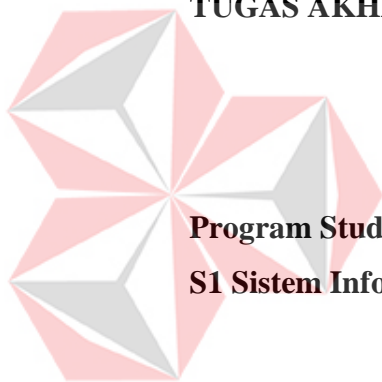




**PERANCANGAN UI/UX PADA STARTUP SUVIS INDONESIA
MENGUNAKAN METODE LEAN UX STARTUP**

TUGAS AKHIR



**Program Studi
S1 Sistem Informasi**

**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh :

AFIF FATHURRAHMAN

18.41010.0058

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2022

**PERANCANGAN UI/UX PADA STARTUP SUVIS INDONESIA
MENGUNAKAN METODE LEAN UX STARTUP**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana Komputer**



Oleh :

Nama : Afif Fathurrahman

NIM : 18.41010.0058

Program Studi : S1 Sistem Informasi

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2022

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN UI/UX PADA STARTUP SUVIS INDONESIA MENGUNAKAN METODE LEAN UX STARTUP

Dipersiapkan dan disusun oleh

Afif Fathurrahman

NIM: 18.41010.0058

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada: 23 Januari 2022

Susunan Dewan Pembahas

Pembimbing:

- I. Tan Amelia, S.Kom., M.MT.
NIDN. 0728017602
- II. Tri Sagirani, S.Kom., M.MT.
NIDN. 0731017601


Digitally signed by Tan Amelia
Date: 2022.01.27
13:12:08 +07'00'


Digitally signed by Universitas
Dinamika
Date: 2022.01.27
15:05:13 +07'00'

Pembahas:

- I. Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M.Eng.
NIDN. 0731057301


Digitally signed by Anjik Sukmaaji
DN: cn=Anjik Sukmaaji,
ou=Universitas Dinamika, ou=Profil
SI Sistem Informasi,
email=anjik@dinamika.ac.id, c=US
Date: 2022.01.31 14:12:51 +07'00'

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana



Digitally signed by
Universitas Dinamika
Date: 2022.02.02
16:45:13 +07'00'

Tri Sagirani, S.Kom., M.MT.

NIDN. 0731017601

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika

UNIVERSITAS DINAMIKA

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Afif Fathurrahman**
NIM : **18410100058**
Program Studi : **S1 Sistem Informasi**
Fakultas : **Fakultas Teknologi dan Informatika**
Jenis Karya : **Tugas Akhir**
Judul Karya : **PERANCANGAN UI/UX PADA STARTUP SUVIS
INDONESIA MENGGUNAKAN METODE LEAN UX
STARTUP**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada **Universitas Dinamika** Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Surabaya, 14 Desember 2021



Afif Fathurrahman
NIM : 18410100058



Saya persembahkan tugas akhir ini kepada

Ibu dan Alm. Ayah tercinta,

Adikku tercinta,

Keluarga besar tercinta,

Beserta teman-teman yang selalu memberikan semangat dan dukungan.

ABSTRAK

Suvis Indonesia merupakan *startup* baru yang menjadi perantara antara konsumen dengan teknisi perabot elektronik dalam melayani *service* perabot elektronik rumah tangga. Tujuan dari *startup* ini adalah untuk membuat segala hal menjadi mudah untuk *home service*, memperbaiki perabot elektronik konsumen serta menyejahterakan penyedia jasa *service* di Indonesia. Masalah saat ini adalah sebagai *startup* baru, perusahaan membutuhkan desain *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) sebagai dasar membangun platform. Karena terbatasnya modal, *startup* Suvis Indonesia harus dijalankan secara efektif dan efisien sehingga mengutamakan *just in time production* tetapi tetap mengutamakan kebutuhan konsumennya. Solusi yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan diatas adalah merancang UI/UX (*User Interface/User Experience*) menggunakan metode *Lean UX*. Metode ini memiliki kelebihan “Hemat Biaya, Hemat Waktu, *User-centric*, dan *Data-driven*”. Tahapan pada metode ini adalah *declare assumption*, *Create a MVP*, *Run an Experiment*, dan *feedback and research*. Untuk proses Tahapan tersebut digunakan untuk merancang *minimum viable product* (MVP) bagi konsumen dan teknisi pada aplikasi Suvis Indonesia. Berdasarkan analisis, implementasi dan evaluasi menghasilkan *prototype final* yang merupakan gabungan dari *prototype A* dan *prototype B* yang telah divalidasi dari segi tampilan, hingga kritik dan saran dari *user* konsumen dan teknisi. *Prototype A* terpilih untuk 6 *feature* yakni beranda, pilih teknisi dan *checkout* pada aplikasi konsumen dan *login*, daftar dan tambah layanan pada aplikasi teknisi. *Prototype B* terpilih untuk 6 *feature* yakni *login*, daftar, pemesanan, dan pemesanan layanan konsumen pada aplikasi konsumen dan layanan dan pesanan teknisi pada aplikasi teknisi. Selain itu pada penelitian ini menghasilkan *user interface* yang konsisten dari segi warna, font, gambar/video dan tata letak dan *user experience* yang mudah dipahami oleh user untuk menggunakan aplikasi dan mendapatkan informasi sesuai kebutuhan.

Kata Kunci: *User Interface/User Experience, Lean UX Startup, A/B Testing.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji syukur dipanjatkan untuk kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya. Sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan tugas akhir dengan judul “**Perancangan UI/UX pada Startup Suvis Indonesia Menggunakan Metode *Lean UX Startup***” yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Strata Satu di Universitas Dinamika.

Dalam pelaksanaan tugas akhir dan penyelesaian laporan tugas akhir ini, penulis memperoleh bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, baik berupa dukungan materi maupun dukungan moril. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan secara penuh terutama dalam mendoakan dan memotivasi untuk menyelesaikan tugas akhir.
2. Bapak Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M.Eng, selaku Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi yang telah memberikan arahan selama pelaksanaan tugas akhir.
3. Ibu Tan Amelia, S.Kom., M.MT., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan dukungan berupa motivasi, saran, dan wawasan bagi penulis selama pelaksanaan tugas akhir dan pembuatan laporan tugas akhir.
4. Ibu Tri Sagirani, S.Kom., M.MT., selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan banyak sekali wawasan, motivasi serta kritik dan saran guna menyelesaikan tugas akhir.
5. Tim Suvis Indonesia yang berjuang bersama dalam pekerjaan tugas akhir ini serta saling memotivasi, membantu, dan menemani dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Responden yang bersedia meluangkan waktu dan tenaga, serta kritik dan saran untuk menyempurnakan tugas akhir

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan rahmat-Nya kepada seluruh pihak yang membantu penulis dalam pelaksanaan tugas akhir dan penyelesaian laporan tugas akhir.

Tak lupa pula penulis menyampaikan permintaan maaf apabila melakukan banyak kesalahan di dalam penulisan tugas akhir, baik itu secara sengaja maupun tidak sengaja. Penulis juga berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri ataupun para pembaca, meskipun penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, sangat diharapkan kritik dan saran dari para pembaca guna menyempurnakan tugas akhir ini.

Surabaya , 23 Januari 2022

Penulis

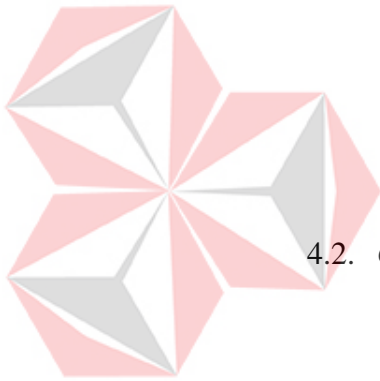


UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan.....	3
1.5. Manfaat	3
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1. <i>User Interface</i>	5
2.2. <i>User Experience</i>	5
2.3. <i>Lean UX Startup</i>	6
2.4. <i>A/B Testing</i>	6
2.5. Populasi dan Sampel.....	7
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	9
3.1. Tahap <i>Declare Assumption</i>	9
3.1.1. Studi Literatur	9
3.1.2. Melakukan Wawancara	10
3.1.3. Mendeklarasikan Asumsi	10
3.1.4. Menulis Hipotesis.....	10
3.1.5. Pembuatan <i>User Persona</i>	10
3.1.6. Membuat Daftar Fitur.....	10
3.2. Tahap <i>Create a MVP</i>	11
3.2.1. Membuat Desain	11
3.2.2. Membuat Diagram Proses Bisnis	11

3.2.3.	Membuat <i>Wireframe</i>	11
3.2.4.	Membuat <i>Prototype</i>	11
3.3.	Tahap <i>Run an Experiment</i>	11
3.3.1.	<i>A/B Testing</i>	11
3.4.	Tahap <i>Feedback and Research</i>	12
3.4.1.	Mengolah data hasil A/B Testing	12
3.4.2.	Perbaikan <i>Prototype</i>	12
3.4.3.	Run an Experiment Iterasi Kedua	12
3.5.	Tahap Akhir	12
3.5.1.	Dokumen Perencanaan UI/UX pada Suvis Indonesia	12
BAB IV HASIL PEMBAHASAN		13
4.1.	<i>Declare Assumption</i>	13
4.1.1.	Wawancara	13
4.1.2.	Asumsi	16
4.1.3.	Hipotesis	16
4.1.4.	<i>User Persona</i>	17
4.1.5.	Daftar Fitur	17
4.2.	<i>Create a MVP</i>	19
4.2.1.	Desain	19
4.2.2.	Diagram Proses Bisnis	21
4.2.3.	<i>Wireframe</i>	25
4.2.4.	<i>Prototype</i> Iterasi Pertama	36
4.3.	<i>Run an Experiment</i> Iterasi Pertama	42
4.3.1.	<i>A/B Testing</i>	42
4.4.	<i>Feedback and Research</i>	42
4.4.1.	Pengolahan Data	42
4.4.2.	Perbaikan <i>Prototype</i>	44
4.4.3.	Run an Experiment Iterasi Kedua	45
4.5.	Tahap Akhir	47
4.5.1.	Dokumen Perencanaan UI/UX pada Suvis Indonesia	47
BAB V PENUTUP		48
5.1.	Kesimpulan	48



5.2. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	51



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Tujuan bisnis Suvis Indonesia.....	13
Tabel 4.2 Sasaran bisnis Suvis Indonesia	14
Tabel 4.3 <i>Competitor startup</i> Suvis Indonesia.....	14
Tabel 4.4 <i>Competitor</i> konvensional Suvis Indonesia.....	15
Tabel 4.5 Fitur yang diusulkan.....	16
Tabel 4.6 Daftar fitur aplikasi	16
Tabel 4.7 Daftar asumsi	16
Tabel 4.8 <i>Task analysis</i> konsumen.....	17
Tabel 4.9 <i>Task analysis</i> teknisi	18
Tabel 4.10 Hasil Validasi <i>Prototype A/B</i>	43
Tabel 4.11 Rata-rata durasi pengoperasian aplikasi konsumen	46
Tabel 4.12 Rata-rata durasi pengoperasian aplikasi teknisi	46
Tabel 4.13 Skor penilaian	46
Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>opinion scale</i> konsumen	46
Tabel 4.15 Hasil pengujian <i>opinion scale</i> teknisi	46
Tabel L6.1 Hasil kuesioner konsumen pengujian <i>prototype</i> iterasi 1	64
Tabel L7.1 Data hasil kuesioner teknisi pengujian <i>prototype</i> iterasi 1	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Alur Metodologi Penelitian.....	9
Gambar 4.1 <i>User persona</i>	17
Gambar 4.2 Logo startup Suvis Indonesia	20
Gambar 4.3 Skema warna <i>prototype</i>	20
Gambar 4.4 Tipografi <i>prototype</i>	21
Gambar 4.5 Diagram proses bisnis Suvis Indonesia.....	21
Gambar 4.6 <i>User flow login</i> dan daftar akun konsumen.....	22
Gambar 4.7 <i>User flow</i> pemesanan layanan	23
Gambar 4.8 <i>User flow</i> melihat detail pesanan	23
Gambar 4.9 <i>User flow login</i> dan daftar teknisi	24
Gambar 4.10 <i>User flow</i> melihat layanan teknisi	24
Gambar 4.11 <i>User flow</i> menambahkan layanan teknisi.....	24
Gambar 4. 12 <i>User flow</i> melihat detail pesanan teknisi.....	25
Gambar 4. 13 <i>User flow</i> menyelesaikan pesanan teknisi.....	25
Gambar 4.14 <i>Wireframe</i> beranda A dan B.....	26
Gambar 4.15 <i>Wireframe</i> halaman <i>login</i> A dan B.....	27
Gambar 4.16 <i>Wireframe</i> halaman daftar akun A dan B.....	28
Gambar 4.17 <i>Wireframe</i> halaman form pemesanan A dan B	29
Gambar 4.18 <i>Wireframe</i> halaman pilih teknisi A dan B	30
Gambar 4.19 <i>Wireframe</i> halaman checkout A dan B	31
Gambar 4.20 <i>Wireframe</i> halaman pesanan layanan A dan B	32
Gambar 4.21 <i>Wireframe</i> halaman layanan teknisi A dan B.....	34
Gambar 4.22 <i>Wireframe</i> halaman tambah layanan A dan B.....	35
Gambar 4.23 <i>Wireframe</i> halaman pesanan A dan B	36
Gambar 4.24 <i>Prototype</i> halaman login A dan B	36
Gambar 4.25 <i>Prototype</i> halaman daftar A dan B	37
Gambar 4.26 <i>Prototype</i> halaman beranda A dan B.....	37
Gambar 4.27 <i>Prototype</i> halaman pemesanan A dan B	38
Gambar 4.28 <i>Prototype</i> halaman pilih teknisi A dan B	38

Gambar 4.29 <i>Prototype</i> halaman <i>checkout</i> A dan B	39
Gambar 4. 30 <i>Prototype</i> halaman pesanan layanan konsumen A dan B	39
Gambar 4.31 <i>Prototype</i> halaman layanan teknisi A dan B	40
Gambar 4.32 <i>Prototype</i> halaman tambah layanan teknisi A dan B	41
Gambar 4.33 <i>Prototype</i> halaman pesanan teknisi A dan B.....	41
Gambar 4.34 Diagram umur responden konsumen.....	42
Gambar 4.35 Diagram lama bekerja teknisi.....	43
Gambar 4.36 <i>Prototype</i> C halaman pemesanan	44
Gambar 4.37 <i>Prototype</i> C halaman pesanan layanan konsumen	45
Gambar L1.1 Diagram pekerjaan responden	51
Gambar L1.2 Diagram pilihan responden apabila perabot elektronik rusak	51
Gambar L1.3 Diagram pilihan responden memperbaiki perabot elektronik.....	51
Gambar L1.4 Diagram kendala responden.....	52
Gambar L1.5 Diagram pilihan responden tentang pengetahuan service perabot elektronik online.....	52
Gambar L1.6 Diagram pilihan responden tentang keinginan menggunakan aplikasi servis perabot elektronik	53
Gambar L1.7 Diagram pilihan responden tentang memilih layanan servis perabot elektronik.....	53
Gambar L1.8 Diagram harapan responden tentang layanan aplikasi servis perabot elektronik.....	54
Gambar L2.1 <i>Wireframe</i> halaman <i>login</i> teknisi A dan B.....	55
Gambar L2.2 <i>Wireframe</i> halaman daftar teknisi A dan B	56
Gambar L3.1 <i>Prototype</i> Halaman Login Teknisi.....	57
Gambar L3.2 <i>Prototype</i> Halaman Daftar Teknisi	58
Gambar L4.1 <i>Form</i> pengujian konsumen bagian biodata.....	59
Gambar L4.2 <i>Form</i> pengujian konsumen bagian desain <i>login</i> dan beranda.....	59
Gambar L4.3 <i>Form</i> pengujian konsumen bagian desain daftar dan pemesanan....	60
Gambar L4.4 <i>Form</i> pengujian konsumen bagian desain pilih teknisi dan <i>checkout</i>	60
Gambar L4.5 <i>Form</i> pengujian konsumen desain pesanan dan kritik.....	61

