

BAB III

METODOLOGI

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Metodologi pengumpulan data dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif (gabungan). Metode kuantitatif berupa kuesioner, sedangkan metode kualitatif berupa wawancara dan studi eksisting. Berikut penjelasan metode pengumpulan data yang digunakan:

3.1.1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2014), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan tertulis lalu dijawab oleh para responden. Penulis menggunakan kuesioner dengan metode *random sampling* yang diselenggarakan dari tanggal 5 Oktober 2020 – 12 Oktober 2020 secara *online* melalui *google form*. Penulis menyebarkan kuesioner melalui *social media* seperti LINE, Whatsapp, Facebook dan Instagram. Sebelum menyebarkan kuesioner dilakukan, penulis menghitung jumlah *sampling* menggunakan Rumus Slovin dengan target sasaran domisili Jabodetabek rentan umur 20-40 tahun, dengan penghitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

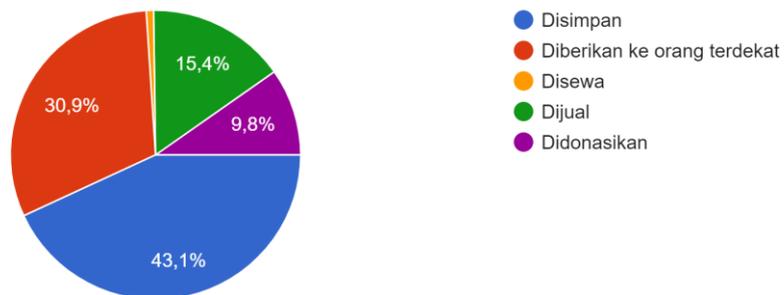
n= jumlah sampel
N = populasi
E = batasan kesalahan (*error*)

$$\begin{aligned} n &= \frac{6.485.101}{1 + 6.485.101 (0,1)^2} \\ &= \frac{6.485.101}{1 + 64.851,0} \\ &= \frac{6.485.101}{64.852,0} \\ &= 100 \text{ Responden} \end{aligned}$$

Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada 121 responden, data yang diperoleh sebagai berikut:

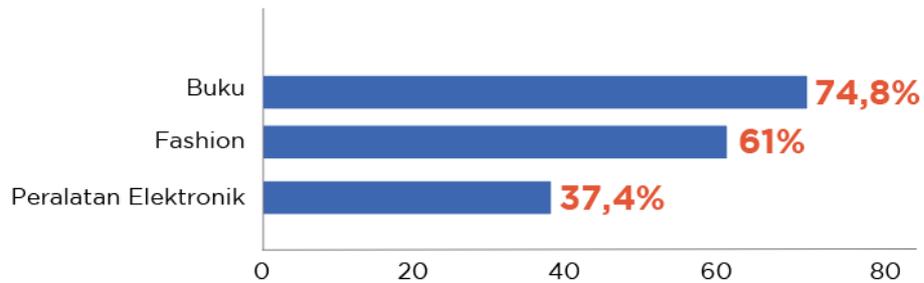
Sebanyak 125 dari 141 responden berdomisili di jabodetabek, dengan rentang umur 20 – 25 (44%), 26 – 35 tahun (19%), 36 – 40 tahun (39,2%) dan lainnya (1,6%).

Apa yang kamu lakukan ke Barang Tahan Lama yang hanya dipakai kurang dari 5 kali?
123 tanggapan



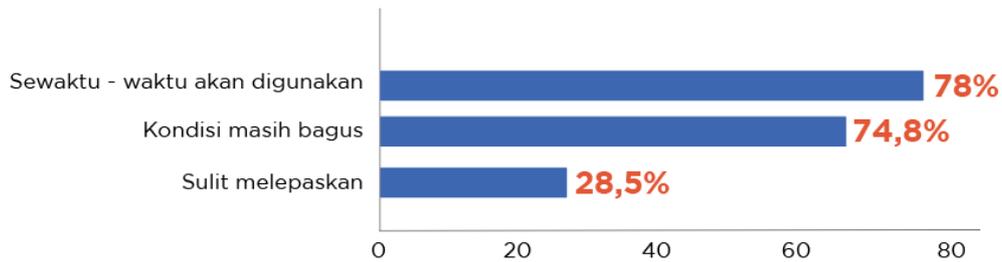
Berdasarkan diagram diatas, sebanyak 43,1% responden hanya menyimpan barang tahan lama, 30,9% diberikan ke orang terdekat, 15,4% menjual barang, 9,8% mendonasikan barang dan 0,8% lainnya menyewakan barang tersebut.

JENIS BARANG YANG SERING DISIMPAN



Jenis barang yang disimpan, yakni 74,8% adalah buku, 61% barang fesyen, dan 37,4% peralatan elektronik.

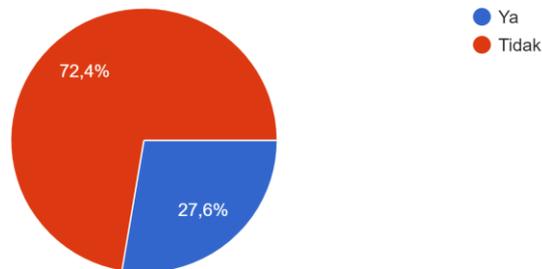
ALASAN MENYIMPAN BARANG



Alasan responden menyimpan barang tersebut tidak lain karena 78% merasa sewaktu – waktu memerlukan barang tersebut, 74,8% kondisi barang masih bagus, dan 28,5% sulit melepaskan barang.

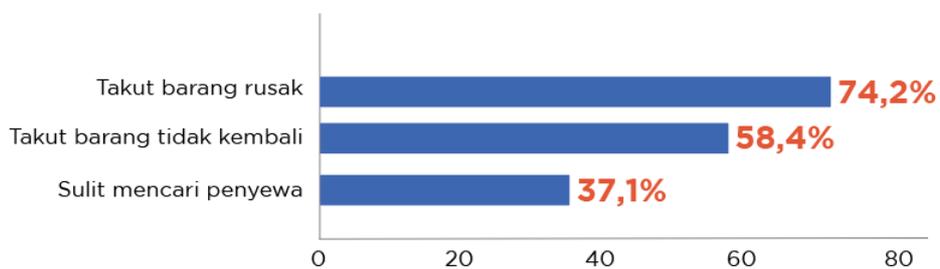
Apakah kamu pernah menyewakan barang ke orang lain?

123 tanggapan

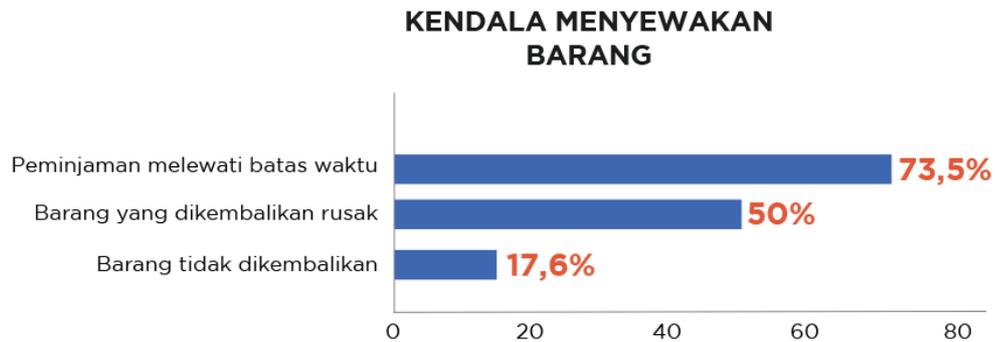


Berdasarkan diagram diatas, ditunjukkan sebanyak 72,4% responden belum pernah menyewakan barang mereka, sedangkan 27,6% lainnya sudah pernah.

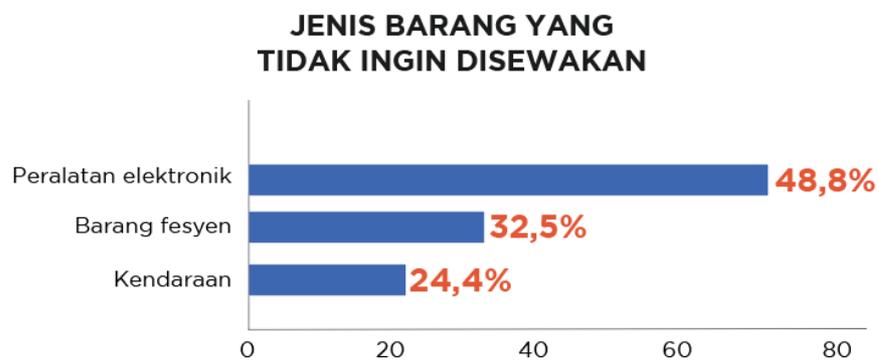
ALASAN TIDAK MENYEWAKAN BARANG



Dari 89 responden yang belum pernah menyewakan barang ke orang lain, beralasan bahwa 74,2% takut barang rusak, 58,4% takut barang tidak kembali, dan 37,1% merasa sulit mencari penyewa.

