

PERANCANGAN *MOBILE APPS* KEBUTUHAN SEHARI-HARI UNTUK MAHASISWA TELKOM UNIVERSITY YANG TINGGAL DI KOS

Syauqi Firdaus Farhan¹, Andreas Rio Adriyanto² dan Diena Yudiarti³

^{1,2,3} (*Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*)

Syauqifirdaus@Student.telkomuniversity.ac.id, andreasrio@telkomuniversity.ac.id,
dienayud@telkomuniversity.ac.id

Abstrak : Pembelajaran luring kembali diadakan. Namun beberapa permasalahan muncul ditengah-tengah aktivitas mahasiswa yang kembali normal. Kemacetan, aktivitas akademik, sosial, atau organisasi menjadi alasan utama mahasiswa kewalahan dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Kurangnya informasi mengenai ketersediaan barang, harga, dan jarak dari usaha-usaha kebutuhan sehari-hari menambah kesulitan yang dihadapi mahasiswa. Hal tersebut membuat penjualan produk, pemenuhan kebutuhan konsumen, efisiensi waktu dan tenaga berkurang. Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan perancangan *Prototype* UI/UX Aplikasi. Hasil dari perancangan diharapkan dapat membantu mahasiswa mengatasi rintangan pemenuhan kebutuhan sehari-hari yang kurang efisien dan membantu usaha-usaha kebutuhan sehari-hari dalam memperjual belikan produknya lebih luas. Penelitian menggunakan metode kualitatif dalam bentuk observasi dan wawancara guna memperjelas permasalahan nyata yang dialami dan metode kuantitatif dalam bentuk kuisisioner untuk mendapatkan perbandingan gaya desain yang diminati oleh target konsumen. Hasil dari penelitian menunjukkan perlu adanya sebuah *platform* yang menaungi usaha-usaha kebutuhan sehari-hari guna membantu distribusi produk dan membantu mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Perancangan *mobile apps* menggunakan pendekatan *design thinking* melalui tahapan *empathize, define, Ideate,*

Prototype dan test. Perancangan bisnis dirancang menggunakan *business model canvas* dan *business model navigator* guna mendapatkan rangka bisnis yang akurat dan efektif.

Kata kunci : *Design thinking, Mobile apps, UI/UX, Kebutuhan Sehari-hari.*

Abstract : *Offline learning held again. However, several problems arise in the midst of normal student activities. Traffic jams, academic, social, or organizational activities are the main reasons students are overwhelmed in meeting their daily needs. The lack of information about the availability of goods, prices, and distance from businesses for daily needs adds to the difficulties faced by students. This makes product sales, fulfillment of consumer needs, time and energy efficiency reduced. This research aims to overcome these problems by designing Prototype UI/UX applications. The results of the design are expected to help students overcome the obstacles of fulfilling inefficient daily needs and help daily necessities businesses in selling their products more widely. The research uses qualitative methods in the form of observations and interviews to clarify the real problems experienced and quantitative methods in the form of questionnaires to get a comparison of design styles that are in demand by target consumers. The results of the research show the need for a platform that houses daily necessities businesses to help product distribution and help students meet their daily needs. The design of mobile apps uses a design thinking approach through the stages of empathize, define, Ideate, Prototype and test. Business design is designed using business model canvas and business model navigator to get an accurate and effective business framework.*

Keywords: Design thinking, Mobile apps, UI/UX, Daily Needs.

PENDAHULUAN

Pembelajaran luring kembali dilakukan, hal ini membuat mahasiswa Telkom University yang tinggal diluar kota untuk mencari tempat tinggal

disekitar kampusnya atau biasa disebut kosan. Mahasiswa yang belum terbiasa hidup mandiri akan menghadapi kesulitan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, ditambah dengan kemacetan, aktivitas sosial, akademik dan berorganisasi yang menambah kesibukan mahasiswa membuat rintangan yang dihadapi semakin membesar.

Mahasiswa sering menghadapi kemacetan semenjak masa perkuliahan *offline* berlangsung hal ini disebabkan padatnya penggunaan kendaraan pribadi dan aktivitas lalu lintas disekitaran Telkom University. Hal ini membuat kurangnya efisiensi waktu untuk mahasiswa yang ingin membeli kebutuhan sehari-hari. Tenaga yang dikeluarkan pun kurang efisien karena mahasiswa harus mengeluarkan motor dan menyiapkan baju untuk keluar dari kosan mereka. Mahasiswa juga kurang mendapatkan informasi mengenai usaha usaha yang menjual kebutuhan sehari-hari, hal ini dikarenakan kebanyakan usaha-usaha tersebut menerima pesanan via whatsapp atau datang langsung ke toko fisik

Wawancara pada mahasiswa juga menghasilkan pernyataan bahwa hal yang paling sering dibeli oleh mahasiswa seputar kebutuhan sehari-hari adalah air mineral, laundry, dan sembako. Untuk sembako yang paling sering dibutuhkan antara lain adalah beras, beras yang dibeli pun sebanyak 2 kilogram untuk 1 minggu dan 5 kilogram untuk 2 minggu. alasan mereka membeli beras adalah tidak sulit untuk mengolahnya dan cukup mengurangi biaya makan yang dikeluarkan. Untuk jasa laundry yang sering dipakai oleh mahasiswa antara lain adalah seberat 2-5 kilogram. Dan untuk air mineral sebagian besar lebih memilih air isi ulang karena lebih murah jika dibandingkan dengan air mineral aqua atau le minerale.

