasil melakukan registrasi dan <i>login</i> pada aplikasi.	Anda mendaftarkan diri untuk membuat akun pada halaman registrasi di aplikasi Furnicraft.

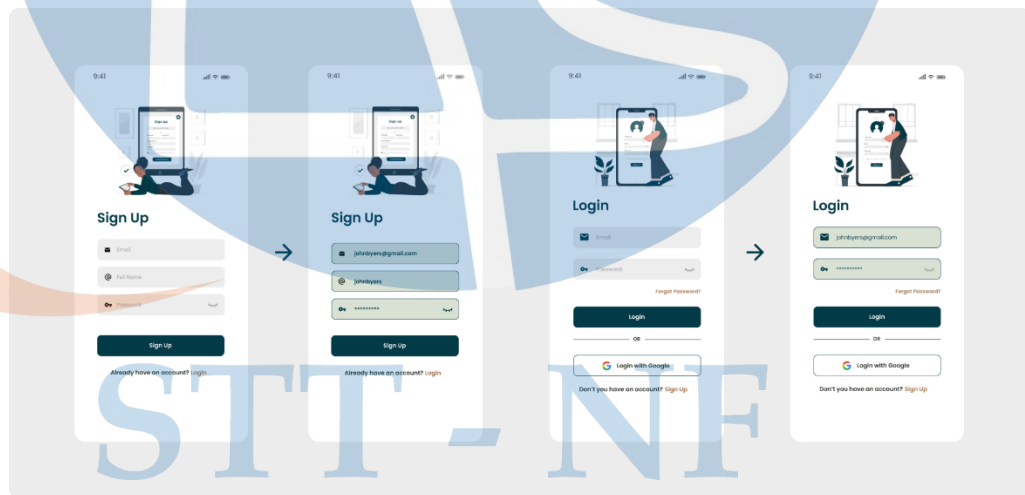
Pada saat pertama kali pengguna membuka aplikasi, akan ditampilkan halaman *splash screen*. Halaman *Splash Screen* merupakan halaman yang pertama kali dimunculkan saat aplikasi dibuka, biasanya berisi logo, nama aplikasi, atau keterangan-keterangan yang berhubungan dengan aplikasi.

Setelah halaman *splash screen* hilang, akan ditampilkan halaman autentikasi berisi *login* dan *signup*. Selain tombol untuk autentikasi, terdapat *slide show* berisi foto referensi mebel dan kalimat-kalimat yang menarik tentang aplikasi Furnicraft agar desain lebih menyenangkan saat diakses oleh pengguna.



Gambar 3. 25 Alur Splash Screen

Dari kedua tombol yang terdapat pada layer splash screen, pengguna bisa memilih salah satunya baik *login* maupun *sign up*. Setelah memilih, akan ditampilkan form pengisian data diri untuk *login/signup*.



Gambar 3. 26 Alur Login

Hasil pengujian skenario pertama cukup mudah dilakukan pengguna, kelima pengguna dapat melakukan pengujian dengan baik tanpa ada kendala.

Tabel 3. 6 Hasil Pengujian Skenario 1

Partisipan	Berhasil Melewati Splash Screen	Berhasil Login/Signup	Waktu (Detik)	Kesalahan
1	√	√	25	-
2	√	√	60	-
3	√	√	20	-
4	√	√	60	-
5	√	√	60	-
Jumlah	5	5		0
Persentase	100%	100%		0%
Rata-rata			45	