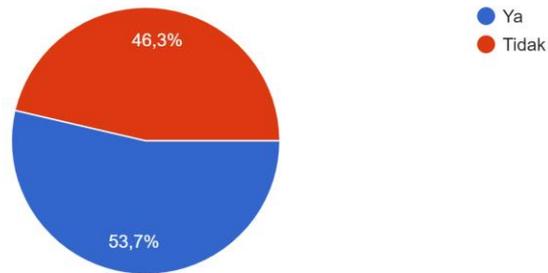


Sedangkan sebanyak 34 responden yang pernah menyewakan barang, mengaku mendapat kendala berupa 73,5% peminjaman melewati batas waktu, 50% barang yang dikembalikan rusak, dan 17,6% barang tidak dikembalikan.



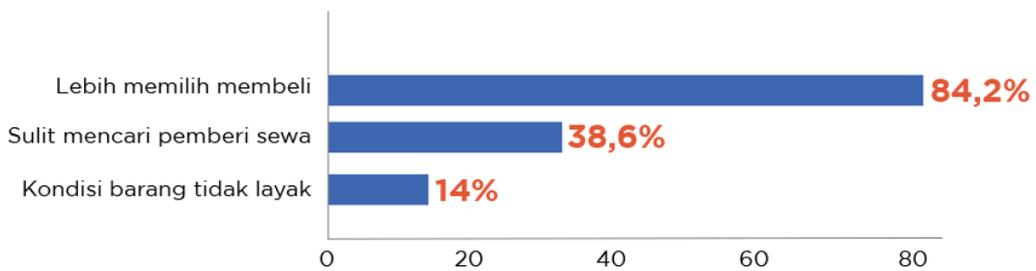
Dari 123 responden menjawab jika seandainya menyewakan barang, mereka tidak ingin menyewakan peralatan elektronik (48,8%), barang fesyen (32,5%), dan kendaraan (24,4%). Dengan alasan besar resiko barang rusak, harga barang yang mahal dan bekas pemakaian.

Apakah kamu pernah sewa barang?
123 tanggapan



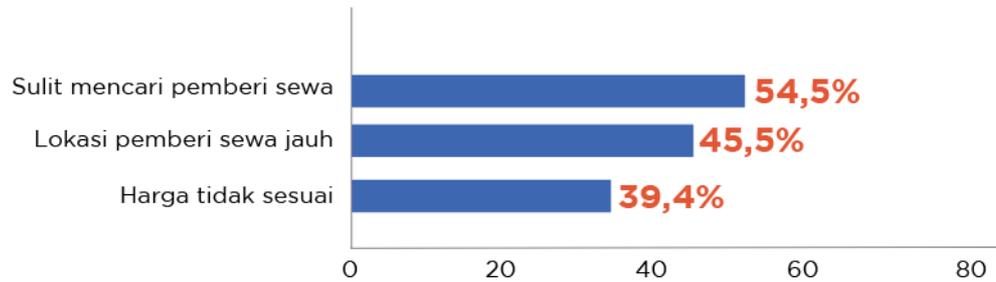
Dari 123 responden, sebanyak 53,7% pernah menyewa barang dan 46,3% belum pernah.

ALASAN TIDAK MENYEWA BARANG



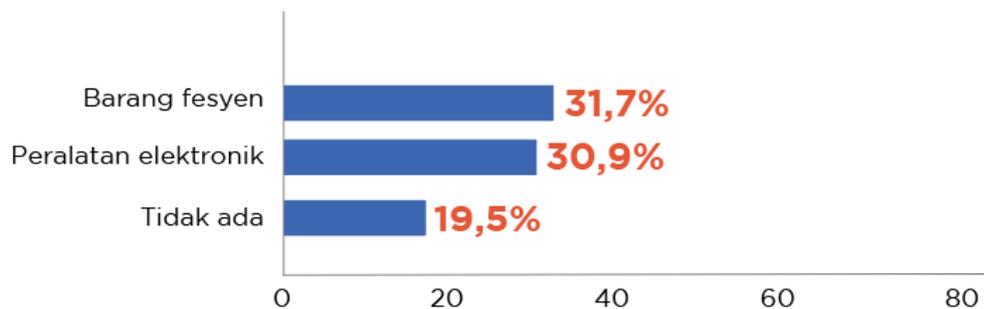
Sebanyak 57 responden yang tidak pernah menyewa barang, memiliki alasan yaitu lebih memilih untuk membeli barang (84,2%), sulit mencari pemberi sewa (38,6%), dan kondisi barang tidak layak (14%).

KENDALA MENYEWA BARANG



Sebanyak 66 responden yang pernah menyewa barang memiliki kendala berupa sulit mencari pemberi sewa (54,5%), lokasi pemberi sewa jauh (45,5%), dan harga tidak sesuai (39,4%).

JENIS BARANG YANG TIDAK INGIN DISEWA



Dari 123 responden menjawab jika seandainya sewa barang, mereka tidak ingin menyewa barang fesyen (31,7%), peralatan elektronik (30,9%), dan tidak ada (19,5%). Dengan alasan bekas pemakaian dan besar resiko barang rusak.

Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan dari hasil kuesioner diatas, dapat disimpulkan bahwa masyarakat masih menyimpan barang yang tidak dan jarang digunakan. Selain itu sebagian besar masyarakat belum terlalu banyak melakukan kegiatan sewa menyewa. Dan didalam kegiatan sewa menyewa masih terdapat kendala – kendala yang menyulitkan kedua belah pihak.

3.1.2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab langsung antara penulis dan pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Penulis melakukan penelitian kualitatif dengan mewawancarai beberapa narasumber, diantaranya:

3.1.2.1 Wawancara *Service Designer*

Wawancara dilakukan terhadap Bayu Ferdian, Principle Consultant di Giza Design Lab, untuk mendapatkan data mengenai *Service Design*. Wawancara dilakukan pada tanggal 21 September 2020 secara *online* melalui aplikasi ZOOM. Bayu Ferdian menjelaskan *Service Design* merupakan rancangan keseluruhan dari layanan untuk meningkatkan pengalaman *stakeholder* yang terlibat, yang dapat menjadi nilai tambah layanan atau produk dari pesaing lainnya. *CX Design, UX Design* dan *UI Design* yang membentuk suatu *Service Design*. Sebuah *Service Design* dikatakan baik, apabila suatu strategi layanan memberikan peningkatan *performance* baik yang dapat dilihat melalui survey kepuasan pengguna maupun. Diperlukan *Service Design* dalam aplikasi donasi dan sewa barang, yakni aplikasi

merupakan sebuah layanan yang bertujuan untuk mempermudah suatu kegiatan. Dalam proses pembuatan *Service Design* diperlukan skema layanan yang dibedah dalam mapping *Service Blueprint* dan dilakukan *Service Prototyping*. Suatu skema yang sudah diuji dan cocok dengan penggunaannya, menjadi cikal bakal dibentuknya *digital product*.



Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara *Service Designer*

3.1.2.2 Wawancara Calon Pengguna

Penulis melakukan wawancara dengan Stella Athalia, yang merupakan karyawan swasta berumur 26 tahun yang berdomisili Jakarta. Wawancara dilakukan pada tanggal 19 September 2020 secara *online* melalui *video call* LINE. Stella menjelaskan bahwa dirinya memilih untuk menyewa barang yang hanya sewaktu – waktu diperlukan, seperti gaun pesta dan peralatan *hiking*. Ia mengatakan bahwa kendala saat menyewa barang adalah kurang efisien waktu dan sulit mencari penyewa karena informasi cuma tersebar dari mulut ke mulut.



Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara Calon Pengguna

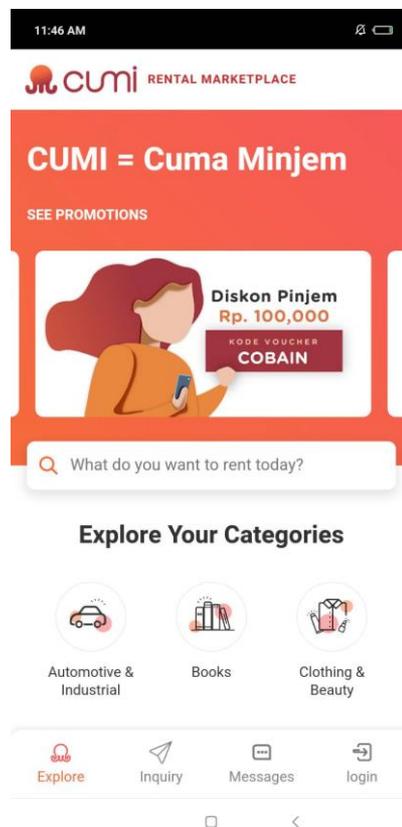
Kesimpulan

Berdasarkan wawancara yang sudah dilakukan kepada seorang ahli dan calon pengguna, penulis dapat menyimpulkan data yang berguna dalam penelitian. Setelah mewawancarai Bapak Bayu Bagja selaku *Service Designer*, dapat disimpulkan untuk perancangan *Service Design* diperlukan mapping *Service Blueprint* untuk mengetahui keseluruhan mekanisme produk jasa. Dan saya juga mewawancarai seorang calon pengguna aplikasi, dapat disimpulkan bahwa ia tertarik untuk menyewakan barang tetapi bingung menyewakannya dimana. Selain itu, ia tertarik untuk menyewa barang yang hanya digunakan sewaktu – waktu untuk menghemat pengeluaran, tetapi sewa dianggap menyita waktu dan sulit mencari penyedia sewa.

