



SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI TERPADU NURUL FIKRI

**PERANCANGAN UI/UX MOBILE THRIFTING UNTUK
MENGURANGI LIMBAH PAKAIAN BEKAS
MENGUNAKAN METODE DESIGN THINKING**

TUGAS AKHIR

MUHAMMAD FAQIH

0110120047

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

DEPOK

AGUSTUS 2024



**STT TERPADU
NURUL FIKRI**

SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI TERPADU NURUL FIKRI

**PERANCANGAN UI/UX MOBILE THRIFTING UNTUK
MENGURANGI LIMBAH PAKAIAN BEKAS
MENGUNAKAN METODE DESIGN THINKING**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer

STT - NF

MUHAMMAD FAQIH

0110120047

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

DEPOK

AGUSTUS 2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi/Tugas Akhir ini adalah hasil karya penulis, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhammad Faqih

NIM : 0110120047

Depok, 05 Agustus 2024

Tanda Tangan



Muhammad Faqih

STT -

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi/Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Muhammad Faqih

NIM : 0110120047

Program Studi : Sistem Informasi

Judul Skripsi :

PERANCANGAN UI/UX MOBILE THRIFTING UNTUK MENGURANGI
LIMBAH PAKAIAN BEKAS MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer pada Program Studi Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri

DEWAN PENGUJI

Pembimbing


(Dr. Amalia Rahmah, S.T., M.T.)

Penguji


(Jemiro Kasih, S.T, M.M.S.I.)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 05 Agustus 2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis ingin mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya yang telah memungkinkan penulis menyelesaikan skripsi/Tugas Akhir ini. Penulisan skripsi/Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana komputer Program Studi Sistem Informasi di Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri. Penulis juga menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, mulai dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, penulis akan menghadapi banyak kesulitan dalam menyelesaikan skripsi/tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT.
2. Orang tua dan semua anggota keluarga yang telah memberikan dorongan baik secara moril maupun materil dalam penyelesaian tugas ini.
3. Bapak Dr. Lukman Rosyidi, S.T., M.M., M.T. selaku Ketua Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
4. Ibu Misna Asqia, S.Kom., M.Kom. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
5. Ibu Dr. Amalia Rahmah, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama berkuliah di Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri. Dan selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir penulis dalam menyelesaikan penulisan ilmiah ini.
6. Bapak Jemiro Kasih, S.T., M.M.S.I. selaku Dosen Penguji Tugas Akhir penulis dalam menilai penulisan ilmiah ini.
7. Para Dosen di lingkungan Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri yang telah membimbing penulis dalam menuntut ilmu yang telah diberikan.

Dalam penulisan ilmiah ini, tentu saja masih terdapat kekurangan-kekurangan yang mungkin disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Meskipun begitu, penulis telah berusaha sebaik mungkin untuk menyelesaikan

menyelesaikan penulisan ilmiah ini. Oleh karena itu, jika terdapat kekurangan dalam penulisan ilmiah ini, penulis dengan rendah hati menerima kritik dan saran dari pembaca.

Sebagai penutup, penulis berharap Allah SWT akan membalas segala kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu.

Depok, 05 Agustus 2024



Muhammad Faqih



STT - NF

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Faqih

NIM : 0110120047

Program Studi : Sistem Informasi

Jenis karya : Skripsi / Tugas Akhir

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STT-NF Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty - Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PERANCANGAN UI/UX MOBILE THRIFTING UNTUK MENGURANGI
LIMBAH PAKAIAN BEKAS MENGGUNAKAN METODE DESIGN
THINKING

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini STT-NF berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 05 Agustus 2024

STT - NF

Yang Menyatakan



BEALX316591410

(Muhammad Faqih)

ABSTRAK

Nama : Muhammad Faqih
NIM : 0110120047
Program Studi : Sistem Informasi
Judul : Perancangan UI/UX *Mobile Thrifting* untuk Mengurangi Limbah Pakaian Bekas Menggunakan Metode *Design Thinking*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi perancangan UI/UX *mobile thrifting* untuk mengurangi limbah pakaian bekas menggunakan metode *design thinking*. Fokus utamanya adalah pada pengalaman pengguna (UI/UX), dengan harapan dapat merancang aplikasi yang menarik dan fungsional untuk mendorong partisipasi dalam kegiatan *thrifting*. Metodologi penelitian menggunakan *design thinking* terdiri dari *define*, *ideasi*, *prototype*, dan pengujian. Wawancara mendalam dan survei digunakan untuk memahami kebutuhan pengguna, menghasilkan beberapa konsep desain yang kemudian dikembangkan menjadi *prototype*. Uji coba oleh pengguna menyoroti fitur-fitur seperti pencarian produk yang mudah, navigasi intuitif, dan fitur donasi pakaian yang jelas. Beberapa aspek yang perlu ditingkatkan termasuk alur registrasi dan informasi mengenai kondisi pakaian. Fitur *flash sale* dan donasi mendapat respons positif, meskipun donasi memerlukan segmentasi dan penjelasan yang lebih baik. Secara keseluruhan, aplikasi *thrifting* yang dikembangkan menunjukkan potensi besar dalam mengurangi limbah pakaian dengan menyediakan platform yang ramah pengguna dan fungsional. Hasil wawancara dengan tujuh pengguna menunjukkan bahwa aplikasi ini memiliki beberapa kelebihan, tetapi juga ada beberapa area yang perlu diperbaiki. Kelebihan yang disorot termasuk tampilan halaman utama yang bersih dan mudah dimengerti, navigasi yang sederhana dan *user-friendly*, serta fitur *flash sale* dan donasi yang menarik perhatian pengguna.

Kata kunci : UI/UX, *Thrifting*, Limbah Pakaian, *Design Thinking*

ABSTRACT

Name : Muhammad Faqih
NIM : 0110120047
Study Program : Information System
Title : Designing UI/UX for Mobile Thrifting to Reduce Used Clothing Waste Using the Design Thinking Method

This research aims to explore the design of a mobile thrifting UI/UX to reduce waste from used clothing using the design thinking method. The main focus is on user experience (UI/UX), with the hope of designing an appealing and functional application to encourage participation in thrifting activities. The research methodology employs design thinking, consisting of define, ideation, prototyping, and testing. In-depth interviews and surveys are used to understand user needs, generating several design concepts that are then developed into prototypes. User testing highlights features such as easy product search, intuitive navigation, and clear clothing donation features. Some aspects that need improvement include the registration flow and information about the condition of the clothing. The flash sale and donation features received positive responses, although donations require better segmentation and explanation. Overall, the developed thrifting application shows great potential in reducing clothing waste by providing a user-friendly and functional platform. Interviews with seven users indicate that the application has several strengths, but there are also some areas for improvement. The highlighted strengths include a clean and easily understood homepage, simple and user-friendly navigation, and the appealing flash sale and donation features.

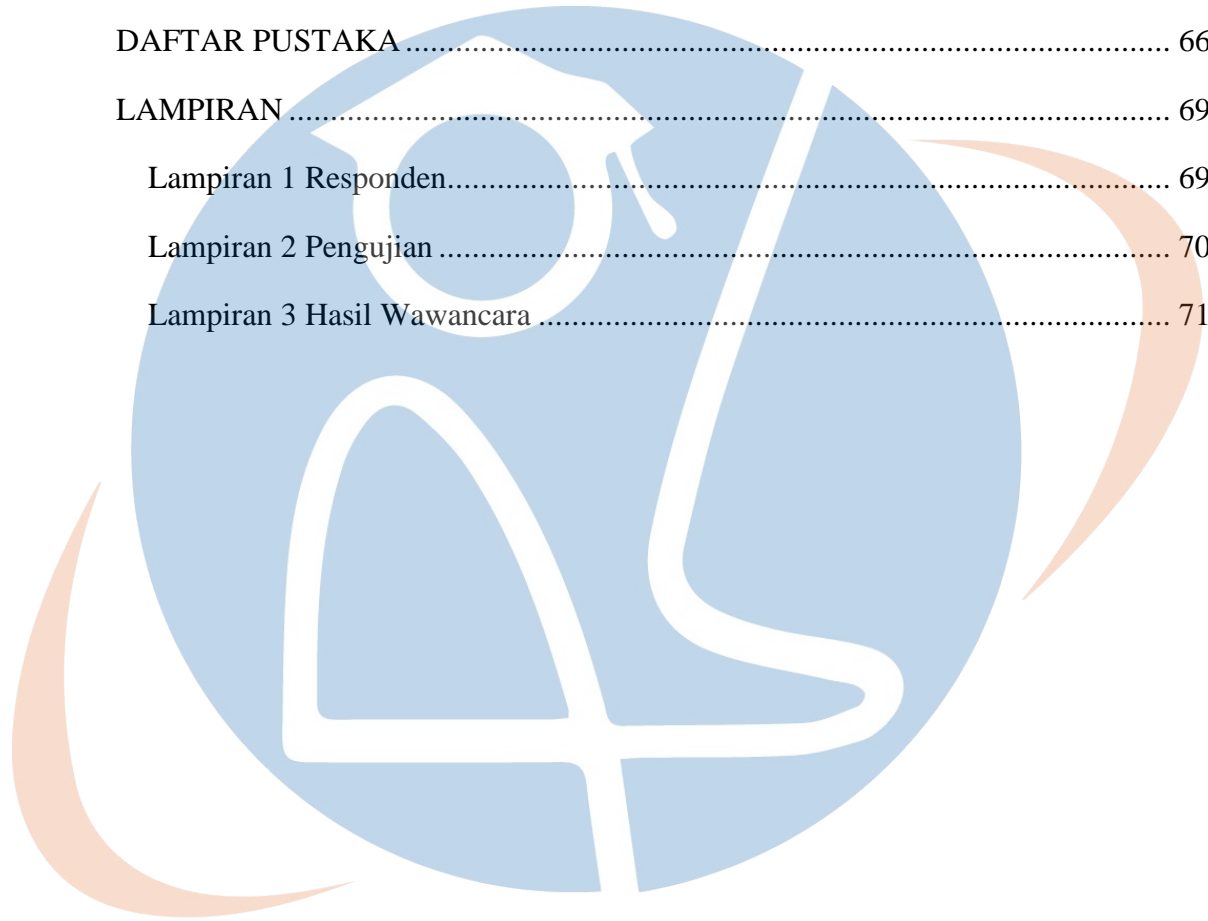
Key words : UI/UX, Thrifting, Used Clothing Waste, Design Thinking

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.4 Batasan Masalah	3
1.5 Sistematika Penulisan	3
BAB II KAJIAN LITERATUR	5
2.1 Landasan Teori	5
2.2 Penelitian Terkait	10
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	14
3.1 Tahapan Penelitian	14
3.2 Rancangan Penelitian	17

3.2.1	Jenis Penelitian.....	17
3.2.2	Metode Analisis Data.....	18
3.2.3	Metode Pengumpulan Data.....	19
3.2.4	Metode Pengujian.....	19
BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN.....		21
4.1	Analisis UI/UX.....	21
4.1.1	Pertanyaan untuk Responden Penjual.....	21
4.1.2	Pertanyaan untuk Responden Pembeli & Netral.....	22
4.1.3	Hasil <i>Interview</i>	22
4.1.4	<i>Affinity Diagram</i>	23
4.1.5	<i>User Journey</i>	26
4.1.6	<i>User Persona</i>	30
4.1.7	Pokok Permasalahan.....	33
4.1.8	<i>How Might We?</i>	33
4.2	Perancangan UI/UX.....	34
4.2.1	Arsitektur Informasi.....	34
4.2.2	<i>Crazy 8</i>	35
4.2.3	<i>Wireframe</i>	36
4.3	Implementasi Perancangan UI/UX.....	38
4.3.1	<i>Design System</i>	38
4.3.2	<i>High Fidelity</i>	44
4.4	Pengujian.....	54
4.4.1	Kesimpulan Hasil Wawancara.....	54
4.4.2	Hasil Perancangan UI/UX <i>Mobile Thrifting</i>	58
4.4.3	Hasil Pengujian UI/UX <i>Mobile Thrifting</i>	59

1.	Perlu Diperbaiki	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....		66
LAMPIRAN		69
Lampiran 1 Responden.....		69
Lampiran 2 Pengujian		70
Lampiran 3 Hasil Wawancara		71



STT - NF

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian.....	14
Gambar 4.1.4.1 <i>Affinity Diagram Motivations</i>	24
Gambar 4.1.4.2 <i>Affinity Diagram Frustrations</i>	25
Gambar 4.1.4.3 <i>Affinity Diagram Goals</i>	26
Gambar 4.1.6.1 <i>User Persona Responden Penjual</i>	31
Gambar 4.1.6.2 <i>User Persona Responden Pembeli</i>	32
Gambar 4.1.6.3 <i>User Persona Responden Netral</i>	33
Gambar 4.2.1.1 <i>Arsitektur Halaman Awal</i>	34
Gambar 4.2.1 2 <i>Arsitektur Halaman Utama</i>	35
Gambar 4.2.2 <i>Crazy 8</i>	36
Gambar 4.2.3 <i>Wireframe 1</i>	37
Gambar 4.2.4 <i>Wireframe 2</i>	37
Gambar 4.3.1.1 <i>Color</i>	39
Gambar 4.3.1.2 <i>Icon</i>	39
Gambar 4.3.1.3 <i>Button</i>	40
Gambar 4.3.1.4 <i>Input Teks</i>	41
Gambar 4.3.1.5 <i>Typescale</i>	41
Gambar 4.3.1.6 <i>Navbar</i>	42
Gambar 4.3.1.7 <i>Component</i>	43
Gambar 4.3.2.1 <i>Splash Screen</i>	45
Gambar 4.3.2.2 <i>OnBoarding</i>	45
Gambar 4.3.2.3 <i>Daftar dan Login</i>	46
Gambar 4.3.2.4 <i>Home</i>	47
Gambar 4.3.2.5 <i>Kategori Produk</i>	48
Gambar 4.3.2.6 <i>Flash Sale</i>	48
Gambar 4.3.2.7 <i>Produk</i>	49
Gambar 4.3.2.8 <i>Chat</i>	50
Gambar 4.3.2.9 <i>Keranjang</i>	50
Gambar 4.3.2.10 <i>Pemesanan</i>	51

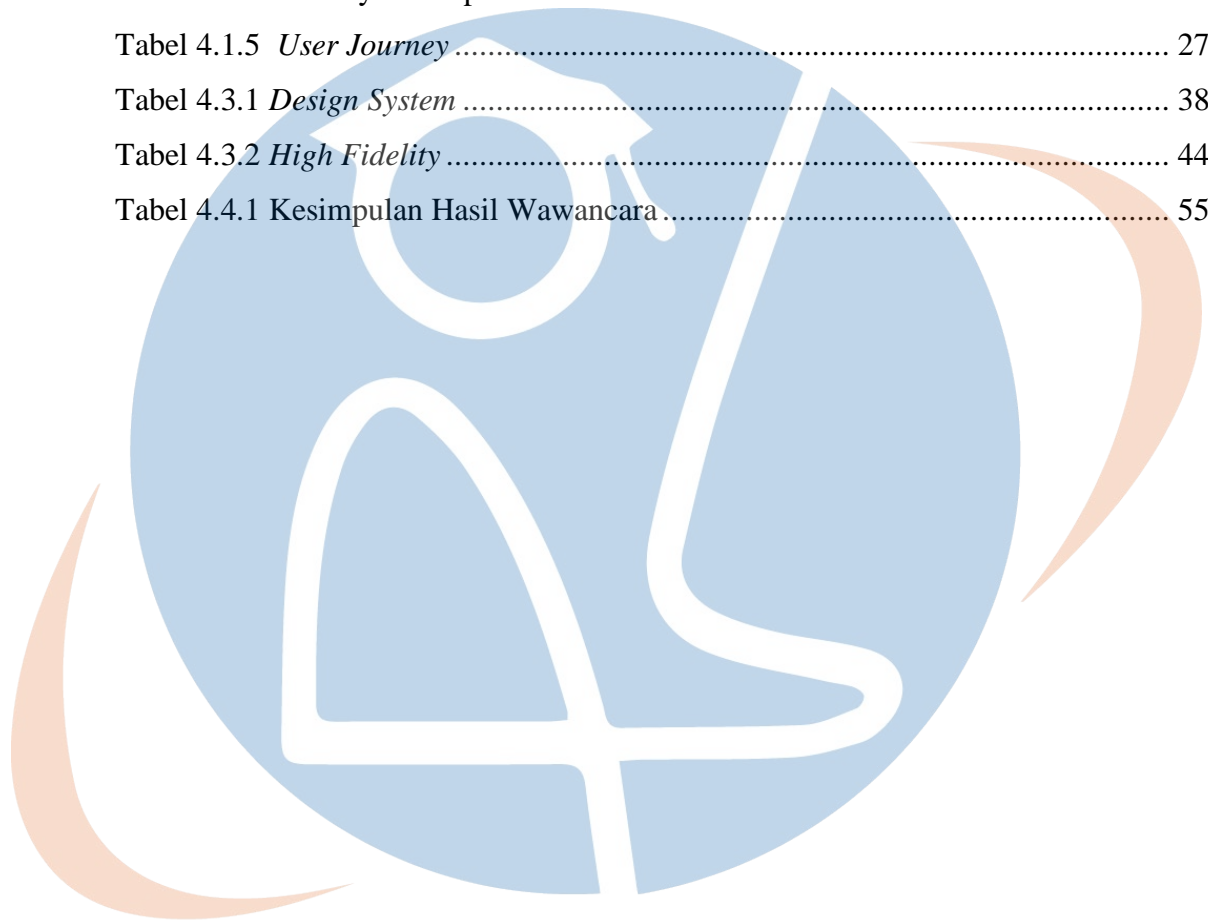
Gambar 4.3.2.11 <i>Upload Produk</i>	52
Gambar 4.3.2.12 <i>Donasi</i>	52
Gambar 4.3.2.13 <i>Profile</i>	53
Gambar 4.3.2.14 <i>Pengantar</i>	54



STT - NF

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2.1 Penelitian Terkait	10
Tabel 4.1.1 Pertanyaan responden Penjual.....	21
Tabel 4.1.2 Pertanyaan responden Pembeli & Netral	22
Tabel 4.1.5 <i>User Journey</i>	27
Tabel 4.3.1 <i>Design System</i>	38
Tabel 4.3.2 <i>High Fidelity</i>	44
Tabel 4.4.1 Kesimpulan Hasil Wawancara	55



STT - NF

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Limbah industri *fashion* merupakan pencemaran terbesar kedua setelah industri minyak, dan kerusakan lingkungan semakin parah seiring dengan perkembangan industri *fashion*. *Fashion* menjadi salah satu penyumbang polusi terbesar terutama dalam polusi air. Data produksi busana dunia telah meningkat dua kali lipat sejak tahun 2000 hingga saat ini. Rata-rata, konsumen membeli pakaian seperti baju, celana, atau jaket lebih banyak sebesar 60 persen setiap tahunnya. [1]. Dengan melihat permasalahan tersebut para industri *fashion* membangkitkan *sustainable fashion zero waste*.

Zero Waste merupakan filosofi yang dijadikan sebagai gaya hidup demi mendorong siklus hidup sumber daya sehingga produk – produk bisa digunakan Kembali [2]. *Fashion* berkelanjutan (*sustainable fashion*) yakni praktik dalam *fashion* yang mengedepankan nilai-nilai dari berbagai pihak yang terlibat di dalamnya, khususnya lingkungan dan kemanusiaan [3]. Bagaimanapun *fashion* bentuknya mulai dari gaya hidup pribadi hingga ranah bisnis selayaknya memakmurkan dan meninggalkan kerugian seminimal mungkin [4]. Tujuan dari *fashion* berkelanjutan adalah untuk menyatukan berbagai kalangan di industri *fashion* seperti perancang, produsen, distributor, hingga konsumen (pemakai) untuk bekerja sama demi mengubah cara suatu item *fashion* bersumber, diproduksi, dan dikonsumsi ke arah yang lebih baik [5]. Oleh sebab itu *thifting* dibutuhkan untuk membuat *fashion* lebih menarik.

Thifting itu sendiri merupakan kegiatan yang dilakukan membeli barang-barang bekas yang masih layak untuk digunakan, salah satu barang *thifting* yang sering dijumpai adalah pakaian-pakaian bekas [6]. Seperti yang kita tahu, manusia tidak terlepas hubungannya dengan kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan gaya hidup atau *lifestyle*, salah satunya adalah cara berpakaian itu sendiri. *Thifting* itu sendiri dapat dikatakan sebagai salah satu fenomena yang berkaitan dengan gaya hidup seseorang. Cara berpakaian seseorang juga dapat dianggap sebagai bentuk

komunikasi non verbal di mana setiap individu dapat mengekspresikan perasaan atau bahkan menunjukkan identitas diri kepada orang lain melalui pilihan busana yang dipilih [7].

Limbah industri telah menjadi masalah serius bagi lingkungan, menyebabkan pencemaran terbesar kedua setelah industri minyak. Produksi busana yang meningkat secara signifikan sejak tahun 2000 telah meningkatkan dampak negatif, dengan konsumen membeli pakaian baru lebih banyak setiap tahunnya [1]. Untuk mengatasi masalah ini, praktik *thrifting* menjadi solusi yang semakin populer. Dengan membeli barang-barang bekas yang masih layak digunakan, *thrifting* membantu mengurangi limbah *fashion* sambil memberikan alternatif yang ramah lingkungan dalam berbelanja pakaian [6]. Selain itu, dengan melalui platform *mobile thrifting* menjadi penting untuk memperluas kemudahan dalam mencari barang-barang berkualitas.

Untuk merancang sebuah *prototype mobile thrifting*, penting untuk memiliki *User Interface* dan *User Experience* yang baik agar pengguna tidak mengalami kesulitan [8]. penelitian ini bertujuan untuk menciptakan model perancangan *User Interface* dan *User Experience* dengan menerapkan inovasi melalui *mobile thrifting* menggunakan metode *design thinking*. Dengan adanya metode *design thinking*, dirasa mampu memecahkan masalah yang ada, seperti memudahkan pengguna untuk menggunakan *prototype* yang telah dibuat, dan pengalaman yang diberikan dapat membuahkan hasil yang baik [9].

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yakni:

1. Bagaimana mengidentifikasi kebutuhan pengguna secara mendalam untuk menghasilkan solusi yang sesuai dengan prinsip *design thinking*?
2. Dengan adanya aplikasi *mobile thrifting* apakah bisa mengurangi limbah pakaian yang layak pakai?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Menghasilkan solusi UI/UX *mobile thrifting* yang inovatif dan *user-centered* sesuai dengan prinsip *design thinking*.
2. Menganalisis pengaruh penggunaan aplikasi *mobile thrifting* terhadap kesadaran lingkungan terhadap limbah pakaian.

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan solusi dalam mengurangi limbah pakaian bekas terhadap lingkungan, dengan mempromosikan aplikasi *thrifting* selaku alternatif yang ramah lingkungan serta berkelanjutan.
2. Membantu pengguna dalam menemukan barang-barang bekas yang masih layak pakai dengan mudah melalui aplikasi *mobile thrifting*.

1.4 Batasan Masalah

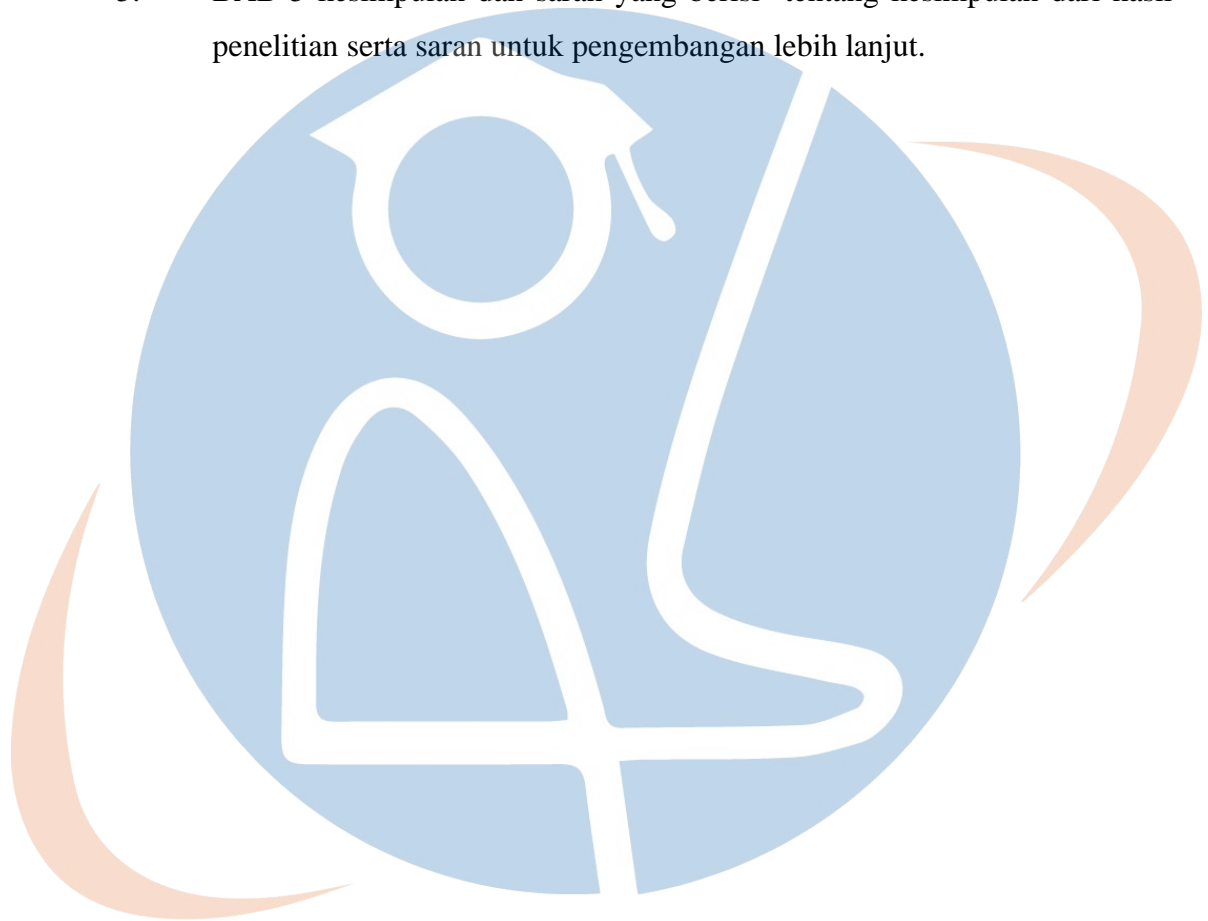
Adapun batasan masalah pada tugas akhir ini antara lain:

1. Membuat rancangan aplikasi *mobile thrifting* dengan menggunakan aplikasi figma.
2. Perancangan akan difokuskan pada pengembangan aplikasi *mobile* untuk perangkat *smartphone*.
3. Pengalaman pengguna berfokus pada *design* antarmuka yang responsif dan menyenangkan bagi pengguna.
4. Pemerintah tidak melarang pembelian barang *thrifting* melainkan pemerintah melarang kegiatan impor pakaian bekas atau *thrifting* dari luar negeri.