Kurangnya perhatian terhadap kebutuhan sehari-hari dapat menimbulkan beberapa permasalahan medis yang dapat mengganggu aktivitas belajar dan sosial. Menurut data sensus penduduk tahun 2020, Gen

Z mendominasi jumlah penduduk Indonesia dengan persentase 27,94% disusul dengan jumlah Gen Millenial dengan persentase 25,87% dari total penduduk Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa mahasiswa Telkom Univeristy pada periode ini didominasi oleh Gen Z. Gen Z sendiri adalah generasi yang lahir dari tahun 1997-2012. Gen Z tumbuh didampingi pertumbuhan teknologi yang pesat. Hal itu membuat Gen Z adalah generasi yang sangat bergantung pada teknologi. Dengan segala kemudahan dan fasilitas yang didapatkan sejak dini, Gen Z merasakan kehidupan yang serba instan dan nyaman.

Salah satu dampak dari tumbuh dengan kemajuan teknologi yang pesat adalah banyaknya usaha-usaha konvensional yang beralih ke *digital*, hal ini diperkuat dengan sebuah kutipan dari IT Pro yang mengatakan 8 dari 10 perusahaan diseluruh beralih cepat ke *platform digital* sejak tahun 2020 (Moch Rafli, A. 2022). Pernyataan ini tentu bisa menjadi pertimbangan bagi usaha konvensional yang belum beralih ke *platform digital* guna mempertahankan bisnisnya.

Upaya yang bisa dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan merancang sebuah aplikasi *mobile* yang memungkinkan untuk memesan dan menjual kebutuhan sehari-hari. Aplikasi yang menjual sembako, laundry dan air mineral tentu bisa mengurangi beban yang dihadapi oleh mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam pengambilan data yang digunakan pada penelitian antara lain adalah metode observasi, wawancara, dan kuisisioner. Observasi dilakukan pada keadaan mahasiswa, mitra, dan sekitar Telkom University, dalam observasi juga dilakukan pemetaan terhadap

sampel jaraklah satu kosan mahasiswa dengan usaha kebutuhan sehari-hari terdekat. Wawancara dilakukan pada 3 calon *user* yaitu mahasiswa, mitra, dan seorang ahli UI/UX. Kuisisioner dilakukan dengan tujuan mengetahui preferensi desain dari responden yang merupakan mahasiswa Telkom University. Penelitian didukung oleh teori-teori yang menjadi dasar untuk perancangan desain UI/UX dan juga monetasi dari perancangan tersebut yang mencakup teori *design thinking*, analisis khalayak sasaran, *business model canvas*, *business model navigator*, UI/UX, ilustrasi, desain minimalis, dan *flat art*.

Menurut Kelley dan Brown dalam Putra, P., Perialah Irfa, N,N., Sazaki, Y., Hardiyanti, D,Y,. Novianti, H,. (2023:2835) pendekatan *design thinking* yaitu pendekatan yang berfokus di diri manusia mengenai kreativitas yang dilaksanakan pengambilan untuk melaksanakan integrasi dalam keperluan seseorang menjadi pemakai, yang memungkinkan teknologi, bahkan syarat agar mencapai kesuksesan berbisnis. *Design thinking* merupakan suatu metode yang digunakan untuk mendapatkan pemahaman tentang kebutuhan pengguna dan mengidentifikasi permasalahan pengguna guna mencari solusi yang inovatif dan efektif melalui tahapan-tahapan yang ditentukan. Dalam metode *design thinking* terdapat 5 tahapan yaitu : *empathize*, *define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *test*.

Menurut Kotler, Armstrong (2017) Dalam Rezanda, B, N, Prabawa, B, & Yudiarti, D, (2023), sebuah industri atau pasar dapat dipastikan memiliki kebutuhan konsumen yang berbeda. Maka dari itu sebuah perusahaan akan sulit memenuhi kebutuhan setiap konsumen dalam suatu pasar. Sebuah perusahaan dapat melakukan analisis terhadap target pasar yang akan dituju guna meningkatkan efektifitas perusahaan, analisis terbagi menjadi tiga bagian yaitu *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*. *Segmenting* sendiri terbagi menjadi tiga yaitu *segmenting* demografis, geografis, dan psikografis. *Targeting* dilakukan dengan tahapan mengevaluasi segmentasi dan peluang

untuk perusahaan dengan upaya mendapatkan keuntungan jangka panjang. Bagian terakhir yaitu *positioning* adalah tahapan merancang sebuah penawaran dan gambaran perusahaan untuk mendapatkan atensi khusus dalam benak konsumen yang dituju.

Business model canvas (BMC) merupakan sebuah alat pembuat model bisnis pada satu lembar kanvas yang populer dikalangan wirausaha (Trenggono, (2018) dalam Asmawi, Ihza Mahendra, A.H (2022 : 324). Business model canvas memiliki 9 elemen penting untuk mengetahui posisi perusahaan dan merupakan metode yang mudah untuk mengidentifikasi kekurangan dan mengevaluasinya. 9 elemen penting dalam business model canvas antara lain adalah : *value proposition, customer segments, customer relationships, channels, key partners, key activities, key resources, cost structure, dan revenue stream.*

Business model navigator adalah metode yang berorientasi pada tindakan dan memungkinkan perusahaan apapun untuk mendobrak logika industry dominannya lalu melakukan inovasi model bisnis (Gassmann, Frankenberger, & Csik, 2021 30).

Desain komunikasi visual merupakan ilmu yang memadukan teknologi dengan seni untuk menyampaikan suatu gagasan atau ide. Desainer menggunakan beragam alat komunikasi untuk menyampaikan pesan dalam bentuk visual yang komponen utamanya adalah gambar dan tulisan. Dalam nama desain komunikasi visual sendiri ada 3 makna yang saling berkaitan. Desain (berkaitan dengan estetika, cita rasa, serta kreativitas), Komunikasi (ilmu yang bertujuan menyampaikan pesan), Visual (sesuatu yang dapat dilihat). Komunikasi dijadikan sebagai tujuan utama berdasarkan makna dari ke 3 kata tersebut. Ilmu dalam mempelajari segala upaya dalam perancangan visual sebenarnya adalah salah satu dari ilmu-ilmu yang terdapat di DKV itu sendiri. Komunikasi dijadikan sebagai tujuan utama berdasarkan makna dari

ke 3 kata tersebut. Ilmu dalam mempelajari segala upaya dalam perancangan visual sebenarnya adalah salah satu dari ilmu-ilmu yang terdapat di DKV itu sendiri.