3.1.4. Studi Eksisting

Studi eksisting dilakukan dengan analisis SWOT oleh Albert Humphrey dari Stanford Research Institute pada 1960 – an. Analisis SWOT merupakan suatu teknik perancangan strategi suatu produk dengan mengevaluasi *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) produk lain yang serupa. (Utami, 2019)

Aplikasi Cumi (Cuma Minjem)



Gambar 3.3 Tampilan *Home* Aplikasi Cumi

1. Strength

Aplikasi Cumi sangat menjamin keamanan transaksi sewa – menyewa, dilakukan pemeriksaan identitas kepada calon pengguna. Untuk melewati tahap pemeriksaan, pengguna diharuskan menautkan email, nomor telepon, kartu identitas, dan informasi bank. Terdapat filter pencarian yang dapat diatur sesuai keinginan pengguna, diantaranya pengaturan jangka waktu sewa, pengaturan lokasi (kota), dan perkiraan harga sewa. Fitur *chat* dapat memudahkan percakapan dengan vendor yang menyewakan barang seputar informasi barang. Informasi terbaru seputar pemberitahuan pada aplikasi ini akan diinformasikan melalui chat whatsapp.

2. Weakness

Dalam pembuatan katalog sewa barang, banyak vendor menggunakan foto yang dari internet, sehingga mempersulit penyewa memahami kondisi barang yang sebenarnya. Harga sewa yang diberikan oleh vendor satu dan vendor lain terlampau mahal untuk jenis barang yang sama. Pengkategorian hanya menurut jenis barang, seharusnya lebih diperluas agar lebih dapat memudahkan pengguna menemukan barang yang cocok. Sistem menyewa barang kurang terstruktur, sehingga sulit untuk memahami cara sewa dan tahap – tahapnya. Belum ada ketentuan yang pasti dan jelas

3. Opportunities

Aplikasi *online* ini sangat cocok untuk dapat dikembangkan di Indonesia, mengingat kenaikan pengguna smartphone 2% dari tahun 2018 mencapai 28% dari total penduduk Indonesia pada 2019 (Databoks, 2019). Dengan hadirnya

aplikasi ini dapat memudahkan dan menarik masyarakat agar dapat memanfaatkan barang mereka untuk disewakan. Kegiatan menyewa barang jadi lebih praktis dan mudah dilakukan, sehingga dapat menarik masyarakat untuk membiasakan diri menyewa barang yang hanya diperlukan sewaktu – waktu.

4. Threats

Dalam kegiatan sewa barang, kerusakan barang sewa mungkin saja terjadi. Kerusakan dan kehilangan barang akan merugikan satu pihak, sehingga diperlukan ketentuan penggunaan dan kondisi pengembalian barang yang harus disetujui kedua belah pihak. Dengan ketentuan yang sudah disetujui, kedua pihak dianggap setuju dengan aturan dan konsekuensi yang berlaku. Pengecekan identitas dapat diragukan untuk mengurangi kecurangan, karena pada nyatanya mudah untuk memalsukan identitas diri.

Aplikasi Prelo



Gambar 3.4 Tampilan Home Aplikasi Prelo

1. Strength

Sistem menyewa barang lebih terstruktur dan mudah dipahami. Terdapat rincian pesanan berupa durasi sewa, harga keseluruhan, pilihan kurir, alamat tujuan, dan metode pembayaran. Diberlakukan deposit bagi penyewa, dan akan dikembalikan saat barang dikembalikan dalam keadaan baik. Terdapat filter pencarian berdasarkan lokasi, kategori, merk, harga, kondisi, kurir, dan free ongkir. Terdapat fitur *achievement* berupa poin yang dikumpulkan dengan melakukan misi tertentu. Pencapaian poin tertentu akan membuka *badge* tingkat tertentu. Selain itu juga terdapat fitur percakapan dengan penyewa barang. Untuk kegiatan menyewakan barang lebih praktis hanya dengan menginput foto, detail barang, harga sewa dan deposit sewa. Kategori kondisi barang diklasifikasikan sesuai kondisi barang, yakni masih baru (95%-100%), sangat bagus (85%-95%), bagus (70-85%) dan cukup (<70%). Terdapat ketentuan berupa keaslian merk barang yang dijual atau sewa, jika tidak penyewa berhak melakukan refund.

2. Weakness

Proses pengecekan identitas berupa foto ktp tidak membutuhkan waktu untuk dikonfirmasi. Sistem lebih menginput data penggunanya daripada mengecek kredibilitas calon pengguna. Informasi dan tampilan yang terlalu padat, sehingga kurang nyaman untuk diakses dalam jangka waktu yang lama.

3. Opportunities

Aplikasi ini memiliki kesempatan yang lebih luas, dalam satu aplikasi terdapat kegiatan jual – beli barang bekas, sewa barang, dan jasa titip.

4. *Threats*

Kerusakan dan permasalahan dalam proses peminjaman barang dapat terjadi.

Dengan menerapkan sistem deposit sewa barang, akan memperkecil permasalahan dalam proses peminjaman.

No	Perbandingan	Cumi	Prelo
1	<i>Launch Icon</i>	Berupa icon cumi yang simpel dengan gradasi warna jingga.	Berupa huruf P dengan adanya 2 tanda panah yang memutar.
2	<i>Interiors Icons</i>	Icon dengan gaya yang seragam dengan sentuhan warna hitam dan jingga.	Icon dengan gaya yang seragam berwarna putih atau tosca.
3	<i>The Grid</i>	Grid lebih kecil dan margin yang baik.	Grid lebih besar dan tidak terdapat margin
4	<i>Typography</i>	Menggunakan font sans serif, dan terdapat perbedaan ketebalan, ukuran dan warna. Menggunakan warna hitam dan merah sehingga mencolok.	Menggunakan font sans serif, terdapat perbedaan ketebalan, ukuran dan warna. Menggunakan warna tosca dan jingga sehingga mencolok.
5	<i>Color</i>	Memiliki warna	Memiliki warna identitas

		identitas jingga, dengan warna tambahan berupa turunan monokrom.	tosca, warna jingga hanya di laman tertentu dan tidak konstan digunakan, dengan warna turunan monokrom.
6	<i>Languages</i>	Menggunakan bahasa inggris yang formal.	Menggunakan bahasa Indonesia formal.
7	<i>Visual Details</i>	Pada laman yang tidak dapat diakses terdapat detail gambar.	Pada laman yang tidak dapat diakses hanya terdapat tulisan pemberitahuan.
8	<i>Animating the App</i>	Transisi dibuat dengan mengatur <i>opacity</i> antar laman.	Menggunakan transisi geser saat berpindah laman.

Tabel 3.1 Tabel Perbandingan Studi Eksisting

3.2. Metodologi Perancangan

Metode perancangan yang digunakan ialah metodologi *Design Thinking* berdasarkan usulan George Kembel (2009), *Co-founder* Institut Design Hasso-Plattner, Standford D.School. Sebuah pemecahan masalah yang kreatif dengan memahami kebutuhan manusia yang terlibat serta pemecahan masalah yang berpusat pada manusia yang terlibat (*Human Centered Design*). Terdapat lima tahapan diantaranya *emphatize, define, ideate, prototype, dan test*.