1.5 Sistematika Penulisan

1. BAB 1 pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumus masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batas masalah, sistematika penelitian laporan yang terkait dengan proses penelitian ini.
2. BAB 2 kajian literatur yang berisi definisi penelitian dan menjelaskan tentang teori-teori yang digunakan sebagai acuan penelitian.

3. BAB 3 metodologi penelitian, menjelaskan terkait tahapan penelitian, dan rancangan penelitian.
4. BAB 4 implementasi dan evaluasi yang berisi rancangan penelitian dan hasil evaluasi yang dilakukan.
5. BAB 5 kesimpulan dan saran yang berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran untuk pengembangan lebih lanjut.



STT - NF

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Landasan Teori

Landasan Teori merupakan kerangka konseptual yang digunakan untuk suatu penelitian yang mencakup dasar teori. Beberapa teori yang melibatkan tentang *user interface*, *user experience*, *mobile*, *thrifting*, limbah pakaian, *design thinking* yang akan dibahas secara rinci yaitu:

1. *User Interface*

User Interface (UI) merupakan tahapan dimana tampilan pengguna menampilkan informasi dalam bentuk layar agar dapat dilihat oleh pengguna. Secara spesifik, ini adalah bagian visual dari situs web, perangkat lunak, dan perangkat keras yang berinteraksi dengan pengguna. Tujuan atau aspek dari UI ini adalah untuk meningkatkan fungsionalitas pengalaman pengguna UX [10].

2. *User Experience*

User Experience (UX) adalah pengalaman keseluruhan yang dialami oleh pengguna saat berinteraksi dengan produk, layanan, atau sistem. Ini mencakup semua aspek interaksi pengguna, termasuk antarmuka pengguna (UI), kinerja sistem, respons terhadap tindakan pengguna, serta aspek emosional dan psikologis dari pengalaman tersebut. UX dirancang untuk memastikan bahwa pengguna memiliki pengalaman yang positif, memuaskan, dan efisien saat menggunakan produk atau layanan, dengan fokus pada kepuasan pengguna, daya tarik, konsistensi, dan responsif [11]. Desain UX yang baik melibatkan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan, tujuan, dan preferensi pengguna, serta penggunaan prinsip-prinsip desain untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan dan efektif, membantu organisasi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, meningkatkan retensi, dan menciptakan diferensiasi yang kompetitif di pasar.

3. *Mobile*

Mobile merupakan istilah yang merujuk pada perangkat teknologi yang dapat dibawa ke mana-mana dan digunakan secara mudah. Perangkat *mobile* ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari kita. Dari ponsel pintar yang memberikan akses tak terbatas ke informasi dan komunikasi, hingga tablet yang memungkinkan kita untuk bekerja dan mengakses hiburan di mana saja [12]. Perkembangan teknologi *mobile* juga telah membuka pintu bagi berbagai inovasi, baik dalam bidang pengembangan aplikasi, koneksi internet yang cepat, hingga pemasaran yang dioptimalkan untuk pengguna perangkat *mobile*. Dengan semakin berkembangnya teknologi *mobile*, kita semakin terhubung dan terintegrasi dengan dunia di sekitar kita, membuka peluang baru dan memperluas batasan dalam cara kita bekerja, belajar, dan berinteraksi dengan lingkungan sekitar.

4. *Zero Waste*

Zero Waste adalah sebuah konsep yang bertumpu pada gagasan utama untuk mengurangi dan bahkan menghilangkan sampah yang dihasilkan oleh masyarakat. Prinsip pertamanya adalah pencegahan, yang menekankan perlunya mencegah terbentuknya sampah sebanyak mungkin. Ini dilakukan dengan mengurangi penggunaan bahan-bahan sekali pakai dan mempromosikan produk yang dapat diisi ulang atau diisi kembali, serta mengurangi konsumsi barang yang tidak diperlukan. Prinsip kedua adalah pengurangan, yang menjadi langkah penting jika pencegahan tidak dapat dilakukan sepenuhnya [2]. Pengurangan sampah melibatkan praktik-praktik seperti daur ulang, kompos, dan menggunakan barang-barang dengan umur pakai yang lebih panjang, sehingga meminimalkan jumlah sampah yang dihasilkan. Selain itu, penggunaan kembali merupakan prinsip penting dalam konsep *Zero Waste*. Ini melibatkan penggunaan kembali barang-barang untuk tujuan yang sama atau berbeda sebelum akhirnya menjadi sampah. Praktik penggunaan kembali dapat berupa penggunaan ulang botol kaca, tas belanja kain, atau menyumbangkan barang yang tidak lagi dibutuhkan kepada orang lain atau lembaga amal. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini secara holistik,

masyarakat dapat mencapai tujuan *Zero Waste* dan mengubah paradigma konsumsi menuju keberlanjutan lingkungan.

5. *Thrifting*

Thrifting adalah praktik berbelanja barang-barang bekas, biasanya di toko-toko barang bekas atau penjualan rumah tangga, untuk mencari barang-barang berkualitas dengan harga yang terjangkau [6]. Ini merupakan bagian dari gerakan untuk mengurangi limbah dan mendukung gaya hidup berkelanjutan dengan memanfaatkan kembali barang-barang yang masih layak pakai. Aktivitas ini juga sering dianggap sebagai cara untuk menemukan barang unik, antik yang sulit ditemukan di toko-toko ritel biasa. *Thrifting* semakin populer karena memungkinkan konsumen untuk membeli dengan hemat sambil membantu lingkungan dengan meminimalkan pembelian barang-barang baru.

6. *Figma*

Figma merupakan *tools* desain kolaboratif yang banyak digunakan oleh para desainer untuk menciptakan *prototype*, desain UI/UX, serta berkolaborasi dalam proyek desain secara *real-time*. Keunggulan Figma terletak pada kemampuannya untuk membuat desain dengan antarmuka yang intuitif dan mudah digunakan, dilengkapi dengan fitur-fitur seperti pembuatan vektor, pembuatan prototipe interaktif, pembagian komponen, dan berbagai fitur lainnya. Dengan kemampuan kolaboratifnya, Figma memungkinkan beberapa pengguna bekerja bersama dalam satu proyek secara simultan, sehingga perubahan yang dilakukan oleh pengguna lain dapat terlihat secara langsung. Hal ini menjadikan Figma sebagai alat yang sangat diminati oleh tim desain yang bekerja secara terdistribusi atau jarak jauh. Selain itu, Figma juga terintegrasi dengan berbagai alat pengembangan dan manajemen proyek lainnya, mempermudah alur kerja desain dari tahap konseptualisasi hingga implementasi [13].

7. Design Thinking

Design thinking merupakan serangkaian metode yang sederhana dan jelas yang dapat membantu kita mengamati dan mengembangkan empati untuk target pengguna. Dengan *design thinking*, kita dapat mengajukan pertanyaan, mengajukan hipotesis, dan mengajukan relevansi. *Design thinking* sangat berguna dalam mendefinisikan ulang masalah dengan pusat manusia, menciptakan banyak ide dalam *brainstorming*, dan menggunakan metode *prototype* dan pengujian langsung. Selain itu, *design thinking* juga sangat berguna dalam mengatasi masalah yang tidak jelas atau tidak diketahui. Proses *design thinking* juga melibatkan eksperimen yang sedang berlangsung seperti membuat sketsa, membuat *prototype*, menguji, dan mencoba berbagai konsep dan ide. Berikut adalah proses *design thinking*.

A. Define

Define adalah tahap awal dalam proses *Design Thinking* yang melibatkan pemahaman mendalam tentang masalah atau tantangan yang ingin dipecahkan. Pada tahap ini, tim mempelajari dan merumuskan masalah dengan jelas, mendefinisikan konteksnya, mengidentifikasi tujuan, serta mengumpulkan data dan wawasan yang diperlukan untuk memandu langkah-langkah berikutnya dalam proses inovasi. Tahap "*Define*" membantu tim untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang apa yang perlu diselesaikan sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya, seperti "*Ideate*" (*beride*). Dengan merumuskan masalah dengan jelas, tim dapat mengarahkan kreativitas mereka ke arah yang tepat untuk menghasilkan solusi yang relevan dan efektif.

B. Ideate

Ideate adalah tahap dalam proses *Design Thinking* dimana tim menciptakan sebanyak mungkin ide kreatif untuk menyelesaikan masalah yang telah didefinisikan sebelumnya. Tujuan dari tahap ini adalah untuk membebaskan pikiran dari batasan dan memunculkan ide-ide segar yang dapat membawa solusi baru dan inovatif. Tim dapat menggunakan berbagai teknik kreatif seperti *brainstorming*, *mind mapping*, atau analisis morfologi untuk menghasilkan ide-ide yang beragam

dan *out-of-the-box*. Penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung eksplorasi ide tanpa penilaian atau kritik, sehingga semua anggota tim merasa nyaman untuk berkontribusi dengan ide-ide mereka. Setelah menghasilkan sejumlah ide, tim dapat melanjutkan ke tahap berikutnya dalam proses *Design Thinking*, yaitu "*Prototype*", di mana ide-ide tersebut akan diwujudkan menjadi konsep-konsep yang lebih konkret untuk diuji.

C. *Prototype*

Prototype adalah tahap kunci dalam proses desain di mana ide-ide yang dihasilkan selama tahap "*Ideate*" diwujudkan menjadi model atau representasi kasar dari produk atau solusi yang diusulkan. Tujuannya adalah untuk menguji konsep, mendapatkan umpan balik dari pengguna, dan memvalidasi solusi sebelum melakukan investasi besar dalam pengembangan produk yang final. Dengan menggunakan prototipe, tim dapat mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan solusi yang diusulkan, menemukan masalah yang mungkin terlewat, dan melakukan iterasi untuk meningkatkan konsep sebelum tahap produksi. *Prototyping* mempercepat siklus pengembangan, memungkinkan eksplorasi ide yang lebih cepat, dan membantu menciptakan produk atau solusi yang lebih baik sesuai dengan kebutuhan pengguna.

D. *Testing*

Testing adalah proses penting dalam pengembangan produk atau layanan di mana prototipe atau produk yang telah dibuat diuji untuk mengevaluasi kinerjanya, keandalan, dan respons pengguna terhadapnya. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi masalah, *bug*, atau kelemahan dalam produk yang harus diperbaiki sebelum diluncurkan ke pasar. Ada berbagai jenis pengujian yang dapat dilakukan, termasuk pengujian fungsional (untuk memastikan bahwa produk berfungsi sesuai yang diharapkan), pengujian pengguna (untuk memahami pengalaman pengguna dan mengidentifikasi area perbaikan), pengujian kinerja (untuk mengukur kinerja produk dalam situasi nyata), dan banyak lagi. Pengujian adalah bagian integral dari siklus pengembangan perangkat lunak atau produk, dan

membantu memastikan bahwa produk yang dihasilkan memiliki kualitas tinggi, memenuhi kebutuhan pengguna, dan memberikan nilai tambah yang dijanjikan [14].

2.2 Penelitian Terkait

Penelitian Terkait memberikan dasar yang kokoh untuk memahami evolusi serta tantangan yang dihadapi oleh aplikasi *thrifting* dalam usaha mengurangi limbah pakaian. Penelitian sebelumnya telah mengkaji berbagai aspek krusial, termasuk desain antarmuka pengguna (UI/UX), efektivitas navigasi, dan fitur-fitur yang mendukung kegiatan *thrifting*. Seperti pada Tabel 2.2.1.

Tabel 2.2.1 Penelitian Terkait

No	Nama dan Tahun	Judul	Topik	Subjek	Hasil
1	Ramadhani F, Rushainy S, Mufit M, 2021	Pemanfaatan Teknologi Informasi sebagai Media Usaha <i>Thrifting Shop</i> Berbasis <i>Website</i>	<i>Thrift Shop</i>	Anak muda	<i>Website thrifting shop</i>
2	Rahmi Dwi O, Nabila Choiriya, LesiHetati, Terrttiaavini, Agustina Heryati, Asmawati, 2021	PKM Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri Pengembangan <i>Bisnis Thrifting Shop Sepatu Online</i>	<i>Bisnis Thrifting Shop Sepatu</i>	UMKM, Masyarakat umum	Metode penjualan <i>online facebook</i> .
3	Kevin Halim, Nina Setiyawati, 2022	Perancangan <i>User Experience Aplikasi Mobile</i> Majuli Menggunakan <i>Metode Design Thinking</i>	<i>Aplikasi Mobile</i> Majuli metode <i>design thinking</i>	Penjual dan pembeli barang bekas, Mahasiswa UKSW	<i>Aplikasi mobile</i> majuli

4	Atikah nabila, Ratih Kartika D, Riswan Septriyadi S, 2022	Perancangan <i>User Experience</i> Aplikasi <i>Thrift shop</i> di Masa Pandemi berbasis <i>Mobile</i> menggunakan Metode <i>Design Thinking</i>	<i>User Experience</i> Aplikasi <i>Thrift shop</i> di Masa Pandemi	Masyarakat yang menyukai berbelanja pakaian bekas	<i>User experience</i> aplikasi <i>thrift shop</i>
---	---	---	--	---	--

1. Penelitian Pemanfaatan Teknologi Informasi sebagai Media Usaha Thrifting Shop Berbasis Website.

Website thrift shop melakukan penelitian ini untuk menunjukkan kembali manfaat teknologi dalam mengembangkan usaha *thrift shop* berbasis *website*. Dengan memanfaatkan teknologi informasi ini, masyarakat dapat lebih mudah dalam berbelanja pakaian dan menghindari penipuan dari pembelian *online*. Selain itu, juga dapat mengurangi risiko tertular virus *corona*. Metode penelitian ini menggunakan analisis aktivitas yang terjadi dalam proses pemesanan tiket melalui Google, serta didukung oleh pengamatan penulis. Keberadaan *thrift shop* berbasis *website* sangat penting di era teknologi informasi saat ini. Oleh karena itu, penulis merancang sebuah *Website* dan Sistem Informasi *thrift shop* dengan berbagai fitur dan keuntungan lain yang tidak bisa diperoleh melalui pembelian langsung.

2. Penelitian PKM Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri Pengembangan Bisnis Thrifting Shop Sepatu Online

Pelaksanaan PKM dilakukan di Kelurahan Pahlawan, kecamatan Kemuning kota Palembang dengan menerapkan metode berbagi ilmu tentang strategi penjualan sepatu di *thrift shop* guna meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat dengan modal kecil namun keuntungan besar. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui dampak Kesadaran Merek terhadap keputusan pembelian di Toko Sepatu *Online Laroza second brand*, serta dampak Persepsi Kualitas terhadap keputusan pembelian di Toko *Laroza second brand*.

Teknologi inovatif yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan wawancara langsung dengan pelaku UMKM, diskusi, dan sesi tanya jawab guna

memperjelas informasi. Dengan demikian, metode ini diharapkan dapat memberikan inovasi pada produk PKM Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri dalam pengembangan bisnis *Thriftling Shop Sepatu Online* di Kota Palembang, sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen dan mendukung perekonomian keluarga.

3. **Perancangan *User Experience* Aplikasi *Mobile Majuli* Menggunakan Metode *Design Thinking***

Peneliti aplikasi *mobile majuli* melakukan wawancara dengan 10 mahasiswa UKSW untuk mengetahui permasalahan yang dialami oleh mahasiswa. Hasil wawancara menunjukkan bahwa salah satu permasalahan yang dihadapi oleh mahasiswa adalah penumpukan barang bekas di rumah, indekos, atau tempat tinggal mereka karena kebingungan dalam mengelolanya. Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dan karakteristik mahasiswa, langkah selanjutnya adalah membuat persona mahasiswa. Persona ini dibuat untuk memahami kebutuhan, tujuan, dan masalah yang dihadapi oleh mahasiswa. Selanjutnya, peneliti membuat persona untuk penjual dan pembeli. Setelah kebutuhan mahasiswa didefinisikan dalam *empathy map*, langkah selanjutnya adalah membuat *user journey map* yang menggambarkan proses yang dilalui pengguna untuk mencapai tujuan pengguna berdasarkan pengalaman terkait dengan produk atau bisnis. Tahap selanjutnya adalah *ideate*, di mana dilakukan pembuatan sistem pembeli barang dan penjual barang berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan.

Proses pembuatan solusi didasarkan pada *information architecture* dan hasil riset permasalahan. Hasil riset ini kemudian akan diubah menjadi desain *wireframe* yang berfokus pada rancangan awal dalam suatu sistem yang sederhana. Setelah proses perancangan *wireflow* selesai, dilakukan perancangan desain *high-fidelity* atau *mockup* yang merupakan pembuatan desain visual dengan memberikan warna, gaya *font*, gambar, dan *shape* sehingga terlihat desain aplikasi yang akan digunakan oleh pengguna. Tahap terakhir adalah penjelasan mengenai hasil pengujian *usability* dengan menggunakan SEQ (*Single Ease Question*) dan melibatkan 10 responden serta 11 pertanyaan mengenai kegunaan fitur-fitur dari desain aplikasi

Majuli. Setiap pertanyaan diberikan pilihan jawaban sesuai dengan skala 1 sampai 7, yaitu sangat sulit, sulit, tidak mudah, cukup, tidak sulit, mudah, dan sangat mudah. Selama proses pen.

4. Perancangan *User Experience* Aplikasi *Thriftshop* di Masa Pandemi berbasis *Mobile* menggunakan Metode *Design Thinking*

Penelitian perancangan pengalaman pengguna aplikasi *thrift shop* di masa pandemi berbasis *mobile* dengan menggunakan metode *Design Thinking* adalah seseorang yang suka membeli pakaian bekas yang masih layak pakai di *thrift shop*. Perancangan pengalaman pengguna aplikasi *thrift shop* di masa pandemi berbasis *mobile* menggunakan metode pengumpulan data dengan wawancara. Wawancara dilakukan secara *online* dan *offline* kepada 5 orang yang suka berbelanja pakaian bekas di toko *thrift*. Data yang dikumpulkan berupa hasil jawaban dari 5 orang tersebut.

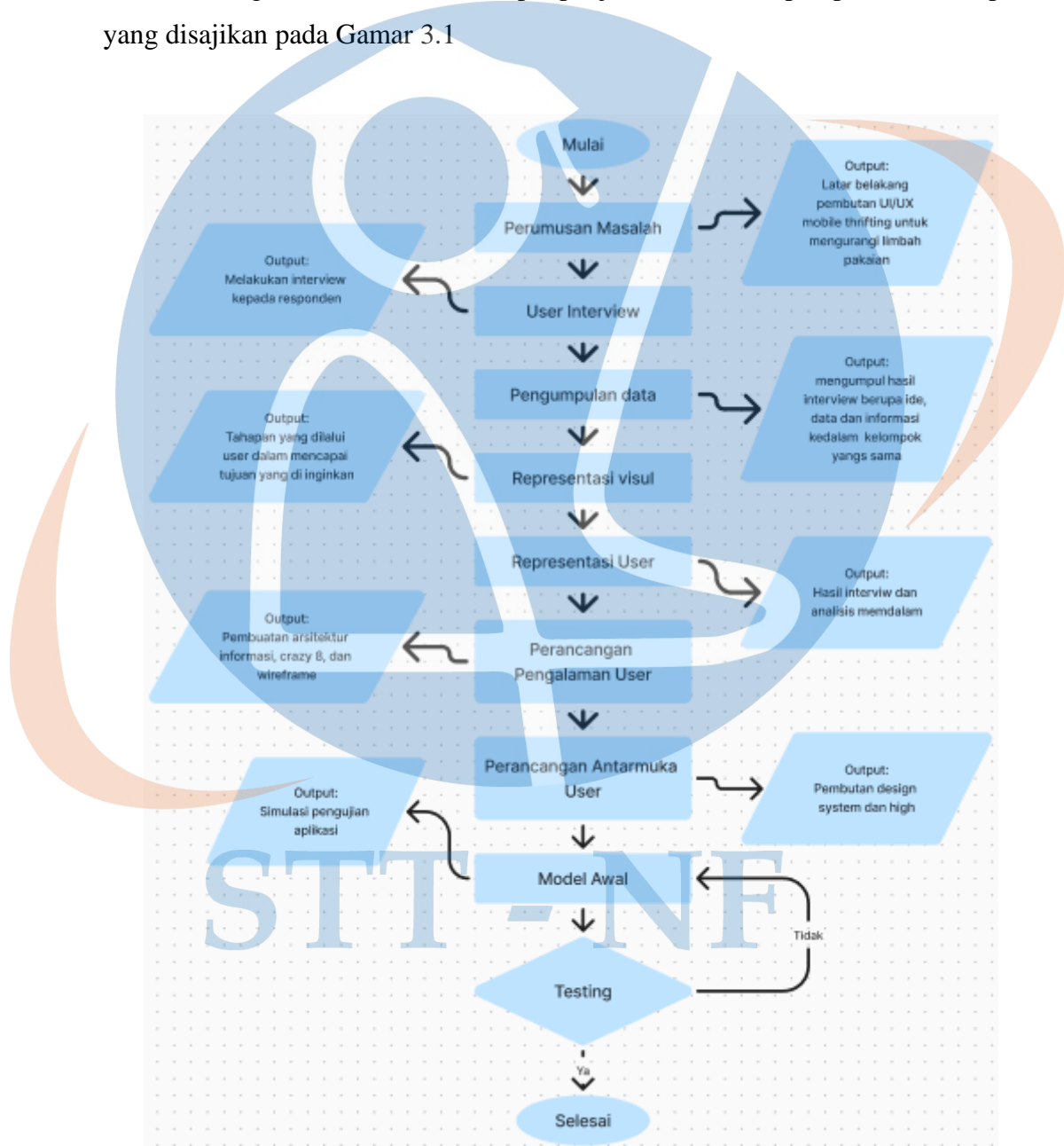
Dalam penelitian yang diajukan, metode perancangan yang juga menjadi fokus dalam penelitian ini ialah metode *Design Thinking*. Tahapan penelitian yang dilakukan terbagi menjadi tujuh tahap, yaitu dimulai dari kajian pustaka, pengumpulan data, kemudian dilanjutkan dengan kebutuhan, perumusan ide solusi, pembuatan *prototype*, evaluasi *usability*, dan diakhiri dengan pembuatan simpulan dan saran.

STT - NF

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tahapan Penelitian

Pada gambar di bawah, terdapat penjelasan alur tahapan penelitian. Seperti yang disajikan pada Gambar 3.1



Gambar 3.1 Tahapan Penelitian

1. Perumusan Masalah

Melakukan permasalahan yang muncul mengenai *thrifting* pakaian bekas yang masih layak pakai. Dengan adanya perumusan masalah, hasilnya terciptanya perancangan UI/UX *mobile thrifting* untuk mengurangi limbah pakaian bekas sebagai solusi permasalahan yang dihadapi.

2. User Interview

Permasalahan yang muncul pada *thrifting* perlu melakukan *interview* untuk mengumpulkan data kepada calon pengguna, untuk mengumpulkan informasi mengenai *thrifting*. Menanyakan kepada calon pengguna, seperti pernah menjual pakaian bekas dan ada berapa banyak pakaian bekas yang masih layak pakai. Sehingga peneliti bisa melihat permasalahan apa saja yang dihadapi kepada calon pengguna.

3. Pengumpulan Data

Melakukan teknik pengorganisasian dan visualisasi data yang dikumpulkan dari hasil *interview*. Pada tahapan ini melakukan pengelompokan hasil jawaban-jawaban dan kebutuhan serta masalah dari calon pengguna. Peneliti kemudian membagikan menjadi beberapa grup seperti *motivations*, *frustrations*, dan *goals*.