Menurut Ritter dalam Triani, A,R, Adriyanto, A,R, & Faedhurrahman, D, (2018) pada perancangan UI menggunakan proses berpikir kreatif, fokus terhadap desain yang detail, kemudahan dalam menjalankan sistem (*user friendly*) juga hal yang harus diperhatikan selain aspek estetis. Sedangkan UX menggunakan proses berpikir strategis, fokus terhadap interaksi, pengalaman pengguna, dan kebutuhan pengguna. Menurut Rahmasari, & Yanuarsari, (2017 : 53) dalam Razi, A, A, Mutiaz, I, R, & Setiawan, P, (2018 : 78) *User experience* (UX) merupakan aspek yang keseluruhannya berkaitan dengan pengalaman pengguna dalam menggunakan suatu produk, kemudahan dalam menggunakan produk, apa yang dirasakan ketika menggunakan produk, dan bagaimana pengguna mencapai tujuan akhir dari produk tersebut.

Menurut Hidayat, A, D. dan Hidayat, D. ilustrasi merupakan sebuah informasi yang bersifat verbal non teks, ilustrasi sering dikaitkan dengan gambar. Berdasarkan fungsinya, ilustrasi adalah media pendukung informasi untuk memperjelas suatu pesan, penghias, atau informasi utama itu sendiri. Ilustrasi sendiri memiliki beberapa jenis yang antara lain adalah : freehand, grafis, dan fotografi.

Menurut Kusuma, M, D., Satriadi., dan Takwa, N., desain minimalis adalah sebuah gaya desain yang bertujuan untuk menciptakan komunikasi visual yang lebih jelas dan efektif. Peminimalisasian dari aset atau elemen-elemen desain yang digunakan dapat membuat suatu informasi yang ingin disampaikan dapat lebih fokus dan mudah dipahami oleh target yang dituju. Kejelasan dalam komunikasi penting untuk membangun dan mempertahankan hubungan dengan target yang dituju atau konsumen.

Flat art atau *flat design* adalah sebuah gaya desain yang bersifat minimalis karena mengedepankan desain yang bersih, berdimensi 2, memiliki ciri khas warna cerah dan tidak menggunakan *drop shadow* hingga *gradient*. *flat design* membutuhkan tipografi yang selaras dengan desain yang dibuat untuk menciptakan desain yang harmonis, karena karakter dari *flat design* dekat dengan minimalis, tipografi yang digunakan seringkali lebih besar dan ramping, tipografi yang digunakan tanpa efek bayang atau *drop shadow* dan efek lainnya membuat teks lebih mudah dibaca. Tipografi yang cocok dan populer untuk digunakan dalam *flat design* adalah tipografi berjenis *sans serif*.

Berdasarkan teori-teori tersebut maka perancangan *mobile apps* kebutuhan sehari-hari ini dapat direalisasikan dengan menggunakan metode *design thinking*. Tahapan *Ideate* dan *define* dapat diambil dari data identifikasi permasalahan, menggunakan analisis khalayak sasaran berdasarkan data yang valid, *Ideate* dilakukan dengan menggunakan teori business model canvas dan business model navigator untuk menentukan peluang bisnis yang bisa direalisasikan dari pembuatan aplikasi tersebut. Penyesuaian konten desain yang akan diterapkan menggunakan metode value proposition canvas agar desain sesuai dengan target konsumen yang dituju. Peralihan cara dagang konvensional ke cara dagang modern (*digital*) juga dapat meningkatkan skala penjualan suatu usaha. *Prototype mobile apps* dirancang dengan menggunakan pemahaman mengenai desain minimalis dan *flat art* serta memahami teori user interface/user experience yang mengaplikasikan teori desain komunikasi visual secara efektif.

HASIL DAN DISKUSI

Perancangan aplikasi bertujuan untuk mengatasi kesulitan yang dihadapi mahasiswa Telkom University dan membantu mitra usaha

kebutuhan sehari-hari untuk memperluas pasar. Dalam perancangan aplikasi kebutuhan sehari-hari terdapat 2 target pasar yaitu mahasiswa dan mitra yang dijabarkan menggunakan analisis STP.

Demografis :
Umur : 19 – 25 Tahun Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan Kelas sosial : menengah keatas sampai atas Pekerjaan : mahasiswa dan pekerja
Geografis :
Target konsumen yang dituju dalam segi geografis adalah seluruh wilayah yang berada disekitar Telkom University.
Psikografis :
Khalayak yang menghindari kemacetan Khalayak yang memiliki jadwal produktif yang padat Khalayak yang suka menggunakan layanan <i>online</i>

. Tabel 1 STP Mahasiswa

Sumber : (Dokumen Pribadi)

Demografis :
Umur : 28 – 40 Tahun Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan Kelas sosial : menengah kebawah sampai atas Pekerjaan : pengusaha toko kebutuhan sehari-hari
Geografis :
Pelaku usaha kebutuhan sehari-hari yang ingin meningkatkan penjualan dengan cara berjualan <i>online</i> untuk mempertahankan bisnis di era <i>digital</i>
Psikografis :

Menyediakan platform pemesanan *online* yang berfokus pada bidang kebutuhan sehari-hari untuk menaungi mitra toko yang ingin berjualan *online* guna meningkatkan penjualan dan memperluas pasar.

Tabel 2 STP Mitra

Sumber : (Dokumen Pribadi)

Perancangan akan disesuaikan dengan kebutuhan target pasar. Untuk mendapatkan keuntungan yang setara antara perancangan dengan konsumen maka perancangan bisnis aka dibuat dengan menggunakan *business model canvas* dan *business model navigator* guna mendapatkan rancangan bisnis yang akurat dan efektif.