Gambar L5.1 <i>Form</i> pengujian teknisi bagian biodata.....	62
Gambar L5.2 <i>Form</i> pengujian teknisi bagian desain <i>login</i> dan daftar	62
Gambar L5.3 <i>Form</i> pengujian teknisi bagian desain layanan dan tambah layanan	63
Gambar L5.4 <i>Form</i> pengujian teknisi bagian desain pesanan dan kritik	63
Gambar L8.1 <i>Prototype C</i> halaman beranda.....	70
Gambar L8.2 <i>Prototype C</i> halaman <i>login</i>	71
Gambar L8.3 <i>Prototype C</i> halaman <i>login</i>	71
Gambar L8.4 <i>Prototype C</i> halaman pemesanan.....	72
Gambar L8.5 <i>Prototype C</i> halaman pilih teknisi	72
Gambar L8.6 <i>Prototype C</i> halaman <i>checkout</i>	73
Gambar L8.7 <i>Prototype C</i> halaman pesanan layanan konsumen.....	73
Gambar L8.8 <i>Prototype C</i> halaman login teknisi	74
Gambar L8.9 <i>Prototype C</i> halaman daftar teknisi	74
Gambar L8.10 <i>Prototype C</i> halaman layanan	75
Gambar L8.11 <i>Prototype C</i> halaman tambah layanan	75
Gambar L8.12 <i>Prototype C</i> halaman pesanan teknisi.....	76
Gambar L9.1 <i>Form</i> pengujian <i>prototype C</i> konsumen bagian biodata.....	77
Gambar L9.2 <i>Form</i> pengujian <i>prototype C</i> konsumen bagian <i>login</i>	77
Gambar L9.3 <i>Form</i> pengujian <i>prototype C</i> konsumen bagian daftar akun.....	78
Gambar L9.4 <i>Form</i> pengujian <i>prototype C</i> konsumen bagian pesan layanan	78
Gambar L9.5 <i>Form</i> pengujian <i>prototype C</i> konsumen bagian melihat pesanan	79
Gambar L9.6 <i>Form</i> pengujian <i>prototype C</i> konsumen bagian penilaian skala <i>likert</i>	79
Gambar L10.1 <i>Form</i> pengujian <i>prototype C</i> teknisi bagian biodata.....	80
Gambar L10.2 <i>Form</i> pengujian <i>prototype C</i> teknisi bagian <i>login</i>	80
Gambar L10.3 <i>Form</i> pengujian <i>prototype C</i> teknisi bagian daftar akun	81
Gambar L10.4 <i>Form</i> pengujian <i>prototype C</i> teknisi bagian tambah layanan	81
Gambar L10.5 <i>Form</i> pengujian <i>prototype C</i> teknisi bagian mengedit layanan	82
Gambar L10.6 <i>Form</i> pengujian <i>prototype C</i> teknisi bagian menghapus layanan ..	82
Gambar L10.7 <i>Form</i> pengujian <i>prototype C</i> teknisi bagian melihat pesanan.....	83
Gambar L10.8 <i>Form</i> pengujian <i>prototype C</i> teknisi bagian menyelesaikan pesanan	

.....	83
Gambar L10.9 <i>Form</i> pengujian <i>prototype</i> C teknisi bagian penilaian skala <i>likert</i>	84
Gambar L11.1 Hasil pengujian <i>prototype</i> C konsumen bagian jenis kelamin.....	85
Gambar L11.2 Hasil pengujian <i>prototype</i> C konsumen bagian umur.....	85
Gambar L11.3 Hasil pengujian <i>prototype</i> C konsumen bagian pekerjaan.....	85
Gambar L11.4 Hasil pengujian <i>prototype</i> C konsumen bagian <i>login</i>	86
Gambar L11.5 Hasil pengujian <i>prototype</i> C konsumen bagian daftar akun	86
Gambar L11.6 Hasil pengujian <i>prototype</i> C konsumen bagian pesan layanan.....	86
Gambar L11.7 Hasil pengujian <i>prototype</i> C konsumen melihat pesanan.....	86
Gambar L11.8 Hasil pengujian <i>prototype</i> C konsumen bagian <i>opinion scale</i> tata letak	87
Gambar L11.9 Hasil pengujian <i>prototype</i> C konsumen bagian <i>opinion scale</i> warna	87
Gambar L11.10 Hasil pengujian <i>prototype</i> C konsumen bagian <i>opinion scale</i> proses	88
Gambar L11.11 Hasil pengujian <i>prototype</i> C konsumen <i>opinion scale</i> penyampaian informasi	88
Gambar L11.12 Hasil pengujian <i>prototype</i> C konsumen bagian <i>opinion scale</i> tampilan.....	89
Gambar L11.13 Hasil pengujian <i>prototype</i> C konsumen pengalaman pengguna..	89
Gambar L12.1 Hasil pengujian <i>prototype</i> C teknisi bagian lama bekerja	90
Gambar L12.2 Hasil pengujian <i>prototype</i> C teknisi bagian keahlian	90
Gambar L12.3 Hasil pengujian <i>prototype</i> C teknisi bagian <i>login</i>	91
Gambar L12.4 Hasil pengujian <i>prototype</i> C teknisi bagian daftar akun.....	91
Gambar L12.5 Hasil pengujian <i>prototype</i> C teknisi bagian tambah layanan.....	91
Gambar L12.6 Hasil pengujian <i>prototype</i> C teknisi bagian mengedit layanan.....	91
Gambar L12.7 Hasil pengujian <i>prototype</i> C teknisi bagian menghapus layanan ..	92
Gambar L12.8 Hasil pengujian <i>prototype</i> C teknisi bagian melihat pesanan	92
Gambar L12.9 Hasil pengujian <i>prototype</i> C teknisi bagian menyelesaikan pesanan	92
Gambar L12.10 Hasil pengujian <i>prototype</i> C teknisi bagian <i>opinion scale</i> tata letak	92

Gambar L12.11 Hasil pengujian <i>prototype</i> C teknisi bagian <i>opinion scale</i> warna	93
Gambar L12.12 Hasil pengujian <i>prototype</i> C teknisi bagian <i>opinion scale</i> proses	93
Gambar L12.13 Hasil pengujian <i>prototype</i> C teknisi bagian <i>opinion scale</i> penyampaian informasi	94
Gambar L12.14 Hasil pengujian <i>prototype</i> C teknisi bagian <i>opinion scale</i> tampilan	94
Gambar L12.15 Hasil pengujian <i>prototype</i> C teknisi bagian <i>opinion scale</i> pengalaman pengguna	95



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Hasil kuesioner konsumen <i>google form</i>	51
Lampiran 2 <i>Wireframe</i>	55
Lampiran 3 <i>Prototype</i> Iterasi 1	57
Lampiran 4 <i>Form</i> pengujian konsumen	59
Lampiran 5 <i>Form</i> pengujian teknis.....	62
Lampiran 6 Hasil Kuesioner konsumen	64
Lampiran 7 Hasil kuesioner teknis.....	67
Lampiran 8 <i>Prototype C</i>	70
Lampiran 9 <i>Form</i> pengujian <i>prototype C</i> konsumen	77
Lampiran 10 <i>Form</i> pengujian <i>prototype C</i> teknis	80
Lampiran 11 Hasil pengujian <i>prototype C</i> konsumen.....	85
Lampiran 12 Hasil pengujian <i>prototype C</i> teknis	90
Lampiran 13 Hasil Plagiasi	96
Lampiran 14 Biodata Penulis	97



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia saat ini tengah menikmati pertumbuhan industri digital yang ditandai dari menggeliatnya industri *startup*. Istilah *startup* pun bukan hal baru lagi bagi masyarakat Indonesia. *Startup* umumnya disebut juga dengan istilah “perusahaan rintisan”. Cakupannya merujuk pada semua usaha perusahaan yang belum lama beroperasi. Negara Indonesia saat ini menempati posisi ke lima negara dengan jumlah *startup* terbanyak di dunia, Yaitu 2.229 *startup* di bulan April 2021 Berdasarkan *Startup* Rangking.Com. Dalam mengembangkan sebuah *startup* digital, UI dan UX *design* adalah 2 hal yang menjadi bagian penting dalam *startup*. UI/UX berpengaruh dalam menentukan sebuah produk *startup* digital akan digunakan oleh konsumen atau tidak. Maka dari itu, penting untuk memiliki UI/UX yang impresif demi kesuksesan bisnis.

Suvis Indonesia merupakan *startup* baru berbasis yang menjadi perantara antara konsumen dengan teknisi perabot elektronik dalam melayani *service* perabot elektronik rumah tangga. Untuk mendukung *startup* tentunya terdapat aspek-aspek yang harus diperhatikan, salah satunya yaitu dengan membuat *User Interface* dan *User Experience* yang dapat dinilai *user friendly* bagi pengguna. Tujuan dari *startup* Suvis Indonesia adalah untuk membuat segala hal menjadi mudah untuk *home service*, memperbaiki perabot elektronik konsumen serta menyejahterakan penyedia jasa *service* di Indonesia.

Masalah saat ini adalah sebagai *startup* baru, perusahaan membutuhkan desain *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) sebagai dasar membangun platform dan memberikan pengaruh terhadap mendapatkan konsumen baru. Dikarenakan terbatasnya modal, *startup* Suvis Indonesia yang ditargetkan *launching* pada awal 2022 harus dijalankan secara efektif dan efisien sehingga mengutamakan *just in time production* tetapi tetap mengutamakan kebutuhan konsumennya. Permasalahan kedua adalah bagaimana melaksanakan *just in time production* agar bisa *launching* tepat waktu. Permasalahan ketiga adalah banyaknya fitur yang disediakan aplikasi Suvis Indonesia sehingga memperpanjang siklus

untuk hingga Aplikasi Suvis Indonesia bisa di *launching*. Selain itu berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada 149 responden, masyarakat memiliki kendala dalam melakukan *service* perabot elektronik, yakni sulit mencari lokasi *service*, ragu dengan kualitas dan Pelayanan, kendala membawa perabot elektronik, biaya perbaikan yang tidak pasti, waktu servis yang lama dan rawan penipuan. Selain itu sebanyak 75,8% menyatakan minat adanya *startup service* perabot elektronik.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka *startup* Suvis Indonesia membutuhkan platform yang dapat menghubungkan Konsumen yang ingin memperbaiki perabot elektronik dengan teknisi perabot elektronik. Sebagai *startup* baru, dibutuhkan UI/UX yang dapat memberikan tampilan dan pengalaman menggunakan aplikasi yang baik bagi pengguna serta berkaitan erat dengan kesan pertama pengguna terhadap Brand. Oleh karena itu pada proposal ini dirancang UI/UX (*User Interface/User Experience*) untuk *startup* Suvis Indonesia. Perancangan UI/UX dibangun karena sebagai *startup* baru, untuk berhubungan langsung dengan pengguna dengan membuat tampilan antarmuka yang bisa memberikan pengaruh yang baik dan besar terhadap mendapatkan konsumen baru dan dapat digunakan dengan mudah. Dalam penelitian ini menggunakan metode *Lean UX Startup* yang dianggap cocok karena membantu dalam keberhasilan dan kesuksesan yang lebih cepat sehingga meminimalkan terbuangnya waktu, tenaga dan materi yang sia-sia. Metodologi ini adalah proses, dimana proses ini dilakukan dengan cepat untuk membangun prototipe agar dapat menguji asumsi pengguna atau pelanggan dengan pelayanan yang nyata. Kelebihan dalam *lean UX startup* adalah “Hemat Biaya, Hemat Waktu, *User-centric*, dan *Data-driven*”. Pengukuran pada *prototype* UI/UX Suvis Indonesia dilakukan menggunakan menggunakan metode A/B Testing, yakni membandingkan dua jenis *prototype* dengan cara *User* yang memenuhi karakteristik akan mencoba menggunakan *prototype* A dan *prototype* B yang telah dibuat, Kemudian *user* akan memberikan *feedback* dengan mengisi kuesioner yang telah disiapkan. Setelah mendapatkan data yang dibutuhkan langkah selanjutnya adalah membuat tabulasi data dan menganalisis deskriptif hasil kuesioner dengan menggunakan *tool excel*. Dengan *prototype* yang memiliki validasi tinggi dan perbaikan dari kritik dan saran yang ada diharapkan

dapat menghasilkan *interface*, *visual design* dan *brand startup* Suvis Indonesia serta memberikan *experience* yang sesuai berdasarkan kebutuhan *user* sehingga *user* merasa puas dan nyaman ketika sedang berinteraksi dan dokumen UI/UX yang bisa digunakan sebagai pedoman bagi developer aplikasi Suvis Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada proposal ini adalah bagaimana merancang UI/UX dengan metode *Lean UX Startup* dan *A/B Testing* pada aplikasi *Startup* Suvis Indonesia dan bisa memberikan pengaruh terhadap mendapatkan konsumen baru.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah pada perancangan UI/UX dengan metode *Lean UX Startup* pada Suvis Indonesia sebagai berikut:

1. Penerapan perancangan UI/UX dengan target Konsumen berumur 20-60 tahun di Kota Surabaya.
2. Perancangan UI/UX dibangun menggunakan metode *Lean UX*.
3. *Prototype* yang dirancang merupakan versi tampilan aplikasi berbasis *mobile*.

1.4. Tujuan

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini yaitu menghasilkan rancangan desain *prototype* aplikasi Suvis Indonesia yang memiliki *user interface* yang konsisten baik dari segi warna, *font*, gambar/video dan tata letak dan *user experience* yang mudah dipahami oleh *user* untuk mengakses aplikasi dan mendapatkan informasi sesuai kebutuhan.

1.5. Manfaat

Berdasarkan analisis dan perancangan UI/UX pada *startup* Suvis Indonesia menggunakan metode *Lean UX* diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Pengguna dapat menggunakan aplikasi dengan mudah dan sesuai dengan kebutuhannya.
2. Pengguna dapat menjalankan aplikasi dengan lancar untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan tujuan pengguna.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. *User Interface*

Menurut (Lastiansah, 2012), *user interface* adalah cara program dan pengguna untuk berinteraksi. Istilah *user interface* terkadang digunakan sebagai pengganti istilah *Human Computer Interaction* (HCI) dimana semua aspek dari interaksi pengguna dan komputer. Dengan adanya *User interface* yang baik akan memberikan beberapa keunggulan diantaranya memudahkan interaksi pengguna dengan produk, meningkatkan penjualan dan pertumbuhan bisnis dan meningkatkan kualitas *branding* (Aprilia, 2020).