4. Representasi visual

Melakukan representasi visual dari serangkaian tahapan yang diambil oleh *user* saat berinteraksi dengan *thrifting* dari awal hingga akhir. tahapan ini membantu peneliti untuk memahami perjalanan *user* secara menyeluruh dari awal hingga akhir. Serta menemukan peluang untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

5. Representasi User

Pada pembuatan ini merupakan langkah penting berikutnya, di mana peneliti menggunakan data dari *user interview* dan pengumpulan data untuk membuat representasi fiktif dari pengguna ideal. pada proses ini membantu tim

pengembangan untuk memahami secara lebih mendalam siapa pengguna *thrifting* mereka, serta kebutuhan, tujuan, dan tantangan yang mereka hadapi [15].

6. Perancangan Pengalaman User

Merupakan proses merancang *thrifting* agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna serta memberikan pengalaman pengguna yang memuaskan. Dalam tahapan ini, peneliti menggabungkan pemahaman tentang pengguna yang diperoleh dari penelitian sebelumnya untuk merancang pengalaman pengguna yang optimal.

7. Perancangan Antarmuka User

UI Design berfokus pada pembuatan antarmuka visual yang menarik dan mudah digunakan bagi pengguna. Melalui tahapan ini, peneliti memperhatikan elemen-elemen seperti warna, tipografi, dan tata letak halaman untuk menciptakan antarmuka yang estetis dan intuitif bagi pengguna.

8. Model Awal

Proses ini merupakan versi awal atau simulasi dari pembuatan aplikasi *mobile thrifting* yang digunakan untuk menguji desain dan fungsionalitas sebelum pengembangan penuh dilakukan. Dalam tahapan ini, peneliti dan tim pengembangan membangun model produk yang dapat diuji dengan pengguna potensial, memungkinkan iterasi dan perbaikan sebelum produk akhir diluncurkan [16].

9. Testing

Pentingnya pengujian dalam proses pengembangan *mobile thrifting* tidak dapat diabaikan. Pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa *mobile thrifting* tersebut memenuhi standar kualitas yang diinginkan dan dapat memenuhi kebutuhan pengguna dengan baik. Hasil dari pengujian ini memberikan umpan balik berharga kepada tim pengembangan, yang kemudian dapat digunakan untuk melakukan perbaikan dan penyesuaian sebelum *mobile thrifting* diluncurkan.

Dengan demikian, pengujian yang cermat dapat memastikan bahwa *mobile thrifting* yang dihasilkan dapat memberikan pengalaman yang optimal bagi pengguna dan mencapai kesuksesan yang diinginkan.

3.2 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan aplikasi UI/UX *Mobile Thrifting* yang efektif dalam mengurangi limbah pakaian bekas dengan pendekatan yang berfokus pada kebutuhan pengguna dan prinsip-prinsip *design thinking*. Penelitian ini akan melibatkan serangkaian langkah yang dirancang seperti jenis penelitian, metode analisis data, metode pengumpulan data, dan metode pengujian.

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan (R&D) yang bertujuan untuk merancang dan mengembangkan UI/UX *Mobile Thrifting* yang efektif dalam mengurangi limbah pakaian bekas. Fokus penelitian difokuskan pada penciptaan solusi baru yang berdasarkan pada kebutuhan pengguna dan prinsip-prinsip *design thinking* untuk inovasi yang berkelanjutan.

Dalam penelitian ini, langkah awal dimulai dengan mengidentifikasi masalah dan menganalisis kebutuhan pengguna yang relevan dengan konteks *thrifting*. Kemudian, melalui proses ideasi dan pengembangan prototipe, berbagai solusi desain diuji dan dievaluasi untuk memastikan efektivitas dan kesuksesan dalam mencapai tujuan pengurangan limbah pakaian. Prototipe yang telah dikembangkan akan melalui serangkaian tahap pengujian guna mengumpulkan umpan balik dari pengguna dan melakukan iterasi yang diperlukan.

Diharapkan melalui penelitian ini, dapat diciptakan sebuah aplikasi *mobile thrifting* yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pengguna namun juga turut berperan dalam upaya pengurangan limbah pakaian bekas. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan solusi digital yang ramah lingkungan serta mendukung praktik keberlanjutan dalam industri fashion.

3.2.2 Metode Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini dilakukan atas dua hal: pertama, untuk memahami metode analisis data kualitatif untuk pengumpulan informasi dari wawancara dengan pengguna. Kedua, analisis data dari hasil *usability testing* untuk memahami kebutuhan pengguna secara mendalam. Hasil analisis ini berupa pemahaman mendalam tentang preferensi, observasi, kebutuhan, serta tantangan yang dihadapi pengguna terkait *thrifting* pakaian. Analisis ini menjadi dasar yang diperlukan dalam perancangan UI/UX untuk memastikan kesesuaian dengan kebutuhan pengguna dan memastikan bahwa desain yang dihasilkan dapat memberikan pengalaman yang optimal.

Dalam pengembangan UI/UX *mobile thrifting*, metode analisis data yang digunakan adalah kualitatif. Data kualitatif akan melibatkan pengumpulan dan interpretasi informasi dari wawancara dengan pengguna, yang akan menjadi dasar dalam proses perancangan UI/UX untuk memastikan kesesuaian dengan kebutuhan pengguna [17]. Peneliti akan memilih calon responden yang akan diwawancarai seperti penjual *thrifting*, pembeli *thrifting*, dan netral. Hasil dari evaluasi yang diperoleh dari pengujian akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang pengalaman pengguna dan akan menjadi dasar untuk melakukan penyesuaian dan perbaikan pada desain UI/UX sehingga dapat memberikan pengalaman yang optimal bagi pengguna.

Setelah itu, analisis data kualitatif dari hasil pengujian kegunaan memungkinkan peneliti untuk memahami preferensi dan kebutuhan pengguna secara mendalam melalui wawancara atau pengamatan langsung selama penggunaan aplikasi. Selain itu, analisis ini juga dapat membantu dalam mengidentifikasi masalah atau kesulitan yang mungkin timbul selama interaksi dengan aplikasi. Oleh karena itu, penggunaan metode analisis data kualitatif sangat relevan dalam pengujian UI/UX *mobile thrifting* karena memungkinkan pengembang untuk merancang solusi yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna.

3.2.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan beberapa pendekatan untuk memastikan pemahaman yang komprehensif tentang kebutuhan dan tantangan pengguna. Pertama, akan dilakukan wawancara mendalam dengan pengguna potensial untuk menggali kebutuhan, keinginan, dan masalah yang mereka hadapi dalam proses *thrifting* pakaian. Proses wawancara ini dirancang untuk mengumpulkan wawasan kualitatif yang mendalam, yang akan membantu dalam merancang fitur-fitur yang relevan dan efektif dalam aplikasi *mobile*.

Selain wawancara, studi literatur juga akan dilakukan untuk memperoleh pengetahuan yang lebih luas mengenai tren dan praktik terkini dalam pengurangan limbah pakaian dan desain aplikasi *mobile*. Studi literatur ini mencakup analisis artikel akademis, laporan industri, dan publikasi terkait yang akan memberikan konteks yang lebih luas tentang bagaimana aplikasi *mobile* dapat berkontribusi pada upaya keberlanjutan dan pengurangan limbah.

Gabungan dari wawancara pengguna dan studi literatur akan menyediakan data yang beragam dan mendalam, memungkinkan peneliti untuk mengembangkan solusi desain yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pengguna tetapi juga sejalan dengan praktik terbaik dan inovasi terkini dalam industri. Metode ini memastikan bahwa aplikasi *mobile thrifting* yang dikembangkan akan berfungsi dengan baik dalam konteks nyata dan memberikan kontribusi positif terhadap pengurangan limbah pakaian bekas.

3.2.4 Metode Pengujian

Metode evaluasi yang digunakan dalam pengembangan UI/UX *mobile thrifting* adalah *usability testing*. Dalam proses evaluasi ini, pengguna diminta untuk mengevaluasi aplikasi secara independen dalam konteks yang realistis dan sesuai dengan situasi sehari-hari. Tujuan utama dari evaluasi kegunaan ini adalah untuk menilai sejauh mana desain UI/UX aplikasi memenuhi kebutuhan, preferensi, dan harapan pengguna serta untuk mengidentifikasi masalah dan kesulitan yang mungkin timbul selama interaksi dengan aplikasi. *Usability testing* memberikan

wawasan yang berharga tentang bagaimana aplikasi digunakan dalam praktik dan membantu mengungkap area yang memerlukan perbaikan.

Selama sesi evaluasi, pengguna akan diberikan berbagai tugas dan skenario yang dirancang untuk mencerminkan penggunaan aplikasi yang sebenarnya. Tugas-tugas ini melibatkan berbagai fitur dan fungsi aplikasi, yang memungkinkan peneliti untuk mengamati bagaimana pengguna berinteraksi dengan antarmuka dan menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan. Peneliti akan memantau dan mencatat setiap interaksi pengguna, mencatat *feedback* dan tanggapan secara langsung untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang pengalaman pengguna.

Hasil dari *usability testing* akan digunakan untuk melakukan analisis mendalam tentang bagaimana aplikasi dapat diperbaiki. *Feedback* yang dikumpulkan akan membantu dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan desain UI/UX serta dalam merumuskan rekomendasi untuk perbaikan. Dengan memahami bagaimana pengguna berinteraksi dengan aplikasi dan masalah yang mereka hadapi, pengembangan dapat diarahkan untuk meningkatkan kegunaan, efektivitas, dan kepuasan pengguna secara keseluruhan.



STT - NF

BAB IV

ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada Proses Analisis dan Perancangan Peneliti akan membuat UI/UX aplikasi *mobile thrifting* dengan beberapa proses yaitu analisis UI/UX, Perancangan UI/UX Implementasi Rancangan UI/UX, Pengujian, dan Analisis Pengujian.

4.1 Analisis UI/UX

Pada tahap ini setelah menemukan tujuan perancangan aplikasi, peneliti melakukan *in depth interview* kepada responden pembeli, penjual dan netral dengan memberikan beberapa kuesioner yang sudah disiapkan. Adapun pertanyaan untuk ketiga responden yaitu:

4.1.1 Pertanyaan untuk Responden Penjual

Untuk mengetahui kebutuhan dan keluh kesah responden penjual, maka dilakukannya *interview* responden penjual dengan susunan pertanyaan yang disajikan pada Tabel 4.1.1.

Tabel 4.1.1 Pertanyaan responden Penjual

1	Bagaimana kamu biasanya menjual pakaian bekas? Apakah <i>online</i> atau <i>offline</i> ?
2	Apa yang menjadi motivasi utama kamu untuk menjual pakaian bekas?
3	Apakah kamu pernah menggunakan aplikasi jual beli pakaian bekas sebelumnya? Jika ya, bagaimana pengalaman kamu?
4	Apa yang menurut kamu menjadi tantangan terbesar dalam menjual pakaian bekas melalui platform <i>online</i> ?
5	Apa jenis pakaian bekas yang paling sering kamu jual, dan apakah kamu memiliki preferensi terhadap merek atau gaya tertentu?
6	Jika ada aplikasi penjualan pakaian bekas, Apakah ada fitur atau layanan tambahan yang kamu harapkan dari sebuah aplikasi jual beli pakaian bekas yang belum kamu temui di platform lain?
7	Bagaimana kamu melihat perkembangan masa depan dalam penjualan pakaian bekas melalui aplikasi? Apakah kamu merasa hal ini akan semakin populer?

4.1.2 Pertanyaan untuk Responden Pembeli & Netral

Untuk mengetahui kebutuhan dan keluhan kesah responden pembeli dan netral, maka dilakukannya *interview* responden pembeli dan netral dengan susunan pertanyaan yang disajikan pada Tabel 4.1.2.

Tabel 4.1.2 Pertanyaan responden Pembeli & Netral

1	Kalau boleh tahu, kamu memiliki lebih dari 10 pakaian di lemari pakaian kamu?
2	Nah, dari 10 pakaian itu ada tidak sih pakaian yang sudah tidak kamu pakai tapi masih ikut tertumpuk di sana? Biasanya pakaian yang menumpuk tak terpakai itu kamu apa kan?
3	Bagaimana kalau baju bekas itu bisa didonasikan atau didaur ulang, apakah kamu tertarik dengan sukarela memberikan bajunya untuk dimanfaatkan kembali?
4	Kira - kira apa yang menjadi pertimbangan kamu mau mendonasikan pakaian bekas yang kamu punya?
5	Menurut kamu penjualan baju <i>thrifting</i> mudah laku tidak sih di pasaran?
6	Kira-kira apa pandangan kamu tentang aplikasi jual beli pakaian bekas dengan fitur yang ramah lingkungan begini?

4.1.3 Hasil *Interview*

Berdasarkan *interview* yang telah dilakukan terhadap para responden penjual, pembeli, dan netral. Untuk melihat dokumentasi bisa melihat pada Lampiran 1 Responden. hasil yang diperoleh dari *interview* kepada responden adalah sebagai berikut:

1. Responden Penjual

Responden termasuk calon pengguna yang membutuhkan wadah untuk dia majun atau mendaur ulang pakaian yang sudah tidak dipakai dikarenakan saat ingin majun pakaian masih banyak toko yang tidak menerima pakaiannya dan dia kembali menumpuk pakaian tersebut.

Selain itu, responden penjual sendiri juga tidak punya wadah ketika dia akan mendonasikan pakaiannya yang jumlahnya sedikit. Karena biasanya penerima donasi butuh banyak pakaian untuk didonasikan baru mau menerima pakaian tersebut, dan responden penjual bingung harus donasi ke mana agar pakaiannya

yang tak terpakai bisa menjadi salah satu dari banyaknya pakaian yang akan didonasikan.

2. Responden Pembeli

Responden pembeli sangat mengharapkan adanya aplikasi penjualan seperti ini, karena dia belum memiliki stok pakaian yang banyak jadi harus banyak-banyak promosi di Instagram yang dia juga memiliki jadwal yang tidak sepenuhnya untuk Instagram. Selain itu, dia juga belum memiliki wadah khusus karena memang masih belum besar dalam penjualan pakaian *thrifting* ini.

3. Responden Netral

Responden netral sangat setuju jika ada aplikasi ini dikembangkan, karena ini sangat memudahkan bagi setiap orang yang ingin mendonasikan pakaiannya. Akan tetapi, responden netral sangat berharap untuk mencantumkan tujuan donasi dengan jelas agar para donatur pakaian tersebut tidak ada yang menipu dan pahalanya bisa mengalir.

4.1.4 Affinity Diagram

Affinity diagram dari hasil riset yang sudah dilakukan *in depth interview*. Inilah hasil pengelompokan jawaban-jawaban dan kebutuhan serta masalah dari pengguna yang kami kumpulkan menjadi *affinity* diagram dan kami lakukan grup yaitu menjadi *Motivations*, *Frustrations* dan *Goals*.

1. Motivations

Motivations merujuk pada faktor-faktor yang mendorong atau memotivasi pengguna untuk melakukan tindakan tertentu. Memahami motivasi pengguna adalah kunci untuk menciptakan pengalaman yang memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.1.4.1.

Motivations

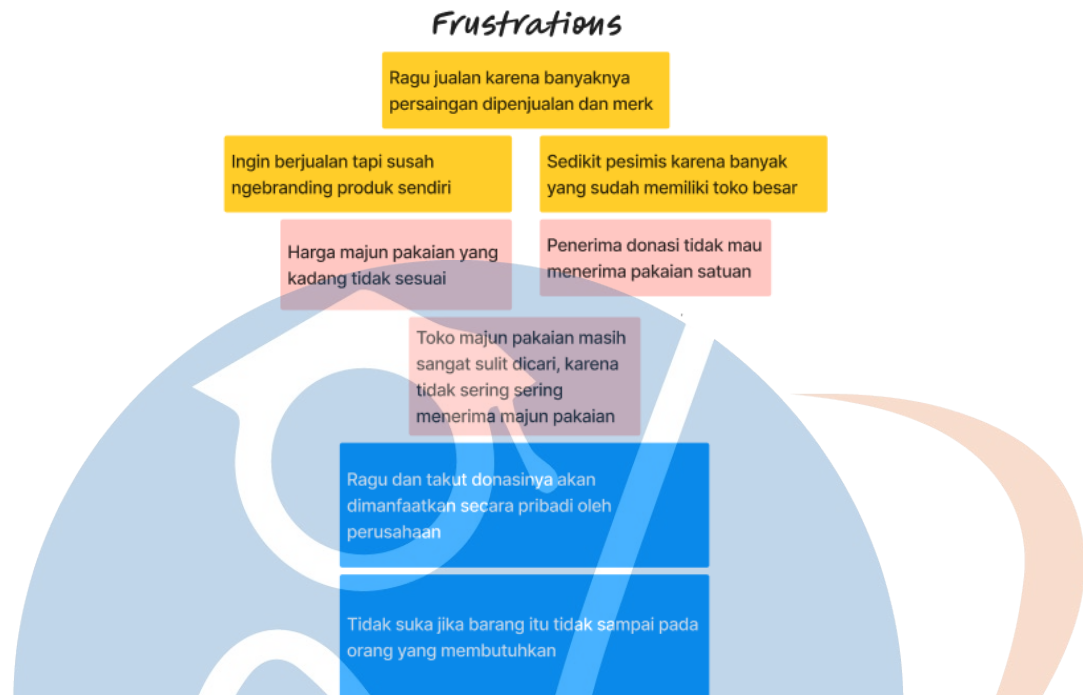


Gambar 4.1.4.1 Affinity Diagram Motivations

Seperti yang ditunjukkan Gambar 4.1.4.1 *Affinity Diagram Motivations*. Merupakan hasil pengelompokan dari jawaban responden. Untuk responden penjual menjawab yakin dengan perkembangan *fashion* dan banyak anak muda suka *style* pakaian 80s. Untuk responden pembeli yaitu menyukai barang yang langka dan barang *thrifting* relatif lebih murah. Untuk penjual netral yaitu memudahkan orang yang ingin berdonasi dan memudahkan orang yang ingin berdonasi.

2. Frustrations

Frustrations merujuk pada perasaan ketidakpuasan, ketegangan, atau kemarahan yang muncul ketika seseorang menghadapi hambatan atau kesulitan yang menghalangi mereka untuk mencapai tujuan atau memenuhi kebutuhan mereka. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.1.4.2.



Gambar 4.1.4.2 Affinity Diagram Frustrations

Seperti yang ditunjukkan Gambar 4.1.4.2 *Affinity Diagram Frustrations*. Merupakan hasil pengelompokan dari jawaban responden. Untuk responden penjual yaitu ingin berjualan tapi susah *branding* produk sendiri dan sedikit pesimis karena banyak yang sudah memiliki toko besar. Untuk responden pembeli yaitu penerima donasi tidak mau menerima pakaian satuan dan harga majun pakaian yang kadang tidak sesuai. Untuk penjual netral yaitu ragu dan takut donasinya akan dimanfaatkan secara pribadi oleh perusahaan dan tidak suka jika barang itu tidak sampai pada orang yang membutuhkan.

3. **Goals**

Goals (tujuan) merujuk pada hasil atau pencapaian yang ingin dicapai responden dalam periode waktu tertentu. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.1.4.3.



Gambar 4.1.4.3 Affinity Diagram Goals

Seperti yang ditunjukkan Gambar 4.1.4.3 *Affinity Diagram goals*. Merupakan hasil pengelompokan dari jawaban responden. Untuk responden penjual yaitu membuat anak muda belanja produk *thrifting* dan mendapatkan keuntungan yang banyak dengan modal yang sedikit. Untuk responden pembeli yaitu ingin tetap berdonasi meskipun hanya satuan dan mendapatkan pakaian dengan harga yang murah. Untuk penjual netral yaitu bisa aman dalam berdonasi.

4.1.5 User Journey

Selanjutnya ini adalah tahapan *User Journey* yang mana pengguna itu di bagi menjadi beberapa *step* yaitu *Action*, *Goals*, *Problem*, *Happiness*, dan *Ideas* yang mana kita akan mengetahui alur dari awal pengguna ini sadar bahwa aplikasi ini ada sampai pengguna itu senang. Seperti yang disajikan pada Tabel 4.1.5.

4.1.5 User Journey

STEP	<p>Search, yaitu ketika pengguna membuka aplikasi dan mencari produk yang mereka inginkan.</p>	<p>View Product Details, pengguna mengeklik produk yang menarik dan melihat info lengkap tentang produk tersebut.</p>	<p>Saving Products to Favorites, yaitu ketika pengguna menyukai produk tertentu dan menekan tombol "Favorit" untuk menyimpannya.</p>	<p>Transaction, pengguna memutuskan untuk membeli produk yang mereka pilih.</p>	<p>Leave a Review, ketika pengguna memberikan pendapat mereka tentang produk yang telah mereka beli.</p>
ACTION	<p>Pengguna membuka aplikasi jual beli baju bekas.</p> <p>Mereka memasukkan kata kunci pencarian seperti "baju pria ukuran M" ke dalam kotak pencarian.</p> <p>Pengguna bisa menyaring hasil pencarian berdasarkan harga, merek, atau lokasi penjual untuk menyempurnakan hasil sesuai preferensi mereka.</p>	<p>Setelah melakukan pencarian, pengguna mengeklik pada salah satu produk dalam hasil pencarian.</p> <p>Mereka kemudian menggulir ke bawah untuk melihat deskripsi produk, harga, kondisi, dan informasi penjual.</p> <p>Melihat foto produk dengan fitur <i>zoom</i> memungkinkan mereka untuk melihat detail produk dengan lebih baik.</p>	<p>Pengguna mengeklik tombol "Favorit" pada halaman produk.</p> <p>Mereka melihat daftar produk yang telah difavoritkan dalam akun pengguna mereka.</p>	<p>Pengguna mengeklik tombol "Beli" pada halaman produk.</p> <p>Mereka mengisi informasi pengiriman dan pembayaran.</p> <p>Pengguna mengkonfirmasi pembelian sebelum menyelesaikan transaksi.</p>	<p>Pengguna menulis ulasan produk setelah menerima barang.</p> <p>Mereka memberikan peringkat kepada penjual dan barang yang dibeli.</p>

<i>GOALS</i>	Pada langkah ini, pengguna memiliki beberapa tujuan, seperti mencari baju bekas berkualitas dengan harga terjangkau dan menemukan variasi gaya dan ukuran yang sesuai dengan preferensi mereka.	Pada langkah ini, pengguna ingin memahami detail produk, termasuk kondisi barang, merek, harga, dan deskripsi, serta melihat foto produk dengan jelas.	Pada langkah ini, pengguna ingin menyimpan produk yang menarik untuk dipertimbangkan lebih lanjut atau untuk perbandingan produk.	Pada langkah ini, pengguna ingin membeli produk yang sesuai dengan preferensi mereka dan memastikan transaksi berjalan dengan aman dan andal.	Pada langkah ini, pengguna ingin memberikan umpan balik tentang pengalaman berbelanja dan membantu pembeli lain membuat keputusan yang baik.
<i>PROBLEM</i>	Salah satu masalah yang mungkin muncul adalah ketika hasil pencarian awal menghasilkan terlalu banyak hasil, sehingga pengguna kesulitan memilih produk yang tepat. Beberapa penjual mungkin tidak memberikan deskripsi yang cukup jelas atau gambar produk yang baik.	Masalah yang mungkin muncul termasuk kurangnya informasi yang memadai dalam deskripsi produk oleh penjual, yang dapat membuat pengguna ragu-ragu. Gambar produk yang buram atau tidak jelas dapat membuat sulit bagi pengguna untuk menilai kualitas barang.	Pengguna mungkin mengalami masalah jika ada batasan jumlah produk yang dapat disimpan dalam daftar favorit. Pengguna mungkin mengalami masalah jika ada batasan jumlah produk yang dapat disimpan dalam daftar favorit.	Ketidakpercayaan terhadap penjual atau ketidakpastian tentang kondisi barang yang dibeli bisa menjadi masalah. Masalah dalam proses pembayaran atau pengiriman dapat mengganggu pengalaman pengguna.	Beberapa pengguna mungkin tidak memiliki waktu atau motivasi untuk memberikan ulasan produk. Tidak adanya tanggapan atau penghargaan atas ulasan pengguna juga bisa menjadi masalah.
<i>HAPPINESS</i>	Orang senang dapat pilih baju bekas yang	Pengguna senang kalau bisa paham	Kemudahan menyimpan produk	Pengguna senang kalau belanja	Pengguna akan senang ketika

	cocok dengan selera mereka. Fitur filter yang membantu mencari bikin prosesnya jadi lebih gampang.	info produk, termasuk harga dan kondisi dengan mudah. Foto produk yang jelas dan detail bikin mereka bahagia.	ke daftar favorit bikin pengguna puas. Liat semua produk favorit dengan mudah bikin mereka senang.	lancar dan sesuai harapan. Dapat produk sesuai deskripsi bikin mereka bahagia.	ulasannya membantu orang lain belanja dengan baik. Dapat pujian dari penjual atau yang lain bikin mereka lebih bahagia.
<i>IDEAS</i>	<p>Memperbaiki algoritma pencarian untuk memberikan hasil yang lebih relevan dan terkait.</p> <p>Tampilkan opsi "Hasil Pencarian Terkait" di bawah hasil utama untuk memberikan inspirasi tambahan.</p> <p>Tambahkan fitur pencocokan ukuran untuk membantu pembeli menemukan barang yang sesuai dengan ukuran tubuh mereka.</p>	<p>Memberikan panduan atau <i>template</i> deskripsi produk untuk membantu penjual mengisi informasi secara lengkap.</p> <p>Mendorong penjual untuk mengunggah foto produk berkualitas tinggi dengan insentif, atau menyediakan alat pemrosesan gambar untuk meningkatkan kualitas foto.</p>	<p>Berikan opsi bagi pengguna untuk mengatur pemberitahuan jika harga produk yang difavoritkan berubah atau jika produk tersebut terjual.</p> <p>Tambahkan opsi untuk membuat daftar perbandingan produk, sehingga pengguna dapat membandingkan produk yang mereka favoritkan.</p>	<p>Tawarkan sistem ulasan atau peringkat bagi penjual dan produk untuk membangun kepercayaan antara pembeli dan penjual.</p> <p>Tawarkan layanan penjaminan pembayaran dan pengiriman untuk meningkatkan kepercayaan pembeli, serta berikan garansi kepuasan.</p>	<p>Berikan insentif, seperti diskon atau poin hadiah, kepada pengguna yang memberikan ulasan produk.</p> <p>Tampilkan ulasan dan peringkat dengan jelas pada halaman produk untuk membantu pembeli lain membuat keputusan yang baik, serta berikan opsi untuk tanggapan atau komentar.</p>