3.2.1 *Emphatize*

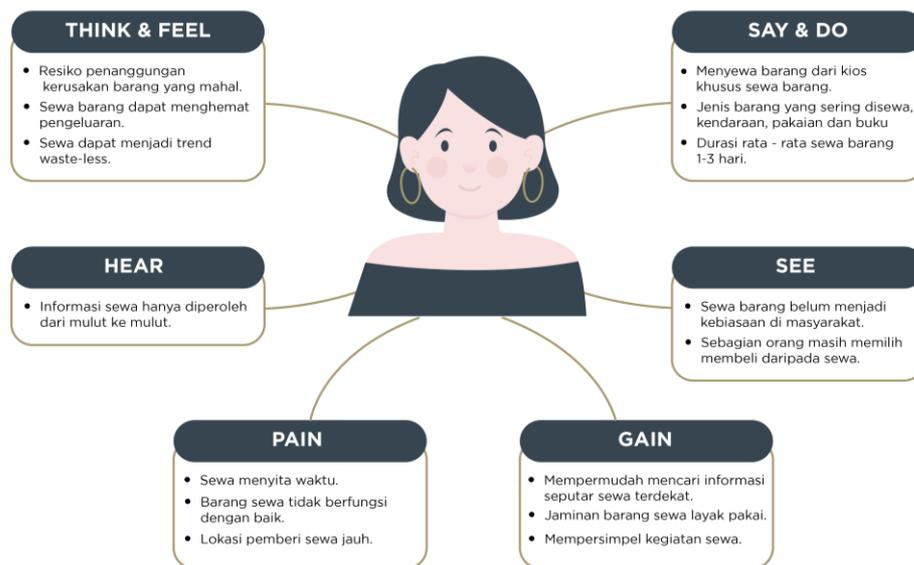
Pada tahapan awal dilakukan pemahaman dan pendekatan terhadap permasalahan yang ingin dipecahkan. Tahapan ini dapat direalisasikan dengan terlibat langsung untuk mengetahui pandangan dan keadaan yang sebenarnya dari setiap target. Aplikasi ini menargetkan dua pihak yang memiliki kebutuhan dan keinginan masing – masing, yakni penyewa dan pemberi sewa.

Proses pendekatan dan pemahaman dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *online* yang diselenggarakan pada 5 Oktober 2020 – 12 Oktober 2020 dan wawancara kepada penyewa barang yang berada direntan umur 20 – 40 tahun yang merupakan target sasaran. Data kuesioner dapat disimpulkan dan dipetakan dalam *Emphatize Map* yang dibagi menjadi 6 pengelompokan bagian. Dibedah berdasarkan pertanyaan berikut, *What they think and feel, What do they think, What does they hear, What does they see, What does he say, Pain dan Gain.*

1. Penyewa

Berdasarkan data yang telah diperoleh, diklasifikasikan dalam beberapa pertanyaan sehingga dapat lebih jauh memahami lingkungan dan permasalahan yang dialami oleh penyewa. Penyewa merasa bahwa kegiatan sewa menyita waktu dan beresiko, selain itu sebagian besar masyarakat lebih memilih untuk membeli barang daripada menyewa. Sewa barang yang biasanya penyewa lakukan didapatkan dari kios *offline* khusus sewa. Kegiatan sewa juga menyulitkan karena keterbatasan informasi sewa yang hanya tersebar dari mulut – ke mulut, lokasi pemberi sewa yang jauh dan barang sewa yang mengecewakan karena tidak layak pakai. Diperlukan sebuah solusi yang dapat menjawab permasalahan tersebut,

solusi yang memudahkan kegiatan sewa barang sekaligus menarik minat sewa barang.

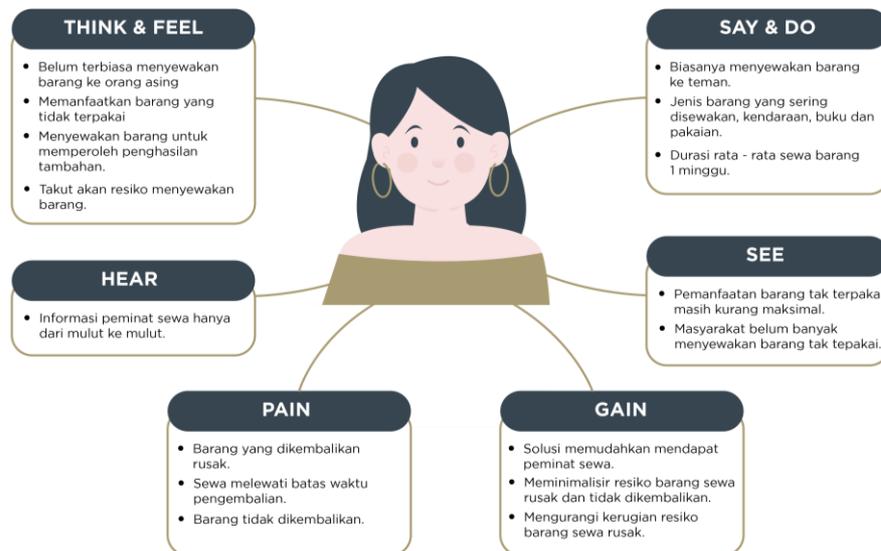


Gambar 3.5. *Empathize Map* Penyewa

2. Pemberi sewa

Dilakukan pemahaman mengenai keadaan lingkungan dan permasalahan yang dirasakan oleh pemberi sewa. Masyarakat belum banyak yang memanfaatkan barang yang tidak dipakai untuk disewakan. Menyewakan barang biasanya dilakukan kepada teman dari mulut ke mulut untuk mengurangi resiko kerugian. Tetapi meski demikian, masih terdapat kendala menyewakan barang, diantaranya barang yang dikembalikan rusak, sewa melewati batas waktu, dan barang tidak dikembalikan. Diperlukan sebuah solusi untuk menjawab permasalahan yang dialami pemberi sewa, solusi yang memberikan kenyamanan menyewakan barang

dengan mengurangi resiko kerugian dan memperluas pasar sekaligus menarik minat menyewakan barang.



Gambar 3.6. *Empathize Map* Pemberi Sewa

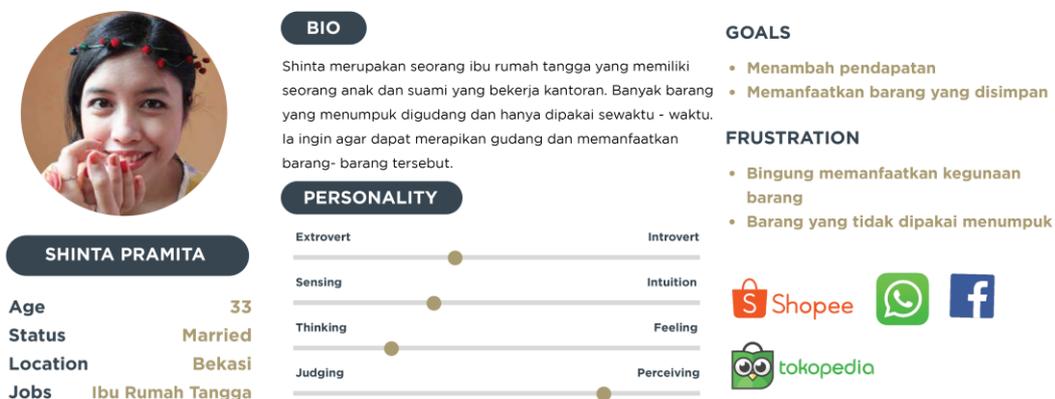
3.2.2 *Define*

Setelah melakukan tahap pendekatan dan pengenalan masalah, masuk ke tahap pengenalan masalah. Informasi dari tahap sebelumnya dianalisis kembali, untuk dapat mengidentifikasi dan penjabaran permasalahan yang ada. Adapun alat – alat yang digunakan dalam tahapan ini, ialah:

1. *Personas*

Proses pendekatan dan pemahaman dari masing – masing pengguna, kemudian didefinisikan dalam bentuk profil fiksi pengguna. Hal ini bertujuan untuk dapat mengenal lebih dalam pribadi dan karakteristik dari pengguna. Mempermudah untuk dapat menempatkan diri di posisi keduanya, sehingga solusi yang ditawarkan dapat sesuai dengan kebutuhan setiap pengguna.

merupakan ibu rumah tangga, yang memiliki suami yang bekerja. Ia memiliki barang yang disimpan dan jarang atau bahkan tidak digunakan digudang. Barang tersebut berupa buku, perlengkapan bayi, peralatan kebun, dan peralatan olahraga. Barang – barang tersebut menumpuk di gudang yang berantakan dan penuh sesak. Baik bagi dirinya untuk dapat merapikan kembali ruang penyimpanan, dengan menimbang – nimbang barang – barang yang dapat ia sewakan menghasilkan pendapatan tambahan.