Dari penjelasan tersebut *user interface* mempunyai peran yang penting dalam efektivitas suatu sistem informasi. Pembuatan *user interface* bertujuan untuk menjadikan teknologi informasi tersebut mudah digunakan oleh pengguna atau disebut dengan istilah *user friendly*. Istilah *user friendly* digunakan untuk menunjuk kepada kemampuan yang dimiliki oleh perangkat lunak atau program aplikasi yang mudah dioperasikan dan mempunyai sejumlah kemampuan lain sehingga pengguna merasa betah dalam mengoperasikan program tersebut. Namun terkadang masih ada teknologi informasi yang memiliki *user interface* terlalu rumit sehingga sulit dipahami oleh pengguna.

2.2. *User Experience*

Menurut definisi dari (ISO 9241-210, 2009), *user experience* adalah persepsi seseorang dan responnya dari penggunaan sebuah produk, sistem, atau jasa. *User Experience* menilai seberapa kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap sebuah produk, sistem, dan jasa. *User experience* adalah pengalaman suatu produk atau jasa yang muncul pada pengguna ketika menggunakannya di dunia nyata.

UX bukan hanya apa yang pengguna lihat, bukan hanya menghasilkan desain yang menarik untuk dipandang, namun dapat menjawab mengapa desain tersebut seperti itu, desain yang mampu membuat perasaan pengguna nyaman ketika berhasil memperoleh tujuannya pada saat menggunakan produk atau aplikasi. Karena terdapat beberapa hal yang perlu dipelajari untuk dapat membuat UX yang

baik dan sesuai maka disebut sebagai *UX designer*. *UX Designer* merupakan orang yang dengan keahlian desainnya, berkolaborasi dengan berbagai lintas fungsional, mencari *sweet spot* antara kebutuhan pengguna, tujuan bisnis, dan kemajuan teknologi, kemudian membuat *magical experience* melalui desain produk yang bermakna, berguna, dan menyenangkan (*meaningful, useful, dan enjoyable*).

2.3. *Lean UX Startup*

Menurut (Klein, 2013), *Lean UX* merupakan sebuah perubahan mendasar dalam merancang produk dengan memperkenalkan beberapa hal baru yang belum ditemukan dalam tahapan desain lainnya. *Lean UX* merupakan teknik yang sangat berguna saat mengerjakan proyek *website* di mana kecepatan dalam proses menjadi utama sehingga desain UX dapat tercipta sesuai harapan pengguna (Rozaq, 2020). Tahapan dalam melakukan *Lean UX* adalah *Ideas, Build, Product, Measure, Data*, dan *Learn*. Tahap *ideas* bisa berasal dari hasil *learn* ataupun berdasarkan ide yang memiliki *problem-solution fit* yang sudah tervalidasi menggunakan *framework* tertentu. Pada tahap *build*, perusahaan membangun dan mengembangkan MVP (*Minimum Viable Product*) dari *ideas* yang sudah ada. *Product* merupakan hasil dari *build* yang sudah dilakukan, berupa *minimum viable product* yaitu produk sederhana yang memiliki fungsi utama dengan produk yang akan dirilis pada versi final. Pada tahap *measure*, perusahaan harus memastikan efektivitas dari *minimum viable product* yang sudah dibuat. Tahap *learn* adalah tahap dimana perusahaan/*startup* mengevaluasi data yang telah didapatkan untuk melakukan pivot (banting setir, mengganti *business model*) atau tetap pada *business model* yang sudah ada.

2.4. *A/B Testing*

Menurut (Gallo, 2017), *A/B Testing* pada dasarnya adalah cara untuk membandingkan dua versi dari sesuatu untuk mengetahui mana yang berkinerja lebih baik. Pengujian *A/B* bekerja dengan menampilkan dua versi aset yang sama secara acak kepada pengguna yang berbeda. Kelebihan dalam menggunakan *A/B Testing* adalah dapat meningkatkan interaksi antara pemilik dengan *brand* sehingga dapat mengetahui metode pemasaran yang akan digunakan, dapat menghilangkan

elemen yang asing oleh pengguna ataupun yang tidak berpengaruh terhadap pengguna, dan dapat memberikan data mengenai perilaku *customer* (Marketo, 2015).

A/B Testing pada dasarnya adalah eksperimen dimana dua varian dari satu halaman diperlihatkan kepada pengguna secara acak dan analisis digunakan untuk menentukan variasi mana yang berkinerja lebih baik untuk tujuan konversi yang diberikan. Analisis yang dimaksud untuk membandingkan dua desain yang berbeda dan mencari hasil yang paling dirasa nyaman atau paling banyak dipilih oleh pengguna. Selain itu untuk menjalankan A/B Testing dapat juga mengajukan pertanyaan terfokus tentang perubahan pada *website* atau aplikasi pada produk yang dibuat dan kemudian mengumpulkan data tentang dampak perubahan tersebut.

2.5. Populasi dan Sampel

Populasi adalah daerah generalisasi berupa subjek atau objek yang diteliti untuk dipelajari serta diambil konklusi. Sedangkan sampel merupakan sebagian berasal populasi yang diteliti. Dengan istilah lain, sampel adalah sebagian atau bertindak menjadi perwakilan dari populasi sehingga hasil penelitian yang berhasil diperoleh dari sampel bisa digeneralisasikan di populasi (Hendryadi & Suryani, 2015).

Penarikan sampel dibutuhkan Bila populasi yang diambil sangat besar, serta peneliti memiliki keterbatasan untuk menjangkau semua populasi maka peneliti perlu mendefinisikan populasi sasaran dan populasi terjangkau baru lalu menentukan jumlah sampel dan teknik sampling yang digunakan.

Untuk menentukan sampel dari populasi dipergunakan perhitungan maupun acuan tabel yang dikembangkan para pakar. Secara umum, untuk penelitian korelasional jumlah sampel minimal untuk memperoleh hasil yang baik adalah 30, sedangkan dalam penelitian eksperimen jumlah sampel minimum 15 dari masing-masing grup dan untuk penelitian survey jumlah sampel minimum ialah 100.

Roscoe (1975) yang dikutip (Sekaran, 2006) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel :

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.

2. Jika sampel dipecah ke dalam *subsampel* (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.
3. Dalam penelitian *multivariate* (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.
4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20.

Besaran atau ukuran sampel ini sampel sangat tergantung dari besaran tingkat ketelitian atau kesalahan yang diinginkan peneliti. tetapi, dalam hal taraf kesalahan, pada penelitian sosial maksimal taraf kesalahannya adalah 5% (0,05). Semakin besar taraf kesalahan maka semakin kecil jumlah sampel. Pada penelitian ini menggunakan *random sampling* untuk mendapatkan sampel.

Random Sampling yaitu pengambilan sampel secara acak sederhana, teknik ini dibedakan menjadi dua cara yaitu dengan mengundi (*lottery technique*) atau dengan menggunakan Tabel bilangan atau *random number*. (Notoatmodjo, 2010).

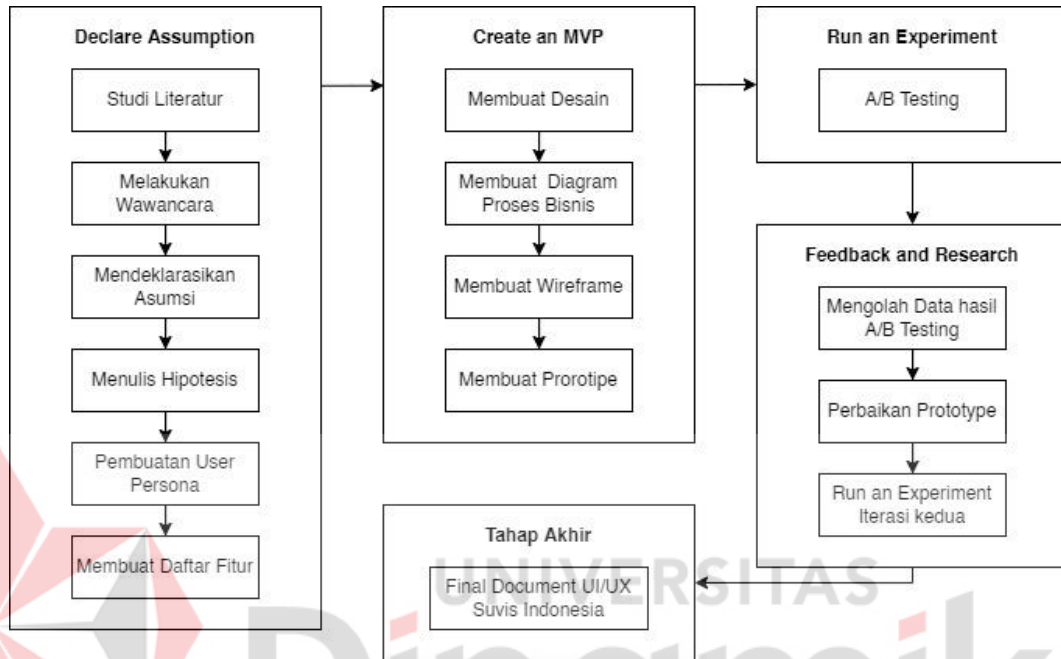


UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Tahapan metode penelitian yang digunakan terbagi menjadi tiga tahap utama yang dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Alur Metodologi Penelitian

3.1. Tahap *Declare Assumption*

Tahap *declare assumption* merupakan tahapan untuk mengidentifikasi, ide produk yang akan dirancang agar tidak terjadi merancang produk yang ternyata tidak dibutuhkan oleh pengguna ataupun pasar. Tahapannya yang dilakukan sebagai berikut:

3.1.1. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mendukung pengerjaan tugas akhir pada tahap pengembangan hingga tahap akhir. Studi literatur digunakan untuk mempelajari materi dari metode *Lean UX Startup*, konsep *UI/UX design*, *website*, dan *A/B Testing*.

3.1.2. Melakukan Wawancara

Wawancara dilakukan kepada dua jenis responden, yakni konsumen dan *stakeholder* Suvis Indonesia. Wawancara kepada konsumen bertujuan untuk mengetahui pengalaman dan kebutuhan konsumen tentang *service* perabot elektronik dan wawancara kepada *stakeholder* Suvis Indonesia bertujuan untuk mengetahui kebutuhan saat ini dan *goal* yang ada pada *startup* Suvis Indonesia, *competitor* untuk usaha sejenis, serta fitur yang akan dibuat pada aplikasi. Pada wawancara dengan konsumen menggunakan *In Depth Interview* dengan bantuan *google form* untuk pencatatan hasil wawancara.

3.1.3. Mendeklarasikan Asumsi

Pada bagian asumsi berisi pernyataan yang berupa ide, pendapat dan solusi mengenai aplikasi Suvis Indonesia yang didapat dari hasil wawancara yang dilakukan kepada *stakeholder* Suvis Indonesia.

3.1.4. Menulis Hipotesis

Tahap ini merupakan bentuk pernyataan penelitian yang ingin dibuktikan yang akan dibuat selanjutnya data yang akan terkumpul melalui wawancara, analisis buku *Lean UX Startup*.

3.1.5. Pembuatan User Persona

Dalam tahap ini dilakukan pembuatan *user persona* yang bertujuan untuk mengetahui tentang siapa yang menggunakan (atau akan menggunakan) produk dan mengapa menggunakan produk ini. Dalam *user persona* terdapat beberapa informasi demografis dasar, kebutuhan dan frustasi pengguna dengan produk atau situasi saat ini yang coba ditangani dan solusi potensial untuk kebutuhan tersebut.

3.1.6. Membuat Daftar Fitur

Setelah membuat *user persona* tahap selanjutnya adalah menentukan fitur apa saja yang akan dibangun dengan menggunakan data yang telah didapatkan dari tahap wawancara. Fitur ini berisi layanan apa yang dapat diterapkan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

3.2. Tahap *Create a MVP*

3.2.1. Membuat Desain

Pada tahap ini dilakukan proses mendesain kebutuhan elemen desain interaksi *startup*. Elemen desain interaksi *startup* berupa logo identitas *startup*, skema warna, dan tipografi atau jenis *font*.

3.2.2. Membuat Diagram Proses Bisnis

Dalam tahap ini akan dilakukan proses membuat diagram yang menunjukkan aliran kerja atau proses bisnis yang digambarkan melalui *symbol* dan dihubungkan melalui panah.

3.2.3. Membuat Wireframe

Pada tahap *wireframe* ini akan menggambarkan *layout* dengan warna hitam dan putih untuk menampilkan desain *user interface* yang lebih jelas beserta rincian visual lainnya.

3.2.4. Membuat Prototype

Dalam tahap disini adalah dengan membuat *interactive prototype*. *Interactive prototype* pada *product* berisi fitur yang ada pada aplikasi Suvis Indonesia. Dalam pembuatan *prototype* menggunakan Tools Adobe XD. *Prototype* yang akan dibuat terdapat 2 *prototype* yaitu *prototype A* dan *prototype B* dari hasil diagram, *storyboard* dan *mockup*.

3.3. Tahap *Run an Experiment*

3.3.1. A/B Testing

Dalam tahap ini dilakukan proses *measure* / mengukur hasil *product* yaitu *prototype* sehingga hasil dari pengukuran tersebut dapat menghasilkan bisnis yang berkelanjutan. Testing Komparatif menggunakan A/B Testing untuk menguji dan mengukur *prototype*. Validasi *prototype A* dan *prototype B* dengan metode A/B Testing dilakukan kepada responden dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form* untuk membantu menilai *user interface* dari *prototype* yang divalidasi

serta mengamati secara langsung untuk dapat mengetahui respon dan mempelajari *experience user* terhadap *prototype* yang digunakan.

3.4. Tahap *Feedback and Research*

3.4.1. Mengolah data hasil A/B Testing

Mengolah Data hasil A/B Testing adalah melakukan perhitungan pada hasil A/B Testing dalam bentuk persentase pada setiap *prototype* yang akan di kelola menjadi informasi dalam bentuk yang mudah untuk dibaca dan dipelajari kembali. Hasil dari validasi dan kuesioner, ditabulasi kedalam tabel. Kemudian terdapat juga *feedback* yang diberikan *user* berupa kritik dan saran untuk membuat *prototype* menjadi lebih baik lagi.

3.4.2. Perbaikan *Prototype*

Pada tahap ini mempelajari kembali hasil penentuan keputusan dari hasil A/B Testing dengan membuat *prototype C* setelah itu memvalidasi apakah hipotesis dan komponen-komponen yang berpengaruh sudah sesuai.

3.4.3. Run an Experiment Iterasi Kedua

Pada pengujian *prototype* iterasi kedua dilakukan menggunakan metode *in-depth interview* kepada konsumen dan teknisi. Data yang akan diuji adalah uji *single task* dan *opinion scale* pada *prototype C* dengan komponen tata letak yang sesuai, konsistensi warna, tidak banyak proses, penyampaian informasi jelas, dan tampilan mudah dipahami. Dalam melakukan pengujian menggunakan aplikasi *useberry* untuk membantu menilai *user experience* dari *prototype* tersebut.

3.5. Tahap Akhir

3.5.1. Dokumen Perencanaan UI/UX pada Suvis Indonesia

Pada tahapan ini disusun hasil akhir dari tahapan sebelumnya. Hasil tahapan ini berupa dokumentasi UI/UX untuk *prototype* yang telah diukur dan disepakati oleh *owner*. Hasil dokumentasi UI/UX ini menjadi rekomendasi untuk membangun aplikasi.