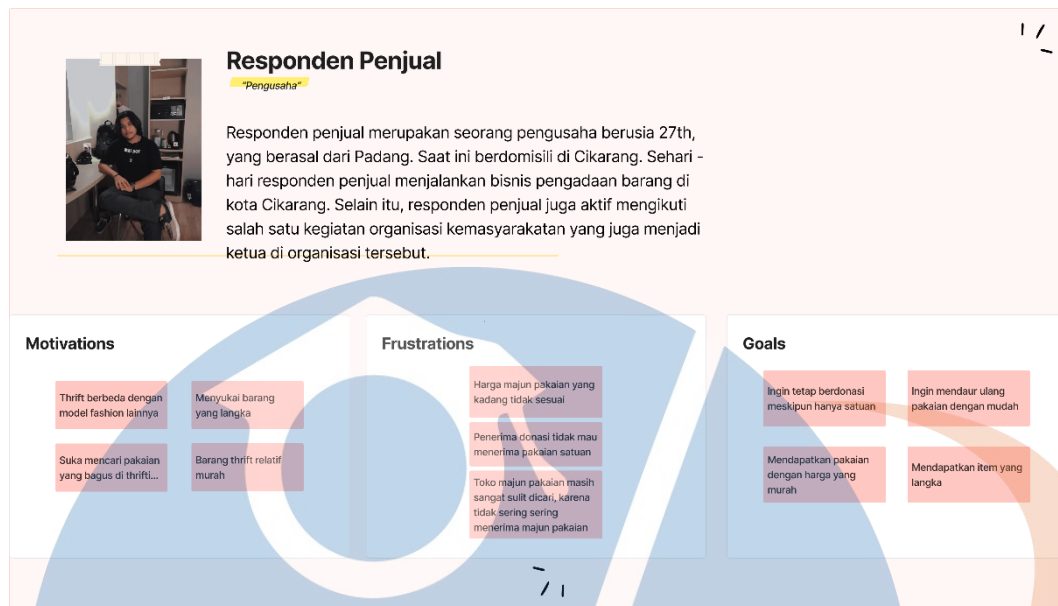
Seperti pada Tabel 4.1.5 *User Journey* pada aplikasi *thrifting* melibatkan lima tahapan: *Search*, *View Product Details*, *Saving Products to Favorites*, *Transaction*, dan *Leave a Review*. Pada tahap *Search*, pengguna membuka aplikasi, mencari produk, dan memfilter hasil berdasarkan preferensi mereka. Kemudian, pada tahap *View Product Details*, pengguna mengeklik produk yang menarik dan memeriksa deskripsi, harga, dan foto produk secara detail. Dalam tahap *Saving Products to Favorites*, pengguna menyimpan produk yang disukai untuk pertimbangan lebih lanjut. Saat *Transaction*, pengguna melakukan pembelian dengan mengisi informasi pengiriman dan pembayaran. Akhirnya, di tahap *Leave a Review*, pengguna memberikan ulasan tentang produk yang dibeli. Setiap tahap memiliki tujuan spesifik, seperti menemukan produk berkualitas, memahami detail produk, menyimpan produk favorit, menyelesaikan transaksi dengan aman, dan memberikan umpan balik. Namun, masalah seperti hasil pencarian yang terlalu banyak, deskripsi produk yang kurang jelas, keterbatasan jumlah favorit, ketidakpercayaan terhadap penjual, dan kurangnya motivasi untuk menulis ulasan dapat muncul di setiap tahap. Untuk meningkatkan pengalaman pengguna, berbagai ide seperti memperbaiki algoritma pencarian, memberikan panduan deskripsi produk, menambah fitur perbandingan produk, menawarkan sistem penjaminan pembayaran, dan memberikan insentif untuk ulasan produk dapat diterapkan.

4.1.6 User Persona

User Persona merupakan kumpulan informasi atau umpan balik yang diambil dari *affinity* diagram dan *user journey* yang akan menjadi *user persona*.

1. User Persona Responden Penjual

Berikut merupakan hasil pembuatan *user persona* untuk responden penjual, yang merupakan seorang pengusaha yang berusia 27 tahun. Saat ini responden penjual berdomisili di Cikarang. Sehari-hari responden penjual menjalankan bisnis pengadaan barang di kota Cikarang. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.1.6.1.

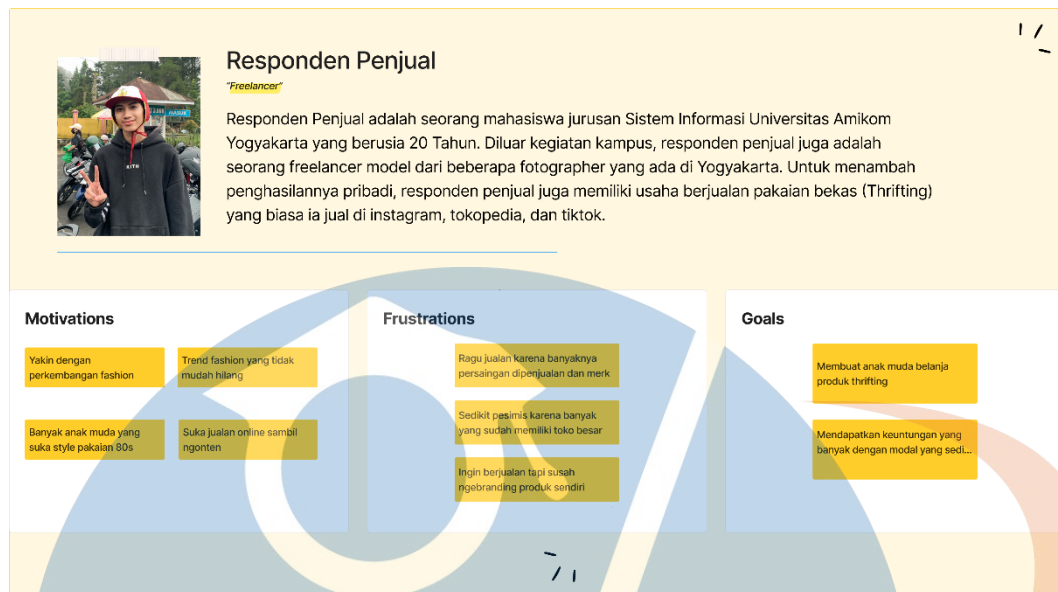


Gambar 4.1.6.1 User Persona Responden Penjual

Pada Gambar 4.1.6.1, merupakan *Motivations* responden penjual yaitu menyukai barang yang langka dan barang *thrift* itu relatif murah. *Frustrations* responden penjual yaitu penerima donasi tidak mau menerima pakaian satuan dan toko majun pakaian masih sangat sulit dicari, karena tidak sering-sering menerima majun pakaian. *Goals* responden penjual yaitu ingin tetap berdonasi meskipun hanya satuan dan ingin mendaur ulang pakaian dengan mudah.

2. User Persona Responden Pembeli

Berikut merupakan hasil pembuatan *user* persona untuk responden penjual, yang merupakan seorang mahasiswa jurusan sistem informasi Universitas Amikom Yogyakarta yang berusia 20 tahun. Responden Pembeli juga memiliki usaha berjualan pakaian bekas yang dia jual di Instagram dan Tokopedia. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.1.6.2.



Gambar 4.1.6.2 User Persona Responden Pembeli

Pada Gambar 4.1.6.2, merupakan *Motivations* pembeli yaitu yakin dengan perkembangan *fashion* dan banyak anak muda yang suka *style* pakaian 80an. *Frustrations* pembeli yaitu sedikit pesimis karena banyak yang sudah memiliki toko besar dan ingin berjualan tapi susah *breanding* produk sendiri. *Goals* pembeli yaitu membuat anak muda belanja produk *thrifting* dan mendapatkan keuntungan yang banyak dengan modal yang sedikit.

3. User Persona Responden Netral

Berikut merupakan hasil pembuatan *user* persona untuk responden penjual, yang merupakan pemilik salah satu *event organizer* yang ada di bali, responden netral berusia 36 tahun. Responden netral merupakan seorang yang bekerja di bidang EO. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.1.6.3.



Gambar 4.1.6.3 User Persona Responden netral

Pada Gambar 4.1.6.3, merupakan *Motivations* Netral yaitu memiliki tujuan donasi yang jelas dan memudahkan orang yang ingin menjual pakaian. *Frustrations* Netral yaitu ragu dan takut donasinya akan dimanfaatkan secara pribadi oleh perusahaan dan tidak suka jika barang itu tidak sampai pada orang yang membutuhkan. *Goals* Netral yaitu bisa aman dalam berdonasi.

4.1.7 Pokok Permasalahan

Pokok permasalahan yang bisa diambil dari wawancara, *Affinity* diagram, *User Journey*, dan *User persona* pada tiga responden tersebut yaitu :

1. Responden tidak memiliki wadah untuk menjual pakaiannya yang tak terpakai.
2. Responden ingin membeli pakaian yang berkualitas dengan harga murah.
3. Responden ingin menghindari pemborosan dengan membeli pakaian bekas yang memang masih bisa terpakai.

4.1.8 How Might We?

How might we ini merupakan *brainstorming* dari hasil riset (*UX research*) yang di dapat dari tiga responden tersebut yaitu :

1. Bagaimana agar pengguna yang memiliki pakaian berlebih mau untuk menjual pakaian agar tidak terbuang dan menjadi limbah pakaian yang menumpuk.
2. Bagaimana agar pengguna bisa bergaya dengan pakaian berkualitas tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar.
3. Bagaimana agar pengguna menerapkan hidup hemat untuk tidak membeli pakaian baru dengan harga yang mahal.

4.2 Perancangan UI/UX

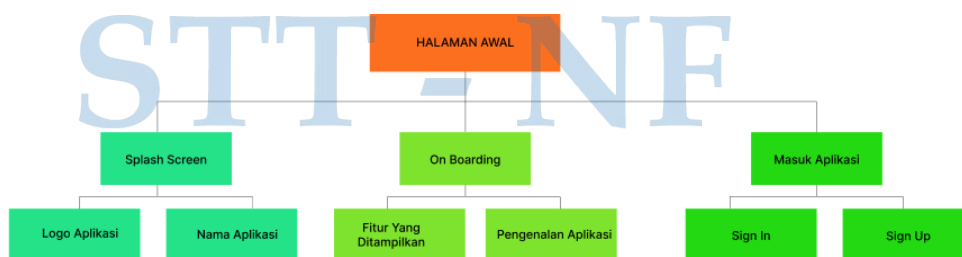
Pada tahapan ini, setelah menemukan permasalahan yang dihadapi oleh calon pengguna. Langkah selanjutnya adalah pembuatan rancangan aplikasi *mobile thrifting*.

4.2.1 Arsitektur Informasi

Arsitektur Informasi merupakan tahapan penting dalam pembuatan UX *Design*. Arsitektur Informasi berfokus pada panduan aliran agar pengguna dapat menggunakan aplikasi yang lebih teratur.

1. Arsitektur Halaman Awal

Pada arsitektur informasi halaman awal terdapat tiga proses yaitu *splash screen*, *on boarding*, dan masuk aplikasi. Seperti pada Gambar 4.2.1.1.



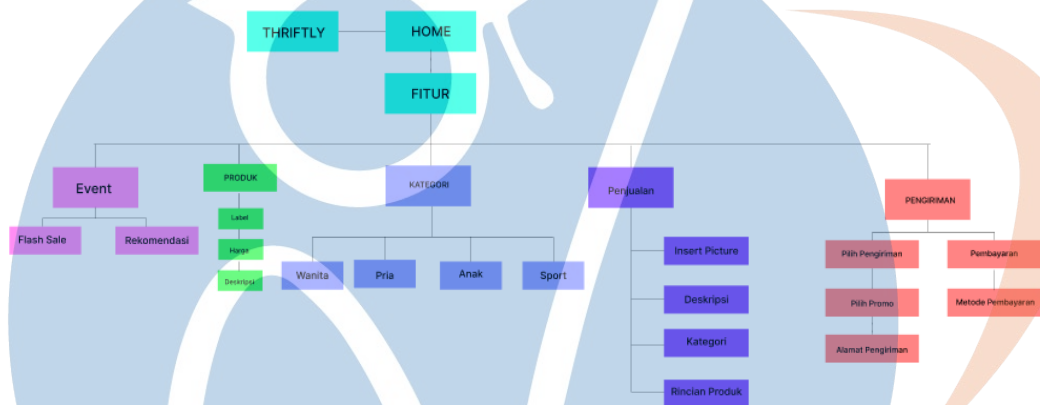
Gambar 4.2.1.1 Arsitektur Halaman Awal

Pada Gambar 4.2.1.1 Arsitektur Halaman Awal, ada beberapa proses yaitu *splash screen* yang berisi logo aplikasi dan nama aplikasi. Untuk *onboarding* yaitu

fitur ditampilkan dan pengenalan aplikasi. Dan untuk masuk aplikasi yaitu *sign in* dan *sign up*.

2. Arsitektur Halaman Utama

Pada arsitektur informasi halaman utama terdapat beberapa fitur yaitu event produk, kategori, penjualan, dan pengiriman. Seperti pada Gambar 4.2.1.2.



Gambar 4.2.1.2 Arsitektur Halaman Utama

Pada Gambar 4.2.1. 2 Arsitektur Halaman Utama, ada beberapa proses menuju fitur yaitu *event* ada *flash sale* dan rekomendasi. Produk ada label, harga, dan deskripsi. Kategori ada wanita, pria, anak, dan sport. Penjualan ada gambar produk, deskripsi dan kategori. Pengiriman ada pilih pengiriman, pilih promo dan pilih pembayaran.

4.2.2 Crazy 8

pada tahapan ini peneliti akan membuat sketsa dengan suatu teknik desain yang biasanya dilakukan dalam waktu delapan menit dengan alat tulis. *Crazy 8* ini dibuat untuk memunculkan ide-ide gambar. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.2.2.

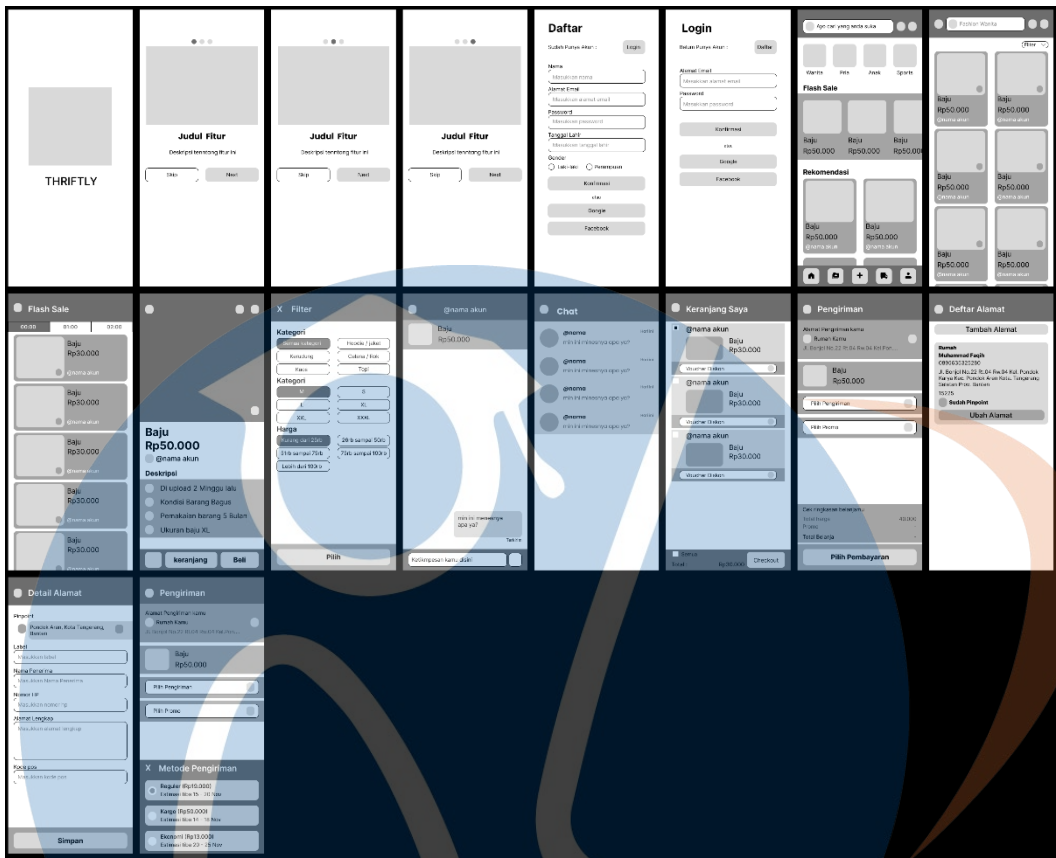


Gambar 4.2.2 Crazy 8

Seperti pada Gambar 4.2.2 *Crazy 8*, ada 8 gambar yang dibuat untuk tampilan untuk memunculkan ide yaitu ada gambar halaman *home*, halaman produk, halaman *chat*, halaman penjualan, halaman profil, halaman donasi, halaman *flash sale*, dan halaman produk.

4.2.3 *Wireframe*

Tahapan selanjutnya yaitu *Wireframe*, pada tahapan ini peneliti akan membuat kerangka atau *blueprint* yang berisi arsitektur informasi yang dibuat sebelum proses *high fidelity*. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.2.3, dan Gambar 4.2.4.



Gambar 4.2.3 Wireframe 1



Gambar 4.2.4 Wireframe 2

Seperti pada Gambar 4.2.3 *Wireframe 1* dan Gambar 4.2.4, merupakan hasil kerangka pada pembuatan UI. Pada tanda panah di gambar merupakan proses langkah-langkah selanjutnya ketika aplikasi itu sudah jadi akan menuju sesuai pada panah tersebut.

4.3 Implementasi Perancangan UI/UX

Setelah membuat sketsa dan *wireframe* tahapan selanjutnya yaitu UI Design. Pada tahapan ini peneliti akan membuat tampilan antar muka yang sederhana, mudah di akses oleh pengguna dan menyenangkan secara estetika.

4.3.1 Design System

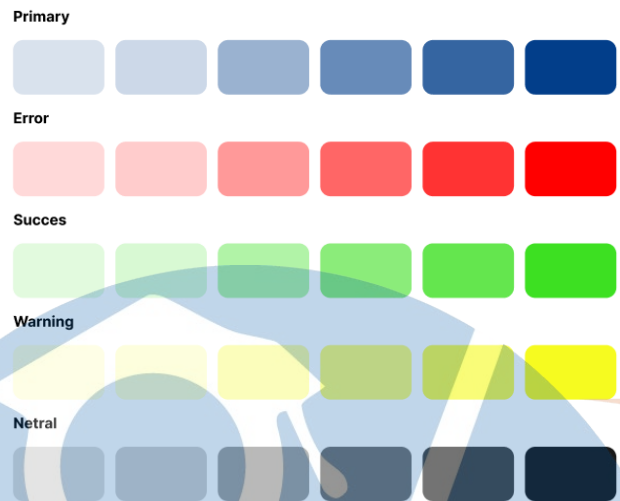
Tahapan awal dalam pembuatan UI *design* yaitu *design system*. Peneliti akan membuat kumpulan komponen *design* yang dapat digunakan kembali sehingga dapat dirangkai menjadi sebuah *layout* atau *page*. Di sini peneliti membuat 7 *design system* seperti pada Tabel 4.3.1.

Tabel 4.3.1 Design System

1	<i>Color</i>
2	<i>Icon</i>
3	<i>Button</i>
4	<i>Input Teks</i>
5	<i>Typescale</i>
6	<i>Navbar</i>
7	<i>Component</i>

1. Color

Pada *design system* “color” peneliti memilih warna biru dengan kode warna #023E8A sebagai warna dasar atau warna utama. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.1.1.

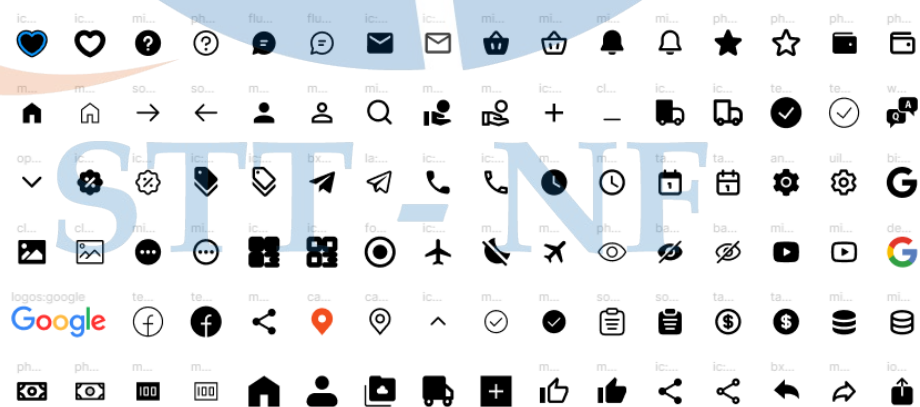


Gambar 4.3.1.1 Color

Pada gambar 4.3.1.1 *Color*, terdapat beberapa warna yaitu *primary* berwarna biru, dan *Error* berwarna merah, dan *Succes* berwarna Hijau, dan *Warning* berwarna kuning, dan Netral berwarna hitam.

2. *Icon*

Pada *design system "Icon"* peneliti membutuhkan berbagai macam *icon* seperti gambar di bawah ini. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.1.2.

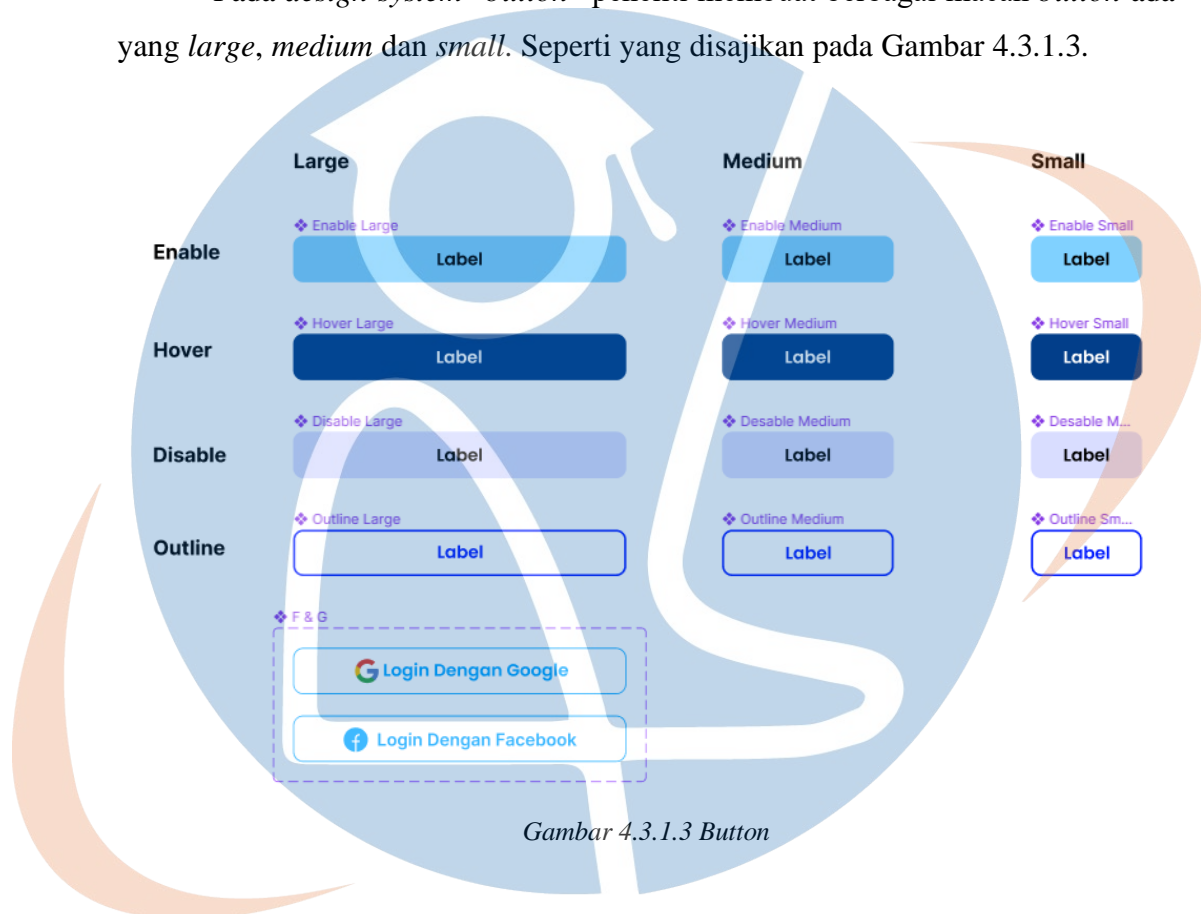


Gambar 4.3.1.2 Icon

Pada gambar 4.3.1.2 *Icon*, terdapat beberapa *icon* seperti *icon like*, *icon keranjang*, *icon pengiriman*, *icon pesan*, dll.