Gambar 3.8. *Personas* Pemberi Sewa

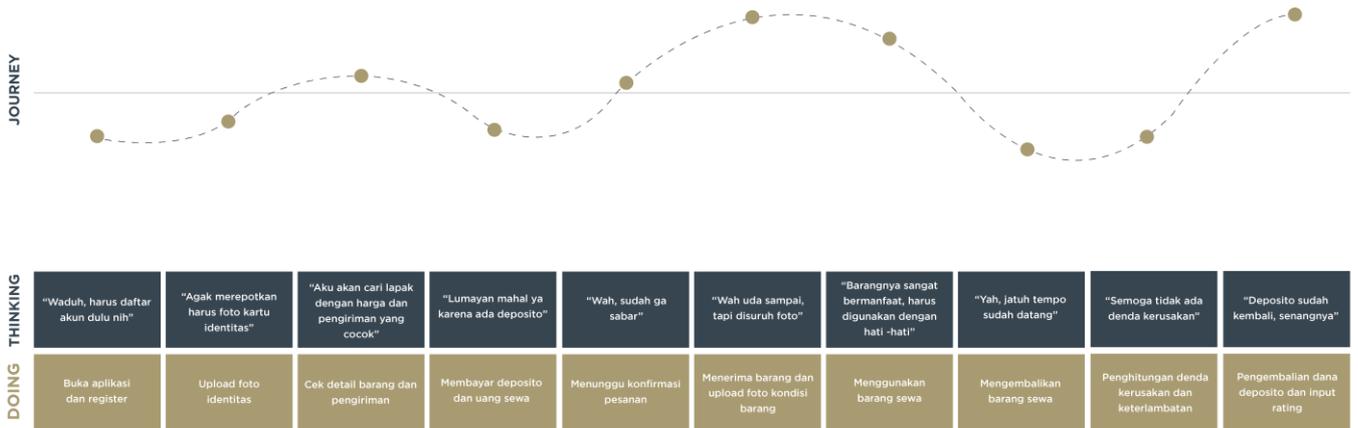
7. *Customer Journey*

Dilakukan penyusunan *Customer Journey Map* dari masing – masing pengguna. Keduanya memiliki aksi atau tahapan dan tujuan yang berbeda data mengakses aplikasi. Dengan *Journey Map* dapat dilakukan perhitungkan dan pertimbangkan pengalaman interaksi pengguna di setiap tahapan dalam perjalanan mencapai tujuan. Pengalaman pengguna dapat digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan disetiap tahapan.

a. Penyewa

Customer Journey Penyewa disusun dari skenario sebagai pengguna baru yang ingin menyewa suatu barang melalui aplikasi. Diawali dari mengakses aplikasi dan melakukan pendaftaran akun. Dilanjutkan dengan memverifikasi identitas melalui unggahan kartu identitas. Tahap persiapan pun selesai, dapat sepenuhnya mengakses aplikasi dengan menimbang lapak sewa yang cocok dan dilanjutkan dengan proses pembayaran. Setelah menerima barang sewa, masuk ke proses unggah foto kondisi barang yang diterima sebagai bukti. Setelah waktu sewa habis, akan muncul notif pengingat untuk melakukan proses pengembalian barang. Barang sewa sudah diterima kembali oleh pemilik lapak, lalu dilakukan pengecekan untuk menghitung denda kerusakan dengan mengunggah foto kondisi barang. Dan pada akhirnya uang deposito atau uang jaminan sewa dikirimkan kembali ke saldo akun penyewa.

Melalui *Customer Journey* Penyewa, diidentifikasi beberapa masalah dalam beberapa tahapan yang menjadi perhatian utama penulis dalam merancang aplikasi. Verifikasi identitas dengan mengunggah foto kartu identitas akan memberatkan bagi penyewa, biaya deposito terlalu tinggi, batas waktu pengembalian barang dirasa kurang menyenangkan dan kecemasan penyewa terhadap denda yang diberatkan.



Gambar 3.9. *Journey Map Penyewa*

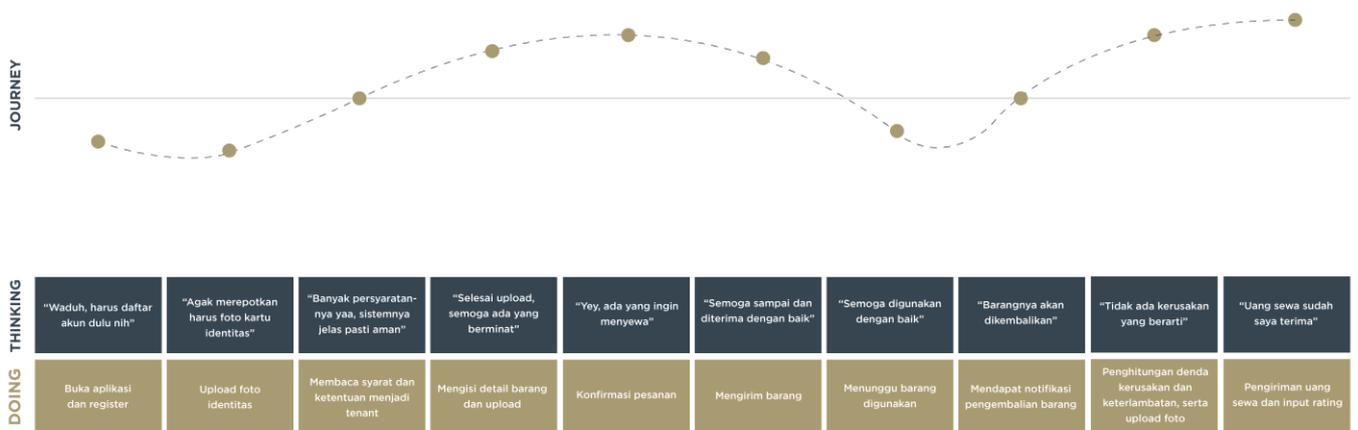
b. Pemberi Sewa

Customer Journey Pemberi Sewa disusun dari skenario sebagai pengguna baru yang ingin menyewakan barang melalui aplikasi. Mengakses aplikasi untuk pertama kalinya dan dilanjutkan dengan pendaftaran akun baru. Sebelum dapat mengakses aplikasi sepenuhnya, dilakukan proses verifikasi dengan mengunggah kartu identitas. Dilanjutkan dengan membuat lapak baru dengan ditampilkan syarat dan ketentuan menyewakan barang. Masuk ke proses pengisian deskripsi barang dengan rinci dan mengunggah lapak sewa.

Setelah beberapa saat, lapak sewa sudah dilihat oleh beberapa pengguna dan salah satunya tertarik untuk menyewa. Setelah pesanan masuk, pemberi sewa diharuskan untuk mengkonfirmasi pesanan dan dilanjutkan dengan pengiriman barang. Lalu pemberi sewa menunggu barang diterima penyewa dan waktu sewa selesai. Pada tenggat waktu pengembalian, dikirimkan notifikasi pemberitahuan mengenai status barang yang dalam proses pengembalian ke

pemilik lapak. Setelah barang diterima, pemilik lapak melakukan penghitungan terkait denda kerusakan pemakaian dan mengunggah foto kondisi barang. Transaksi sewa selesai, uang sewa akan dikirimkan ke saldo akun pemberi sewa.

Berdasarkan *Customer Journey* pemberi sewa, dapat diperoleh beberapa hal yang menjadi permasalahan. Verifikasi identitas dirasa memberatkan pemberi sewa karena menyita waktu. Pemberi sewa juga merasa cemas pada tahapan pengembalian barang, ditakutkan bahwa barang yang dikembalikan dalam kondisi rusak sehingga dapat merugikan dirinya.

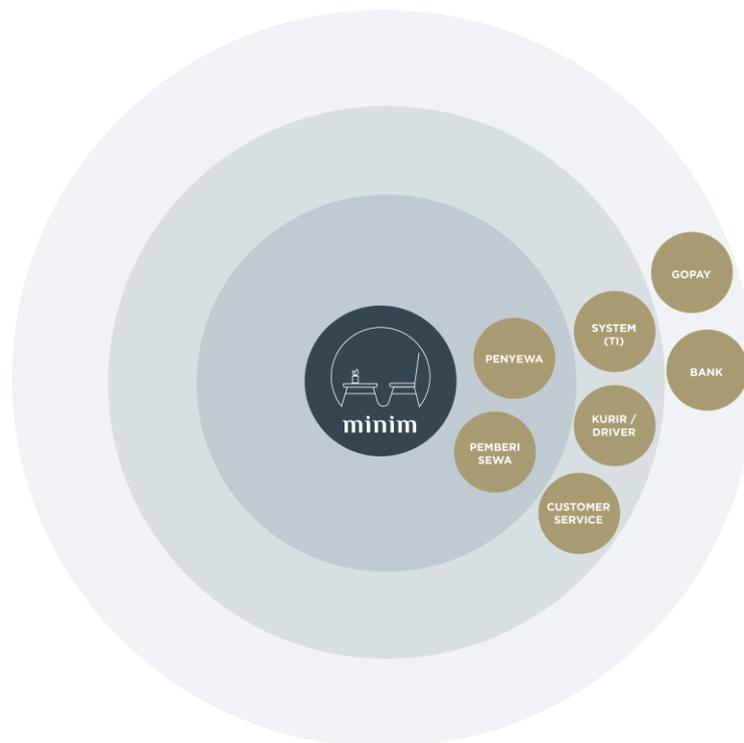


Gambar 3.10. *Journey Map* Pemberi Sewa

8. Stakeholder Map

Dalam suatu sistem jasa, terdapat banyak pihak yang ikut terlibat dalam kegiatan produk jasa tersebut. Kedudukan pada *Stakeholder Map* dipetakan berdasarkan intensitas keterlibatan dan kepentingan pihak dalam suatu sistem jasa. Pada bagian paling dalam terdapat penyewa dan pemberi sewa yang merupakan pihak

terpenting dan paling erat dengan aplikasi. Dibagian kedua terdapat pihak – pihak yang mendukung sistem aplikasi, yaitu sistem / TI, *Customer Service*, dan kurir atau *driver*. Lalu dibagian yang paling luar terdapat pihak mendukung pembayaran yaitu bank dan GOPay.