BAB IV

HASIL PEMBAHASAN

4.1. *Declare Assumption*

4.1.1. Wawancara

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada 149 responden, ketika perabot elektronik mengalami kerusakan, responden lebih memilih memperbaiki perabot elektronik tersebut dibandingkan membeli baru, serta memanggil tukang servis kerumah dibandingkan membawa ke tempat servis. Responden memiliki kendala dalam melakukan *service* perabot elektronik, yakni sulit mencari lokasi *service*, ragu dengan kualitas dan Pelayanan, kendala membawa perabot elektronik, biaya perbaikan yang tidak pasti, waktu servis yang lama dan rawan penipuan. Selain itu sebanyak 75,8% menyatakan minat adanya aplikasi servis perabot elektronik. Dari hasil wawancara penulis dapat memberikan kesimpulan bahwa konsumen membutuhkan sebuah aplikasi servis perabot elektronik rumah tangga yang mudah digunakan dan dapat membantu menyelesaikan permasalahan yang konsumen hadapi dalam memperbaiki perabot elektronik. Hasil wawancara dengan responden konsumen dapat dilihat pada Lampiran 1.

Hasil wawancara yang dilakukan dengan *stakeholder* Suvis Indonesia menghasilkan beberapa hal seperti tujuan bisnis, sasaran bisnis, dan *competitor* untuk usaha sejenis, serta fitur yang akan dibuat pada aplikasi. Tujuan bisnis yang dimiliki Suvis Indonesia dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1 Tujuan bisnis Suvis Indonesia

Tujuan Bisnis
1. Menjalin hubungan baik dengan konsumen dan penyedia jasa / vendor
2. Memberikan pelayanan yang berkualitas baik untuk konsumen maupun penyedia jasa / vendor dengan selalu menerapkan SOP yang berlaku, evaluasi dan perbaikan kinerja secara terus-menerus, inovasi yang terus dilakukan serta mematuhi peraturan dan perundang-undangan yang berlaku
3. Mewujudkan terselenggaranya pribadi yang loyalitas, jujur, disiplin, tekun, berakhlak, cerdas, kreatif dan inovatif
4. Mewujudkan produktivitas tempat kerja dengan menerapkan prinsip 5 R (ringkas, rapi,

Tujuan Bisnis
resik, rawat, dan rajin)

Sasaran bisnis yang dimiliki Suvis Indonesia dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2 Sasaran bisnis Suvis Indonesia

Sasaran Bisnis
1. Meningkatnya permintaan layanan dari konsumen
2. Meningkatnya permintaan mitra dari penyedia jasa
3. Meningkatnya kualitas layanan perbaikan perabot elektronik di rumah konsumen
4. Meningkatnya hubungan <i>customer</i> dengan menyesuaikan kebutuhan <i>customer</i>
5. Meningkatnya pengembangan layanan berkualitas sesuai kebutuhan konsumen
6. Meningkatnya konsumen baru
7. Meningkatnya citra perusahaan
8. Ekspansi bisnis ke kota-kota yang strategis
9. Meningkatnya hubungan baik dengan penyedia jasa / Vendor
10. Meningkatnya promosi dan sosialisasi layanan kepada khalayak umum
11. Pemberdayaan Sumber Daya Manusia

Beberapa *competitor startup* sejenis dari Suvis Indonesia dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3 *Competitor startup* Suvis Indonesia

Nama Startup	Keunggulan	Kelemahan
Seekmi	<ul style="list-style-type: none"> - Teknisi terlatih - Harga tetap - Garansi servis - Transaksi aman 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak ada kontrol kualitas teknisi - tidak ada sistem <i>tracking</i> - pemilihan teknisi secara acak
Sejasa	<ul style="list-style-type: none"> - Asuransi proyek - Kualitas teknisi - Berbagai layanan jasa - Rekomendasi penyedia jasa 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak ada kontrol kualitas teknisi - Tidak ada sistem <i>tracking</i> - Pemilihan teknisi secara acak
Perbaikiin	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat langsung berkomunikasi dengan teknisi tanpa pihak ketiga - Bayar langsung 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak ada jaminan kualitas teknisi - Rawan penipuan dan transaksi

Nama Startup	Keunggulan	Kelemahan
Halo-Jasa	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tracking system</i> - Garansi layanan - <i>Payment gateway</i> - <i>Point dan Games</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Respon lambat - Tidak ada kontrol kualitas teknisi - banyak terdapat <i>bug</i>

Selain *competitor startup* sejenis, Suvis Indonesia memiliki *competitor non startup* / konvensional dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4 *Competitor* konvensional Suvis Indonesia

	Official Service	CV/PT	Teknisi Individu
Keunggulan	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Sparepart</i> Original - Teknisi Profesional - Jaminan Garansi Resmi - <i>Official Brand Service</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Layanan Beragam - Teknisi banyak - <i>respon</i> cepat 	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi dekat konsumen - Biaya relatif
Kelemahan	<ul style="list-style-type: none"> - Biaya Mahal - Jangkauan hanya di kota besar - Inden <i>Sparepart</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Quality Control</i> kurang - Pengalaman teknisi otodidak - Jangkauan lokasi kurang luas 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengalaman teknisi otodidak - Kualitas pengerjaan kurang - masa garansi pendek - waktu servis lama - rawan terjadi penipuan
Fitur	<ul style="list-style-type: none"> - Servis Panggilan (<i>Call Center</i>) - <i>Service</i> di lokasi pusat layanan 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Service</i> Panggilan - <i>Service</i> di lokasi perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Service</i> panggilan - <i>service</i> di lokasi
Target Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> - Konsumen Loyal - Konsumen yang tidak sensitif harga 	<ul style="list-style-type: none"> - Konsumen sekitar lokasi - Perusahaan / Instansi 	<ul style="list-style-type: none"> - konsumen sekitar lokasi

Berdasarkan hasil analisis *competitor*, didapatkan kesimpulan bahwa *Competitor* memiliki beberapa kelemahan sebagai berikut:

1. Pemilihan teknisi secara acak
2. Tidak ada kontrol kualitas teknisi
3. Tidak ada sistem *tracking*

Oleh karena itu *startup* Suvis Indonesia harus memiliki fitur yang menjadi

keunggulan dan dapat menyelesaikan permasalahan dari *competitor*. Beberapa fitur yang akan diusulkan berdasarkan hasil analisis *competitor* dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5 Fitur yang diusulkan

No.	Kelemahan Kompetitor	Fitur yang diusulkan
1	Pemilihan teknisi secara acak	Pemilihan teknisi pada proses memesan layanan
2	Tidak ada kontrol kualitas teknisi	Akun teknisi
3	Tidak ada sistem <i>tracking</i>	Menu menampilkan pesanan layanan

Fitur yang akan dibuat pada aplikasi dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4.6 Daftar fitur aplikasi

No.	Aktor	Fitur
1	Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daftar akun 2. Login aplikasi 3. Menampilkan pesanan layanan 4. Memesan layanan
2	Teknisi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daftar akun 2. Login aplikasi 3. Menampilkan layanan 4. Menambah layanan 5. Melihat pesanan layanan 6. Menyelesaikan pesanan

4.1.2. Asumsi

Hasil yang didapatkan dari wawancara yang telah dilakukan kepada responden dan *stakeholder* Suvis Indonesia diubah menjadi daftar asumsi yang dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.7 Daftar asumsi

No.	Asumsi
1	Konsumen berumur 20-60 tahun di Kota Surabaya menjadi target pengguna
2	Konsumen sulit mencari teknisi untuk memperbaiki perabot elektronik
3	Konsumen memiliki pengetahuan untuk mengoperasikan <i>smartphone</i> dan internet

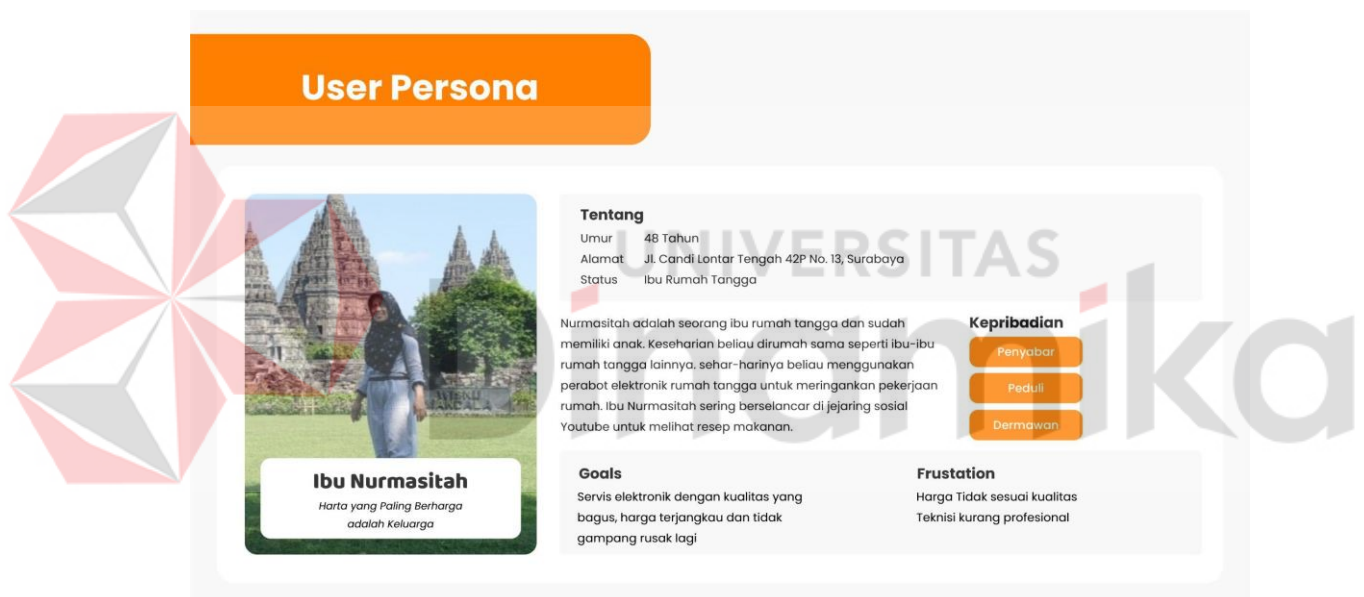
4.1.3. Hipotesis

Berdasarkan tahap asumsi, asumsi diubah menjadi pernyataan hipotesis

“Dengan penerapan *user interface* yang baik pada aplikasi akan memudahkan *user* dalam menggunakan aplikasi”.

4.1.4. User Persona

User persona didapatkan dari responden yang mempunyai kriteria pengguna internet dengan usia 20-60 tahun sesuai dengan target konsumen Suvis Indonesia. Responden yang terpilih bernama Bu Nurmasitah berusia 48 tahun yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga. Pada penelitian ini Bu Nurmasitah mengharapkan aplikasi dapat memudahkan dalam pemesanan teknisi perabot elektronik yang berkualitas dengan biaya yang terjangkau. Detail *user persona* dapat dilihat pada gambar 4.1.



Gambar 4.1 *User persona*

4.1.5. Daftar Fitur

Berdasarkan analisis Persona, dapat diperoleh fitur yang akan dirancang pada aplikasi ini. Fitur ini direpresentasikan menggunakan *task analysis*. *Task analysis* konsumen dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4.8 *Task analysis* konsumen

No.	Aktor	Tugas	Langkah
1	Konsumen	Daftar Akun	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengguna melakukan akses pada menu akun 2. Memilih daftar akun 3. Mengisi formulir pendaftaran akun

No.	Aktor	Tugas	Langkah
			<ol style="list-style-type: none"> Menekan tombol daftar Pengguna kembali ke halaman utama
2	Konsumen	Login Aplikasi	<ol style="list-style-type: none"> Pengguna melakukan akses pada menu akun Memilih <i>login</i> Mengisi email dan kata sandi Menekan tombol masuk Pengguna kembali ke halaman utama
3	Konsumen	Menampilkan pesanan layanan	<ol style="list-style-type: none"> Pengguna melakukan akses pada halaman utama Pilih Pesanan Konsumen akan dialihkan ke halaman pesanan
4	Konsumen	Memesan Layanan	<ol style="list-style-type: none"> Konsumen memilih layanan yang ingin dipesan Konsumen mengisi <i>form</i> pemesanan Menekan tombol langkah selanjutnya
			<ol style="list-style-type: none"> Konsumen memilih penyedia jasa yang tersedia Menekan tombol langkah selanjutnya Konsumen melihat <i>checkout</i> pemesanan Konsumen memilih metode pembayaran Menekan tombol pilih metode pembayaran Konsumen memilih metode pembayaran Konsumen membayar tagihan Sistem akan memproses pesanan layanan

Task analysis teknisi dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4.9 *Task analysis* teknisi

No.	Aktor	Tugas	Langkah
1	Teknisi	Daftar Akun	<ol style="list-style-type: none"> teknisi melakukan akses pada menu teknisi Memilih daftar akun teknisi Mengisi formulir pendaftaran akun Menekan tombol daftar Pengguna kembali ke halaman utama teknisi
2	Teknisi	Login Aplikasi	<ol style="list-style-type: none"> Teknisi melakukan akses pada menu teknisi Memilih <i>login</i> Mengisi email dan kata sandi Menekan tombol masuk Teknisi kembali ke halaman utama teknisi
3	Teknisi	Menampilkan	<ol style="list-style-type: none"> Teknisi melakukan akses pada menu

No.	Aktor	Tugas	Langkah
		Layanan saya	teknisi 2. Pilih layanan 3. Teknisi akan dialihkan ke Halaman layanan saya
4	Teknisi	Menambah layanan	1. Teknisi melakukan akses pada menu teknisi 2. Pilih layanan 3. Menekan tombol tambah layanan 4. Mengisi <i>form</i> layanan 5. Menekan tombol simpan 6. Sistem akan menampilkan informasi layanan yang telah ditambahkan
5	Teknisi	Melihat Pesanan Layanan	1. Teknisi melakukan akses pada menu teknisi 2. Pilih pesanan 3. Sistem akan menampilkan detail pesanan
6	Teknisi	Menyelesaikan Pesanan	1. Teknisi melakukan akses pada menu teknisi 2. Pilih pesanan 3. Sistem akan menampilkan detail pesanan 4. Menekan tombol selesai

Dari *task analysis* akan diubah menjadi bahan pertimbangan pada tahap berikutnya yaitu *Create a MVP*.

4.2. Create a MVP

4.2.1. Desain

Pada tahap ini merupakan hasil kebutuhan elemen desain interaksi *startup*. Elemen desain interaksi *startup* berupa logo identitas *startup*, skema warna, dan tipografi atau jenis *font*.

1. Logo

Identitas pada *Startup* Suvis Indonesia berupa logo S dengan topi proyek / teknisi yang melambangkan kegiatan perbaikan seperti yang terlihat pada gambar 4.2 di bawah ini



Gambar 4.2 Logo startup Suvis Indonesia

Warna *orange* pada logo dipilih karena memberi kesan hangat dan kuat, serta memberi kesan mendalam bagi orang lain. Filosofi warna *orange* sebagai simbol orang yang suka berpetualang, membangkitkan rasa percaya diri, rasa optimis yang kuat, serta kemauan kuat untuk bersosialisasi. Warna *orange* tercipta dari gabungan warna merah dan kuning. Untuk bisa memberi jasa layanan perbaikan, harus tumbuh rasa penasaran untuk bisa memperbaiki, dan optimisme bahwa peralatan bisa diperbaiki seperti semula.

2. Skema Warna

Pada *prototype* yang dibuat memiliki skema warna yang dapat dilihat pada Gambar 4.3.