3. *Button*

Pada *design system "button"* peneliti membuat berbagai macam *button* ada yang *large*, *medium* dan *small*. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.1.3.

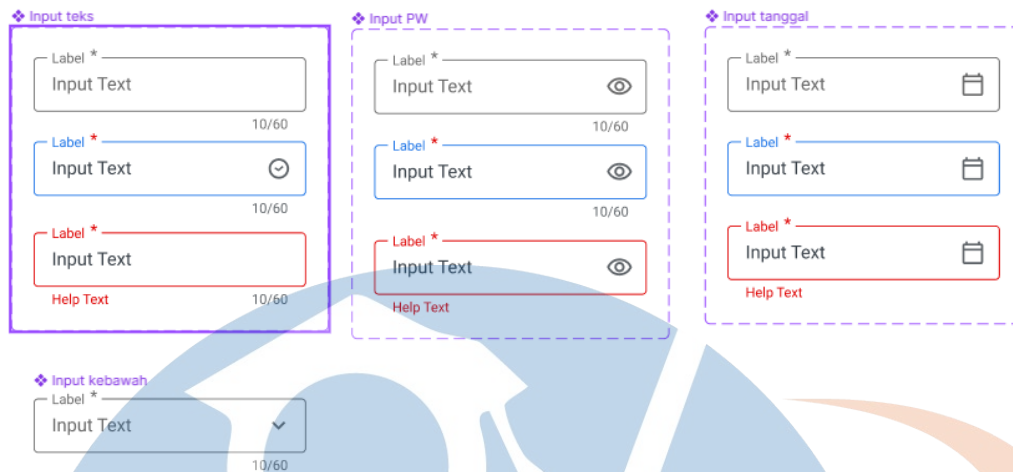


Gambar 4.3.1.3 *Button*

Pada gambar 4.3.1.3 *Button*, terdapat bermacam-macam *button* yaitu *enable*, *hover*, *disable*, dan *outline*.

4. *Input Teks*

Pada *design system Input Teks*” peneliti membuat 3 jenis *input* teks untuk memasukkan teks, *input* teks untuk memasukkan *password*, dan *input* teks untuk tanggal. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.1.4.



Gambar 4.3.1.4 Input Teks

Pada gambar 4.3.1.4 *Input Teks*, terdapat 3 jenis *input* teks yaitu *input* teks belum di isi (warna abu-abu), *input* teks sudah di isi (warna biru), dan *input* teks salah (warna merah).

5. *Typescale*

Pada *design system* “*Typescale*” Peneliti menggunakan jenis huruf “*Poppins*”. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.1.5.

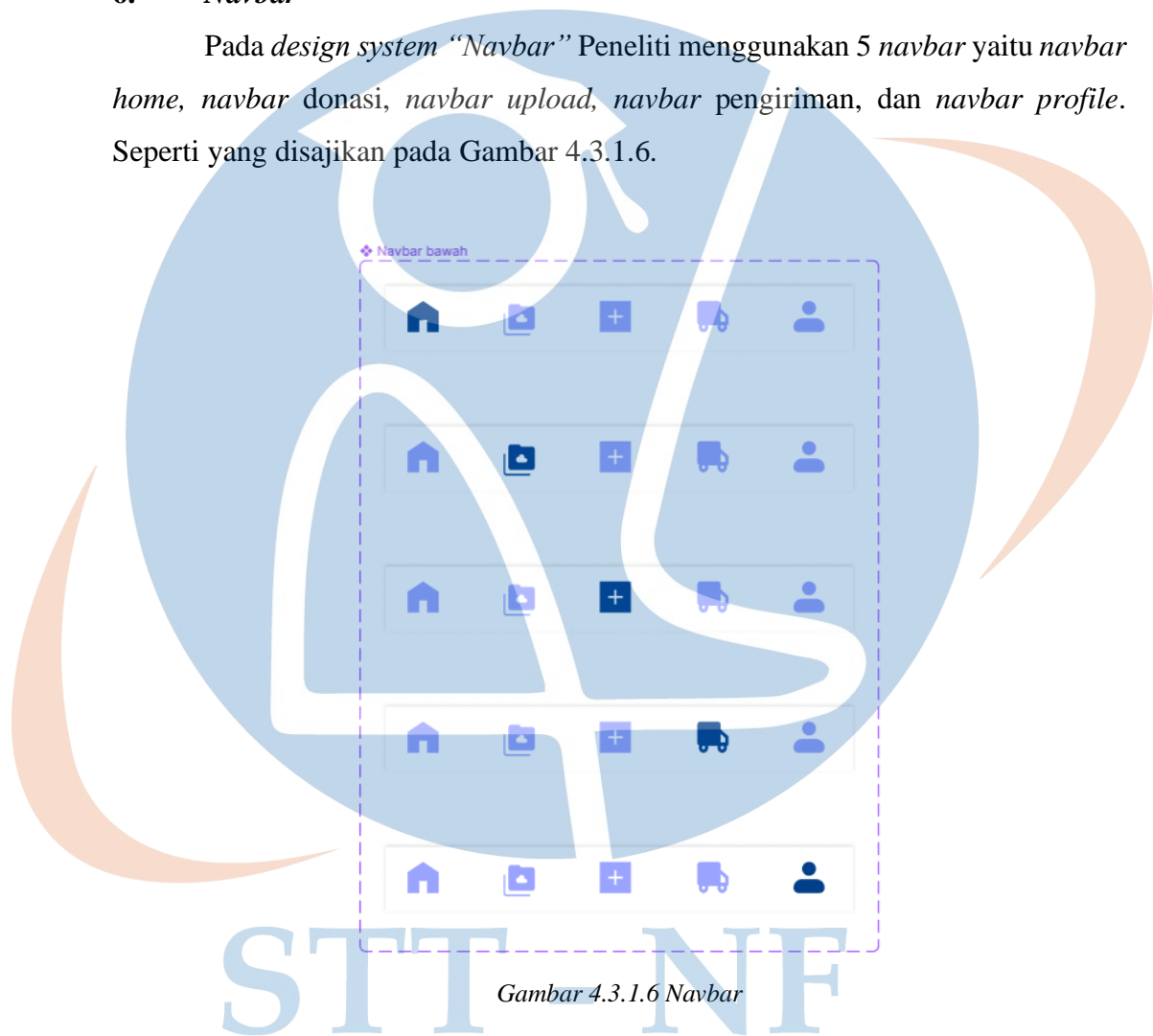
TITLE/HEADER	32PX 2REM	THIS IS THE TYPE SCALE USED IN THIS APPLICATION.
	24PX 1.5REM	THIS IS THE TYPE SCALE USED IN THIS APPLICATION.
DESCRIPTION	15PX 0.9375REM	THIS IS THE TYPE SCALE USED IN THIS APPLICATION.
	20PX 1.25REM	THIS IS THE TYPE SCALE USED IN THIS APPLICATION.
PRICE OF THE RPRODUCT	20PX 1.25REM	THIS IS THE TYPE SCALE USED IN THIS APPLICATION.
BUY/MAKE OFFER BUTTONS	20PX 1.25REM	THIS IS THE TYPE SCALE USED IN THIS APPLICATION.
NOTIFICATIONS AND MESSAGES	20PX 1.25REM	THIS IS THE TYPE SCALE USED IN THIS APPLICATION.
CATEGORIES AND FILTERS	15PX 0.9375REM	THIS IS THE TYPE SCALE USED IN THIS APPLICATION.
	20PX 1.25REM	THIS IS THE TYPE SCALE USED IN THIS APPLICATION.

Gambar 4.3.1.5 *Typescale*

Pada gambar 4.3.1.5 *Typescale*, peneliti menggunakan *header* dengan ukuran 24px, dan untuk deskripsi, *button* dan *messages* berukuran 20px.

6. *Navbar*

Pada *design system* “*Navbar*” Peneliti menggunakan 5 *navbar* yaitu *navbar home*, *navbar donasi*, *navbar upload*, *navbar pengiriman*, dan *navbar profile*. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.1.6.



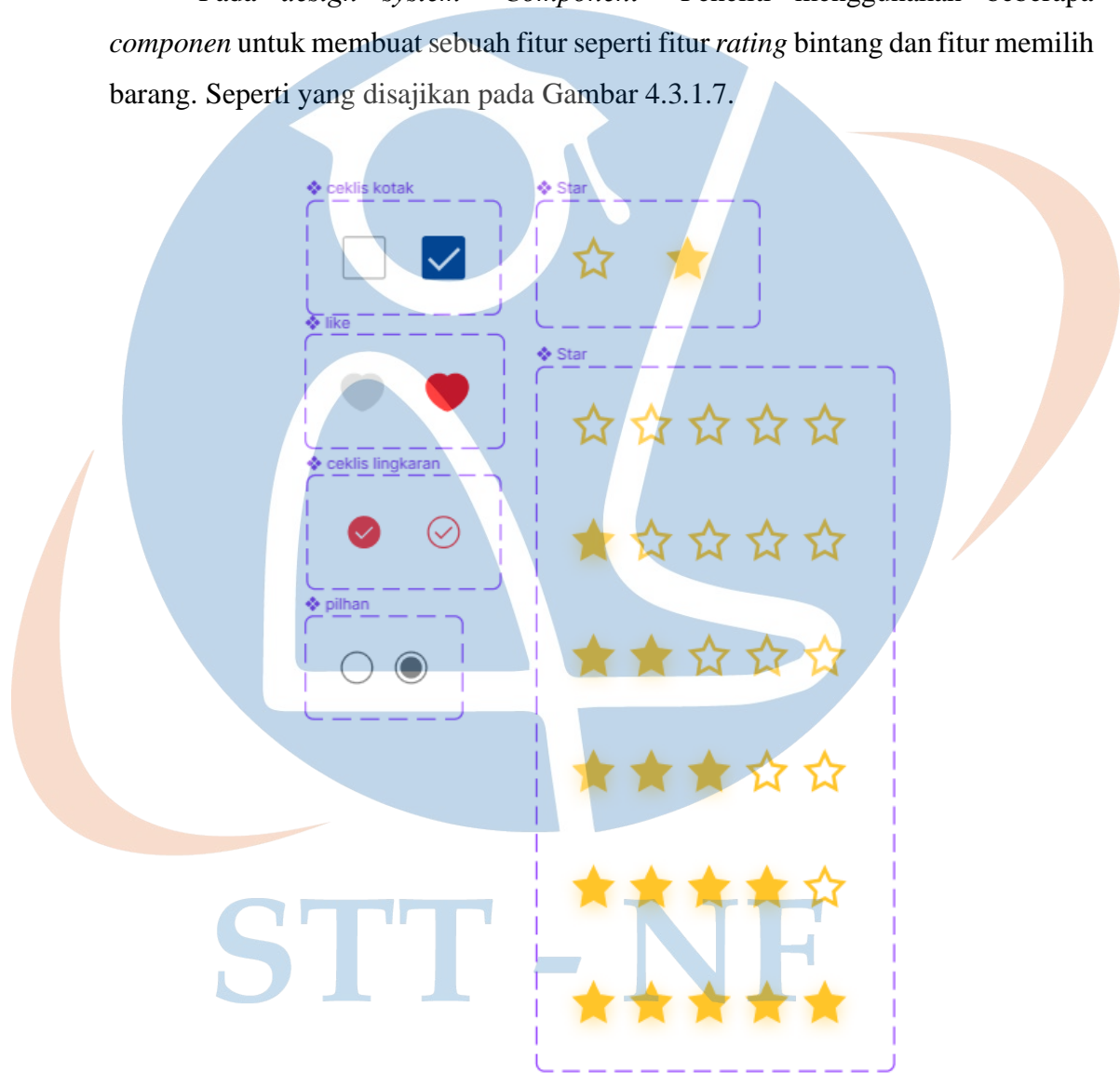
Gambar 4.3.1.6 *Navbar*

Pada gambar 4.3.1.6 *Navbar*, menunjukkan beberapa *navbar* seperti *navbar home* merupakan tampilan awal atau utama pada aplikasi tersebut. Untuk *navbar donasi* merupakan tampilan pakaian-pakaian yang di jadikan untuk donasi. Untuk *navbar upload* merupakan tampilan ketika ingin menjual pakaian *thrifting* tersebut. Untuk *navbar pengiriman* merupakan tampilan ketika *user* telah membeli pakaian yang telah dibeli untuk dikirim ke lokasi tujuan. Untuk *navbar profile* merupakan

tampilan profil kita seperti nama, alamat dan pakaian yang kita jual berada di halaman *profile*.

7. *Component*

Pada *design system "Component"* Peneliti menggunakan beberapa *componen* untuk membuat sebuah fitur seperti fitur *rating* bintang dan fitur memilih barang. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.1.7.



Gambar 4.3.1.7 *Component*

Pada gambar 4.3.2.7 *Component*, merupakan *component* yang akan digigunakan seperti *component Star* yang di gunakan ketika *user* telah membeli pakaian yang dia beli. Untuk *component like* itu di gunakan ketika *user* menyukai

pakaian tersebut. Untuk *component* ceklis atau pilihan digunakan ketika *user* ingin memilih pakaian yang ada di keranjang atau ketika *user* ingin memilih kategori pakaian.

4.3.2 High Fidelity

High Fidelity merupakan suatu rancangan desain yang memiliki tingkat presisi yang tinggi atau dengan kata lain, rancangan desain tersebut memiliki warna, elemen, dan visual yang lengkap atau detail. Ini adalah hasil akhir dalam pembuatan aplikasi *mobile thrifting*. Di sini peneliti membuat 14 *page high fidelity* seperti pada Tabel 4.3.2.

Tabel 4.3.2 High Fidelity

1	<i>Splash Screen</i>
2	<i>On Boarding</i>
3	Daftar dan Login
4	Home
5	Kategori Produk
6	Flash Sale
7	Produk
8	Chat
9	Keranjang
10	Pemesanan
11	Upload Produk
12	Donasi
13	Profile
14	Pengantaran

1. *Splash Screen*

Splash screen merupakan tampilan pertama yang muncul ketika pengguna membuka aplikasi. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.2.1.

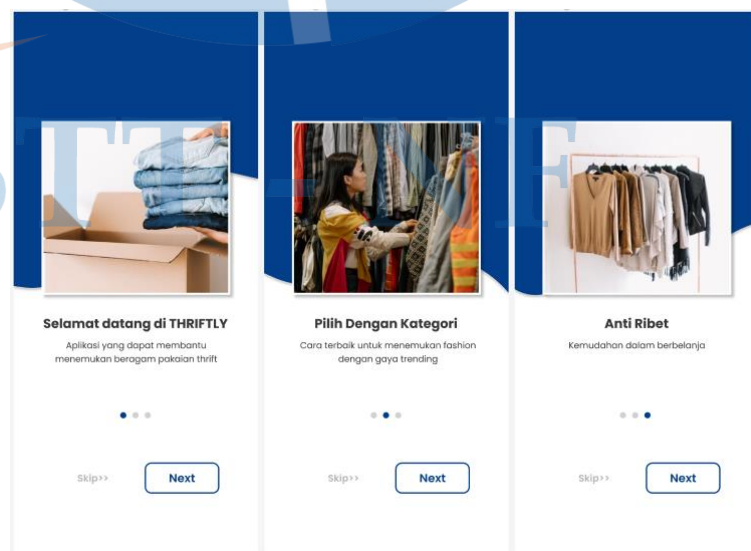


Gambar 4.3.2.1 Splash Screen

Pada gambar 4.3.2.1 *Splash Screen* , merupakan tampilan yang berperan sebagai pengantar sebelum masuk ke konten utama aplikasi.

2. *OnBoarding*

Halaman *onboarding* merupakan komponen yang sangat penting dalam desain UI/UX yang berperan dalam menyambut dan membimbing pengguna baru melalui fitur-fitur utama. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.2.2.

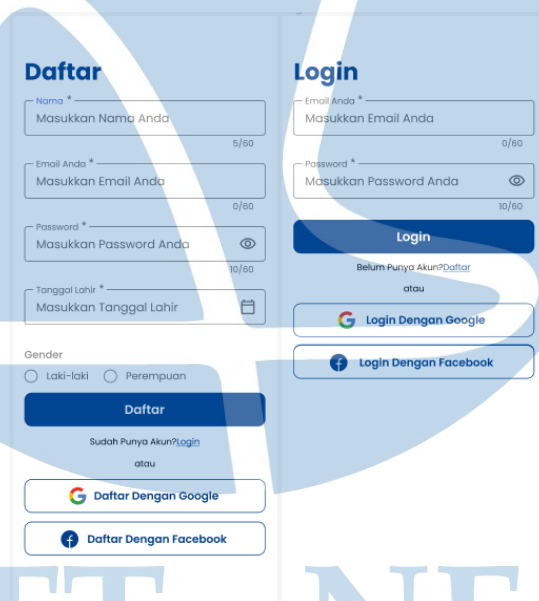


Gambar 4.3.2.2 OnBoarding

Pada gambar 4.3.2.2 *OnBoarding*, merupakan tampilan yang fungsinya untuk mengenalkan pengguna dengan fungsi dan manfaat yang ditawarkan, serta memastikan mereka dapat mulai menggunakan aplikasi dengan lancar dan tanpa kebingungan.

3. **Daftar dan Login**

Halaman Daftar atau registrasi untuk pengguna baru yang ingin mengakses aplikasi *Thrifting* ini. Halaman *Login* untuk memudahkan pengguna masuk ke dalam aplikasi dengan menggunakan email dan *password*. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.2.3.



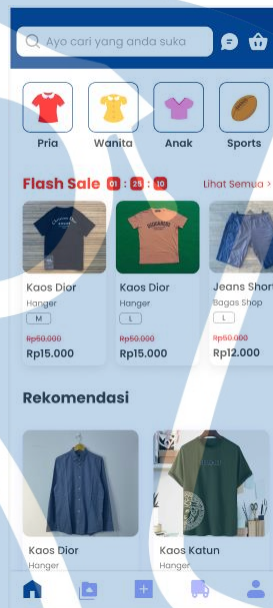
The image shows two side-by-side forms: 'Daftar' (Registration) and 'Login'. The 'Daftar' form includes fields for Name (5/60), Email (0/60), Password (10/60), and Date of Birth (10/60), with radio buttons for Gender (Laki-laki, Perempuan) and a 'Daftar' button. Below it are social login options: 'Daftar Dengan Google' and 'Daftar Dengan Facebook'. The 'Login' form includes fields for Email (0/60) and Password (10/60), a 'Login' button, and social login options: 'Login Dengan Google' and 'Login Dengan Facebook'. Both forms have a link to the other page: 'Belum Punya Akun? Daftar' or 'Sudah Punya Akun? Login'.

Gambar 4.3.2.3 *Daftar dan Login*

Pada gambar 4.3.2.3, *Daftar dan Login*, merupakan halaman daftar yang berisi nama, email, *password*, tanggal lahir, dan gender. Untuk halaman *login* yang berisi email dan *password* saja. Dan halaman daftar dan *login* juga bisa menggunakan Google dan Facebook.

4. *Home*

Halaman *Home* halaman utama dari sebuah aplikasi atau situs web yang berfungsi sebagai pusat navigasi dan titik awal bagi pengguna untuk mengakses berbagai fitur dan konten. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.2.4.

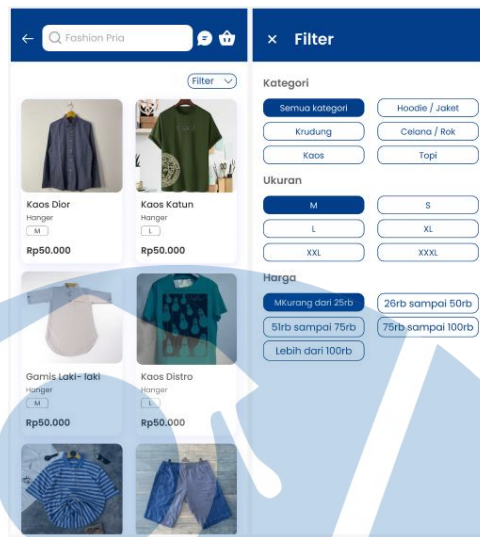


Gambar 4.3.2.4 Home

Pada gambar 4.3.2.4 *Home*, merupakan halaman yang memudahkan pengguna dalam melihat barang yang sudah siap dijual. Dan banyak fitur seperti rekomendasi, *flash sale*, dan kategori produk.

5. **Kategori Produk**

Halaman Kategori Produk adalah bagian dari sebuah aplikasi yang mengelompokkan produk-produk berdasarkan jenis, fungsi, atau atribut tertentu, sehingga memudahkan pengguna untuk menemukan barang yang mereka cari. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.2.5.

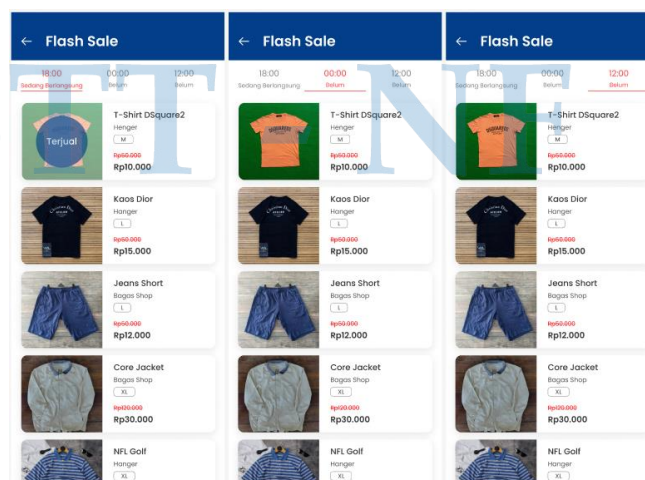


Gambar 4.3.2.5 Kategori Produk

Pada gambar 4.3.2.5 Kategori Produk, merupakan halaman yang menampilkan produk dan filter seperti filter kategori seperti jaket, kaos, celana, dll. Ada juga filter ukuran seperti M, S, L, XL, dll.

6. *Flash Sale*

halaman *Flash Sale* merupakan bagian spesial dalam sebuah aplikasi yang menampilkan penawaran produk dengan diskon besar dalam periode waktu yang terbatas. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.2.6.

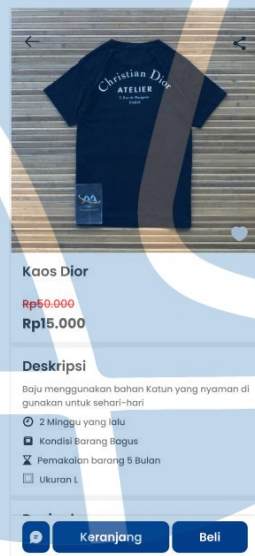


Gambar 4.3.2.6 Flash Sale

Pada gambar 4.3.2.6 *Flash Sale*, merupakan halaman yang didesain untuk menarik perhatian pengguna dengan menampilkan produk-produk populer atau eksklusif yang dijual dengan harga yang sangat murah, umumnya dilengkapi dengan *timer* penghitung mundur untuk menambah rasa mendesak.

7. Produk

Halaman Produk adalah bagian penting dari sebuah aplikasi yang menyediakan informasi terperinci tentang suatu produk tertentu. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.2.7.

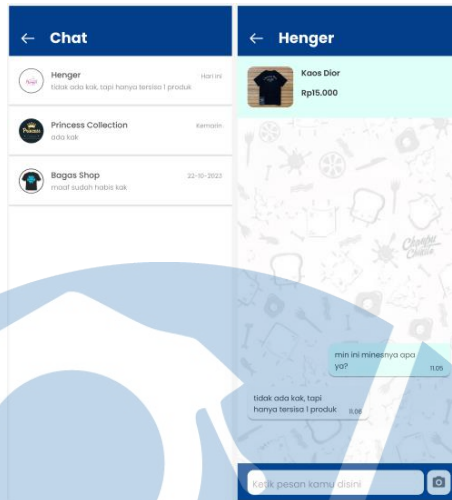


Gambar 4.3.2.7 Produk

Pada gambar 4.3.2.7 Produk, merupakan halaman yang biasanya mencakup foto produk, harga produk, dan deskripsi produk.

8. Chat

Halaman *Chat* merupakan komponen yang penting dalam sebuah aplikasi yang memungkinkan interaksi langsung antara pengguna dengan layanan pelanggan atau sesama pengguna. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.2.8.

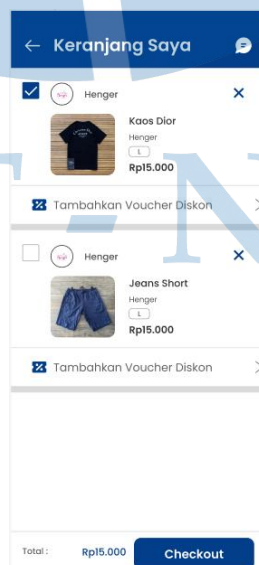


Gambar 4.3.2.8 Chat

Pada gambar 4.3.2.8 *Chat*, Di halaman ini *user* bisa menanyakan tentang produk ke penjual.