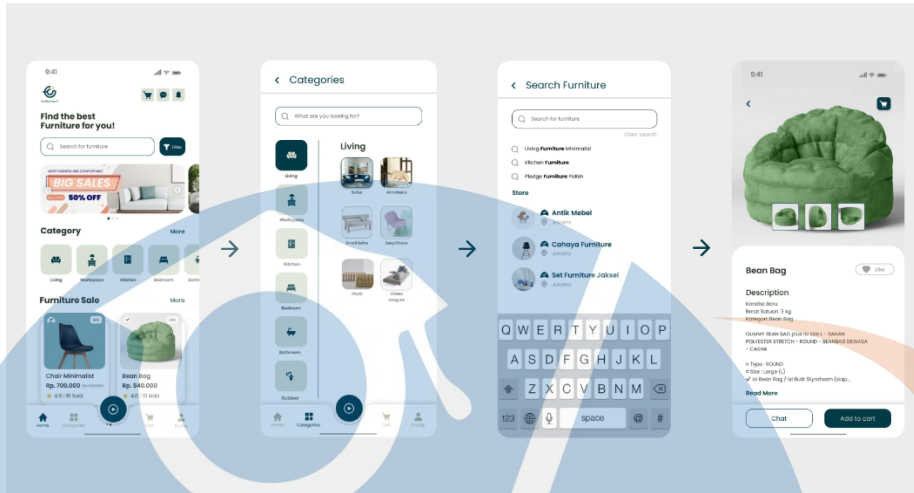
## 2. Skenario Eksplorasi Halaman Utama

Partisipan diminta untuk melakukan eksplorasi fitur-fitur dan apa saja yang ditampilkan pada halaman utama.

Tabel 3. 7 Tujuan dan Skenario 2

Goals	Skenario
Partisipan memahami fitur dan menu di halaman utama.	Anda melihat-lihat fitur dan menu yang ada di halaman utama.

Pada halaman utama, pengguna bisa melakukan eksplorasi terhadap kategori produk yang ditampilkan. Pengguna juga dapat mencari produk dengan fitur pencarian, serta dapat melihat tampilan produk yang berisi foto dan deskripsi.



Gambar 3. 27 Alur Homepage

Pengujian kedua juga dapat dilakukan dengan baik oleh pengguna. Namun, terdapat masukan dari partisipan pertama berupa saran untuk ditambahkan tombol kembali ke halaman sebelumnya, dan meng-*highlight rating* produk.

Tabel 3. 8 Hasil Pengujian Skenario 2

Partisipan	Menemukan fitur cari produk	Melihat detail produk	Waktu (Detik)	Kesalahan
1	√	√	104	-
2	√	√	30	-
3	√	√	45	-
4	√	√	60	-
5	√	√	60	-
Jumlah	5	5		0
Persentase	100%	100%		0%
Rata-rata			59.8	



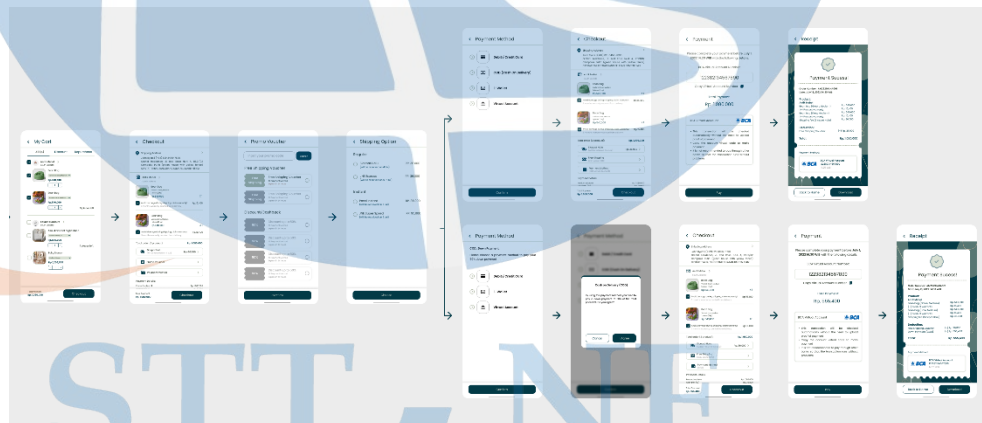
### 3. Skenario *Checkout* Produk

Partisipan diminta untuk menambahkan produk ke keranjang, lalu melakukan order dan pembayaran pada produk tersebut.

Tabel 3. 9 Tujuan dan Skenario 3

Goals	Skenario
Partisipan berhasil melakukan <i>checkout</i> produk.	Anda mencari sebuah produk lalu memasukkannya ke keranjang, kemudian melakukan <i>checkout</i> .

Terdapat beberapa pilihan jenis *checkout*, namun pada pengujian ini fokus ke dua jenis metode yaitu bayar melalui transfer bank dan *Cash On Delivery* (COD). Jika memilih transfer bank, pengguna akan diarahkan ke pilihan bank yang tersedia. Jika memilih COD, pengguna akan ditampilkan *pop up* pemberitahuan berisi informasi pembayaran COD, kemudian diarahkan ke pilihan bank untuk melakukan pembayaran awal atau *down payment*.