Gambar 4.3 Skema warna *prototype*

3. Tipografi

font yang digunakan pada *prototype* adalah jenis “*Poppins*”. *Poppins* termasuk dalam jenis *font sans-serif* geometris. *Font* ini dipilih karena *display font Poppins* terlihat menarik dan bisa terbaca dengan baik dan rapi di semua *device*.

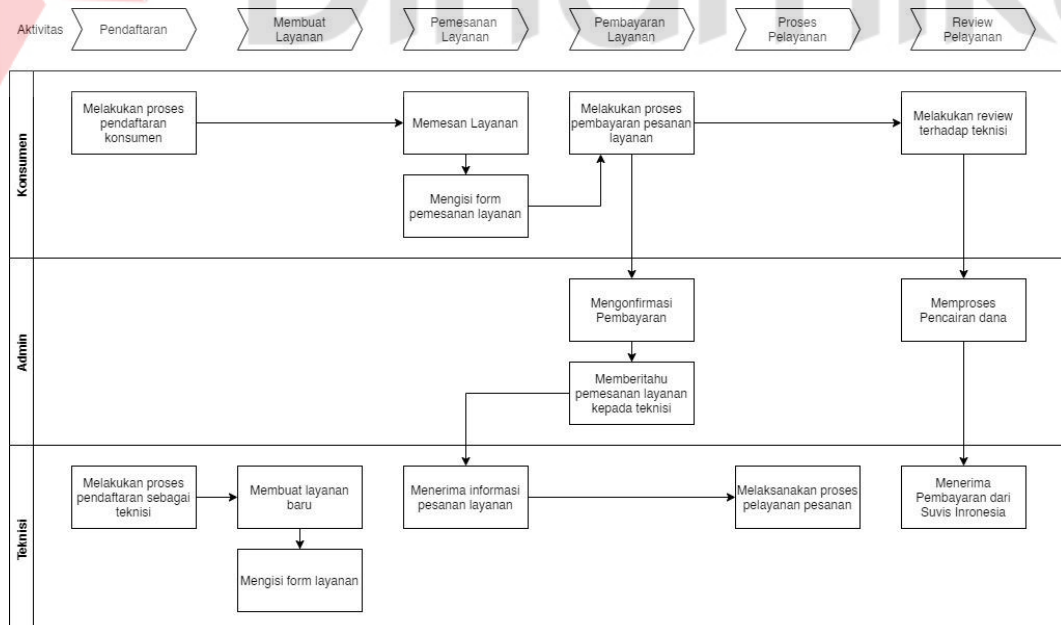
Font ini juga mudah terbaca dalam segala elemen, seperti ketika berada di *button*, *navigation* hingga *content*. Font dapat dilihat tampilan *style font Poppins* pada Gambar 4.4.



Gambar 4.4 Tipografi *prototype*
(Sumber : pinterest.com)

4.2.2. Diagram Proses Bisnis

Proses bisnis yang berjalan di Suvis Indonesia ditampilkan dalam bentuk diagram proses bisnis pada gambar 4.5.



Gambar 4.5 Diagram proses bisnis Suvis Indonesia

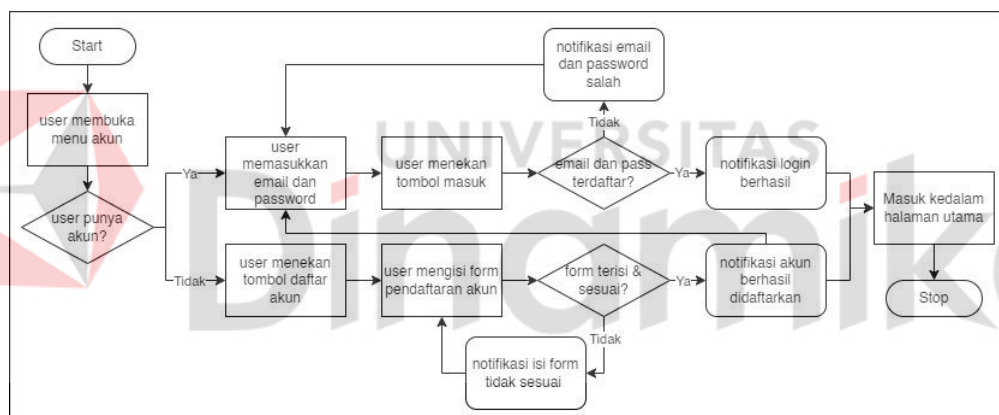
Berikut merupakan penjelasan diagram proses bisnis Suvis Indonesia dalam

bentuk *user flow diagram*.

1. User Flow Konsumen

a. Login dan Daftar Akun

Agar dapat memesan layanan pada aplikasi, konsumen diharuskan masuk menggunakan akun yang sudah terdaftar. Pertama konsumen membuka menu akun pada aplikasi. Apabila Konsumen sudah memiliki akun, Konsumen memasukkan *email* dan *password*, kemudian menekan tombol masuk. Jika email dan *password* sesuai, *system* akan memberi notifikasi *login* Berhasil dan Konsumen masuk ke halaman utama aplikasi. Apabila Konsumen belum memiliki akun, Konsumen menekan tombol daftar akun, kemudian mengisi *form* pendaftaran akun. Jika *form* telah terisi dan sesuai, *system* akan memberi notifikasi akun Berhasil didaftarkan dan masuk ke halaman utama aplikasi. *User flow login* dan daftar akun Konsumen dapat dilihat pada gambar 4.6.

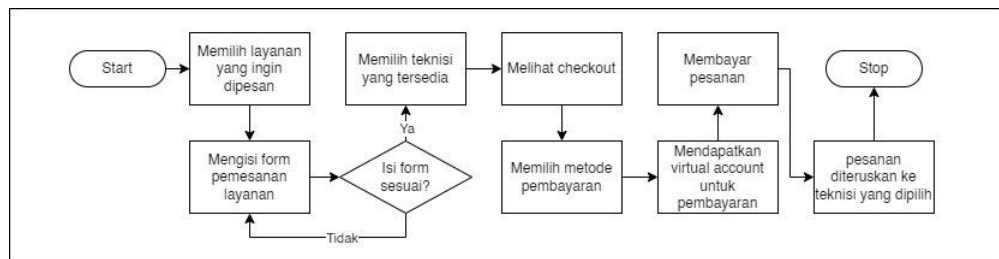


Gambar 4.6 *User flow login* dan daftar akun konsumen

b. Memesan Layanan

Konsumen dapat Memesan layanan yang ada pada Suvis Indonesia. Konsumen memilih layanan yang ingin dipesan pada halaman utama aplikasi, kemudian mengisi *form* Pemesanan layanan. Jika *form* telah terisi dan sesuai, Konsumen memilih teknisi yang tersedia pada halaman daftar teknisi. Setelah memilih teknisi, Konsumen akan diarahkan ke halaman *checkout* untuk pengecekan layanan yang dipesan, data pemesan dan teknisi yang dipilih. Selanjutnya Konsumen memilih metode pembayaran yang disediakan, Konsumen akan mendapatkan *virtual account* untuk pembayaran pesanan. Kemudian Konsumen membayar pesanan sesuai biaya yang tertera pada *virtual account*. Setelah itu pesanan Konsumen yang telah dibayar akan diteruskan ke

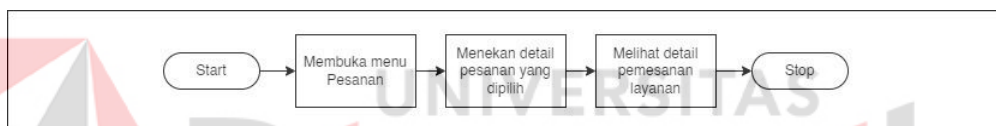
teknisi yang dipilih. *User flow* pemesanan layanan Konsumen dapat dilihat pada gambar 4.7.



Gambar 4.7 *User flow* pemesanan layanan

c. Melihat Detail Pesanan

Konsumen dapat melihat detail Pesanan yang telah dibuat sebelumnya dengan cara membuka menu Pesanan yang ada di dalam aplikasi. Kemudian Konsumen menekan detail Pesanan yang dipilih. Konsumen akan diperlihatkan detail Pesanan yang dibuat. *User flow* melihat detail pesanan dapat dilihat pada gambar 4.8.

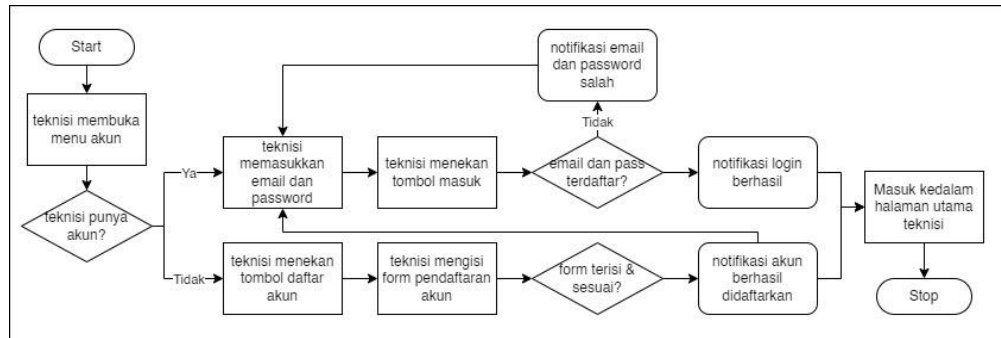


Gambar 4.8 *User flow* melihat detail pesanan

2. *User Flow* Teknisi

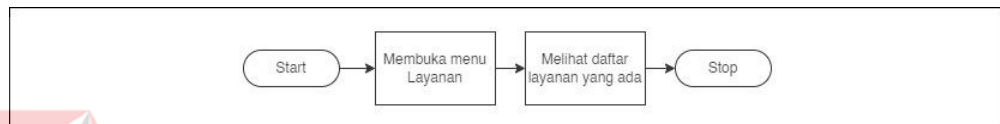
a. Login dan Daftar Akun

Agar dapat menggunakan aplikasi, teknisi diharuskan masuk menggunakan akun yang sudah terdaftar. Pertama teknisi membuka menu akun pada aplikasi. Apabila teknisi sudah memiliki akun, teknisi memasukkan email dan *password*, kemudian menekan tombol masuk. Jika email dan *password* sesuai, *system* akan memberi notifikasi *login* Berhasil dan teknisi masuk ke halaman utama teknisi. Apabila teknisi belum memiliki akun, teknisi menekan tombol daftar akun, kemudian mengisi *form* pendaftaran akun. Jika *form* telah terisi dan sesuai, *system* akan memberi notifikasi akun Berhasil didaftarkan dan masuk ke halaman utama aplikasi. *User flow* login dan daftar akun teknisi dapat dilihat pada gambar 4.9.

Gambar 4.9 *User flow* login dan daftar teknisi

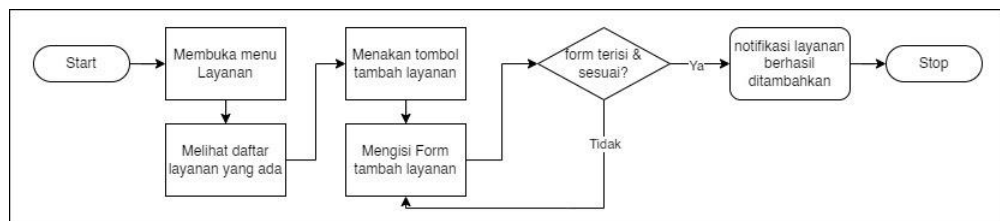
b. Menampilkan Layanan Teknisi

Teknisi dapat melihat layanan yang mereka buat dengan cara membuka menu layanan yang ada pada halaman utama teknisi. Teknisi akan melihat daftar layanan yang ada. *User flow* menampilkan layanan teknisi dapat dilihat pada gambar 4.10.

Gambar 4.10 *User flow* melihat layanan teknisi

c. Menambahkan Layanan Teknisi

Teknisi dapat menambahkan layanan mereka dengan cara membuka menu layanan yang ada pada halaman utama teknisi. Teknisi menekan tombol tambah layanan yang ada pada halaman layanan, kemudian mengisi *form* tambah layanan yang tersedia. Apabila *form* telah terisi dan sesuai, *system* akan memberikan notifikasi layanan Berhasil ditambahkan. *User flow* menambahkan layanan teknisi dapat dilihat pada gambar 4.11.

Gambar 4.11 *User flow* menambahkan layanan teknisi

d. Melihat Detail Pesanan

Teknisi dapat melihat detail Pesanan yang diberikan dengan cara membuka menu Pesanan yang ada pada halaman utama teknisi, kemudian menekan tombol detail Pesanan yang dipilih. Teknisi dapat melihat detail

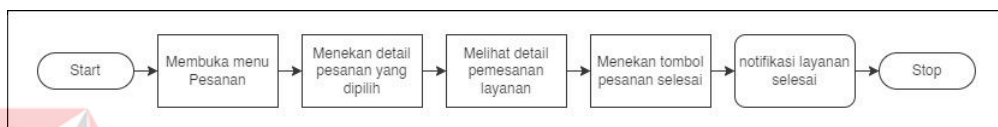
Pesanan yang ada. *User flow* melihat detail pesanan teknisi dapat dilihat pada gambar 4.12.



Gambar 4.12 *User flow* melihat detail pesanan teknisi

e. Menyelesaikan Pesanan

Teknisi dapat menyelesaikan Pesanan yang diberikan dengan cara membuka menu Pesanan yang ada pada halaman utama teknisi, kemudian menekan tombol detail Pesanan yang dipilih. Dalam halaman detail pesanan, teknisi menekan tombol pesanan Selesai. Kemudian *system* akan memberikan notifikasi bahwa layanan telah Selesai dilakukan. *User flow* menyelesaikan pesanan teknisi dapat dilihat pada gambar 4.13.



Gambar 4.13 *User flow* menyelesaikan pesanan teknisi

4.2.3. Wireframe

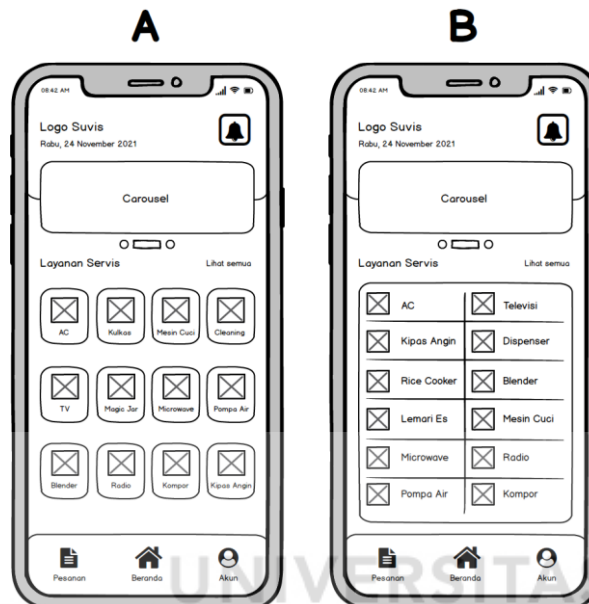
Wireframe adalah Kerangka dasar dari halaman atau *screen* yang telah dibuat. Digunakan untuk menyusun *layout*, navigasi dan organisir konten. Pembuatan *wireframe* menggunakan aplikasi *Balsamiq Mockup*. Berikut merupakan *wireframe* Konsumen dan teknisi.