9. Keranjang

Halaman Keranjang merupakan komponen dari sebuah aplikasi yang menampilkan daftar produk yang telah dipilih oleh pengguna untuk dibeli. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.2.9.

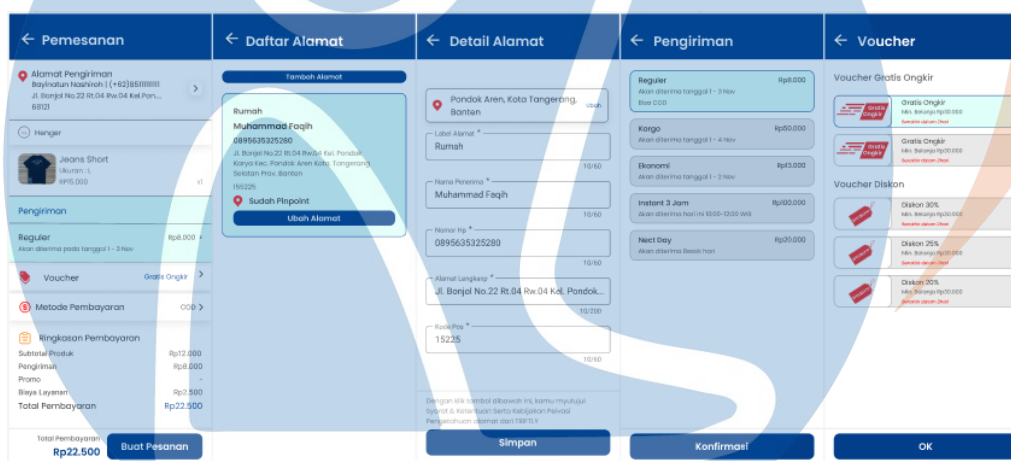


Gambar 4.3.2.9 Keranjang

Pada gambar 4.3.2.9 Keranjang, merupakan halaman yang fungsinya sebagai langkah awal dalam proses *checkout*, di mana pengguna dapat melihat dan mengatur produk yang akan dibeli sebelum melanjutkan ke tahap pembayaran.

10. Pemesanan

Halaman Pemesanan merupakan bagian dari platform aplikasi yang memfasilitasi pengguna dalam menyelesaikan proses pembelian produk atau layanan. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.2.10.

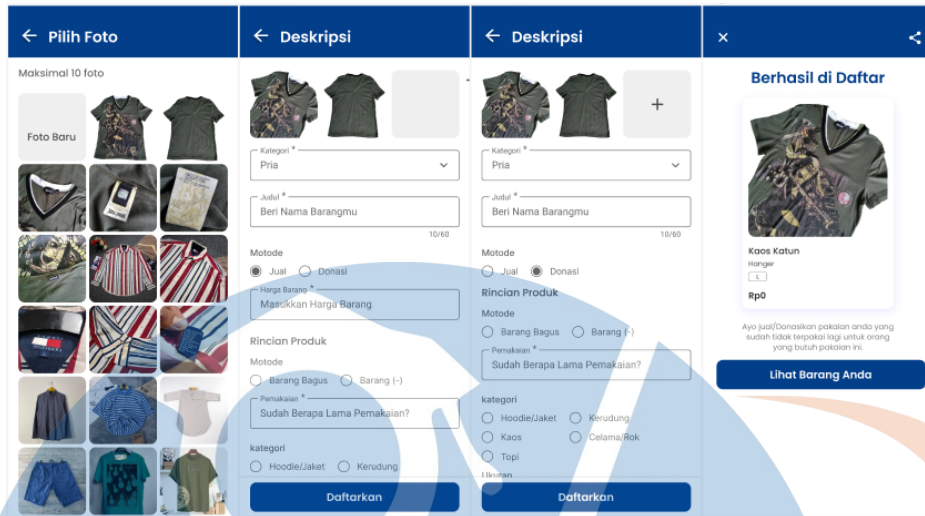


Gambar 4.3.2.10 Pemesanan

Seperti pada gambar 4.3.2.10 Pemesanan, Pada halaman ini pengguna diwajibkan untuk mengisi informasi yang penting seperti perincian pengiriman, metode pembayaran, dan konfirmasi pesanan.

11. Upload Produk

Halaman *Upload Produk* aplikasi yang memungkinkan penjual untuk menambahkan produk baru ke dalam katalog mereka disebut halaman *upload produk*. Pada halaman ini *user* juga bisa menjual atau mendonasi produk-produk Anda. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.2.11.

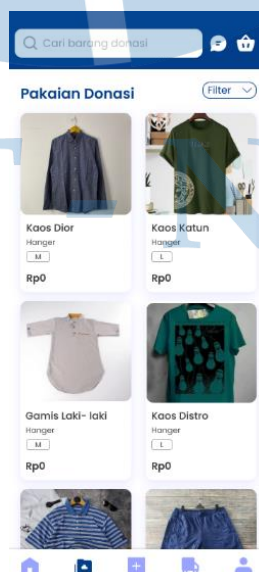


Gambar 4.3.2.11 Upload Produk

Pada gambar 4.3.2.11 *Upload* produk, merupakan halaman yang berisi foto produk yang ingin di jual, dan ada juga deskripsi yang berisi kategori, judul produk, metode pembayaran, dan perincian produk.

12. Donasi

Halaman Donasi merupakan bagian dari aplikasi setelah *user upload* produk donasi. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.2.12.

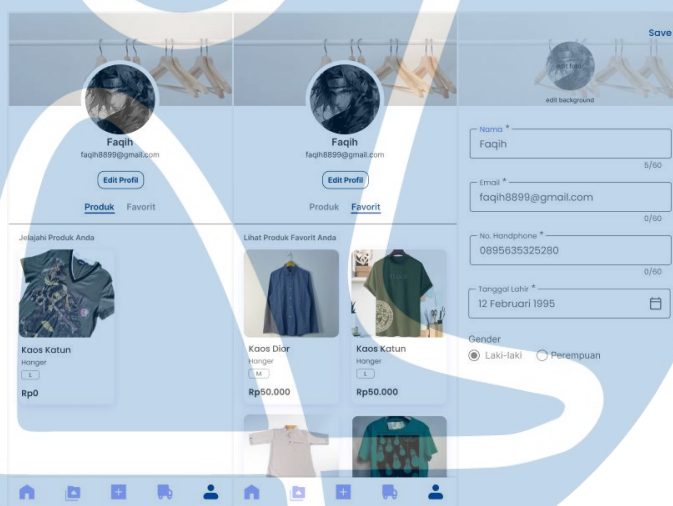


Gambar 4.3.2.12 Donasi

Seperti pada gambar 4.3.2.12 Donasi, pada halaman ini *user* bisa mengambil produk secara gratis.

13. Profile

Halaman *Profile*, merupakan bagian dari laman web atau aplikasi yang menampilkan data pribadi dan perincian akun pengguna. Pada halaman ini *user* bisa melihat produk *user* dan produk favorit atau yang disukai. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.2.13.

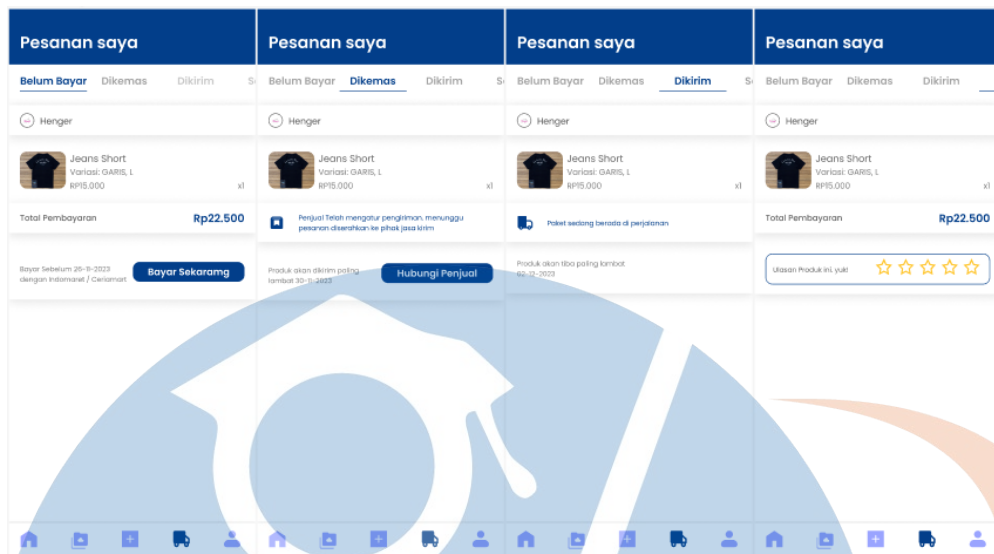


Gambar 4.3.2.13 Profile

Seperti pada gambar 4.3.2.13 *Profile*, pada halaman ini *user* bisa melihat produk *user* dan produk favorit atau yang disukai.

14. Pengantaran

Halaman Pengiriman adalah bagian dari aplikasi yang menampilkan informasi terkait proses pengantaran produk kepada pengguna. Seperti yang disajikan pada Gambar 4.3.2.14.



Gambar 4.3.2.14 Pengantara

Pada gambar 4.3.2.14 Pengantaraan, merupakan halaman yang berisi pesanan yang belum dibayar, pesanan lagi di kemas, pesanan sedang di kirim, dan pesanan diterima. Pada saat pesanan sudah di terima *user* bisa memberi *reting* atau bintang terhadap produknya.

4.4 Pengujian

Penggunaan wawancara dalam pengujian UI/UX *mobile thrifting* untuk mengurangi limbah pakaian bekas dengan menggunakan metode *Design Thinking* merupakan langkah yang sangat penting dalam memahami kebutuhan dan pengalaman pengguna secara mendalam. Hasil dari wawancara dapat dilihat pada Lampiran 3 Hasil Wawancara.

4.4.1 Kesimpulan Hasil Wawancara

Hasil wawancara kepada *user* menunjukkan bahwa aplikasi *mobile thrifting* memiliki beberapa yang sudah bagus namun juga memerlukan perbaikan pada beberapa aspek. Seperti yang disajikan pada Tabel 4.4.2.

4.4.1 Kesimpulan Hasil Wawancara

Pertanyaan	Sudah Bagus	Perlu Diperbaiki
<p>1. Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat halaman utama atau <i>home</i> aplikasi ini? Apakah tampilan dan tata letaknya rapi dan menarik membuat Anda ingin mengeksplorasi?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tampilan simpel dan tidak banyak gambar. • UI fleksibel dan memudahkan penggunaan. • Fitur lengkap pada tampilan <i>home</i>. • Rapi dan memudahkan navigasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • UI kurang <i>user-friendly</i>. • Kurang menarik karena minim efek 3D. • Tampilan kurang <i>fresh</i> dan aksen. • <i>Section</i> di atas <i>flash sale</i> perlu keterangan tambahan. • Navigasi fitur rekomendasi perlu lebih efisien.
<p>2. Bagaimana pendapat Anda tentang navigasi aplikasi ini? Apakah menu-menu pada aplikasi ini memberikan petunjuk yang jelas untuk berpindah antar halaman?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Navigasi dan menu sesuai. • Gambar responsif di berbagai perangkat. • Navigasi memudahkan berpindah halaman. • Navigasi jelas dan cocok untuk <i>e-commerce</i>. • Navigasi umumnya bagus. 	<ul style="list-style-type: none"> • Beberapa bagian belum ternavigasi dengan baik.
<p>3. Apakah desain dan tata letak <i>component</i> membantu Anda dalam memahami informasi dengan baik? Bagaimana dengan ukuran dan warna teks, apakah mudah dibaca?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gambar dan warna sesuai dengan menu dan informasi. • Desain dan tata letak bagus, UI mudah dipahami. • Tampilan bagus dan mudah dibaca, <i>flash sale</i> menarik perhatian. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tata letak UI perlu disederhanakan. • Perlu tambahan corak warna. • Ikon kategori perlu lebih realistis atau sesuai konten.

Pertanyaan	Sudah Bagus	Perlu Diperbaiki
	<ul style="list-style-type: none"> • Komponen desain jelas, teks mudah dibaca, ikon mudah dimengerti. 	
<p>4. Apakah menurut Anda dengan adanya fitur <i>flash sale</i> membuat Anda ingin membeli pakaian yang Anda inginkan? Kenapa!</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Flash sale</i> menarik karena pengguna menyukai diskon. • Diskon membuat barang lebih terjangkau. • Menarik karena menawarkan barang berkualitas dengan harga lebih murah. • Barang yang diinginkan tersedia dengan diskon. 	<ul style="list-style-type: none"> • Beberapa pengguna tidak tertarik karena menganggap semua baju <i>thrifting</i> sudah murah. • Kurang menarik bagi yang merasa kondisi pakaian adalah pembeda utama.
<p>5. Bagaimana menurut Anda dengan adanya fitur donasi bisa membantu Anda ketika ingin berdonasi pakaian? Apakah perlu di kembangkan lagi fitur donasinya?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inovatif dengan fitur donasi pakaian. • Memudahkan penyumbangan pakaian. • Pilihan pengiriman oleh donatur memastikan keinginan penerima terpenuhi. • Bisa ditingkatkan dengan informasi media sosial untuk konfirmasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak mencakup korban bencana dan panti asuhan. • Bisa menimbulkan harapan yang tidak sesuai dengan target kemanusiaan. • Ikon donasi kurang dikenal pengguna. • Perlu segmentasi lebih baik agar baju sampai ke orang yang tepat.
<p>6. Apakah ada masalah teknis atau kesalahan yang Anda temui selama penggunaan situs? Bagaimana Anda menanggapi masalah tersebut?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi berjalan lancar tanpa masalah performa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kolom <i>chat</i> perlu mendukung berbagai <i>file</i>, prioritaskan foto. • Navigasi dari tampilan <i>login</i> perlu perbaikan. • Beberapa navigasi masih kurang dan perlu diperbaiki.

Pertanyaan	Sudah Bagus	Perlu Diperbaiki
7. Apakah ada fitur yang Anda harapkan ada, tetapi tidak ditemukan pada aplikasi ini?	<ul style="list-style-type: none"> • Donasi mencakup korban bencana dan panti asuhan. • Banyak opsi pembayaran tersedia. • Filter lokasi atau penjemputan barang tanpa kurir memudahkan penjual atau pemberi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ikon atau navigasi <i>customer service</i> belum tersedia. • Informasi opsi pembayaran lainnya belum jelas. • Fitur sosial media (kontak WhatsApp) belum tersedia. • Fitur penjemputan barang tanpa kurir belum sepenuhnya diimplementasikan.
8. Apa salah satu yang paling Anda sukai dari aplikasi ini? Mengapa!	<ul style="list-style-type: none"> • Fitur donasi dan <i>flash sale</i> disukai pengguna. • Tampilan <i>feeds</i> di etalase menarik perhatian. • Donasi pakaian membantu menyumbangkan pakaian tidak terpakai. • Donasi mengolah kembali barang tidak layak pakai. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fitur donasi membingungkan pengguna. • Tidak ada tombol favorit untuk menyimpan pilihan baju.
9. Berikan saran atau masukan tertentu yang ingin Anda usulkan untuk meningkatkan pengalaman pengguna di aplikasi <i>thrifting</i> ini?	<ul style="list-style-type: none"> • Fitur donasi dan <i>flash sale</i> disukai pengguna. • Tampilan etalase menarik. • Donasi pakaian membantu menyumbangkan pakaian tidak terpakai. • Banyak opsi pembayaran tersedia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi perlu disederhanakan agar lebih <i>user-friendly</i>. • Fitur donasi membingungkan sebagian pengguna. • Tidak ada tombol favorit untuk menyimpan pilihan baju. • Informasi lokasi toko atau pengiriman kurang jelas.

Pertanyaan	Sudah Bagus	Perlu Diperbaiki
		<ul style="list-style-type: none"> • Kurang aksen warna menarik. • Fitur <i>chat customer service</i> dan kontak sosial media belum tersedia.
<p>10. Menurut Anda apakah dengan adanya aplikasi <i>thrifting</i> ini bisa mengurangi limbah pakaian? kenapa!</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Thrifting</i> membantu mengurangi limbah pakaian. • Wadah bagi penyuka <i>thrifting</i> dan <i>outfit</i>. • Baju layak pakai tidak terbuang sia-sia. • Membantu menentukan nasib pakaian yang tidak dipakai lagi. • Bermanfaat bagi pemilik pakaian lama yang tidak muat dipakai. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Thrifting</i> tidak signifikan mengurangi limbah karena produksi industri tinggi. • Fitur donasi perlu dioptimalkan. • Aplikasi perlu disederhanakan untuk lebih <i>user-friendly</i>. • Informasi lokasi toko atau pengiriman kurang jelas. • Kurang aksen warna menarik dalam UI. • Tidak ada tombol favorit untuk menyimpan pilihan baju. • Fitur <i>chat customer service</i> dan kontak sosial media belum tersedia.

4.4.2 Hasil Perancangan UI/UX *Mobile Thrifting*

Perancangan aplikasi *thrifting* ini berhasil diselesaikan dengan mengedepankan prinsip-prinsip desain yang ramah lingkungan. Setiap fitur yang dikembangkan, mulai dari *splash screen* hingga halaman pengantaran, dirancang untuk memberikan pengalaman pengguna yang intuitif dan menyenangkan. Halaman *onboarding*, daftar dan *login*, serta *home*, menyediakan navigasi yang

mudah dan informatif bagi pengguna baru dan lama, memastikan mereka dapat mengakses fitur-fitur utama tanpa kesulitan.

Aplikasi ini tidak hanya memudahkan pengguna dalam membeli dan menjual produk *thrifting*, tetapi juga mendukung aktivitas donasi pakaian, yang berkontribusi pada pengurangan limbah pakaian. Halaman-halaman seperti kategori produk, flash sale, dan donasi dirancang untuk menarik perhatian pengguna dan memotivasi mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan *thrifting*. Selain itu, fitur chat, keranjang, dan pemesanan memastikan proses transaksi berjalan lancar dan efisien, meningkatkan kepuasan pengguna secara keseluruhan.

Evaluasi pengguna menunjukkan respons positif terhadap keseluruhan desain dan fungsionalitas aplikasi, meskipun beberapa area masih memerlukan perbaikan untuk lebih menyempurnakan pengalaman pengguna. Pengguna menyoroti keunggulan seperti tampilan halaman utama yang bersih, navigasi yang sederhana, serta fitur *flash sale* dan donasi yang menarik. Hasil dari perancangan ini menunjukkan potensi besar aplikasi dalam menciptakan ekosistem *thrifting* yang efisien dan berkelanjutan, dengan tetap memperhatikan kebutuhan dan kenyamanan pengguna.

4.4.3 Hasil Pengujian UI/UX *Mobile Thrifting*

Berdasarkan tanggapan dari tujuh pengguna, terdapat pandangan yang beragam mengenai aplikasi *mobile thrifting* dalam mengurangi limbah pakaian.

Berikut adalah hal-hal yang bagus dan yang perlu diperbaiki.

1. Sudah Bagus

A. Tampilan Halaman Utama atau *Home*

Sebagian besar pengguna memberikan *feedback* positif tentang tampilan halaman utama aplikasi, menyebutnya rapi, simpel, dan mudah dipahami. Ini menunjukkan bahwa antarmuka pengguna cukup intuitif dan tidak terlalu rumit, yang membuatnya menarik bagi pengguna baru dan yang sudah terbiasa dengan aplikasi *e-commerce*.

B. Navigasi

Mayoritas responden setuju bahwa navigasi aplikasi mudah dan jelas. Menu-menu yang ada cukup responsif dan memberikan petunjuk yang memadai untuk berpindah antar halaman. Hal ini menandakan bahwa struktur navigasi aplikasi sudah dirancang dengan baik untuk memastikan kelancaran pengalaman pengguna.

C. Fitur *Flash Sale*

Banyak pengguna menyukai fitur *flash sale*, dengan beberapa mencatat bahwa diskon yang ditawarkan menarik perhatian mereka dan mendorong mereka untuk membeli. Ini adalah indikasi bahwa fitur ini efektif dalam menarik minat pengguna dan meningkatkan transaksi dalam aplikasi.

D. Fitur Donasi

Fitur donasi mendapat tanggapan positif dari beberapa pengguna, yang merasa ini adalah inovasi yang baik dan bermanfaat. Beberapa pengguna bahkan menyebutnya sebagai salah satu fitur yang paling mereka sukai, karena membantu dalam menyumbangkan pakaian yang tidak terpakai.

E. Kinerja Aplikasi

Hampir semua pengguna melaporkan bahwa mereka tidak mengalami masalah teknis atau kesalahan saat menggunakan aplikasi. Ini menunjukkan bahwa aplikasi cukup stabil dan andal dalam operasinya.

1. Perlu Diperbaiki

A. Desain dan Tampilan

Sejumlah pengguna mengusulkan peningkatan elemen desain seperti efek 3D atau penambahan aksesoris warna guna meningkatkan daya tarik tampilan. Terdapat juga rekomendasi untuk menyederhanakan tata letak UI agar tidak terlalu ramai dan lebih nyaman.

B. Fitur Donasi

Meskipun banyak yang menyukai fitur donasi, sebagian pengguna merasa perlunya perbaikan pada fitur tersebut. Terdapat saran untuk memberikan informasi yang lebih jelas mengenai tujuan dan proses donasi, serta untuk memperluas cakupan donasi ke kelompok yang lebih membutuhkan seperti korban bencana dan panti asuhan.

C. Navigasi yang Belum Optimal

Terdapat beberapa catatan terkait navigasi yang masih perlu ditingkatkan. Beberapa pengguna menginginkan navigasi yang lebih sederhana dan efisien, serta penambahan ikon atau menu tambahan seperti *customer service* untuk membantu pengguna mengatasi kendala yang mungkin mereka hadapi.

D. Informasi dan Fitur Tambahan

Pengguna mengusulkan penambahan fitur seperti pendaftaran akun untuk pembeli dan penjual, filter lokasi, dan ikon navigasi *customer service*. Terdapat juga saran untuk menambahkan *banner flash sale* di halaman utama dan menyediakan opsi pengiriman yang lebih fleksibel untuk fitur donasi.

E. Kontak dan Komunikasi

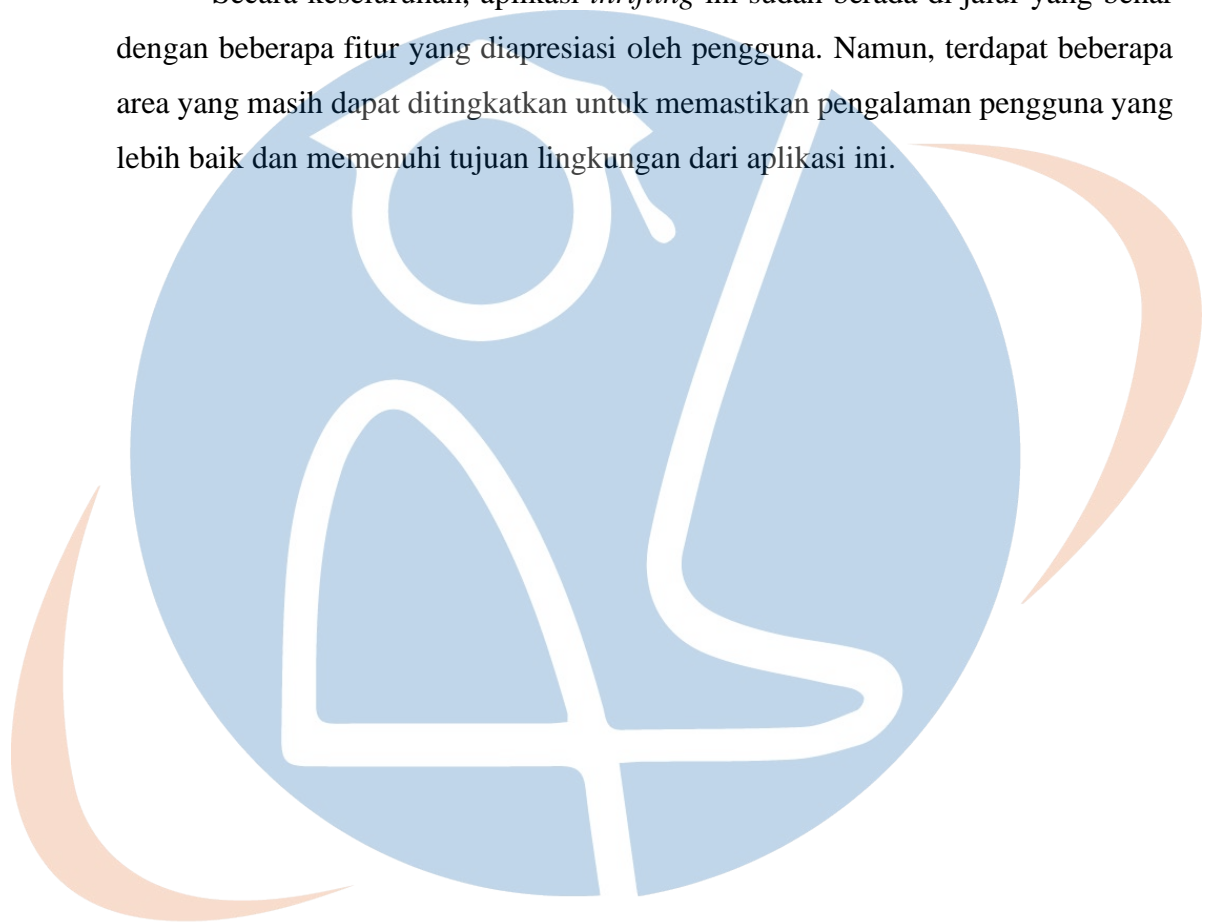
Beberapa pengguna merasa pentingnya adanya fitur kontak sosial media seperti *WhatsApp*, yang dapat mempermudah komunikasi antara penjual dan pembeli, serta antara pengguna dan pihak aplikasi. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan memfasilitasi transaksi serta penyelesaian masalah.