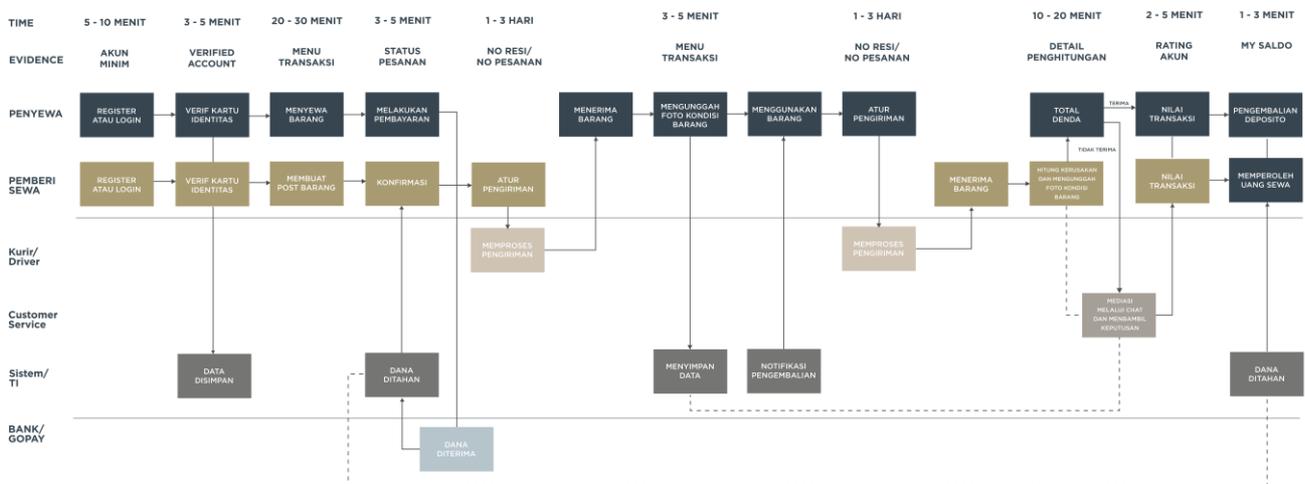


Gambar 3.11. *Stakeholder Map*

9. *Service Blueprint*

Berdasarkan wawancara mengenai Service Design yang telah dilakukan kepada ahli, yaitu Bapak Bayu Bagja, dikatakan bahwa dalam proses merancang Service Design diperlukan perancangan *Service Blueprint*. Yang memberikan gambaran dan pemetaan secara jelas mengenai tahapan yang membentuk mekanisme aplikasi itu sendiri. Serta mendapatkan gambaran mengenai keterlibatan pihak –

pihak yang sudah disebutkan pada tahapan sebelumnya disetiap tahapan, disetiap tahapan dalam sebuah aplikasi. Difokuskan pada *Customer Journey* Penyewa yang telah dibuat sebelumnya, digabungkan dengan *Customer Journey* Pemberi sewa menjadi satu, serta peran pihak lainnya. Disetiap tahapan ditarik garis yang menyambung dari tahapan satu dan lainnya, serta dari awal membuka aplikasi sampai menyelesaikan transaksi.



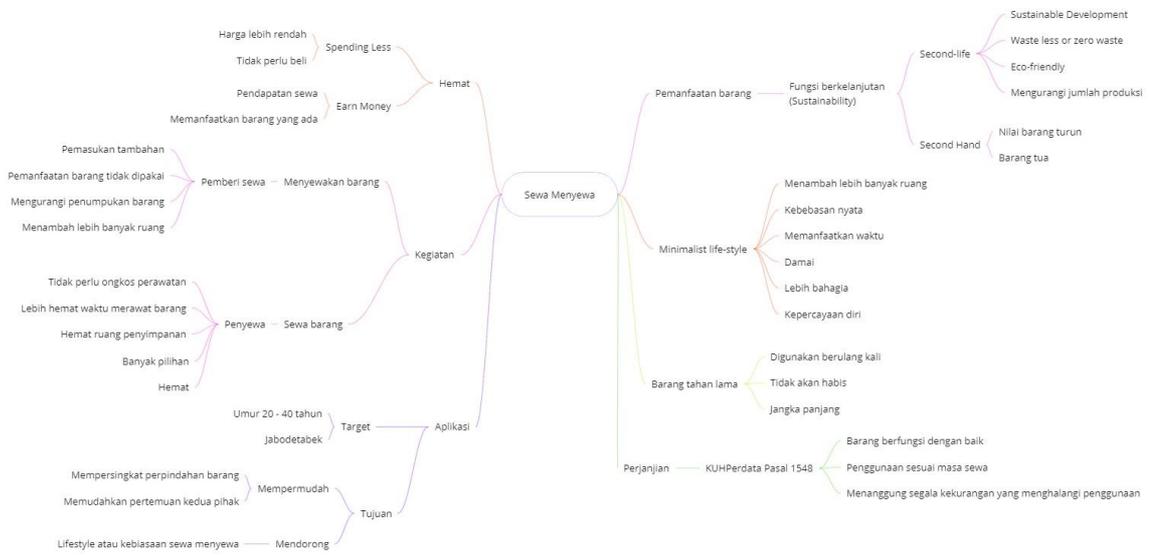
Gambar 3.12. Service Blueprint

3.2.3 Ideate

Setelah mengenal inti masalah, dilanjutkan dengan tahap pemecahan masalah. Pada tahapan ini solusi yang dibuat berbentuk ide- ide, dengan membuat dan menampung ide sebanyak mungkin terkait masalah yang ada. Pada tahapan akhir dilakukan seleksi ide untuk dapat memperoleh solusi terbaik. Berikut tahapan – tahap pada proses *Ideate*:

1. Mind Mapping

Melakukan pemetaan pikiran dengan menarik cabang dari tema utama agar semakin diperjelas dan diruncingkan ke tema yang berkaitan. Cabang – cabang ini dapat diolah menjadi sebuah konsep visual aplikasi. Setelah memetakan *Mind Mapping*, ditemukan kata kunci berupa berharga (*precious*), berkelanjutan (*sustainability*), minimalis (*minimalist*).



Gambar 3.13. Mind Mapping

2. Brainstorming

Berdasarkan ketiga kata kunci yang telah diperoleh dari membuat *mindmapping* kemudian dikembangkan menjadi konsep perancangan. Kata kunci berharga (*precious*) yang memberikan kesan yang mewah dan elegan pada konsep visual aplikasi. Kata kunci kedua yaitu *sustainability* (berkelanjutan) mencerminkan tujuan lain dari dibuatnya aplikasi ini yakni menciptakan keberlangsungan yang *waste less* dan *eco friendly*. Sedangkan kata kunci ketiga adalah minimalis, yang

dikembangkan menjadi konsep visual aplikasi yang serba minimalis dengan *flow* yang simpel dan mudah untuk digunakan.

Dari kata kunci tersebut, penulis menarik satu big idea yaitu Minimalist by Rent yang artinya membentuk gaya hidup yang minimalis dengan kegiatan sewa menyewa. Yang mana gaya hidup minimalis dapat ditanam dengan melakukan kegiatan sewa – menyewa. Gaya hidup minimalis berfokus pada barang – barang yang dimiliki dan pengurangan barang yang jarang digunakan (Finoo, 2020). Mengoptimalkan penggunaan suatu barang secara maksimal dengan memanfaatkan barang secara berkelanjutan. Sehingga barang bekas sekalipun dianggap sebagai sesuatu yang berharga, yang masih memiliki manfaat yang sama dibandingkan dengan barang baru.

Pemilihan nama aplikasi sewa MINIM, didapatkan dari proses *mindmapping* yang telah dilakukan. MINIM merupakan kata dasar dari minimalis yang bermakna sekurang – kurangnya. Hal tersebut menggambarkan aplikasi yang memiliki tampilan dan *flow* yang minimal dan ringan. MINIM juga mengimplemntasikan *big idea* yang bertujuan sekurang – kurangnya menisakan penggunaan suatu barang.