1. Wireframe Konsumen

a. Halaman Beranda

Pada *wireframe* halaman Beranda Konsumen terdapat dua bentuk *wireframe*. Untuk *wireframe A* pada Gambar 4.14 terdapat tiga area vertikal, yakni area pertama berisi *header* yang terdiri dari logo, tanggal, dan tombol notifikasi. Area kedua berisi *carousel*, dan layanan servis yang berisi tombol macam-macam layanan servis di Suvis Indonesia dengan bentuk kotak kecil untuk setiap layanan servis. Area ketiga merupakan *footer* yang berisi *navigation bar* dan terdiri dari tombol Beranda, tombol pesanan dan tombol akun.

Pada *wireframe* B pada Gambar 4.14 terdapat tiga area vertikal dan untuk peletakan area *header* sama dengan *wireframe* A. Untuk area kedua terdiri dari *carousel* dan layanan servis yang berisi tombol macam-macam layanan servis di Suvis Indonesia dengan bentuk kotak besar dan memanjang. Area ketiga dengan peletakan *footer* sama dengan *wireframe* A.

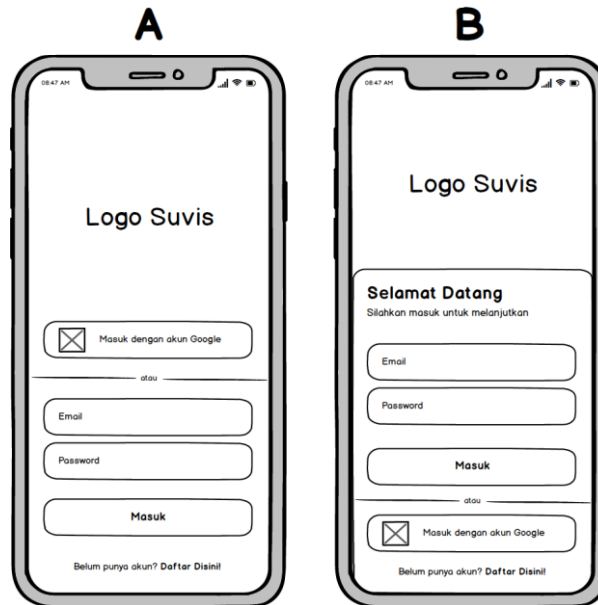


Gambar 4.14 *Wireframe* beranda A dan B

b. Halaman *Login*

Pada *wireframe* halaman *login* Konsumen terdapat dua bentuk *wireframe*. Untuk *wireframe* A pada Gambar 4.15 terdapat logo Suvis Indonesia berukuran besar di atas. pada bagian tengah terdapat tombol masuk dengan akun *google* dan kotak dengan isian *email* dan *password* serta tombol masuk. Pada bagian bawah terdapat tulisan “belum punya akun?” dengan tombol daftar disini.

Pada *wireframe* B pada Gambar 4.15 terdapat logo Suvis Indonesia berukuran besar diatas. Pada bagian tengah terdapat kotak besar yang didalamnya berisi tulisan selamat datang. Dibawah tulisan selamat datang terdapat kotak dengan isian *email* dan *password* dan tombol masuk. Pada bagian bawah terdapat tombol masuk dengan akun *google* dan tulisan “belum punya akun?” dengan tombol daftar disini.

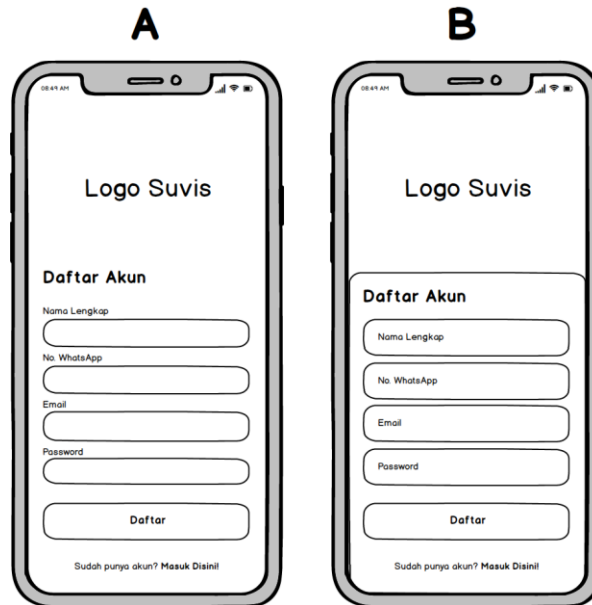


Gambar 4.15 Wireframe halaman login A dan B

c. Halaman Daftar

Pada *wireframe* halaman daftar Konsumen terdapat dua bentuk *wireframe*. Pada *wireframe* A pada Gambar 4.16 terdapat logo Suvis Indonesia berukuran besar di atas. Dibawah logo terdapat tulisan daftar akun dengan kotak-kotak dengan isian nama Lengkap, nomor *whatsapp*, *email*, dan *password* dibawahnya. Dibawah kotak-kotak isian terdapat tombol dengan tulisan masuk Pada bagian bawah terdapat tulisan “sudah punya akun?” dengan tombol masuk disini.

Pada *wireframe* B pada Gambar 4.16 terdapat logo Suvis Indonesia berukuran besar di atas. Dibawah logo terdapat kotak besar yang berisi tulisan daftar akun dan kotak-kotak dengan isian nama Lengkap, nomor *whatsapp*, *email*, dan *password* dibawahnya. Dibawah kotak-kotak isian terdapat tombol dengan tulisan masuk Pada bagian bawah terdapat tulisan “sudah punya akun?” dengan tombol masuk disini.



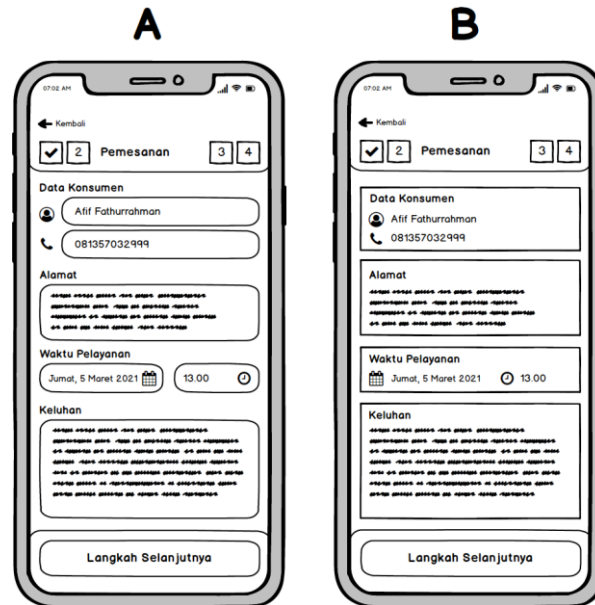
Gambar 4.16 *Wireframe* halaman daftar akun A dan B

d. Halaman Pesan Layanan

1) Halaman Pemesanan

Pada *wireframe* halaman pemesanan terdapat dua bentuk *wireframe*. Pada *wireframe* A pada Gambar 4.17 terdapat tiga area vertikal, yakni area pertama berisi *header* yang terdiri dari tulisan pemesanan dengan kotak-kotak yang menandakan nomor urut proses pemesanan dan tombol kembali. Area kedua berisi *form* pemesanan yang berisi keterangan data yang harus diisi dan *input* data dengan model kotak yang melengkung di tiap sisi. Area ketiga merupakan *footer* yang berisi tombol untuk melaksanakan proses pemesanan selanjutnya.

Pada *wireframe* B pada Gambar 4.17 terdapat tiga area vertikal dan untuk peletakan area *header* sama dengan *wireframe* A. Untuk area kedua berisi *form* pemesanan yang berisi kotak dengan sisi yang tegak dan berisi keterangan data yang harus diisi dan *input* data. Area ketiga dengan peletakan *footer* sama dengan *wireframe* A.

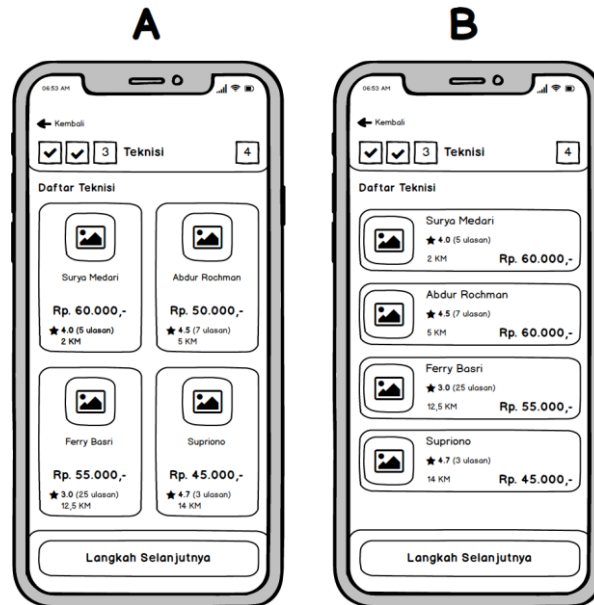


Gambar 4.17 *Wireframe* halaman form pemesanan A dan B

2) Halaman Pilih Teknisi

Pada *wireframe* halaman pilih teknisi terdapat dua bentuk *wireframe*. Pada *wireframe* A pada Gambar 4.18 terdapat tiga area vertikal, yakni area pertama berisi *header* yang terdiri dari tulisan Penyedia jasa dengan kotak-kotak yang menandakan nomor urut proses pemesanan dan tombol kembali. Area kedua berisi daftar teknisi yang dapat dipilih konsumen dengan penataan model *thumbnail* kotak. Area ketiga merupakan *footer* yang berisi tombol untuk melaksanakan proses pemesanan selanjutnya.

Pada *wireframe* B pada Gambar 4.18 terdapat tiga area vertikal dan untuk peletakan area *header* sama dengan *wireframe* A. Untuk area kedua berisi daftar teknisi yang dapat dipilih konsumen dengan penataan model *thumbnail list* memanjang. Area ketiga dengan peletakan *footer* sama dengan *wireframe* A.

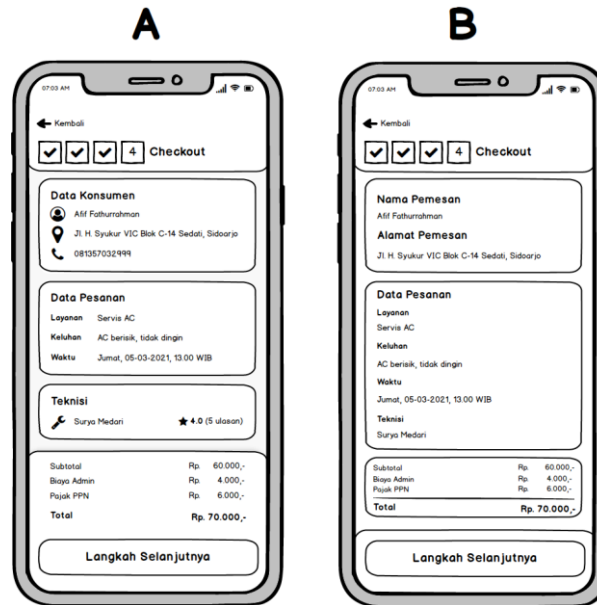


Gambar 4.18 Wireframe halaman pilih teknisi A dan B

3) Halaman Checkout

Pada wireframe halaman *checkout* terdapat dua bentuk wireframe. Pada wireframe A pada Gambar 4.19 terdapat tiga area vertikal, yakni area pertama berisi *header* yang terdiri dari tulisan *checkout* dengan kotak-kotak yang menandakan nomor urutan proses pemesanan dan tombol kembali. Area kedua berisi data pemesanan yang terbagi menjadi 3 bagian, yakni data konsumen, data pesanan dan data penyedia jasa. Area ketiga merupakan *footer* yang berisi biaya pemesanan dan tombol untuk melaksanakan proses pemesanan selanjutnya.

Pada wireframe B pada Gambar 4.19 terdapat tiga area vertikal dan untuk peletakan area *header* sama dengan wireframe A. Untuk area kedua berisi data pemesanan yang terbagi menjadi 3 bagian, yakni data konsumen, data pesanan, dan biaya pemesanan. Area ketiga merupakan *footer* yang berisi tombol untuk melaksanakan proses pemesanan selanjutnya..

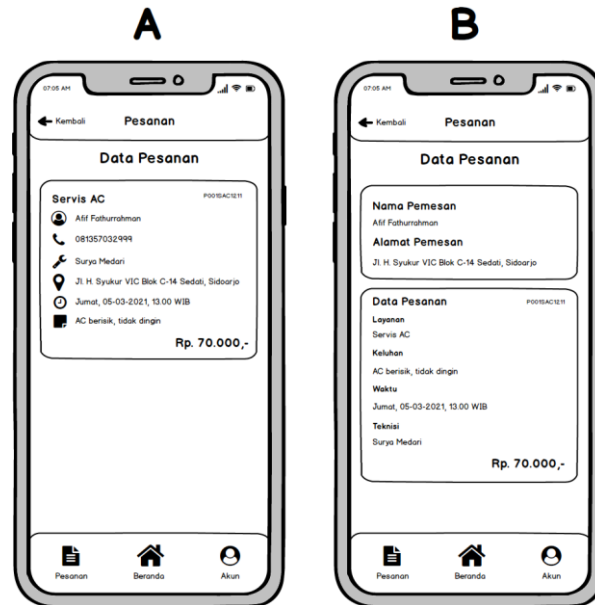


Gambar 4.19 Wireframe halaman checkout A dan B

4) Halaman Pesanan Layanan Konsumen

Pada *wireframe* halaman pesanan layanan konsumen terdapat dua bentuk *wireframe*. Untuk *wireframe* A pada Gambar 4.20 terdapat tiga area vertikal, yakni area pertama berisi *header* yang terdiri dari tulisan pesanan dan tombol kembali. Area kedua berisi kotak dengan kode pemesanan, *icon* dan detail pesanan serta keterangan biaya. Area ketiga merupakan *footer* yang berisi *navigation bar* dan terdiri dari tombol Beranda, tombol pesanan dan tombol akun.

Pada *wireframe* B pada Gambar 4.20 terdapat tiga area vertikal dan untuk peletakan area *header* sama dengan *wireframe* A. Untuk area kedua terdiri dari dua kotak yang masing-masing terdiri dari data konsumen dan data pesanan. Area ketiga dengan peletakan *footer* sama dengan *wireframe* A.



Gambar 4.20 Wireframe halaman pesanan layanan A dan B

2. Wireframe Teknisi

a. Halaman Login

Pada *wireframe* halaman *login* teknisi terdapat dua bentuk *wireframe*. Untuk *wireframe* A terdapat logo Suvis Indonesia berukuran besar di atas. Pada bagian tengah terdapat kotak dengan isian *email* dan *password* serta tombol masuk. Pada bagian bawah terdapat tulisan “belum punya akun?” dengan tombol daftar disini.