Gambar 3. 28 Alur *Checkout*

Pada pengujian skenario ketiga terdapat dua partisipan yang tidak bisa menyelesaikan tugas pertamanya yaitu melakukan *checkout* produk. Mereka memberi masukan agar untuk melakukan *checkout* tidak hanya melalui fitur

keranjang saja, tetapi seharusnya bisa dilakukan saat melihat detail produk sehingga bisa langsung *checkout* tanpa menambahkan produk ke keranjang.

Tabel 3. 10 Hasil Pengujian Skenario 3

Partisipan	Melakukan <i>checkout</i> produk	Melakukan pembayaran dengan transfer bank	Melakukan pembayaran dengan COD	Waktu (Detik)	Kesalahan
1	-	√	√	180	1
2	-	√	√	155	1
3	√	√	√	50	-
4	√	√	√	60	-
5	√	√	√	60	-
Jumlah	3	5	5		2
Persentase	60%	100%	100%		40%
Rata-rata				101	

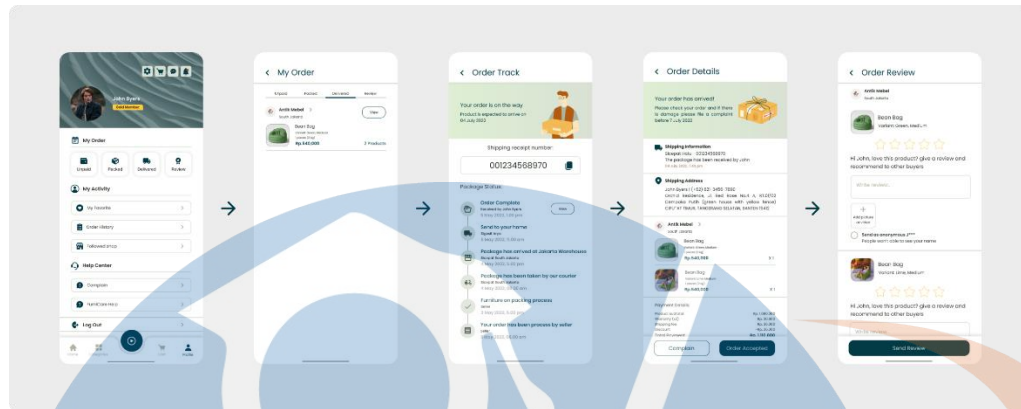
#### 4. Skenario Lacak Pesanan

Partisipan diminta untuk mengecek dan melacak status produk yang telah dipesan.

Tabel 3. 11 Tujuan dan Skenario 4

Goals	Skenario
Partisipan berhasil menemukan dan membuka halaman lacak pesanan	Anda mencari fitur lacak pesanan dan cek status pesanan produknya.

Pada skenario keempat ini pengguna diminta untuk masuk ke fitur profil dan memilih salah satu menu pada bagian My Order. Kemudian akan ditampilkan produk yang telah dipesan, jika diklik akan ditampilkan status pengiriman produk. Saat produk terkirim akan ditampilkan detail order yang sudah selesai, dan pengguna diminta untuk memberi penilaian.



Gambar 3. 29 Alur Pelacakan Order

Empat dari lima partisipan dapat menyelesaikan tugas tanpa kesalahan, sedangkan untuk partisipan kedua cukup kebingungan untuk mengakses fitur lacak pesanan yang berada di dalam profile pengguna.

Tabel 3. 12 Hasil Pengujian Skenario 4

Partisipan	Menemukan menu lacak pesanan	Melacak pesanan	Waktu (Detik)	Kesalahan
1	√	√	60	-
2	-	√	160	1
3	√	√	20	-
4	√	√	60	-
5	√	√	60	-
Jumlah	4	5		1
Persentase	80%	100%		10%
Rata-rata			72	