<p>Key Partners</p> <ul style="list-style-type: none"> - E-wallet atau E-money - Driver dari aplikasi ojol 	<p>Key Activities</p> <p>Menyediakan informasi terkait layanan kebutuhan sehari-hari dari mulai stok produk, harga, dan jarak</p> <p>Menyediakan layanan pembelian produk kebutuhan sehari-hari secara online dengan fitur order tracking</p> <p>menyediakan fitur reminder notes kebutuhan sehari-hari mulai dari notes harian, mingguan, sampai bulanan.</p>	<p>Value Proposition</p> <p>Sebuah Platform online yang menyediakan layanan kebutuhan sehari-hari mulai dari layanan galon, laundry dan makanan atau sembako. juga menyediakan fitur reminder notes untuk mentracking kebutuhan harian, mingguan dan bulanan yang juga dapat memfiltrasi pencarian barang yang dibutuhkan berdasarkan target pengeluaran secara harian, mingguan, bulanan dan jarak terdekat dari kosan mahasiswa yang dituju yang dibungkus dalam bentuk ilustrasi bergaya minimalis flat art.</p>	<p>Customer Relationships</p> <p>Melakukan Endorment atau paid promote dengan akun yang realite dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa Telkom University, salah satu contoh akun yang realite adalah di bawah ini.</p> <p>Memasang poster tentang produk ditempat-tempat yang biasa dijadikan tempat nongkrong oleh mahasiswa Telkom University</p> <p>Membuat sistem rating toko untuk menjaga profesionalitas dan dari penyedia barang kebutuhan sehari-hari</p>	<p>Customer Segments</p> <p>MAHASISWA</p> <p>Demografis: Mahasiswa Telkom University yang hidup dikelas Umur : 19 - 25 Tahun Jenis kelamin : semua jenis kelamin Kelas Sosial : Menengah keatas Pekerjaan : Mahasiswa dan pekerja</p> <p>Geografis: Target konsumen yang dituju dalam segi geografis adalah seluruh wilayah yang berada disekitar Telkom University.</p> <p>Psikografis:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Khalayak yang menghndasi kecemasan - Khalayak yang memiliki jadwal produktif yang padat - Khalayak yang suka menggunakan layanan online <p>MITRA TOKO</p> <p>Demografis: Umur : 28 - 40 Tahun enis kelamin : laki laki dan perempuan Kelas sosial : menengah kebawah sampai atas Pekerjaan : pengusaha toko kebutuhan sehari-hari</p> <p>Geografis: Target konsumen yang dituju dalam segi geografis adalah seluruh wilayah yang berada disekitar Telkom University.</p> <p>Psikografis:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pelaku usaha yang ingin meningkatkan penjualan - Pelaku usaha yang ingin berjualan online - Pelaku usaha yang ingin memperluas pasar
<p>Cost Structures</p> <ul style="list-style-type: none"> - Developer Aplikasi - Biaya Server - Maintenance Aplikasi - Iklan dan promosi 		<p>Revenue Stream</p> <ul style="list-style-type: none"> - Revenue sharing dengan mitra bisnis - Biaya layanan dari pembelian konsumen 		

Gambar 1 *business model canvas*

Sumber : (Dokumen Pribadi)

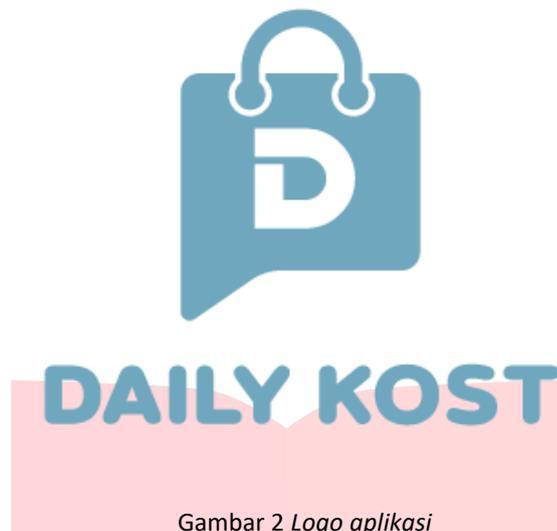
Business model canvas dirancang dengan memperhatikan kebutuhan dari perancangan aplikasi dan konsumen. Bagian *revenue stream* akan menggunakan salah satu dari 60 model bisnis yang ada pada *business model navigator*. Model bisnis yang akan digunakan adalah *revenue sharing* yang

memungkinkan aplikasi mendapatkan keuntungan melalui pembagian pendapatan dari setiap penjualan yang dilakukan oleh mitra, aplikasi juga dapat mengambil keuntungan melalui biaya layanan dalam pemakaian aplikasi yang diambil dari konsumen.

Pendekatan desain yang akan diterapkan pada UI aplikasi menggunakan desain minimalis agar informasi yang ingin disampaikan dapat dengan mudah tersampaikan tanpa adanya distraksi dari aset desain yang terlalu banyak, penyampaian pesan dalam aplikasi juga didukung dengan menggunakan ilustrasi bergaya *flat art* yang dapat menonjolkan sebuah langkah atau pesan yang ingin disampaikan. Untuk mempertahankan pendekatan minimalism aka font yang akan digunakan pun memiliki karakter *sans serif*, font dengan karakter *sans serif* yang akan digunakan adalah *Montserrat* dan *artegra soft* yang mana font *Montserrat* digunakan pada UI aplikasi dan font *artegra soft* digunakan pada logo.