Pada *wireframe* B terdapat logo Suvis Indonesia berukuran besar diatas. Pada bagian tengah terdapat kotak besar yang didalamnya berisi tulisan selamat datang. Dibawah tulisan selamat datang terdapat kotak dengan isian *email* dan *password* dan tombol masuk. Pada bagian bawah tulisan “belum punya akun?” dengan tombol daftar disini. Untuk *wireframe* halaman login teknisi dapat dilihat pada lampiran 2.

b. Halaman Daftar

Pada *wireframe* halaman daftar teknisi terdapat dua bentuk *wireframe*. Pada *wireframe* A terdapat logo Suvis Indonesia berukuran besar di atas. Dibawah logo terdapat tulisan daftar akun dengan kotak-kotak dengan isian nama lengkap, alamat, nomor *whatsapp*, *email*, *password*, dan *upload* foto

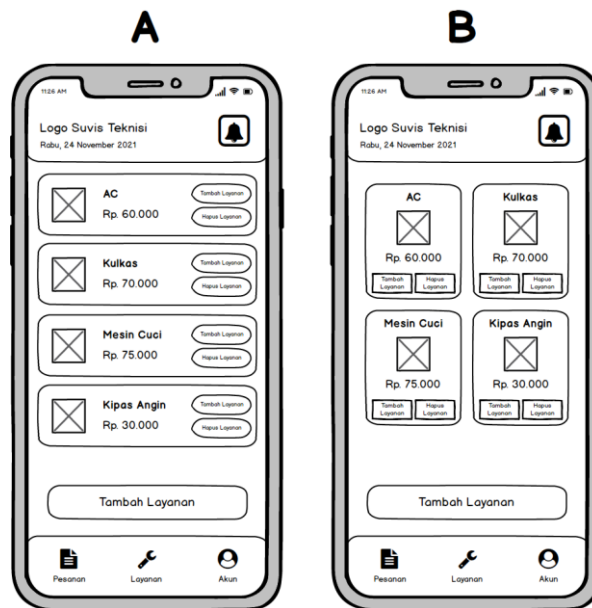
KTP dibawahnya. Dibawah kotak-kotak isian terdapat tombol dengan tulisan masuk Pada bagian bawah terdapat tulisan “sudah punya akun?” dengan tombol masuk disini.

Pada *wireframe* B terdapat logo Suvis Indonesia berukuran besar di atas. Dibawah logo terdapat kotak besar yang berisi tulisan daftar akun dan kotak-kotak dengan isian nama lengkap, alamat, nomor *whatsapp*, *email*, *password*, dan *upload* foto KTP dibawahnya. Dibawah kotak-kotak isian terdapat tombol dengan tulisan masuk Pada bagian bawah terdapat tulisan “sudah punya akun?” dengan tombol masuk disini. Untuk *wireframe* halaman daftar teknisi dapat dilihat pada lampiran 2.

c. Halaman Layanan Teknisi

Pada *wireframe* halaman layanan teknisi terdapat dua bentuk *wireframe*. Untuk *wireframe* A pada Gambar 4.21 terdapat tiga area vertikal, yakni area pertama berisi *header* yang terdiri dari logo, tanggal, dan tombol notifikasi. Area kedua berisi daftar layanan yang teknisi tawarkan dengan penataan model *thumbnail* kotak. Dalam *thumbnail* layanan terdiri dari keterangan layanan, gambar, harga, dan dua tombol yakni ubah layanan dan hapus layanan. Pada bagian bawah area kedua terdapat tombol tambah layanan untuk menambah layanan. Area ketiga merupakan *footer* yang berisi *navigation bar* dan terdiri dari tombol layanan, tombol pesanan dan tombol akun.

Pada *wireframe* B pada Gambar 4.21 terdapat tiga area vertikal dan untuk peletakan area *header* sama dengan *wireframe* A. Untuk area kedua berisi daftar teknisi yang dapat dipilih konsumen dengan penataan model *thumbnail list* memanjang. Dalam *thumbnail* layanan terdiri dari keterangan layanan, gambar, harga, dan dua tombol yakni ubah layanan dan hapus layanan. Pada bagian bawah area kedua terdapat tombol tambah layanan untuk menambah layanan. Area ketiga dengan peletakan *footer* sama dengan *wireframe* A.



Gambar 4.21 *Wireframe* halaman layanan teknisi A dan B

d. Halaman Tambah Layanan Teknisi

Pada *wireframe* halaman tambah layanan terdapat dua bentuk *wireframe*. Untuk *wireframe* A pada Gambar 4.22 terdapat tiga area vertikal, yakni area pertama berisi *header* yang terdiri dari tulisan tambah layanan dan tombol kembali. Area kedua berisi tiga kotak. Kotak pertama berisi layanan yang terdiri dari gambar layanan yang dipilih dan pilihan layanan dalam bentuk *combobox*, kotak kedua berisi *input* biaya layanan yang akan diberikan teknisi, dan kotak ketiga berisi tulisan syarat dan ketentuan. Area ketiga merupakan *footer* yang berisi tombol untuk menyimpan layanan.

Pada *wireframe* B pada Gambar 4.22 terdapat tiga area vertikal dan untuk peletakan area *header* sama dengan *wireframe* A. Untuk area kedua terdapat 2 kotak, yakni kotak pilihan layanan dan biaya, dan kotak syarat dan ketentuan. Pada kotak pilihan layanan terdiri dari tulisan dan gambar layanan yang dapat dipilih dengan model *radio button* dan biaya layanan yang dapat diisi oleh teknisi. Area ketiga dengan peletakan *footer* sama dengan *wireframe* A.



Gambar 4.22 *Wireframe* halaman tambah layanan A dan B

e. Halaman Pesanan Teknisi

Pada *wireframe* halaman pesanan teknisi terdapat dua bentuk *wireframe*. Untuk *wireframe* A pada Gambar 4.23 terdapat tiga area vertikal, yakni area pertama berisi *header* yang terdiri dari tulisan pesanan dan tombol kembali. Area kedua berisi kotak dengan kode pemesanan, *icon* dan detail pesanan serta keterangan biaya. Pada bagian bawah area kedua terdapat tombol layanan telah diselesaikan untuk menyelesaikan layanan yang telah dilakukan teknisi. Area ketiga merupakan *footer* yang berisi *navigation bar* dan terdiri dari tombol layanan, tombol pesanan dan tombol akun.

Pada *wireframe* B pada Gambar 4.23 terdapat tiga area vertikal dan untuk peletakan area *header* sama dengan *wireframe* A. Untuk area kedua terdiri dari dua kotak yang masing-masing terdiri dari data konsumen dan data pesanan. Area ketiga dengan peletakan *footer* sama dengan *wireframe* A.



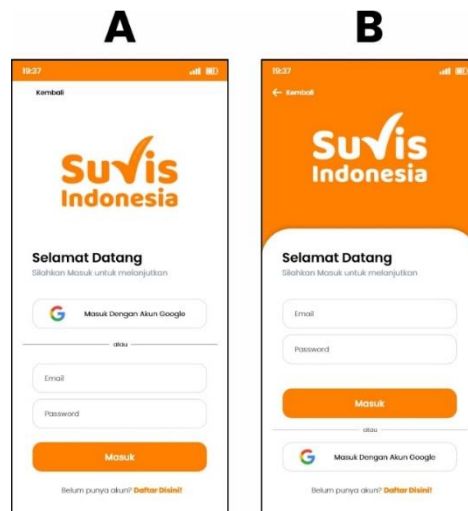
Gambar 4.23 Wireframe halaman pesanan A dan B

4.2.4. Prototype Iterasi Pertama

Pembuatan *prototype* iterasi pertama dibangun berdasarkan hasil dari *wireframe* yang dibuat. *Prototype* dirancang menggunakan aplikasi Adobe XD.

1. Prototype Halaman Login Konsumen

Pada halaman *login*, konsumen diharuskan untuk mengisi *email* dan *password* akun. Pengguna akan dapat melakukan *login* aplikasi jika *email* dan *password* yang diisikan sesuai dengan *database*. Pada halaman ini juga terdapat *link* menuju halaman daftar akun apabila konsumen belum mempunyai akun. *Prototype login* A dan B dapat dilihat pada gambar 4.24.



Gambar 4.24 Prototype halaman login A dan B

2. *Prototype Halaman Daftar Konsumen*

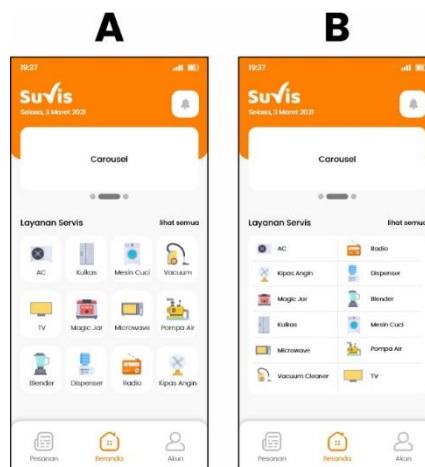
Halaman daftar berisi *form* pendaftaran akun yang harus diisi lengkap oleh pengguna. Setelah konsumen mengisi lengkap *form* tersebut dan menekan tombol daftar, konsumen akan dialihkan ke halaman beranda. Pada halaman ini juga terdapat *link* menuju halaman *login* akun apabila konsumen sudah memiliki akun. *Prototype* halaman daftar A dan B dapat dilihat pada gambar 4.25.



Gambar 4.25 *Prototype* halaman daftar A dan B

3. *Prototype Halaman Beranda*

Halaman beranda berisi *carousel*, daftar layanan yang tersedia di Suvis Indonesia dan *navigation bar*. Konsumen dapat memilih layanan yang diinginkan dengan menekan gambar atau tulisan layanan. *Prototype* halaman beranda A dan B dapat dilihat pada gambar 4.26.



Gambar 4.26 *Prototype* halaman beranda A dan B

4. *Prototype Halaman Pemesanan*

Halaman pemesanan berisi *form* pemesanan yang harus diisi oleh konsumen ketika ingin memesan layanan Suvis Indonesia. Apabila konsumen sudah mengisi semua *form*, konsumen melanjutkan proses pemesanan dengan menekan tombol langkah selanjutnya untuk dialihkan ke halaman pilih teknisi. *Prototype* halaman *form* pemesanan A dan B dapat dilihat pada gambar 4.27.

A

B

Gambar 4.27 *Prototype* halaman pemesanan A dan B

5. *Prototype Halaman Pilih Teknisi*

Pada halaman pilih teknisi, konsumen dapat memilih teknisi yang ingin dipesan. Jika konsumen telah memilih teknisi, konsumen dapat melanjutkan proses pemesanan dengan menekan tombol langkah selanjutnya untuk dialihkan ke halaman *checkout*. *Prototype* halaman pilih teknisi A dan B dapat dilihat pada gambar 4.28.

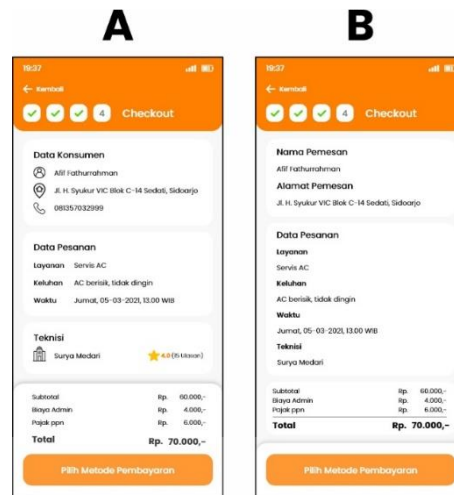
A

B

Gambar 4.28 *Prototype* halaman pilih teknisi A dan B

6. *Prototype Halaman Checkout*

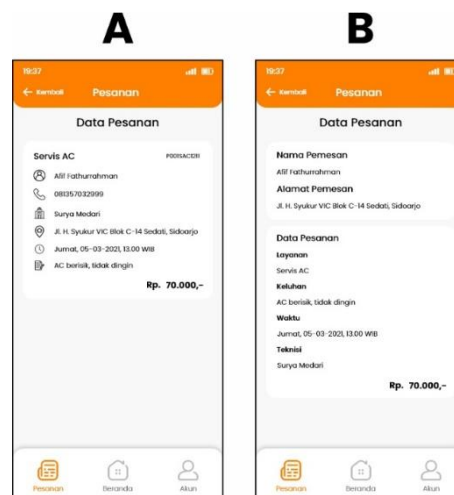
Setelah memilih teknisi pada halaman pilih teknisi, konsumen akan diarahkan menuju halaman *checkout* yang berisi semua informasi pemesanan layanan untuk mengecek kembali layanan yang telah dipesan konsumen serta total biaya layanan. *Prototype* halaman *checkout* A dan B dapat dilihat pada gambar 4.29.



Gambar 4.29 *Prototype* halaman *checkout* A dan B

7. *Prototype Halaman Pesanan Layanan Konsumen*

Pada halaman pesanan layanan konsumen, konsumen dapat lihat Kembali detail layanan yang telah dipesan. *Prototype* halaman pesanan layanan konsumen A dan B dapat dilihat pada gambar 4.30.



Gambar 4. 30 *Prototype* halaman pesanan layanan konsumen A dan B

8. *Prototype Halaman Login Teknisi*

Pada halaman *login*, teknisi diharuskan untuk mengisi *email* dan *password* akun. Teknisi akan dapat melakukan *login* aplikasi jika *email* dan *password* yang diisikan sesuai dengan *database*. Pada halaman ini juga terdapat *link* menuju halaman daftar akun apabila teknisi belum mempunyai akun. *Prototype login* A dan B dapat dilihat pada Lampiran 3.

9. *Prototype Halaman Daftar Teknisi*

Halaman daftar berisi *form* pendaftaran akun yang harus diisi lengkap oleh pengguna. Setelah konsumen mengisi lengkap *form* tersebut dan menekan tombol daftar, konsumen akan dialihkan ke halaman beranda. Pada halaman ini juga terdapat *link* menuju halaman *login* akun apabila konsumen sudah memiliki akun. *Prototype* halaman daftar A dan B dapat dilihat pada Lampiran 3.

10. *Prototype Halaman Layanan Teknisi*

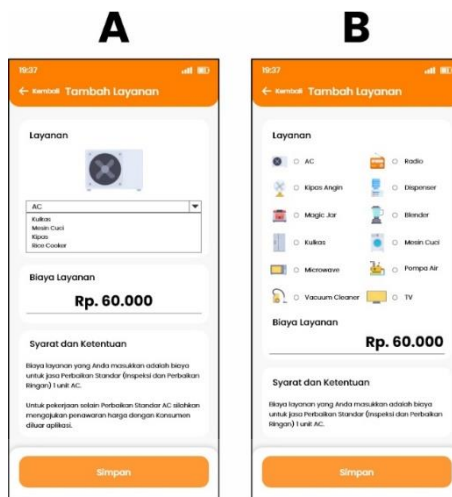
Pada halaman layanan teknisi, teknisi dapat melihat daftar layanan dan tarif yang mereka buat. Selain itu teknisi juga dapat menambah, menghapus atau meng-*edit* layanan mereka. *Prototype* halaman pesanan layanan konsumen A dan B dapat dilihat pada gambar 4.31.



Gambar 4.31 *Prototype* halaman layanan teknisi A dan B

11. *Prototype* Halaman Tambah Layanan Teknisi

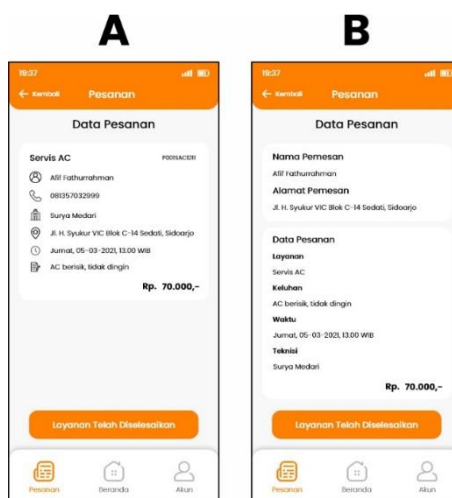
Pada halaman tambah layanan teknisi, teknisi dapat menambah layanan yang mereka tawarkan kepada konsumen. Di dalam halaman tersebut teknisi dapat memilih layanan apa yang ingin ditawarkan serta biaya layanan. *Prototype* halaman tambah layanan teknisi A dan B dapat dilihat pada gambar 4.32.