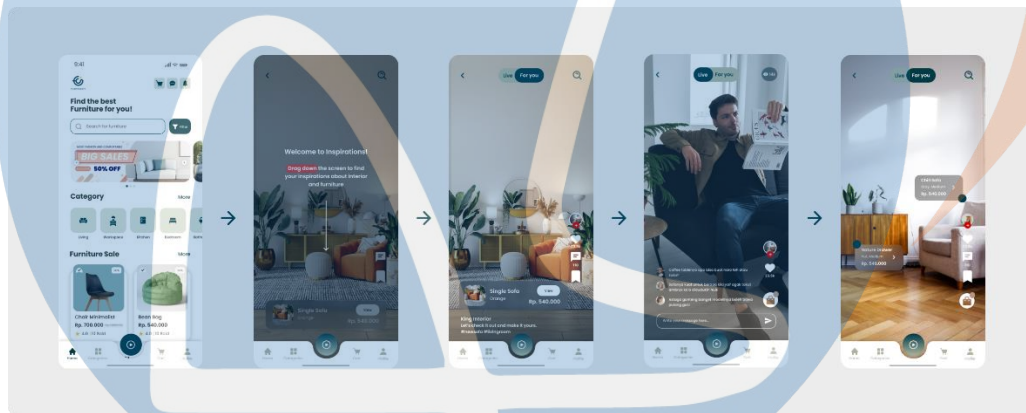
## 5. Skenario Fitur Konten Inspirasi

Partisipan diminta untuk eksplorasi konten-konten dari penjual yang ada pada fitur referensi konten.

Tabel 3. 13 Tujuan dan Skenario 5

Goals	Skenario
Partisipan berhasil menemukan fitur konten dan mengeksplorasi kontan yang ditampilkan.	Anda mencari fitur yang menampilkan konten produk dan melihat-lihat konten yang disediakan.

Pengguna diminta untuk mengakses fitur inspirasi yang terletak pada navigasi bagian bawah halaman utama. Tombol dibuat menggunakan ikon video dan dengan warna berbeda agar mudah dicari. Pengguna bisa melihat-lihat konten dengan cara memberi gesture keatas pada 51ayer (*scroll*).



Gambar 3. 30 Alur Inspirasi

Terdapat satu partisipan yang kesulitan dalam menemukan fitur inspirasi yaitu partisipan pertama. Empat partisipan lainnya dapat menyelesaikan tugas pengujian dengan baik tanpa ada kendala.

Tabel 3. 14 Hasil Pengujian Skenario 5

Partisipan	Menemukan fitur inspirasi	Melihat konten-konten	Waktu (Detik)	Kesalahan
1	-	√	195	1
2	√	√	20	-

Partisipan	Menemukan fitur inspirasi	Melihat konten-konten	Waktu (Detik)	Kesalahan
3	√	√	26	-
4	√	√	60	-
5	√	√	60	-
Jumlah	4	5		1
Persentase	80%	100%		10%
Rata-rata			59.8	

## B. Pengujian pengguna dengan peran penjual

### 1. Skenario Autentikasi

Autentikasi partisipan dengan peran penjual dan pembeli memiliki langkah-langkah yang sama. Hal ini karena pada aplikasi Furnicraft semua pengguna yang baru masuk akan terdaftar sebagai pembeli terlebih dahulu baru kemudian bisa mendaftar sebagai penjual. Kondisi seperti ini juga berlaku di aplikasi *marketplace* lain seperti Tokopedia dan Shopee.

Tabel 3. 15 Skenario B-1

Goals	Skenario
Partisipan berhasil melakukan registrasi dan <i>login</i> pada aplikasi.	Anda mendaftarkan diri untuk membuat akun pada halaman registrasi di aplikasi Furnicraft.

Sama seperti pengujian autentikasi pada peran pembeli, pada saat membuka aplikasi akan ditampilkan *splash screen* dan dua tombol *login* dan *signup*. Skenario pertama pada peran penjual ini juga cukup mudah dilakukan dan tidak ada kesalahan pada saat melakukan uji coba.

Tabel 3. 16 Hasil Pengujian Skenario B-1

Partisipan	Berhasil Melewati Splash Screen	Berhasil Login/Signup	Waktu (Detik)	Kesalahan
1	√	√	25	-
2	√	√	30	-
3	√	√	20	-
4	√	√	40	-
5	√	√	22	-
Jumlah	5	5		0
Persentase	100%	100%		0%
Rata-rata			27.4	