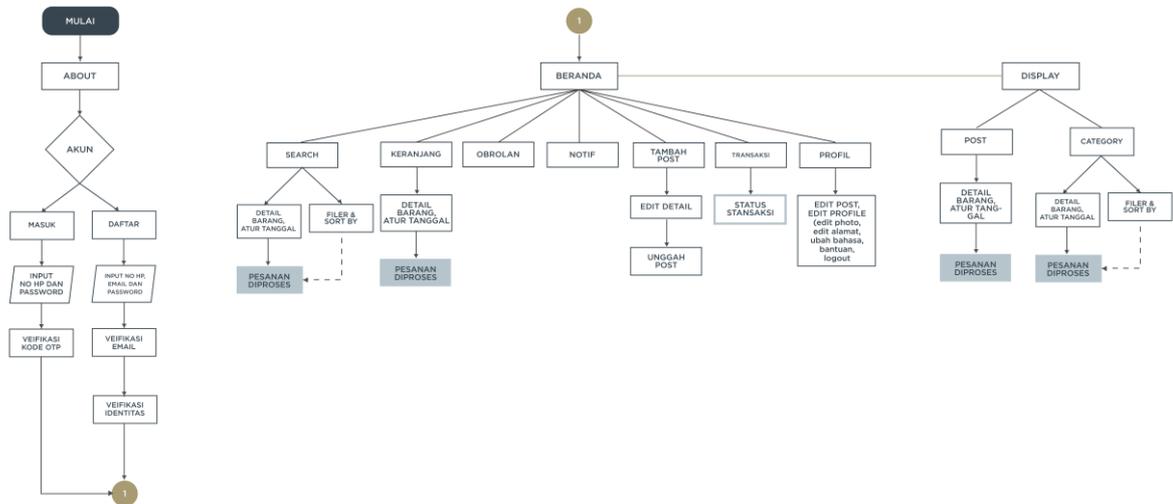
3. Information Architecture

Di dalam *Information Architecture* disusu penempatan konten dan fitur pada aplikasi secara jelas dan tertata. Pada awal mengakses aplikasi, dihadapkan dengan konten pengenalan aplikasi agar pengguna lebih memahami aplikasi MINIM. Kemudian terdapat pilihan untuk masuk ke akun dengan memasukkan nomor telpon dan password serta verifikasi kode SMS OTP. Sedangkan

pendaftaran akun dengan memasukkan nama lengkap, nama pengguna, email, nomor telpon, dan password, dilanjutkan dengan verifikasi email. Setelahnya dihadapkan dengan pilihan untuk melakukan verifikasi identitas atau tidak. Verifikasi identitas akan memperoleh keuntungan berupa *verified account*, dilakukan dengan mengunggah kartu identitas (KTP/SIM).

Tampilan utama *home*, terdapat menu utama berupa *cart*, *chat*, *notification*, *add post*, *transaction*, dan *profile*. Dan terdapat kemungkinan untuk dapat langsung mengakses lapak sewa dan *category* barang. Saat menggunakan fitur *search* maka akan dihadapkan dengan pilihan lapak dan berakhir ke laman detail barang. Menu *chat* memungkinkan pengguna mengobrol dengan pengguna lain dan dapat melakukan kunjungan profil. Menu *cart* berisikan lapak sewa yang mungkin disimpan untuk dilihat nanti, dan dapat diteruskan ke *checkout*.

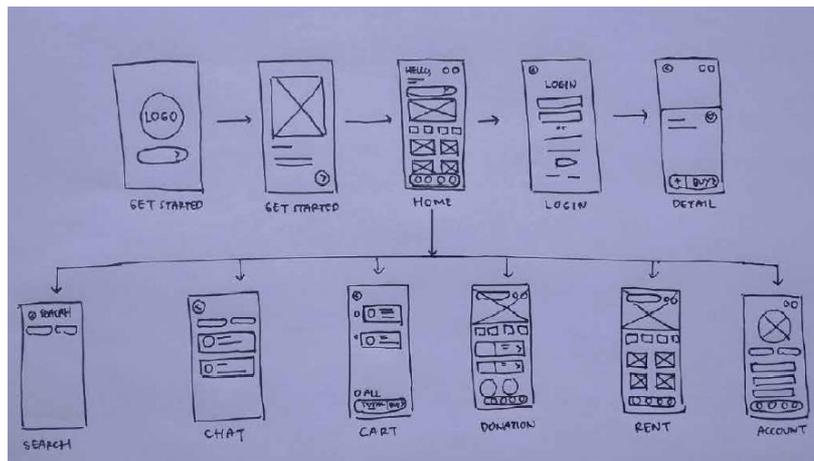
Notification memberikan berita, peringatan, dan pemberitahuan terkait transaksi dan promo. Menu *Add Post* memungkinkan untuk menambah lapak sewa dengan mengisi detail lapak dan akan berakhir di laman akun. Menu *Transaction* memudahkan pengguna memantau status transaksi sewa, selain itu dapat mengobrol dengan pemilik lapak maupun panduan meetup poin (Khusus COD). Menu *account* berisikan lapak sewa yang sudah dibuat sebelumnya yang dapat diedit. Informasi penting akun seperti penilaian transaks dan jumlah saldo, selain itu dapat mengedit *profile*.



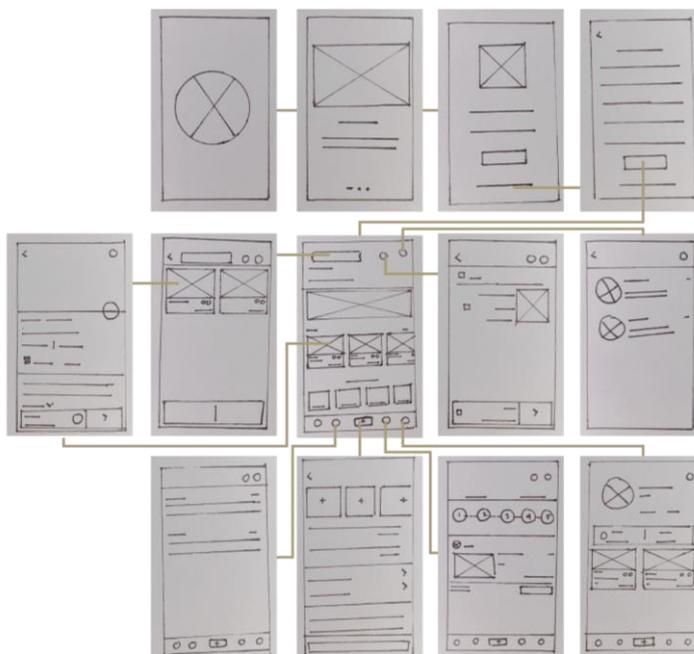
Gambar 3.14. *Information Architecture*

4. *Wireframe*

Konten dan menu yang telah disusun dan ditentukan, dilakukan tahap visualisasi dalam bentuk bentuk *wireframe* yang berawal dari sketsa ke digital. Tahapan ini berfokus pada penyusunan konten, ikon, tombol, dll dalam bentuk *low fidelity*. Penyusunan wireframe dipengaruhi oleh hasil studi eksisting yang sudah dilakukan penulis sebelumnya. Konten dan tampilan pengenalan aplikasi diawal dan informasi mengenai klasifikasi kondisi barang yang divisualisasikan dalam bentuk markota emas, perak dan perunggu disertai detail barang diambil referensi dari aplikasi Prelo. Layout atau penyusunan konten pada laman beranda juga mengambil referensi dari aplikasi Cumi, dimana terdapat banner lanskap, kategori barang dan tampilan detail barang.



Gambar 3.15. Proses Sketsa Wireframe



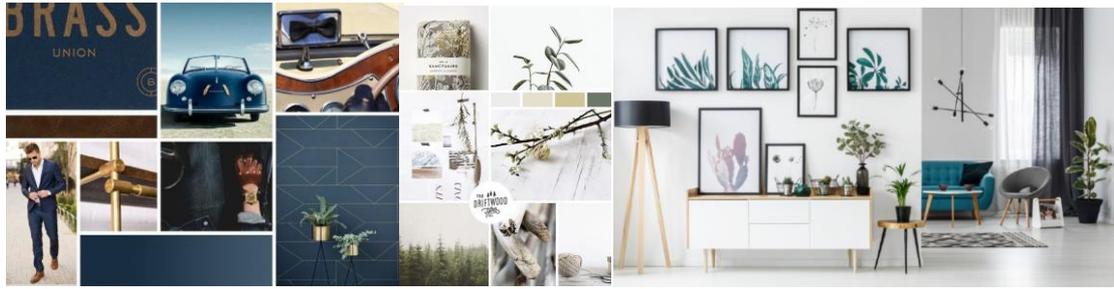
Gambar 3.16. Sketsa Wireframe



Gambar 3.17 Digital Wireframe

5. Moodboard

Setiap kata kunci yang telah diperoleh pada tahapan *mindmapping*, kemudian divisualisasikan dalam bentuk moodboard aplikasi. Kata kunci berharga memiliki kata sifat mewah dan elegan, yang dirasa cocok untuk menggambarkan kata tersebut ialah warna emas. Sedangkan untuk kata kunci berkelanjutan memiliki makna *eco-friendly* yang berhubungan dengan tanaman hijau. Akan disematkan dalam ilustrasi dalam aplikasi, yang akan kesan yang lebih *fresh*. Kata kunci minimalis dapat diartikan sebagai keadaan yang minimalis, dengan dominan warna putih yang memberikan kesan *clean* dan elemen – elemen tambahan lainnya yang berwarna kontras. Minimalis juga diterapkan dalam ilustrasi aplikasi yang menggambarkan desain furniture yang minimalis nan modern.