Gambar 4.32 *Prototype* halaman tambah layanan teknisi A dan B

12. *Prototype* Halaman Pesanan Teknisi

Teknisi dapat melihat pesanan konsumen pada halaman pesanan teknisi. Pada halaman tersebut terdapat detail pesanan diantaranya nama, alamat, nomor telepon, keluhan, waktu Pelayanan dan lain-lain. *Prototype* pesanan teknisi A dan B dapat dilihat pada gambar 4.33.



Gambar 4.33 *Prototype* halaman pesanan teknisi A dan B

4.3. Run an Experiment Iterasi Pertama

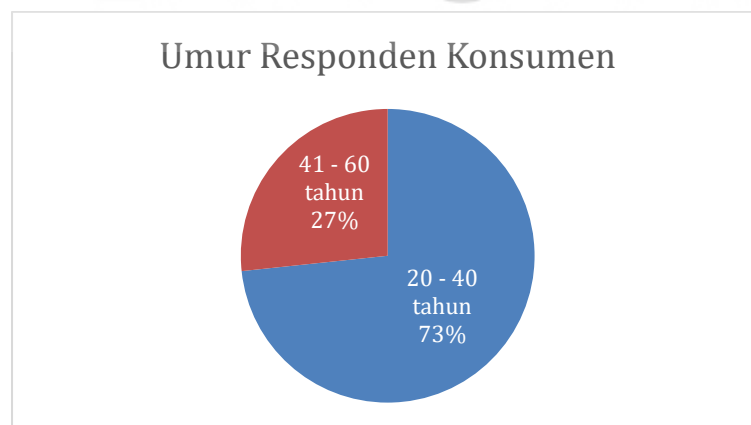
4.3.1. A/B Testing

Setelah *prototype* A dan B dibuat, tahap selanjutnya adalah *run an experiment* untuk dapat mengetahui *prototype* mana yang lebih baik dan mudah dipahami oleh *user*. Dalam eksperimen ini menggunakan metode *A/B Testing* yang dilakukan pada 2 jenis responden, yakni konsumen dan teknisi di Surabaya. Untuk mengetahui hasil penilaian responden dengan meletakkan *prototype* secara berurutan sesuai dengan alur MVP-nya. Serta membagikan kuesioner dalam bentuk *google form* untuk membantu menilai *user interface* dari *prototype* tersebut. *Form* pengujian konsumen dapat dilihat pada Lampiran 4 dan *form* pengujian teknisi dapat dilihat pada Lampiran 5.

4.4. Feedback and Research

4.4.1. Pengolahan Data

Berdasarkan hasil *run an experiment* didapatkan responden konsumen dan teknisi masing-masing sebanyak 30 responden. Pada responden konsumen, karakteristik usia konsumen berada pada umur 20-40 tahun dengan persentase 73% dan 27% pada umur 41 – 60 tahun. Diagram umur responden konsumen dapat dilihat pada gambar 4.34.



Gambar 4.34 Diagram umur responden konsumen

Pada responden teknisi, persentase lama bekerja selama kurang dari 5 tahun sebanyak 47%, 5-10 tahun sebanyak 20% dan di atas 10 tahun sebanyak 33%. Diagram persentase lama bekerja teknisi dapat dilihat pada gambar 4.35.



Gambar 4.35 Diagram lama bekerja teknisi

Hasil dari pengukuran menggunakan A/B testing ditabulasi ke dalam tabel yang dapat dilihat pada tabel 4.10.

Tabel 4.10 Hasil Validasi *Prototype A/B*

Jenis Aplikasi	Tampilan Halaman	Desain A	Desain B	Winner
Konsumen	Halaman <i>Login</i>	23%	77%	B
	Halaman Daftar	27%	73%	B
	Halaman Beranda	87%	13%	A
	Halaman Pemesanan	47%	53%	B
	Halaman Pilih Teknisi	53%	47%	A
	Halaman <i>Checkout</i>	80%	20%	A
	Halaman Pesanan Layanan Konsumen	30%	70%	B
Teknisi	Halaman <i>Login</i>	70%	30%	A
	Halaman Daftar	63%	37%	A
	Halaman Layanan	33%	67%	B
	Halaman Tambah Layanan	63%	37%	A
	Halaman Pesanan Teknisi	30%	70%	B

Terdapat juga kritik dan saran tampilan responden untuk menjadi bahan pertimbangan dalam membuat *prototype C* pada konsumen dan teknisi untuk membuat *prototype* lebih menarik dan mudah digunakan, yaitu:

1. Konsumen

- a. Jarak per konten pada bagian pemesanan susah dibaca karena terlalu dempet.
- b. Progres angka 1 sampai 4 pada fase pemesanan data sampai *checkout* angkanya membingungkan.
- c. Tulisannya lebih dibesarkan.

- d. Pada tampilan menu *home*, bisa ditambahkan fitur *toggle switch button* agar *user* bisa memilih tampilan sesuka dia

2. Teknisi

- a. Tulisannya jangan mepet-mepet
- b. Tulisannya lebih diperbesar lagi
- c. Angka di biaya layanan ditaruh di tengah
- d. Di desain b kurang keterangan nomor telepon orang yang pesan

Data hasil kuesioner konsumen dapat dilihat pada Lampiran 6 dan data hasil kuesioner teknisi dapat dilihat pada Lampiran 7.

4.4.2. Perbaikan *Prototype*

Dari hasil pemilihan *prototype* dari kritik atau saran yang ada pada iterasi pertama melalui A/B Testing, maka dibuat *prototype* iterasi kedua atau *prototype C* dipastikan sesuai dengan beberapa kritik dan saran dari responden. Berikut merupakan beberapa hasil *prototype C* dan untuk lebih lengkap dilihat pada Lampiran 8.

1. *Prototype* Halaman Pemesanan

Prototype C halaman pemesanan merupakan hasil dari A/B Testing dengan beberapa perbaikan sesuai dengan kritik dan saran dari konsumen. *Prototype C* halaman *form* pemesanan dapat dilihat pada gambar 4.36.

The screenshot shows a mobile application interface for an ordering form. At the top, there's a status bar with the time 19:37 and signal strength. Below that is a navigation bar with a back arrow and the text 'Kembali'. The main title 'Pemesanan' is in a bold, orange font. The form is divided into several sections: 'Data Konsumen' with fields for name and phone number; 'Alamat' with a dropdown arrow and a text field containing the address; 'Waktu Pelayanan' with fields for date and time; and 'Keluhan' with a text field for complaints. At the bottom, there is an orange button labeled 'Langkah Selanjutnya'.

Gambar 4.36 *Prototype C* halaman pemesanan

2. *Prototype* Halaman Pesanan Layanan Konsumen

Prototype C halaman pesanan layanan konsumen merupakan hasil dari A/B Testing dengan beberapa perbaikan sesuai dengan kritik dan saran dari konsumen. *Prototype* C halaman *form* halaman pesanan layanan konsumen dapat dilihat pada gambar 4.37.

Gambar 4.37 *Prototype* C halaman pesanan layanan konsumen

4.4.3. Run an Experiment Iterasi Kedua

Pada pengujian *prototype* iterasi kedua dilakukan menggunakan metode *in-depth interview* kepada konsumen dan teknisi yang masing-masing berjumlah 5 responden. Jumlah ini sudah memenuhi syarat untuk melakukan pengujian *in-depth interview* karena berdasarkan (Mariampolski, 2001:49) jumlah responden rata-rata dari *in-depth interview* antara 5-8 responden. Data yang akan diuji adalah uji *single task* dan *opinion scale* pada *prototype* C dengan komponen tata letak yang sesuai, konsistensi warna, tidak banyak proses, penyampaian informasi jelas, dan tampilan mudah dipahami. Dalam melakukan pengujian menggunakan aplikasi *useberry* untuk membantu menilai *user experience* dari *prototype* tersebut. *Form* pengujian *prototype* C konsumen dapat dilihat pada Lampiran 9 dan *form* pengujian *prototype* C teknisi dapat dilihat pada Lampiran 10.

Pada pengujian *single task* konsumen, hasil rata-rata durasi pengoperasian aplikasi dapat dilihat pada tabel 4.11.

Tabel 4.11 Rata-rata durasi pengoperasian aplikasi konsumen

Jenis Aplikasi	Login Akun	Daftar Akun	Pesan Layanan	Melihat Pesanan Layanan
Konsumen	21,4 detik	17,6 detik	22,1 detik	6,2 detik

Pada pengujian *single task* teknisi, hasil rata-rata durasi pengoperasian aplikasi dapat dilihat pada tabel 4.12.

Tabel 4.12 Rata-rata durasi pengoperasian aplikasi teknisi

Jenis Aplikasi	Login Akun	Daftar Akun	Menambah Layanan	Mengedit Layanan	Menghapus Layanan	Melihat Pesanan Layanan	Menyelesaikan Pesanan
Teknisi	14,8 detik	29,3 detik	15,3 detik	17,7 detik	11,4 detik	6 detik	13,6 detik

Keterangan skor pada pengujian *opinion scale* dapat dilihat pada tabel 4.13.

Tabel 4.13 Skor penilaian

Keterangan Skor	Jumlah Responden	Skor	Total Skor
Skor Maksimal	5	5	25
Skor Minimal	5	1	5

Hasil pada pengujian *opinion scale* konsumen dapat dilihat pada tabel 4.14.

Tabel 4.14 Hasil Pengujian *opinion scale* konsumen

No	Komponen	1	2	3	4	5	Total Skor	Indeks	Hasil
1	Tata letak yang sesuai				2	3	23	92%	Sangat Setuju
2	Konsistensi warna				1	4	21	84%	Sangat Setuju
3	Tidak banyak proses			1	2	2	21	84%	Sangat Setuju
4	Penyampaian informasi jelas				2	3	23	92%	Sangat Setuju
5	Tampilan mudah dipahami				2	3	23	92%	Sangat Setuju

Hasil pada pengujian *opinion scale* teknisi dapat dilihat pada tabel 4.15.

Tabel 4.15 Hasil pengujian *opinion scale* teknisi

No	Komponen	1	2	3	4	5	Total Skor	Indeks	Hasil
1	Tata letak yang sesuai			2	2	1	19	76%	Setuju
2	Konsistensi warna				5		20	80%	Sangat Setuju

3	Tidak banyak proses	1	2	2	21	84%	Sangat Setuju
4	Penyampaian informasi jelas	1	2	2	21	84%	Sangat Setuju
5	Tampilan mudah dipahami		2	3	23	92%	Sangat Setuju

Keterangan interval :

Indeks 0% - 19.99% : Sangat Tidak Setuju

Indeks 20% - 39.99% : Tidak Setuju

Indeks 40% - 59.99% : Ragu – Ragu

Indeks 60% - 79.99% : Setuju

Indeks 80% - 100% : Sangat Setuju

Berdasarkan hasil pengujian *opinion scale*, konsumen menyatakan setuju terhadap desain *user interface* dan *user experience* pada aplikasi Suvis Indonesia pada komponen tata letak, konsistensi warna, proses yang dijalankan, penyampaian informasi dan pemahaman tampilan.

Hasil pengujian *prototype C* konsumen dapat dilihat pada Lampiran 11 dan hasil pengujian *prototype C* teknisi dapat dilihat pada Lampiran 12.

4.5. Tahap Akhir

4.5.1. Dokumen Perencanaan UI/UX pada Suvis Indonesia

Berdasarkan tahapan *Lean UX Startup* yang sudah dilakukan, maka penelitian ini menghasilkan dokumen perencanaan UI UX bagi *startup* Suvis Indonesia. Dokumen ini dapat digunakan *startup* Suvis Indonesia sebagai pedoman bagi developer untuk mengembangkan aplikasi Suvis.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis, implementasi dan evaluasi perancangan *user interface / user experience* pada aplikasi Suvis Indonesia menggunakan metode *Lean UX Startup* menghasilkan *prototype final* yang memiliki:

1. Hasil pengujian *prototype* iterasi pertama dan dilanjutkan iterasi kedua, konsumen menyatakan setuju terhadap *user interface* dan *user experience* pada aplikasi dan memberikan pengaruh terhadap mendapatkan konsumen baru.
2. Skema warna yang senada dan konsisten, yaitu warna *orange* dengan kode #FF7F00, sebagai salah satu bentuk *branding* dalam aplikasi.
3. *Font* yang digunakan adalah *Poppins* karena *display font Poppins* terlihat menarik dan bisa terbaca dengan baik dan rapi di semua *device*. *Font* ini juga mudah terbaca dalam segala elemen, seperti ketika berada di *button*, *navigation* hingga *content*.
4. Tampilan gabungan dari *prototype A* dan *prototype B*, dimana *prototype A* terpilih untuk 6 *feature* yakni beranda, pilih teknisi dan *checkout* pada aplikasi konsumen dan *login*, daftar dan tambah layanan pada aplikasi teknisi dan *Prototype B* terpilih untuk 6 *feature* yakni *login*, daftar, pemesanan, dan pemesanan layanan konsumen pada aplikasi konsumen dan layanan dan pesanan teknisi pada aplikasi teknisi.
5. Pada kuesioner terdapat kritik dan saran sebagai bahan pertimbangan untuk perbaikan pada *prototype C* aplikasi untuk konsumen dan teknisi.
6. Tampilan pada *layout* konsisten pada setiap halaman bagian *header*, *body*, dan *footer*. Letak navigasi sama pada setiap halaman.
7. *User experience* yang mudah dipahami oleh user untuk mengakses aplikasi dan mendapatkan informasi sesuai kebutuhan berdasarkan hasil pengujian iterasi kedua.

5.2. Saran

Saran yang diberikan pada hasil penelitian ini adalah *prototype* yang

dihasilkan fokus pada *device smartphone*. Sehingga kedepannya dapat dikembangkan lagi dengan membuat tampilan *prototype* dalam segala ukuran *device* seperti tablet dan desktop, sehingga mampu menghasilkan *prototype* yang lebih baik lagi dan dapat digunakan didalam semua jenis *device*.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, P. (2020, April 23). *Mengenal User Interface: Pengertian, Kegunaan, dan Contohnya*. Diambil kembali dari Niagahoster Blog: https://www.niagahoster.co.id/blog/user-interface/#Pentingnya_UI_bagi_Sebuah_Produk
- Gallo, A. (2017, June 28). *A Refresher on A/B Testing*. Diambil kembali dari Harvard Business Review: <https://hbr.org/2017/06/a-refresher-on-ab-testing>
- Hendryadi, & Suryani. (2015). *Metode Riset Kuantitatif : Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Ilam*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- ISO 9241-210. (2009). *Ergonomics of human system interaction - Part 210: Human-centered design for interactive (formerly known as 13407)*.
- Klein, L. (2013). *UX for Lean Startups*. United States of America: O'Reilly Media.
- Lastiansah, S. (2012). *Pengertian User Interface*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Marketo. (2015). *The Power Of A/B Testing*. San Mateo: Marketo.
- Notoatmodjo. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rozaq, B. K. (2020, October 4). *UX Development #4 : Memahami Lean UX*. Diambil kembali dari SEO Anak Sholeh: <https://seoanaksholeh.com/memahami-lean-ux/>
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.