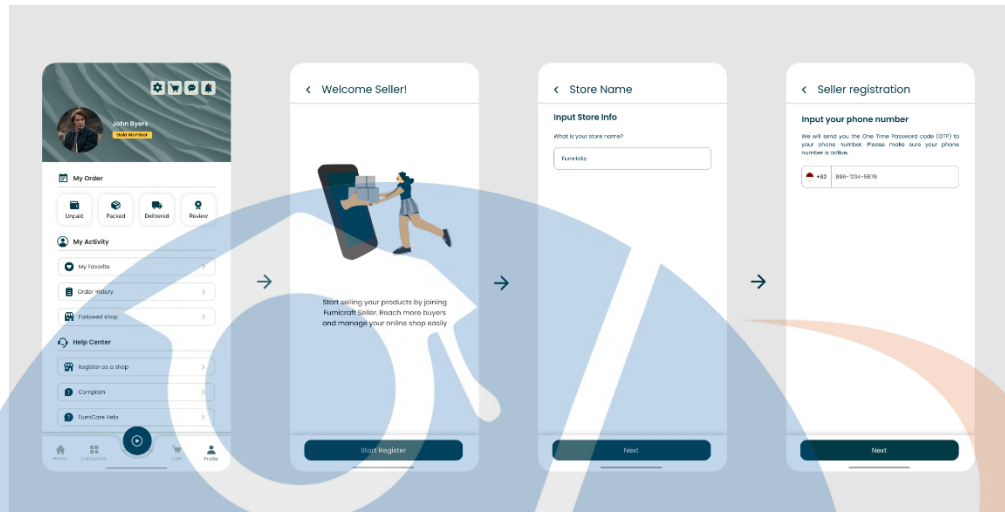
## 2. Skenario Pendaftaran Toko

Pendaftaran toko dilakukan dengan cara membuka halaman profil dan memilih daftar toko, setelah itu pengguna mengikuti tahapan-tahapan yang diberikan.

Tabel 3. 17 Skenario Pengujian B-2

Goals	Skenario
Partisipan berhasil melakukan pendaftaran toko	Anda mendaftarkan diri untuk membuat akun toko pada aplikasi Furnicraft

Seperti alur yang tertera pada gambar dibawah, pengguna diharuskan masuk ke halaman profile untuk mendaftarkan akun toko. Kemudian ada beberapa tahapan yang harus dilakukan seperti menuliskan nama toko, mengisi nomor telepon untuk kode OTP, dan lainnya.



Gambar 3. 31 Alur Pendaftaran Toko



Gambar 3. 32 Alur Pendaftaran Toko 2

Dari pengujian skenario kedua ini, hasilnya cukup baik karena tidak ada pengguna yang kebingungan atau salah langkah saat mencari bagaimana cara mendaftar toko.

Tabel 3. 18 Hasil Pengujian Skenario B-2

Partisipan	Berhasil menemukan daftar toko	Berhasil daftar toko	Waktu (Detik)	Kesalahan
1	√	√	60	-
2	√	√	80	-
3	√	√	77	-
4	√	√	65	-
5	√	√	81	-
Jumlah	5	5		0
Persentase	100%	100%		0%
Rata-rata			72.6	

### 3. Skenario Terima Pesanan

Pengguna diminta untuk melakukan proses penerimaan pesanan mulai dari pesanan diterima hingga pesanan sampai pada pembeli dan pembeli memberikan ulasan.

Tabel 3. 19 Skenario Terima Pesanan

Goals	Skenario
Partisipan berhasil memproses pesanan sampai selesai	Anda menerima pesanan yang masuk dan memprosesnya sampai selesai

Berdasarkan gambarnya, untuk memproses pesanan dimulai ketika pesanan masuk lalu penjual menerima pesanan tersebut. Setelah melakukan *packing*, pengguna harus melakukan pengiriman atau permintaan pengambilan barang oleh ekspedisi. Jika barang telah diproses di ekspedisi, penjual akan mendapatkan nomor resi. Penjual bisa memantau proses pengiriman barang hingga sampai di tangan pengguna.