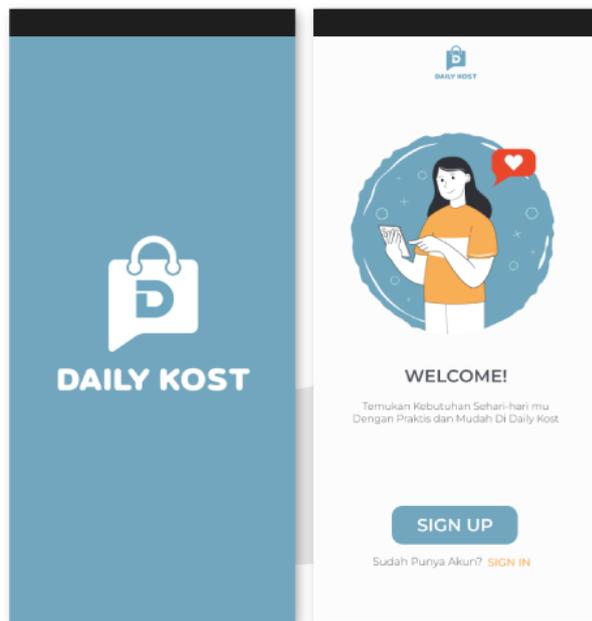
Untuk mempertahankan hubungan dengan konsumen dan mendapatkan atensi dari calon pengguna baru maka media pendukung yang akan digunakan sebagai media informasi dan promosi terbagi menjadi 2 yaitu media cetak dan media online, media cetak menggunakan poster dan x-banner yang akan ditempatkan pada toko usaha kebutuhan sehari-hari, dan media online menggunakan sosial media Instagram dalam bentuk feeds dan instastory.

HASIL PERANCANGAN



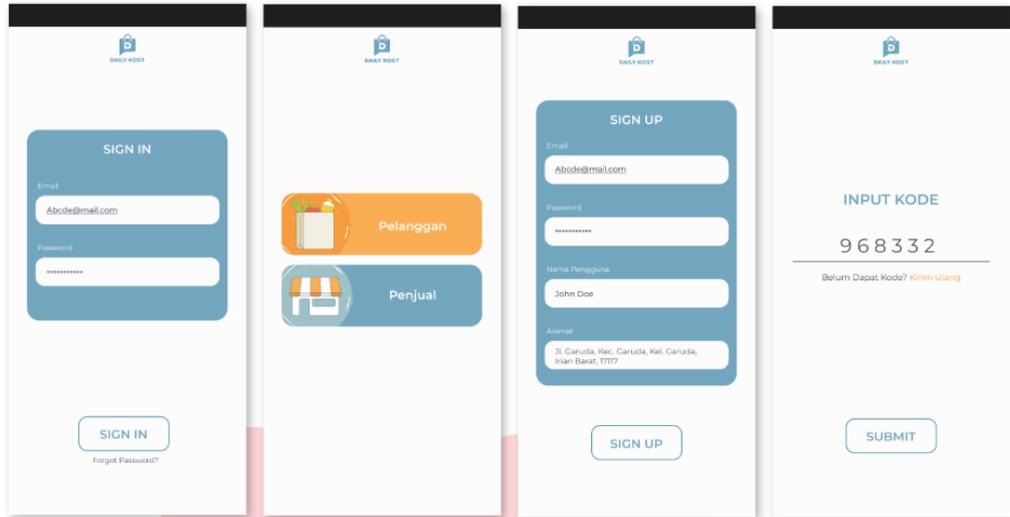
Gambar 2 Logo aplikasi

Sumber : (Dokumen Pribadi)



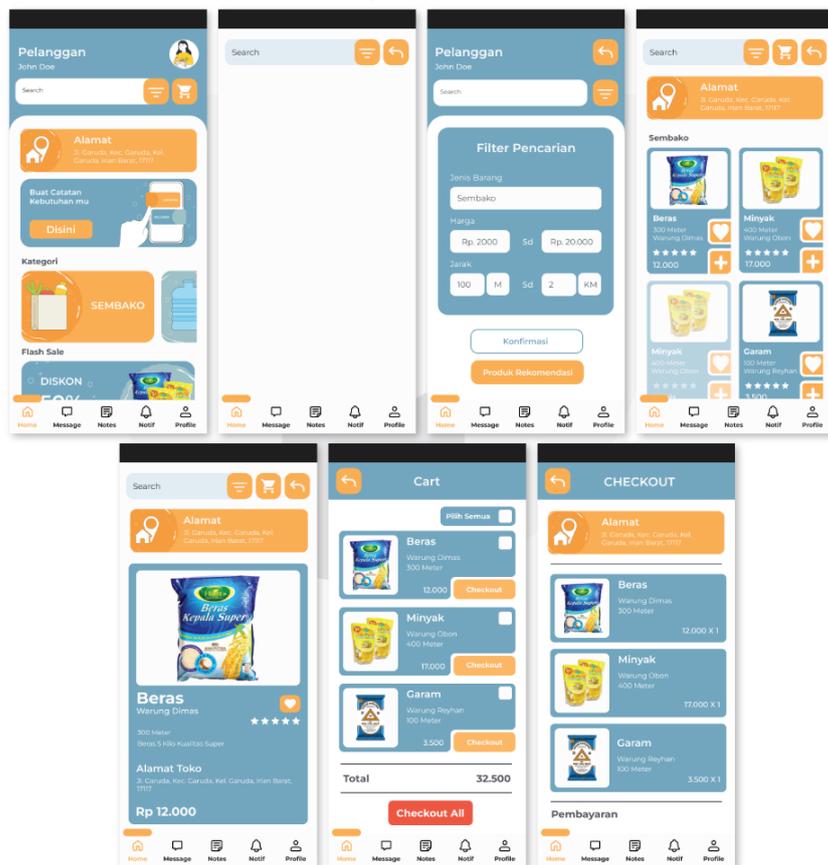
Gambar 3 login & splash screen

Sumber : (Dokumen Pribadi)



Gambar 4 sign up & log-in

Sumber : (Dokumen Pribadi)