F. Pengurangan Limbah Pakaian

Meskipun banyak yang setuju bahwa aplikasi ini dapat membantu mengurangi limbah pakaian, terdapat pandangan bahwa dampaknya masih

terbatas karena tingginya produksi industri pakaian. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi perlu terus berinovasi dan mungkin memperluas inisiatif lingkungan yang lebih luas untuk mencapai tujuan ini.

Secara keseluruhan, aplikasi *thrifting* ini sudah berada di jalur yang benar dengan beberapa fitur yang diapresiasi oleh pengguna. Namun, terdapat beberapa area yang masih dapat ditingkatkan untuk memastikan pengalaman pengguna yang lebih baik dan memenuhi tujuan lingkungan dari aplikasi ini.



STT - NF

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Cara untuk identifikasi kebutuhan pengguna *design thinking* yang mendalam terdiri dari *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Proses dimulai dengan melakukan penelitian yang mendalam dan observasi untuk memahami kebutuhan dan masalah pengguna potensial. Hasil dari proses *design thinking* yaitu *define* melakukan wawancara kepada tiga responden penjual, pembeli, dan netral. *Ideate* memberikan ide dari hasil wawancara responden yang susah mencari wadah untuk menjual pakaiannya dan responden ingin berdonasi pakaian dengan mudah. *Prototype* melakukan perancangan terdiri dari 14 *page* yaitu *home*, produk, donasi, dsb. *testing* dilakukan wawancara kepada tujuh *user* untuk mengetahui aplikasi *thrifting* sudah oke atau tidak.
2. Berdasarkan hasil pengujian terhadap beberapa pengguna, mayoritas setuju bahwa aplikasi *thrifting* memiliki potensi untuk mengurangi limbah pakaian meskipun dalam skala yang bervariasi. *User* satu dan *user* empat menyatakan bahwa aplikasi ini bisa sedikit mengurangi limbah pakaian dan kebiasaan membuang pakaian lama yang tidak terpakai. *User* dua melihat aplikasi ini sebagai wadah yang baik bagi penyuka *thrifting* dan *outfit*, sehingga secara tidak langsung membantu mengurangi limbah. Selain itu, *user* lima menekankan bahwa pakaian yang layak pakai dan memberikan manfaat tidak akan terbuang sia-sia, sementara *user* enam menyoroti bahwa aplikasi ini sangat membantu bagi mereka yang bingung menentukan nasib pakaian yang tidak dipakai lagi. Di sisi lain, *user* tiga mengungkapkan bahwa *thrifting* tidak dapat secara signifikan mengurangi limbah pakaian karena tingginya produksi industri pakaian, menunjukkan bahwa solusi yang lebih luas diperlukan di tingkat produksi. *User* tujuh menambahkan bahwa aplikasi ini sangat bermanfaat bagi mereka yang memiliki pakaian

lama yang sudah tidak muat, dengan memungkinkan barang-barang tersebut diolah kembali dan dipakai kembali. Untuk meningkatkan efektivitas pengurangan limbah pakaian, perlu adanya peningkatan kesadaran di masyarakat mengenai pentingnya *thrifting* dan manfaatnya. Kolaborasi dengan industri pakaian untuk mengurangi produksi berlebih dan mendukung upaya keberlanjutan juga dapat menjadi langkah efektif dalam menangani masalah limbah pakaian secara lebih menyeluruh.

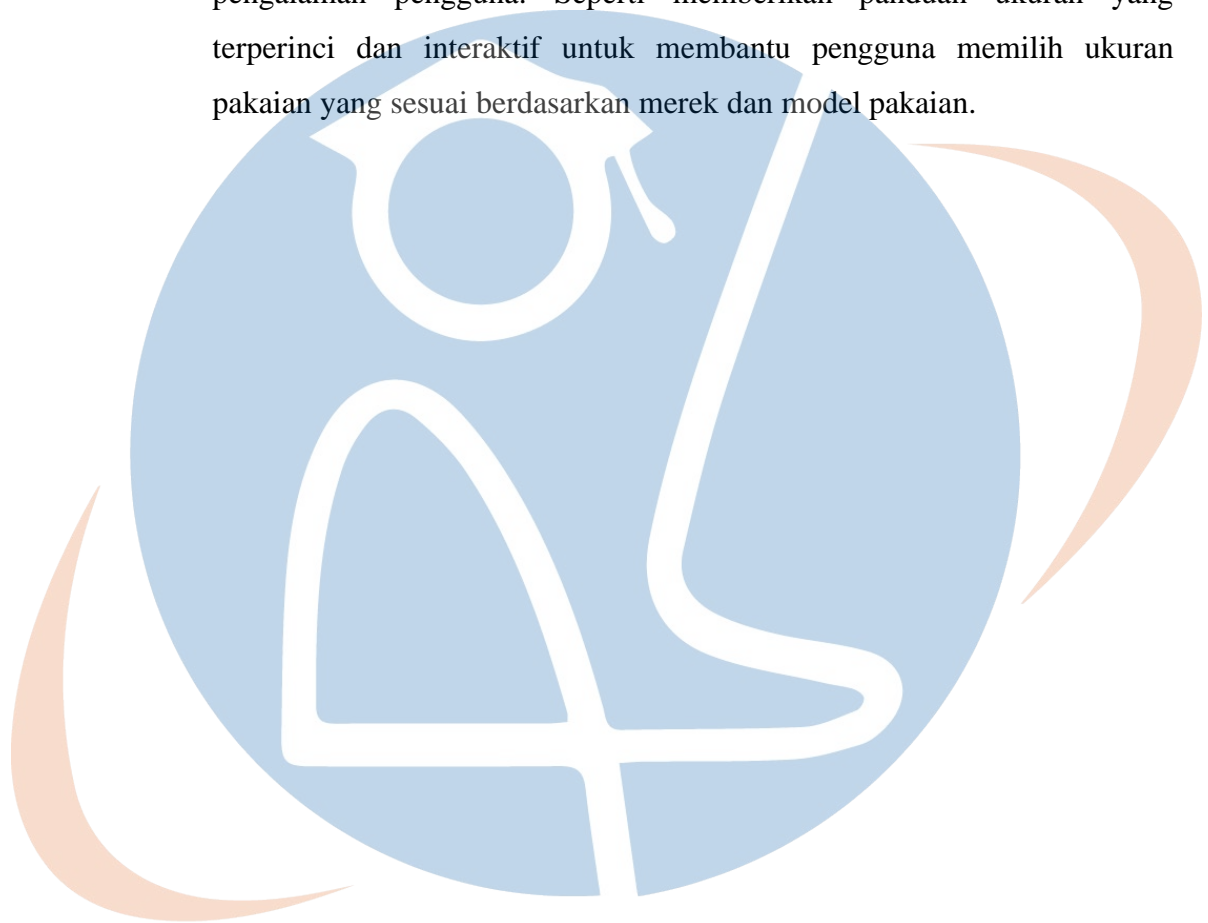
5.2 Saran

Adapun saran untuk peneliti selanjutnya yaitu:

1. Dalam pembuatan *mobile thrifting* pada *page* donasi masih banyak masukan dari responden yang masih belum terealisasi, seperti fitur donasi baju-baju untuk korban bencana dan untuk panti asuhan.
2. Dalam pembuatan *mobile thrifting* terhadap *page* donasi masih membutuhkan fitur tambahan seperti fitur pengumpulan poin, untuk mendapatkan pakaian donasi. Supaya meminimalisir sekecil mungkin pembelian pakaian donasi kepada pengguna yang tidak bertanggung jawab.
3. Pada pembuatan *mobile thrifting* ini mendapat saran untuk menambahkan fitur jarak barang dari penjual ke pembeli supaya bisa di ambil langsung jika jarak barang tersebut tidak jauh dari barang yang ingin di beli.
4. Pada pembuatan *mobile thrifting* terdapat rekomendasi untuk meningkatkan fungsionalitas aplikasi dan memperbaiki pengalaman pengguna, salah satunya adalah fitur pengecekan barang impor ilegal. Fitur ini dapat melibatkan verifikasi barang melalui *database* internasional untuk memeriksa nomor seri atau kode produk, serta sistem peringatan dan notifikasi yang memberitahu pengguna jika barang yang mereka beli terindikasi ilegal.
5. Dalam rangka mengatasi penjual yang tidak bertanggung jawab, diperlukan penerapan proses verifikasi yang ketat sebelum penjual diizinkan untuk memulai berjualan, termasuk verifikasi identitas dan dokumen bisnis. Selain itu, berikanlah kemampuan kepada pembeli untuk memberikan

rating dan ulasan terhadap penjual, sehingga penjual yang sering mendapat ulasan buruk dapat diberi peringatan.

6. Pada pembuatan *mobile thrifting* terdapat rekomendasi untuk meningkatkan *user experience* (UX) terhadap ukuran pakaian, supaya meningkatkan pengalaman pengguna. Seperti memberikan panduan ukuran yang terperinci dan interaktif untuk membantu pengguna memilih ukuran pakaian yang sesuai berdasarkan merek dan model pakaian.



STT - NF

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Rahman¹, H. Aryanto², dan A. Christianna³, “PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PRODUK FASHION DARI PENGELOLAAN LIMBAH FASHION,” Surabaya, 2019.
- [2] K. Rustan, A. Agustang, dan I. I. Idrus, “PENERAPAN GAYA HIDUP ZERO WASTE SEBAGAI UPAYA PENYELAMATAN LINGKUNGAN DI INDONESIA,” *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, vol. 2, no. 6, hlm. 1763–1768, Mei 2023, doi: 10.54443/sibatik.v2i6.887.
- [3] M. Bastomi *dkk.*, “Konservasi Lingkungan Melalui Edukasi Zero Waste,” vol. 01, no. 02, 2023, [Daring]. Tersedia pada: <https://miftahululum.or.id/ojs/index.php/mayara/index>
- [4] F. Bayu, A. Prodi, I. Komunikasi, dan J. I. Sosial, “POSITIONING PERSEBAYA STORE DALAM MEMBENTUK FASHION LIFESTYLE,” 2022.
- [5] B. Universitas dan I. Mulia, “Fenomena Thrifting sebagai Gaya Hidup Ramah Lingkungan Milenial di Jakarta PURNAMA AYU RIZKY TEGUH HIDAYATUL RACHMAD,” *CARAKA: Indonesia Journal of Communication*, vol. 4, no. 2, hlm. 47–54, 2023, doi: 10.25008/caraka.v4i2.79.
- [6] T. Nurapriyanti dan F. C. Hartono, “Pemaknaan Fashion Thrift sebagai Komunikasi,” *JBSI: Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia*, vol. 3, no. 01, hlm. 112–128, Agu 2023, doi: 10.47709/jbsi.v3i01.2772.
- [7] A. Syaraahiyya, E. Yuniarti, R. P. Pengembangan, M. Islam, F. Dakwah, dan D. Komunikasi, “Fenomena Thrift Shopping Di Kalangan Masyarakat Akibat Perubahan Gaya Hidup Hidup Modern (Studi Globalisasi Di Wilayah Jawa Timur),” *Terakreditasi Sinta*, vol. 5, no. 1, 2023, [Daring]. Tersedia pada: <http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/PB/issue/archive>

- [8] V. Tasril, M. Zen, E. S. Fitriani, dan A. D. Putra, “DESAIN UI/UX PROTOTIPE PEMBELAJARAN BERBASIS GAME KOSAKATA BAHASA INGGRIS DENGAN METODE HCD UI/UX DESIGN OF ENGLISH VOCABULARY GAME-BASED LEARNING PROTOTYPE USING THE HCD METHOD,” *Journal of Information Technology and Computer Science (INTECOMS)*, vol. 6, no. 1, 2023.
- [9] D. Haryuda Putra, M. Asfi, dan R. Fahrudin, “PERANCANGAN UI/UX MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING BERBASIS WEB PADA LAPORTEA COMPANY,” 2021.
- [10] S. Mufti Prasetyo, H. Simanjuntak, D. Bayu Laksono, dan M. Gilang Nanda Gunawan, “UI UX DEVELOPER,” *Jurnal Ilmu Komputer dan Pendidikan*, vol. 1, no. 1, 2022, [Daring]. Tersedia pada: <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/logic>
- [11] H. Dafitri *dkk.*, “Pelatihan Desain UI/UX Website UMKM Profile Labscarpe Dengan Aplikasi Figma,” 2023.
- [12] I. Effendy dan N. Sopiah, “PENGUNAAN PROTOTYPING DALAM PEMBUATAN APLIKASI MOBILE UNTUK LATIHAN TES TERTULIS IZIN MENGEMUDI,” 2017.
- [13] A. Poerna Wardhanie dan K. Lebdaningrum, “Pengenalan Aplikasi Desain Grafis Figma pada Siswa-Siswi Multimedia SMK PGRI 2 Sidoarjo (Introduction to the Figma Graphic Design Application for Multimedia Students at SMK PGRI 2 Sidoarjo),” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 3, no. 3, hlm. 165–174, 2022, doi: 10.35912/jpm.v3i3.1536.
- [14] W. Martin, P. Siregar, S. Harahap, dan R. S. Hardinata, “Implementasi Metode Design Thinking Dalam Perancangan dan Pembuatan Aplikasi Primer Koperasi,” *Bulletin of Information Technology (BIT)*, vol. 5, no. 1, hlm. 24–30, 2024, doi: 10.47065/bit.v5i1.1166.
- [15] K. Harlim dan N. Setiyawati, “Perancangan User Experience Aplikasi Mobile Majuli Menggunakan Metode Design Thinking,” 2022. [Daring]. Tersedia pada: <https://journal-computing.org/index.php/journal-ita/index>

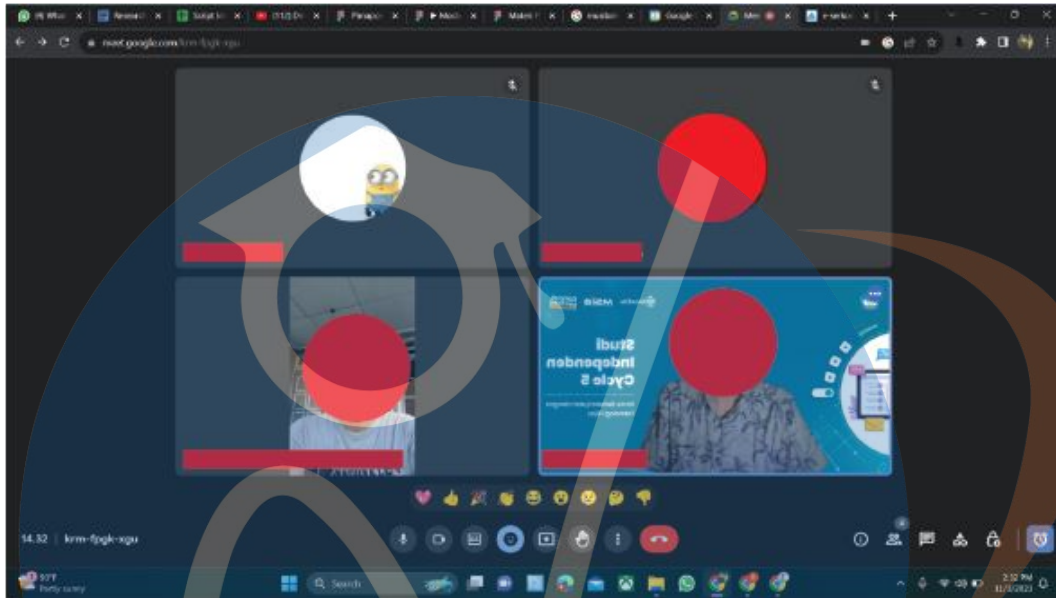
- [16] M. B. Thoyyib dan D. Hafidh Zulfikar, “Desain UI/UX Website Referral untuk Program Gerakan Funding Culture Menggunakan Figma,” 2023.
- [17] P. Kualitatif Heriyanto, “Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk,” *ANUVA*, vol. 2, no. 3, hlm. 317–324, 2018.

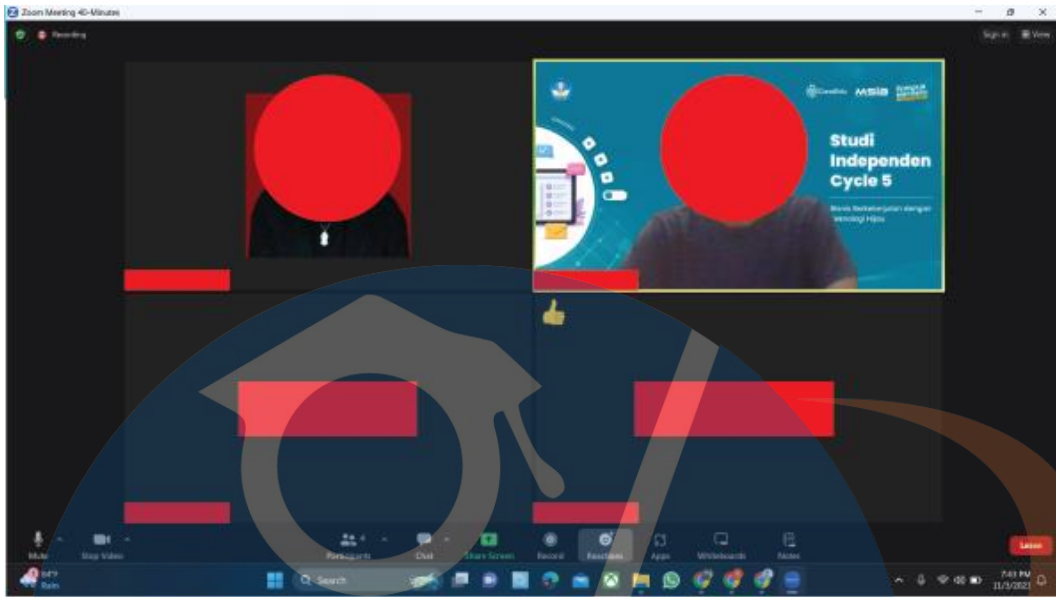


STT - NF

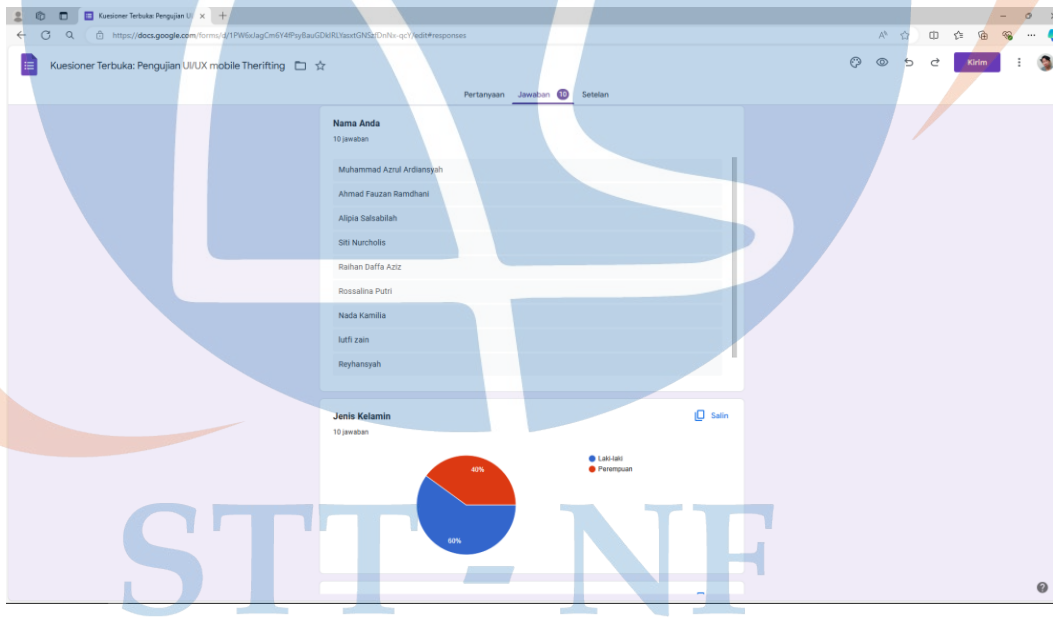
LAMPIRAN

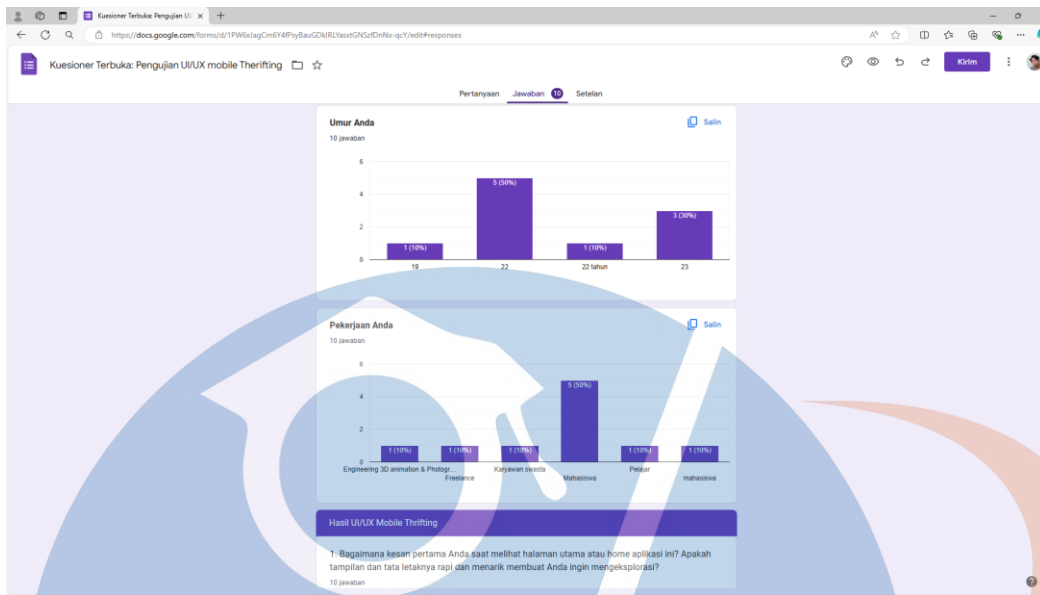
Lampiran 1 Responden





Lampiran 2 Pengujian





Lampiran 3 Hasil Wawancara

1. User Satu

Jenis Kelamin : Laki-laki

Umur : 19 Tahun

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
1. Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat halaman utama atau <i>home</i> aplikasi ini? Apakah tampilan dan tata letaknya rapi dan menarik membuat Anda ingin mengeksplorasi?	Halamannya oke . Menurut saya tampilannya sudah simpel tidak terlalu banyak gambar.	Halaman oke sudah sesuai tampilan simpel tidak banyak gambar.
2. Bagaimana pendapat Anda tentang navigasi aplikasi ini? Apakah menu-menu pada aplikasi ini memberikan petunjuk yang jelas untuk berpindah antar halaman?	Navigasinya oke . Menu pada aplikasinya sudah sesuai gambar dan responsif .	Navigasi dan menu aplikasi sudah sesuai, gambar responsif.

Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
3. Apakah desain dan tata letak <i>component</i> membantu Anda dalam memahami informasi dengan baik? Bagaimana dengan ukuran dan warna teks, apakah mudah dibaca?	Gambarnya sudah sesuai dengan menu dan sudah sesuai informasi. Untuk warnanya sudah bagus dan warnanya tidak menabrak.	Gambar dan warna sudah sesuai dengan menu dan informasi.
4. Apakah menurut Anda dengan adanya fitur <i>flash sale</i> membuat Anda ingin membeli pakaian yang Anda inginkan? Kenapa!	Menurut saya bagus dengan adanya fitur flash sale . Karena saya suka barang-barang diskon .	Fitur <i>flash sale</i> bagus karena saya suka diskon.
5. Bagaimana menurut Anda dengan adanya fitur donasi bisa membantu Anda ketika ingin berdonasi pakaian? Apakah perlu di kembangkan lagi fitur donasinya?	Menurut saya fitur donasinya masih kurang lengkap . Tidak ada untuk donasi pakaian untuk orang-orang membutuhkan seperti korban bencana dan panti asuhan .	Fitur donasi kurang lengkap karena tidak mencakup korban bencana dan panti asuhan.
6. Apakah ada masalah teknis atau kesalahan yang Anda temui selama penggunaan situs? Bagaimana Anda menanggapi masalah tersebut?	Tidak ada masalah ketika saya menjalankan aplikasinya .	Aplikasi berjalan tanpa masalah.
7. Apakah ada fitur yang Anda harapkan ada, tetapi tidak ditemukan pada aplikasi ini?	Yaitu fitur donasi untuk orang-orang membutuhkan seperti korban bencana dan panti asuhan .	Fitur donasi untuk korban bencana dan panti asuhan.
8. Apa salah satu yang paling Anda sukai dari aplikasi ini? Mengapa!	Yang paling saya sukai yaitu fitur donasi dan flash sale .	Saya paling suka fitur donasi dan <i>flash sale</i> .
9. Berikan saran atau masukan tertentu yang ingin Anda usulkan untuk meningkatkan pengalaman pengguna di aplikasi <i>thrifting</i> ini?	Saran saya tolong adakan fitur donasi untuk orang membutuhkan.	Tambahkan fitur donasi untuk orang membutuhkan.

Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
10. Menurut Anda apakah dengan adanya aplikasi <i>thrifting</i> ini bisa mengurangi limbah pakaian? kenapa!	Menurut saya masih bisa mengurangi limbah pakaian sedikit walaupun	Masih bisa sedikit mengurangi limbah pakaian.

2. User Dua

Jenis Kelamin : Laki-laki

Umur : 23 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
1. Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat halaman utama atau <i>home</i> aplikasi ini? Apakah tampilan dan tata letaknya rapi dan menarik membuat Anda ingin mengeksplorasi?	Kesan pertama melihat UI menurut saya kurang user friendly aja, tapi Dari segi <i>flexibility</i> UI sangat menarik dan memudahkan.	UI kurang <i>user-friendly</i> , tapi fleksibel dan memudahkan.
2. Bagaimana pendapat Anda tentang navigasi aplikasi ini? Apakah menu-menu pada aplikasi ini memberikan petunjuk yang jelas untuk berpindah antar halaman?	Navigasi pada aplikasi sangat memudahkan , mungkin saran saya di buat simpel saat berpindah antar halaman lebih baik .	Navigasi memudahkan, buat perpindahan halaman lebih simpel.
3. Apakah desain dan tata letak <i>component</i> membantu Anda dalam memahami informasi dengan baik? Bagaimana dengan ukuran dan warna teks, apakah mudah dibaca?	Cukup baik , mungkin Dari segi tata letak UI saja. Alangkah baiknya di buat lebih simpel agar tidak terlalu ramai .	Cukup baik, tata letak UI perlu disederhanakan.
4. Apakah menurut Anda dengan adanya fitur <i>flash sale</i> membuat Anda ingin membeli pakaian yang Anda inginkan? Kenapa!	Betul , karena kita di Indonesia suka akan yang namanya diskon .	Benar, orang Indonesia suka diskon.

Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
5. Bagaimana menurut Anda dengan adanya fitur donasi bisa membantu Anda ketika ingin berdonasi pakaian? Apakah perlu di kembangkan lagi fitur donasinya?	Menurut saya tidak usah , karena dengan adanya fitur donasi dapat membuat <i>user</i> seperti mengharapkan akan donasinya Dan tidak sesuai dengan target kemanusiaan .	Tidak perlu fitur donasi karena bisa menimbulkan harapan yang tidak sesuai dengan target kemanusiaan.
6. Apakah ada masalah teknis atau kesalahan yang Anda temui selama penggunaan situs? Bagaimana Anda menanggapi masalah tersebut?	Sejauh ini tidak ada .	Tidak ada
7. Apakah ada fitur yang Anda harapkan ada, tetapi tidak ditemukan pada aplikasi ini?	Overall selama saya lihat sudah cukup Dan tidak ada .	Sudah cukup
8. Apa salah satu yang paling Anda sukai dari aplikasi ini? Mengapa!	Tampilan saat di bagian etalase , karena disusun menyerupai <i>feeds</i> jadi orang tertarik .	Tampilan seperti <i>feeds</i> di bagian etalase menarik perhatian.
9. Berikan saran atau masukan tertentu yang ingin Anda usulkan untuk meningkatkan pengalaman pengguna di aplikasi <i>thrifting</i> ini?	Saran saya di buat lebih simpel saja aplikasinya agar <i>user friendly</i> bagi para pengguna yang kurang paham akan teknologi . Karena tidak semua penyuka <i>thrifting</i> itu anak muda .	Sederhanakan aplikasinya agar lebih user-friendly untuk semua kalangan, termasuk yang kurang paham teknologi.
10. Menurut Anda apakah dengan adanya aplikasi <i>thrifting</i> ini bisa mengurangi limbah pakaian? kenapa!	Karena dapat memberikan wadah bagi para penyuka <i>thrifting</i> Dan penyuka <i>outfit</i>	Memberikan wadah bagi penyuka <i>thrifting</i> dan <i>outfit</i> .

3. User Tiga

Jenis Kelamin : Laki-laki

Umur : 22 Tahun

Pekerjaan : *Freelance*

Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
1. Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat halaman utama atau <i>home</i> aplikasi ini? Apakah tampilan dan tata letaknya rapi dan menarik membuat Anda ingin mengeksplorasi?	Tampilannya cukup baik, hanya dirasa kurang menarik karena kurang efek 3d.	Tampilannya cukup baik, tapi kurang menarik karena kurang efek 3D.
2. Bagaimana pendapat Anda tentang navigasi aplikasi ini? Apakah menu-menu pada aplikasi ini memberikan petunjuk yang jelas untuk berpindah antar halaman?	Navigasi aplikasi sudah baik dan jelas .	Sudah baik dan jelas
3. Apakah desain dan tata letak <i>component</i> membantu Anda dalam memahami informasi dengan baik? Bagaimana dengan ukuran dan warna teks, apakah mudah dibaca?	Desain dan tata letak bagus , agar lebih sempurna mungkin corak warnanya harus ditambah, karena terlihat terlalu sederhana untuk menggunakan 2 warna saja .	Desain dan tata letak bagus, perlu tambahan corak warna agar lebih menarik.
4. Apakah menurut Anda dengan adanya fitur <i>flash sale</i> membuat Anda ingin membeli pakaian yang Anda inginkan? Kenapa!	Ya! , karena kita bisa mendapatkan apa yang kita butuh kan dengan harga yang lebih terjangkau dari biasanya.	Ya, karena bisa mendapatkan yang dibutuhkan dengan harga lebih terjangkau.
5. Bagaimana menurut Anda dengan adanya fitur donasi bisa membantu Anda ketika ingin berdonasi pakaian? Apakah perlu di kembangkan lagi fitur donasinya?	Inovasi yang cemerlang! Namun sepertinya akan lebih menarik jika fitur donasi pakaian dijadikan highlight di home , sebagai branding aplikasi.	Inovasi cemerlang! <i>Highlight</i> fitur donasi pakaian di home untuk <i>branding</i> aplikasi.
6. Apakah ada masalah teknis atau kesalahan yang Anda temui selama penggunaan situs?	Tidak ada	Tidak ada

Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
Bagaimana Anda menanggapi masalah tersebut?		
7. Apakah ada fitur yang Anda harapkan ada, tetapi tidak ditemukan pada aplikasi ini?	Selayaknya aplikasi maupun <i>website</i> pada umumnya, sepertinya perlu ditambahkan ikon/navigasi customer service di bawah, agar bila ada kendala atau lain hal, <i>customer</i> dapat bertanya/melaporkan kepada <i>customer service</i> .	Perlu tambahkan ikon atau navigasi <i>customer service</i> untuk memudahkan pengguna melaporkan kendala.
8. Apa salah satu yang paling Anda sukai dari aplikasi ini? Mengapa!	Donasi pakaian , salah satu inovasi yang sangat baik , karena banyak sekali orang menyimpan pakaian karena tidak lagi terpakai atau sudah tidak muat .	Donasi pakaian sangat baik karena membantu orang menyumbangkan pakaian yang tidak terpakai.
9. Berikan saran atau masukan tertentu yang ingin Anda usulkan untuk meningkatkan pengalaman pengguna di aplikasi <i>thrifting</i> ini?	Tambahkan corak warna agar tidak terlalu terkesan sederhana, highlight fitur donasi pakaian, dan sediakan fitur chat customer service	Tambahkan corak warna, highlight fitur donasi pakaian, dan sediakan fitur <i>chat customer service</i> .
10. Menurut Anda apakah dengan adanya aplikasi <i>thrifting</i> ini bisa mengurangi limbah pakaian? kenapa!	Sepertinya thrifting tidak dapat mengurangi limbah pakaian dalam skala besar. Karena perputaran produksi industri pakaian yang sangat tinggi .	<i>Thrifting</i> tidak dapat secara signifikan mengurangi limbah pakaian karena produksi industri pakaian yang tinggi.

4. User Empat

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 22 tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
1. Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat halaman utama atau <i>home</i> aplikasi ini? Apakah tampilan dan tata letaknya rapi dan menarik membuat Anda ingin mengeksplorasi?	Cukup <i>eye catchy</i> , karena belum terlalu banyak fitur jadi lebih mudah dipahami . Tampilan dan tata letak juga sudah pas dan cukup menarik untuk dieksplorasi .	<i>Eye catchy</i> , fiturnya belum terlalu banyak sehingga mudah dipahami. Tampilan dan tata letak sudah pas dan menarik untuk dieksplorasi.
2. Bagaimana pendapat Anda tentang navigasi aplikasi ini? Apakah menu-menu pada aplikasi ini memberikan petunjuk yang jelas untuk berpindah antar halaman?	Ya, karena aplikasinya hampir sama dengan aplikasi serupa lainnya jadi navigasi yang ada sudah cukup jelas memberikan petunjuk untuk berpindah antar halaman .	Ya, navigasinya cukup jelas untuk berpindah antar halaman.
3. Apakah desain dan tata letak <i>component</i> membantu Anda dalam memahami informasi dengan baik? Bagaimana dengan ukuran dan warna teks, apakah mudah dibaca?	Ya. Untuk ukuran dan warna teks sudah bagus , namun mungkin bisa didesain lebih <i>cozy</i> lagi.	Ukuran dan warna teks bagus, bisa lebih <i>cozy</i> dalam desainnya.
4. Apakah menurut Anda dengan adanya fitur <i>flash sale</i> membuat Anda ingin membeli pakaian yang Anda inginkan? Kenapa!	Bisa jadi , karena di fitur <i>flash sale</i> biasanya menawarkan harga yang lebih murah dari biasanya.	Fitur <i>flash sale</i> menawarkan harga lebih murah dari biasanya.
5. Bagaimana menurut Anda dengan adanya fitur donasi bisa membantu Anda ketika ingin berdonasi pakaian? Apakah perlu di kembangkan lagi fitur donasinya?	Cukup , mungkin bisa diperjelas donasi yang dimaksud akan disalurkan ke mana dan kapan, dan bagaimana prosesnya.	Donasi perlu diperjelas mengenai tujuan, waktu penyaluran, dan prosesnya.
6. Apakah ada masalah teknis atau kesalahan yang Anda temui selama penggunaan situs? Bagaimana Anda	Tidak ada.	Tidak ada.

Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
menanggapi masalah tersebut?		
7. Apakah ada fitur yang Anda harapkan ada, tetapi tidak ditemukan pada aplikasi ini?	Fitur untuk pendaftaran akun, baik akun sebagai pembeli maupun penjual/mitra (jika ada sampai ke sini).	Fitur pendaftaran akun untuk pembeli dan penjual/mitra.
8. Apa salah satu yang paling Anda sukai dari aplikasi ini? Mengapa!	Tata letak yang simpel , karena mudah dimengerti oleh user baru .	Tata letak simpel untuk memudahkan <i>user</i> baru.
9. Berikan saran atau masukan tertentu yang ingin Anda usulkan untuk meningkatkan pengalaman pengguna di aplikasi <i>thrifting</i> ini?	Mungkin jika ada fitur flash sale , bisa ditambahkan banner flash sale pada halaman/dashboard awal agar lebih menarik .	Tambahkan <i>banner flash sale</i> pada halaman awal untuk menarik perhatian.
10. Menurut Anda apakah dengan adanya aplikasi <i>thrifting</i> ini bisa mengurangi limbah pakaian? kenapa!	Bisa jadi , karena bisa mengurangi kebiasaan masyarakat yang suka membuang pakaian lama yang sudah tidak terpakai .	Bisa mengurangi kebiasaan membuang pakaian lama yang tidak terpakai.

5. User Lima

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 22 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
1. Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat halaman utama atau <i>home</i> aplikasi ini? Apakah tampilan dan tata letaknya rapi dan menarik membuat Anda ingin mengeksplorasi?	- Tampilan rapi hanya saja tampilannya yang belum terlalu fresh , terasa ada yang kurang aksen atau komponen tertentu. - Ada section yang terdapat kategori tertentu (di atas flash sale) namun tidak ada keterangan nama section itu apa.	Tampilan rapi, tapi kurang <i>fresh</i> dan aksen. <i>Section</i> di atas <i>flash sale</i> perlu keterangan.

Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
2. Bagaimana pendapat Anda tentang navigasi aplikasi ini? Apakah menu-menu pada aplikasi ini memberikan petunjuk yang jelas untuk berpindah antar halaman?	Navigasi sudah menunjukkan <i>page</i> yang cukup jelas	Navigasinya cukup kelas
3. Apakah desain dan tata letak <i>component</i> membantu Anda dalam memahami informasi dengan baik? Bagaimana dengan ukuran dan warna teks, apakah mudah dibaca?	Desain dapat saya dipahami . Untuk tampilan UI juga sudah terbaca	Desain dan UI mudah dipahami.
4. Apakah menurut Anda dengan adanya fitur <i>flash sale</i> membuat Anda ingin membeli pakaian yang Anda inginkan? Kenapa!	Belum tertarik karena saya menganggap semua baju <i>thrifting</i> memang di bawah harga asli . Yang membedakan memang kondisi pakaian tersebut masih layak dijual-belikan dengan harga tinggi atau tidak .	Belum tertarik karena semua baju <i>thrifting</i> dianggap di bawah harga asli. yang membedakan adalah kondisi pakaian.
5. Bagaimana menurut Anda dengan adanya fitur donasi bisa membantu Anda ketika ingin berdonasi pakaian? Apakah perlu di kembangkan lagi fitur donasinya?	Untuk icon donasi saya merasa belum terbiasa namun untuk fiturnya cukup membantu cuma memang harus disegmentasi lebih baik lagi agar baju tersebut bisa ditangan orang yang tepat .	Icon donasi belum terbiasa, namun fiturnya membantu. perlu segmentasi lebih baik agar baju sampai ke orang yang tepat.
6. Apakah ada masalah teknis atau kesalahan yang Anda temui selama penggunaan situs? Bagaimana Anda menanggapi masalah tersebut?	Pada kolom chat hanya dapat melampirkan foto , alangkah baiknya bisa mengirim berbagai bentuk file namun tetap prioritaskan lampiran foto .	Kolom <i>chat</i> sebaiknya mendukung berbagai <i>file</i> , tetapi prioritaskan foto.
7. Apakah ada fitur yang Anda harapkan ada, tetapi tidak ditemukan pada aplikasi ini?	Fitur pembayaran banyak opsinya hanya saya belum tahu tampilan	Banyak opsi pembayaran, tapi cara lainnya belum jelas.

Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
	dengan cara pembayaran lainnya.	
8. Apa salah satu yang paling Anda sukai dari aplikasi ini? Mengapa!	Bisa menyimpan pilihan baju dengan tombol favorit.	Tambahkan tombol favorit untuk menyimpan pilihan baju.
9. Berikan saran atau masukan tertentu yang ingin Anda usulkan untuk meningkatkan pengalaman pengguna di aplikasi <i>thrifting</i> ini?	Tampilan UI bisa diberi aksen atau komponen yang lebih ramai namun tetap serasi .	UI bisa diberi aksen lebih ramai namun tetap serasi.
10. Menurut Anda apakah dengan adanya aplikasi <i>thrifting</i> ini bisa mengurangi limbah pakaian? kenapa!	Jika baju tersebut layak pakai dan bisa memberikan manfaat kepada pembeli dan penjual , pakaian tersebut tidak akan terbuang sia-sia.	Baju layak pakai dan bermanfaat tidak akan terbuang sia-sia.

6. User Enam

Jenis Kelamin : Laki-laki

Umur : 22 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
1. Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat halaman utama atau <i>home</i> aplikasi ini? Apakah tampilan dan tata letaknya rapi dan menarik membuat Anda ingin mengeksplorasi?	Tampilan <i>home</i> aplikasi ini cukup simpel sudah terdapat semua fitur yang bisa diakses dari menu <i>home</i> , hanya saja apakah fitur rekomendasi akan dibatasi tampilannya atau akan terus bisa di scroll ke bawah dan bagaimana caranya kembali ke atas dalam waktu singkat.	Tampilan <i>home</i> simpel dengan fitur lengkap. Perlu dipertimbangkan cara navigasi yang efisien untuk fitur rekomendasi.
2. Bagaimana pendapat Anda tentang navigasi aplikasi ini? Apakah menu-menu pada	Sudah cukup jelas bagi saya yang suka berbelanja di aplikasi e-commerce	Sudah cukup jelas untuk pengguna <i>e-commerce</i> seperti saya.

Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
aplikasi ini memberikan petunjuk yang jelas untuk berpindah antar halaman?		
3. Apakah desain dan tata letak <i>component</i> membantu Anda dalam memahami informasi dengan baik? Bagaimana dengan ukuran dan warna teks, apakah mudah dibaca?	Sudah bagus dan cukup mudah dibaca dan tampilan <i>flash sale</i> yang berwarna merah juga cukup menarik perhatian untuk segera mengeceknya.	Tampilannya bagus dan mudah dibaca, dengan <i>flash sale</i> yang berwarna merah menarik perhatian.
4. Apakah menurut Anda dengan adanya fitur <i>flash sale</i> membuat Anda ingin membeli pakaian yang Anda inginkan? Kenapa!	Ya , mungkin saja di dalam fitur tersebut ada barang bagus yang saya inginkan dan sedang ada diskon .	Ya, barang bagus yang saya inginkan dengan diskon di fitur tersebut.
5. Bagaimana menurut Anda dengan adanya fitur donasi bisa membantu Anda ketika ingin berdonasi pakaian? Apakah perlu di kembangkan lagi fitur donasinya?	Ya sudah cukup , hanya saja adakan pilihan untuk jenis pengiriman yang bisa disediakan oleh donatur karena khawatir menu pilihan yang diinginkan penerima tidak tersedia di sekitar lokasi donatur .	Sediakan pilihan jenis pengiriman oleh donatur untuk memastikan keinginan penerima terpenuhi di lokasi terdekat.
6. Apakah ada masalah teknis atau kesalahan yang Anda temui selama penggunaan situs? Bagaimana Anda menanggapi masalah tersebut?	Dari tampilan login belum bisa ke mana-mana, mengakalnya dengan klik panah sebelumnya di bagian bawah.	Mengakali panah sebelumnya di bagian bawah untuk navigasi dari tampilan <i>login</i> .
7. Apakah ada fitur yang Anda harapkan ada, tetapi tidak ditemukan pada aplikasi ini?	Ada, Fitur filter lokasi (terdekat) atau penjemputan barang tanpa memakai jasa kurir sehingga kita sebagai penjual/pemberi memiliki opsi untuk tidak perlu ribet melakukan <i>packing</i> barang .	Tambahkan fitur filter lokasi atau penjemputan barang tanpa kurir untuk memudahkan penjual atau pemberi.

Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
8. Apa salah satu yang paling Anda sukai dari aplikasi ini? Mengapa!	Fitur mendonasikan pakaian , karena saat ini saya sangat bingung ingin mendonasikan pakaian saya ke mana.	Fitur donasi pakaian membuat saya bingung
9. Berikan saran atau masukan tertentu yang ingin Anda usulkan untuk meningkatkan pengalaman pengguna di aplikasi <i>thrifting</i> ini?	Terdapat info lokasi toko atau pengiriman dari mananya karena takutnya biaya ongkos kirim lebih mahal dari harga bajunya.	Info lokasi toko atau pengiriman diperlukan untuk memastikan biaya ongkos kirim tidak lebih mahal dari harga barang.
10. Menurut Anda apakah dengan adanya aplikasi <i>thrifting</i> ini bisa mengurangi limbah pakaian? kenapa!	Ya sangat membantu , karena pastinya kita semua memiliki pakaian yang sudah tidak kita pakai lagi tetapi bingung mau di kemanakan pakaian tersebut. Dijual tapi sudah agak lusuh, Ingin di donasikan ke orang tapi tidak tahu ingin mendonasikannya ke mana, dsb.	Sangat membantu untuk menentukan nasib pakaian yang tidak dipakai lagi, seperti menjual yang agak lusuh atau mendonasikan tanpa tahu tempatnya.

7. User Tujuh

Jenis Kelamin : Laki-laki

Umur : 22

Pekerjaan : Pelajar

Pertanyaan	jawaban	Kesimpulan
1. Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat halaman utama atau <i>home</i> aplikasi ini? Apakah tampilan dan tata letaknya rapi dan menarik membuat Anda ingin mengeksplorasi?	Menarik , saya jadi ingin mengetahui apa saja yang ada pada aplikasi ini.	Menarik, saya penasaran dengan aplikasi ini.
2. Bagaimana pendapat Anda tentang navigasi aplikasi ini? Apakah menu-menu pada	Navigasi pada aplikasi ini sudah bagus , namun ada beberapa yang belum ternavigasi.	Navigasi aplikasi bagus, meskipun ada beberapa yang belum ternavigasi.

Pertanyaan	jawaban	Kesimpulan
aplikasi ini memberikan petunjuk yang jelas untuk berpindah antar halaman?		
3. Apakah desain dan tata letak <i>component</i> membantu Anda dalam memahami informasi dengan baik? Bagaimana dengan ukuran dan warna teks, apakah mudah dibaca?	Untuk desain dan tata letak component sudah jelas, teks dapat dibaca dan icon yang digunakan dapat dimengerti, mungkin untuk icon pada pria, wanita, anak, sport bisa menggunakan gambar yang real atau bisa menyesuaikan pada isi konten tersebut.	Desain dan tata letak komponen jelas, teks mudah dibaca, dan <i>icon</i> yang dimengerti. <i>Icon</i> kategori seperti pria, wanita, anak, dan sport bisa lebih realistis atau sesuai konten.
4. Apakah menurut Anda dengan adanya fitur <i>flash sale</i> membuat Anda ingin membeli pakaian yang Anda inginkan? Kenapa!	Tentu, karena harga yang lebih terjangkau , kualitas barang sama dengan harga aslinya , sehingga kami tertarik untuk membelinya .	Harga terjangkau dengan kualitas barang yang baik membuat kami tertarik untuk membelinya.
5. Bagaimana menurut Anda dengan adanya fitur donasi bisa membantu Anda ketika ingin berdonasi pakaian? Apakah perlu di kembangkan lagi fitur donasinya?	Mungkin untuk fitur donasi , bisa di cantumkan informasi mengenai sosial media yang digunakan, sehingga yang ingin berdonasi , bisa konfirmasi kepada pemilik, dan pemilik dapat konfirmasi kembali kepada pembeli barang dapat diolah kembali.	Tambahkan informasi sosial media pada fitur donasi untuk konfirmasi antara pemilik dan penerima barang.
6. Apakah ada masalah teknis atau kesalahan yang Anda temui selama penggunaan situs? Bagaimana Anda menanggapi masalah tersebut?	Mungkin ada beberapa navigasi yang masih kurang ternavigasi, menginformasikan kepada pembuat untuk permasalahan yang di dapat .	Ada beberapa navigasi yang masih kurang, informasikan kepada pembuat untuk perbaikan.
7. Apakah ada fitur yang Anda harapkan ada,	Fitur sosial media , seperti kontak Whatsapp , mungkin	Tambahkan fitur sosial media (kontak WhatsApp) di pojok

Pertanyaan	jawaban	Kesimpulan
tetapi tidak ditemukan pada aplikasi ini?	basa di cantumkan di bagian pojok kanan bawah atau kiri, sehingga pelanggan dan pemberi dapat menanyakan perihal barang yang ada.	kanan bawah atau kiri untuk komunikasi tentang barang.
8. Apa salah satu yang paling Anda sukai dari aplikasi ini? Mengapa!	Fitur donasi , sehingga barang yang tidak layak pakai bisa dapat diolah kembali.	Fitur donasi untuk mengolah kembali barang yang tidak layak pakai.
9. Berikan saran atau masukan tertentu yang ingin Anda usulkan untuk meningkatkan pengalaman pengguna di aplikasi <i>thrifting</i> ini?	Saran untuk kedepannya mungkin untuk navigasi dapat dikembangkan kembali , sehingga keseluruhan navigasi dapat digunakan, dan untuk masukan, dapat memberikan fitur kontak sosial media , sehingga dapat menanyakan hal-hal apa saja yang diinginkan.	Saran untuk kedepannya kembangkan navigasi agar lebih baik digunakan, dan tambahkan fitur kontak sosial media untuk pertanyaan pengguna.
10. Menurut Anda apakah dengan adanya aplikasi <i>thrifting</i> ini bisa mengurangi limbah pakaian? kenapa!	Ya, mungkin sebagian orang memiliki pakaian yang sudah begitu lama sehingga sudah tidak muat untuk dipakai , dengan begitu mereka dapat membuang atau membakarnya, namun dengan adanya aplikasi ini, ini sangat bermanfaat untuk pemberi dan semuanya , barang yang seharusnya tidak layak dipakai namun bisa diolah kembali sehingga dapat dipakai kembali.	Aplikasi ini bermanfaat bagi mereka yang memiliki pakaian lama yang tidak muat dipakai.