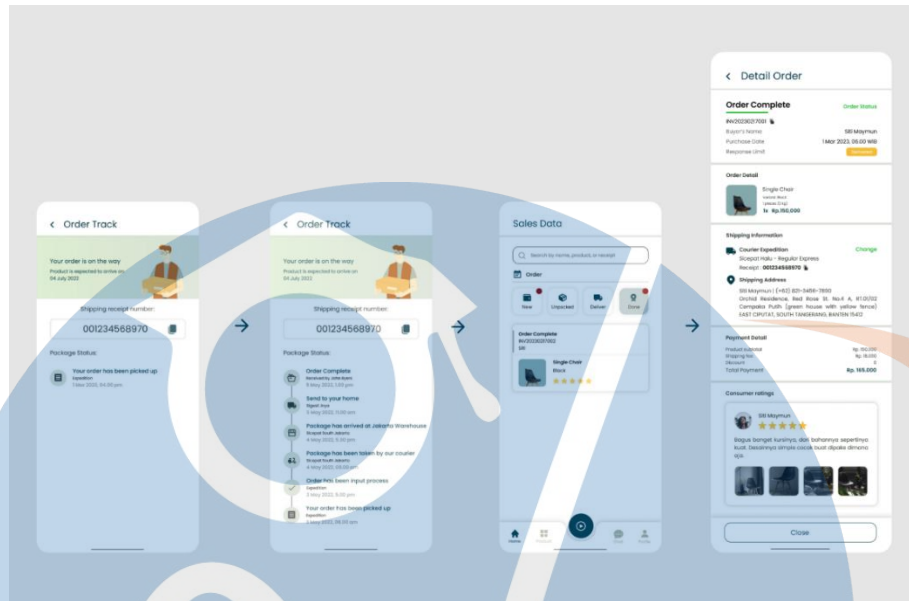




Gambar 3. 33 Alur Terima Pesanan



Gambar 3. 34 Alur Terima Pesanan 2



Gambar 3. 35 Alur Terima Pesanan 3

Untuk pengujian terakhir ini, terdapat dua partisipan yang gagal saat menemukan letak orderan masuk. Namun, setelah eksplorasi lebih lanjut mereka bisa menyelesaikan kendala yang dialami.

Tabel 3. 20 Hasil Pengujian Skenario B-3

Partisipan	Berhasil menemukan order masuk	Berhasil memproses orderan	Waktu (Detik)	Kesalahan
1	-	√	185	1
2	√	√	124	-
3	√	√	135	-
4	-	√	223	1
5	√	√	140	-
Jumlah	3	5		0
Persentase	60%	100%		10%
Rata-rata			161.4	

### C. System Usability Scale (SUS)

Dibawah ini merupakan bobot nilai kuisisioner dari kelima responden dengan status pembeli yang telah melakukan *usability testing* pada prototipe aplikasi Furnicraft.

Tabel 3. 21 Bobot Kuisisioner SUS Pembeli

Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
R1	4	4	3	2	4	1	2	2	3	4
R2	4	2	4	2	4	2	4	3	3	2
R3	5	1	4	1	4	2	4	2	4	2
R4	5	1	5	1	5	1	4	2	5	1
R5	5	1	4	1	4	2	4	2	2	3

Hasil skor yang didapatkan dari pengujian *usability testing* terhadap 5 partisipan adalah 76. Artinya aplikasi dapat diterima karena skor yang didapat melewati batas minimal skor yaitu 70. Namun, tetap diperlukan adanya perbaikan dan pengembangan agar hasil lebih maksimal.

Tabel 3. 22 Bobot Hasil SUS Pembeli

Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Jumlah	Nilai (Jml x 2.5)
R1	3	1	2	3	3	4	1	3	2	1	23	57.5
R2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	28	70
R3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	33	82.5
R4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38	95
R5	4	4	3	4	3	3	3	3	1	2	30	75
<b>Hasil System Usability Scale (SUS)</b>											<b>76</b>	

Selanjutnya adalah hasil pengisian kuisisioner *system usability scale (SUS)* dari 5 orang responden yang berperan sebagai penjual yang telah melakukan *usability testing* pada prototipe aplikasi Furnicraft.

Tabel 3. 23 Bobot Kuisisioner SUS Penjual

Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
R1	5	3	3	1	5	1	3	3	4	3
R2	4	2	4	2	4	1	4	3	3	2
R3	4	3	3	1	4	2	4	2	4	3
R4	5	2	4	2	5	1	3	2	4	1
R5	4	3	4	1	4	2	4	2	5	2

Pada *usability testing* penjual, hasil yang didapatkan tidak berbeda jauh dari tes yang dilakukan pada pembeli. Hasil yang didapatkan adalah 75 yang artinya desain dapat diterima oleh pengguna atau mendapatkan status *acceptable* karena skornya diatas 70.

Tabel 3. 24 Bobot Hasil SUS Penjual

Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Jumlah	Nilai (Jml x 2.5)
R1	4	2	2	4	4	4	2	2	3	2	29	72.5
R2	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	29	72.5
R3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	2	28	70
R4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	33	82.5
R5	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	31	77.5
<b>Hasil System Usability Scale (SUS)</b>											<b>75</b>	

STT - NF