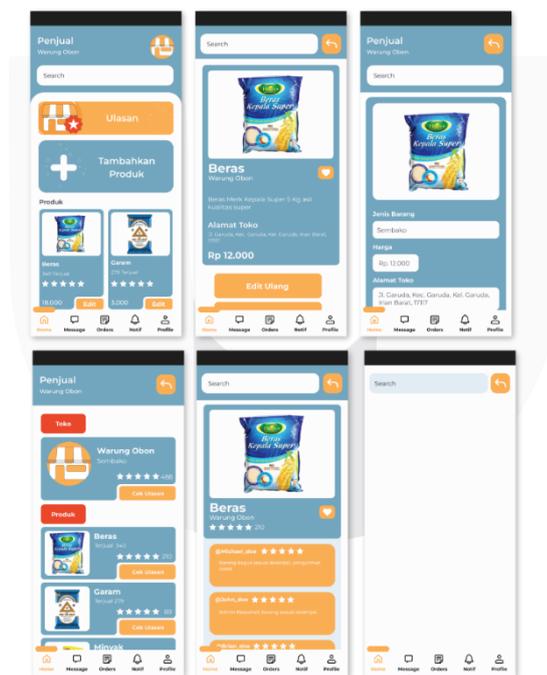
Gambar 5 homepage & store

Sumber : (Dokumen Pribadi)



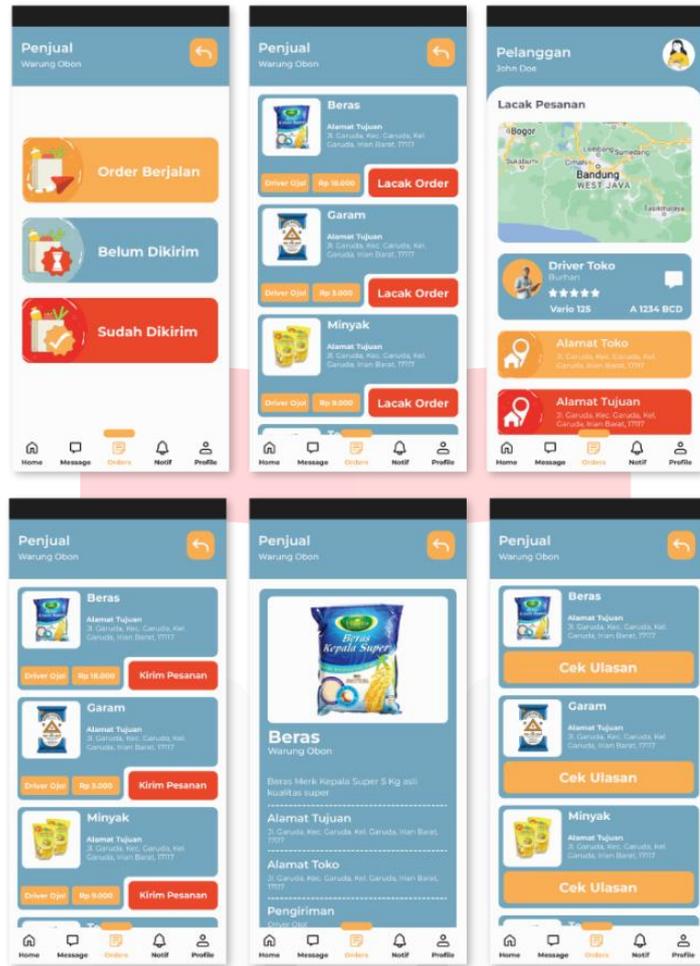
Gambar 6 Catatan Belanja

Sumber : (Dokumen Pribadi)



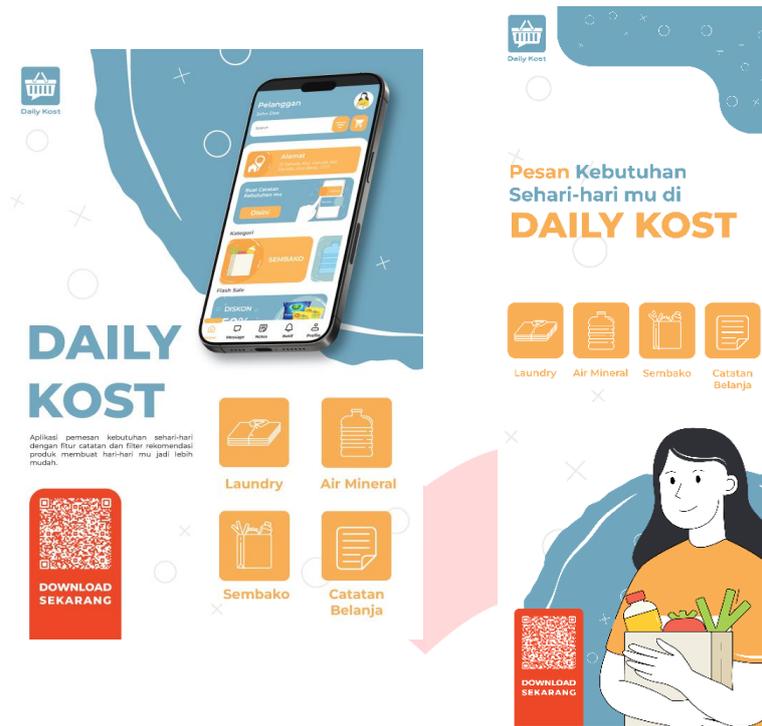
Gambar 7 Homepage UI mitra

Sumber : (Dokumen Pribadi)

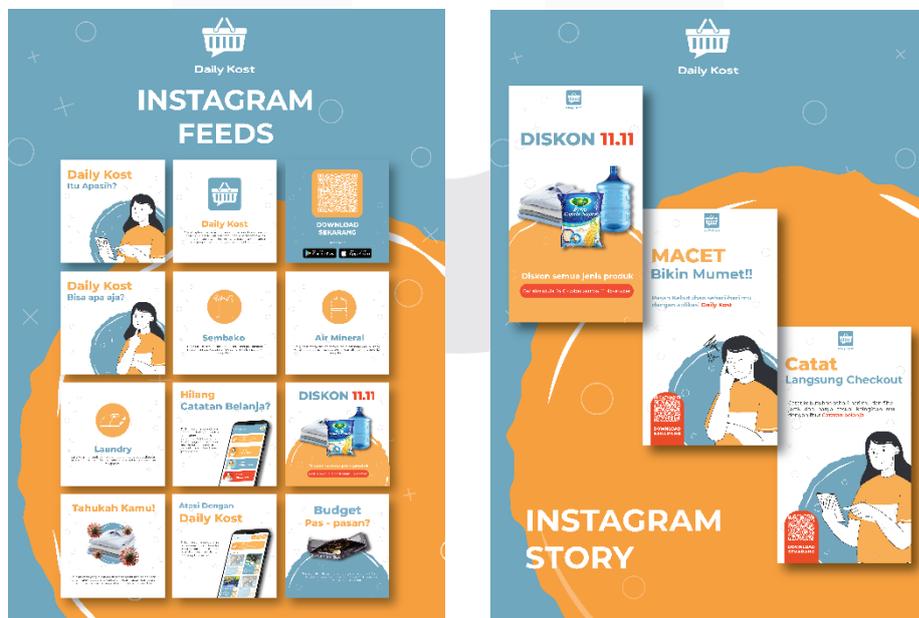


Gambar 8 Order UI Mitra

Sumber : (Dokumen Pribadi)



Gambar 9 X-banner & Poster
 Sumber : (Dokumen Pribadi)



Gambar 10 Feeds Instagram & Instastory
 Sumber : (Dokumen Pribadi)

Perancangan dibuat dengan menggunakan warna jingga, biru, merah, putih, dan hitam. Hal ini diterapkan guna mempertahankan konsep visual yang dirancang. Desain dibuat dengan ilustrasi agar pesan yang ingin disampaikan menonjol sehingga memudahkan navigasi dari pengguna. Desain juga menggunakan promosi seperti x-banner, poster, *feeds*, dan *instastory* untuk meningkatkan awareness terhadap aplikasi.

Usability test digunakan untuk mengukur apakah aplikasi dapat digunakan oleh target user yang ditentukan. Pada bagian usability test, untuk pengukuran kemudahan penggunaan aplikasi akan menggunakan 2 metode yaitu *single ease question* (SEQ) dan *system usability scale* (SUS), dalam metode SEQ responden akan diberikan 5 tugas untuk diselesaikan mulai dari awal masuk aplikasi sampai tujuan akhir aplikasi dan responden pun akan diberikan beberapa pertanyaan mengenai kemudahan dan kendala dalam menggunakan aplikasi. Pada metode SUS responden akan diberikan 10 pertanyaan tentang aplikasi yang nantinya akan dihitung sesuai dengan rumus perhitungan SUS yang ada.

Tugas dari responden dalam pengujian aplikasi menggunakan *single ease question* (SEQ) akan berbeda tiap kategorinya, berikut tugas dari responden mahasiswa :

- a. Akses shop melalui kategori sampai checkout
- b. Akses shop melalui search-filter sampai checkout
- c. Akses shop melalui fitur catatan belanja atau notes dengan mencentang 3 item sampai checkout
- d. Melakukan track orders dan chat dengan driver
- e. Log out dari aplikasi

Sedangkan tugas dari responden mitra antara lain adalah :

- a. Tambahkan produk yang dijual melalui homepage
- b. Cek ulasan produk melalui homepage

- c. Cek barang yang belum dikirim, sedang dikirim, dan sudah terkirim serta lacak barang yang sedang dikirim
- d. Cek statistik penjualan melalui profile
- e. Log out dari aplikasi

Dalam metode SEQ ini responden diminta untuk memberikan penilaian kemudahan dalam mengerjakan tugas dengan skala 1 (Sangat sulit) sampai 7 (Sangat Mudah), berikut hasil responden dalam mengisi kuisioner SEQ :

Ket :

Responden Mahasiswa= (RM) 1 = Sangat Sulit

Responden Mitra = (RT) 7 = Sangat Mudah

	RM 1	RM 2	RM 3	RT 4	RT 5	RT 6
T1	5	7	7	6	6	7
T2	3	6	6	5	5	7
T3	7	4	6	6	7	6
T4	5	6	7	5	4	7
T5	7	7	6	7	7	7

Tabel 3 Usability test Single ease question

Sumber : (Dokumen Pribadi)

System usability scale (SUS) adalah sebuah metode yang mengukur nilai dari suatu aplikasi yang diuji, SUS berisikan 10 pertanyaan yang menanyakan tentang *user experience* dalam menggunakan aplikasi, skala nilai dari SUS sedikit berbeda dengan SEQ yang mana SUS hanya memiliki poin 1 (Sangat tidak setuju) sampai 5 (Sangat setuju) berikut adalah 10 pertanyaan SUS :

Saya pikir saya akan menggunakan aplikasi ini lagi
Saya merasa aplikasi ini sulit untuk digunakan

Saya merasa aplikasi ini mudah digunakan
Saya merasa membutuhkan bantuan orang lain atau teknisi untuk menggunakan aplikasi ini
Saya merasa fitur-fitur aplikasi ini berjalan dengan semestinya
Saya merasa banyak hal yang tidak konsisten pada aplikasi ini
Saya merasa orang lain akan memahami cara menggunakan aplikasi ini dengan cepat
Saya merasa aplikasi ini membingungkan
Saya merasa tidak ada hambatan dalam menggunakan aplikasi ini
Saya perlu membiasakan diri dulu untuk menggunakan aplikasi ini

Tabel 4 Usability test System Usability Scale

Sumber : (Dokumen Pribadi)

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Jumlah	Skor Total x 2,5
RM 1	4	2	4	1	3	4	3	4	4	5	22	447,5
RM 2	4	4	4	2	4	2	3	3	4	5	23	
RM 3	5	1	5	1	4	1	5	1	5	2	38	
RT 1	4	3	3	2	4	3	4	2	4	4	25	
RT 2	5	2	5	2	4	1	5	1	4	2	35	
RT 3	5	1	5	3	5	1	5	1	5	3	36	
Rata2	74,5											

Tabel 5 Hasil Usability test System Usability Scale

Sumber : (Dokumen Pribadi)

Dari hasil *system usability scale* yang telah diisi oleh responden dan dihitung skor hingga ke rata-ratanya, maka skor rata-rata yang didapatkan oleh aplikasi Daily Kost adalah 74,5. Will, T. dalam UIUXTrend mengatakan bahwa skor dari *system usability scale* dapat dengan mudah memperkirakan kemudahan, efektifitas, dan efisiensi dari aplikasi kita, skor minimal untuk *system usability scale* adalah 68.

KESIMPULAN

Dari hasil perancangan dan penelitian yang telah dikerjakan dan dibahas perbagian secara jelas dan detail maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah perancangan aplikasi dapat meringankan permasalahan dari mahasiswa yang mana permasalahan tersebut adalah kurangnya perhatian terhadap kebutuhan sehari-hari yang disebabkan oleh kesibukan aktivitas akademik maupun non-akademik semenjak pembelajaran luring kembali dilaksanakan, kurangnya efisiensi waktu dan tenaga juga terjadi dikarenakan kemacetan yang sering terjadi dan kurangnya informasi mengenai toko, harga, dan jarak yang membuat mahasiswa cukup kesulitan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Mitra juga menjadi salah satu pihak yang diuntungkan karena dapat memperluas target pasar untuk produk-produknya. Perancangan aplikasi menggunakan gaya desain *minimalist flat art* dan warna yang cerah dan menonjol agar sesuai dengan target pasar yang dituju. Pengujian aplikasi menggunakan *single ease question* (SEQ) dan *system usability scale* (SUS) terhadap 6 responden menghasilkan penilaian yang cukup baik. Terdapat beberapa kendala yang membingungkan dalam aplikasi namun sebagian besar kendala yang dihadapi adalah butuhnya pembiasaan terhadap penggunaan aplikasi. Hasil dari pengujian aplikasi berdasarkan perhitungan skor SUS pun memiliki skor yang cukup baik yaitu 74,5.

Berdasarkan Perancangan dan penelitian yang telah dilakukan tentu masih terdapat beberapa hal yang dapat diperbaiki agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal, untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal dapat dilakukan dengan memperdalam pemahaman mengenai *design thinking* untuk output desain menjadi lebih maksimal, memperdalam pemahaman mengenai konsep bisnis agar perancangan dapat menghasilkan sesuatu yang menguntungkan, Dan membuat desain yang lebih interaktif agar output perancangan lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ricky W. Putra. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan*. Penerbit Andi.
- Csik, Gassmann, & Frankenberger. (2021). *Business Model Navigator : 55 model bisnis yang akan mengubah bisnis anda (Edisi digital)*. PT Elex Media Komputindo.
- Razi, A.A, Mutiaz, I.R, & Setiawan, P. (2018). *PENERAPAN METODE DESIGN THINKING PADA MODEL PERANCANGAN UI/UX APLIKASI PENANGANAN LAPORAN KEHILANGAN DAN TEMUAN BARANG TERCECER*. *Demandia : Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, Dan Periklanan*, 3(02), 219 - 237. <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02>
- Triani, A.R, Adriyanto, A.R, Faedhurrahman, D. (2018). *MEDIA PROMOSI BISNIS POTENSI WISATA DAERAH BANDUNG DENGAN APLIKASI VIRTUAL REALITY*. *Jurnal Bahasa Rupa*, 1(2), 139.
- Rezanda, B.H, Prabawa, B, Yudiarti, D. (2023). *PERANCANGAN STRATEGI DESAIN PT. ASURANSI ARTARINDO*. *e-Proceeding of Art & Design*, 10(2), 2911.

- Hidayat, A.D, & Hidayat, D. (2019). Perancangan Buku Ilustrasi Sepeda Motor Klasik. *e-Proceeding of Art & Design*, 6(1), 48.
- Kusuma, M.D, Satriadi, Takwa, N. PERAN DESAIN MINIMALIS PADA KESUKSESAN PERUSAHAAN STARTUP TERKENAL.
- Putra, P., Irfan, N. N. P., Sazaki, Y., Hardiyanti, D. Y., & Novianti, H. (2023). *Penerapan Metode Design thinking Terhadap Perancangan User Interface Marketplace BuildID Untuk User*. Indonesian Journal of Computer Science, 12(5). <https://doi.org/10.33022/ijcs.v12i5.3398>.
- Abdul Hafiz Ihza Mahendra, & Asmawi. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI KECIL GANTRA BETTA FISH TULUNGAGUNG DALAM PERSPEKTIF SWOT DAN BMC. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4), 322–332. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i4.749>.
- Rafli, A. M. (2022). *Digital Business dari Jenis-jenis dan Keuntungannya*. Diakses 8 Oktober 2023 dari <https://www.jurnal.id/id/blog/digital-business-adalah-sbc/>
- Hidayati, K, F. (2021) *Terus Jadi Trend, Ini Pengertian hingga Masa Depan dari Flat Design*. Diakses 19 Juli 2024 dari <https://glints.com/id/lowongan/flat-design-desain/>
- Institut Bisnis Dan Teknologi Indonesia. (2021). Kelebihan dan Kekurangan Flat Design, Apa Saja?. Diakses 19 Juli 2024 dari <https://instiki.ac.id/2021/10/28/kenapa-bangun-personal-branding-itu-penting-2/>
- Will, T. *Measuring and Interpreting System Usability Scale (SUS)*. Diakses 23 Juli 2024 dari <https://uiuxtrend.com/measuring-system-usability-scale-sus/>