Gambar 3.18. *Mood Board*

6. *Color Palette*

Dari setiap kata kunci memiliki warnanya masing – masing yang menjadi referensi penulis dalam menentukan tone warna akhir dari aplikasi. Kata kunci berharga (*precious*) menampilkan sifat warna yang mewah dan mempesona dengan dominasi warna coklat kekuningan. Sedangkan kata kunci berkelanjutan (*sustainability*) menampilkan sifat warna yang lebih natural dan *calming*, didominasi dengan warna hijau. Kata kunci minimalis menampilkan sifat warna yang lebih netral dan aman, dengan didominasi warna hitam turunan hitam hingga warna biru.

Dari ketiga referensi tersebut ditentukan warna biru tua sebagai warna *primer* atau utama yang memberikan kesan netral, modern dan mempesona. Warna biru yang kontras dan mencolok, sangat cocok dipadukan dengan konsep desain yang *clean* dan minimalis. Warna kedua atau *secondary* adalah warna coklat emas yang memberikan kesan *calm*, modern, mewah dan elegan. Warna coklat emas yang memiliki tone awal warna primer kuning sangat cocok dipadukan dengan warna biru.



Gambar 3.19. Referensi *Color Palette*

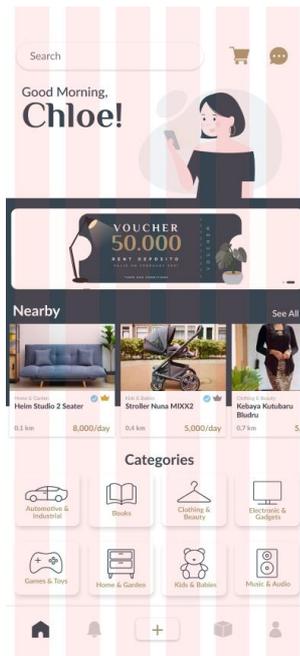


Gambar 3.20. *Final Color Palette*



Gambar 3.21. *Color Palette* pelengkap

7. *Grid*



Gambar 3.22. *Grid*

Penulis membatasi perancangan dengan memilih penggunaan aplikasi perangkat IOS dengan ukuran lebar layar sebesar 375 px dan panjang layar 812px. Penyusunan konten aplikasi dibantu oleh *grid 6 columns*, *guttas 20px* dan *margins 12 px*.

8. *Typography*

Jenis *typography* yang ingin digunakan pada *heading text* ialah jenis serif yang memberikan kesan modern, elegan dan variatif. Sedangkan untuk *body text* berjenis sans serif yang lebih ringan untuk dibaca jika diaplikasikan pada konten yang berisikan *text* yang banyak. Untuk bagian *heading text* terdapat beberapa referensi diantaranya *typeface Baskerville* dan *Source Serif Variable*, yang merupakan *typeface* serif. Sedangkan untuk bagian *body text*, *typeface* sans serif *Gotham* dan *Quicksand*. Berdasarkan bentuk, variasi dan ketebalan dari referensi

typography yang sudah ditimbang – timbang sebelumnya, menghasilkan gambaran dan karakteristik *typeface* yang cocok untuk aplikasi.

Typeface *Philosopher* digunakan pada *heading text* aplikasi yang memberikan kesan unik sehingga mudah menarik perhatian. *Typeface* ini juga memiliki kesan yang modern dan elegan yang sejalan dengan konsep aplikasi. Selain itu, *typeface* ini memiliki lengkungan di beberapa sisi setiap hurufnya, yang memberikan kesan lebih variatif, tidak kaku, lebih ringan dan dinamis. Pada bagian *body text* menggunakan *typeface* *Lato* yang memberikan kesan ringan dan simpel. Mendukung konsep visual yang minimalis yang ringan dan simpel.

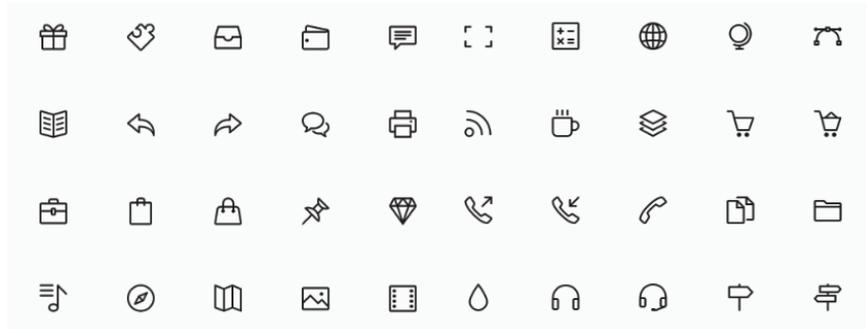
1⁰
: Baskerville Gotham
: Source Serif Quicksand

Gambar 3.23. Referensi *Typography*

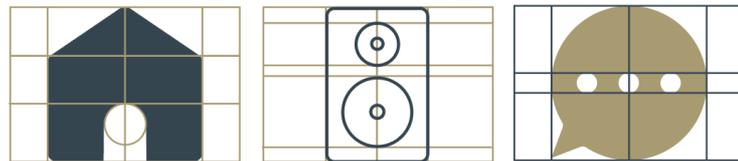
1²
1⁴ Philosopher Lato

Gambar 3.24. *Final Typography*

9. Icon



Gambar 3.25. Referensi *Icon*



Gambar 3.26. Proses perancangan *Icon*



Gambar 3.27. *Icon*

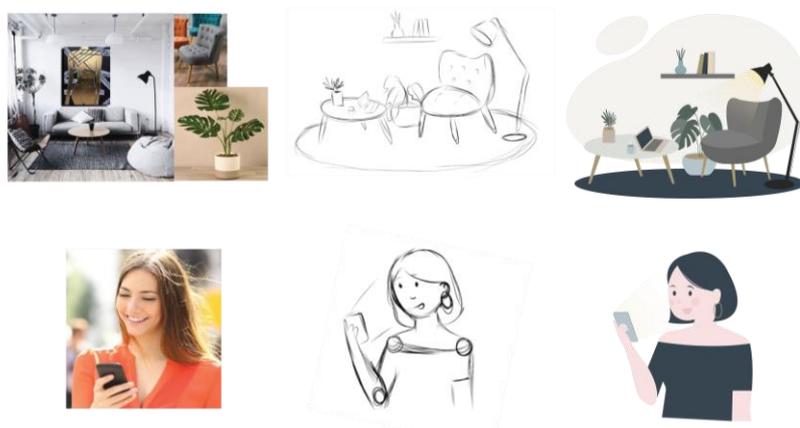
Menggunakan dua jenis ikon yang diaplikasikan dengan tujuan yang berbeda. Ikon *fill* digunakan pada menu utama yang bersifat penting, memberikan kesan tebal dan berisi sehingga lebih mudah untuk menarik perhatian. Diaplikasikan

pada menu utama pada laman beranda, seperti *cart*, *chat*, *home*, *notification*, *add post*, *transaction*, *profile* dan *edit profile*. Selain itu Ikon garis digunakan pada konten lainnya sebagai penyeimbang tampilan, agar tampilan tetap terkesan minimalis. Yang mana ikon ini memberikan kesan simpel, ringan dan modern. Ikon garis digunakan pada jenis – jenis kategori barang, tahapan transaksi.

10. Illustration



Gambar 3.28. Referensi Illustration



Gambar 3.29. Proses perancangan Illustration

Pada perancangan ilustrasi, penulis memilih untuk menggunakan ilustrasi vector flat yang memberikan kesan ringan dan simpel. Ilustrasi interior maupun furnitur digunakan pada laman about us dan halaman pemberitahuan, sehingga laman menarik dan tidak terlalu kosong dengan teks yang sedikit dan membosankan. Ilustrasi orang diletakkan di laman beranda untuk memberikan tampilan yang menarik.

Dalam perancangan ilustrasi, dilakukan riset awal untuk dapat memperoleh referensi mengenai gaya ilustrasi yang cocok dengan konsep. Untuk ilustrasi orang dirancang dengan memiliki tubuh dan bentuk badan yang mirip dengan orang asli. Tetapi untuk bagian detail di bagian tangan maupun wajah dirancang secara sangat simpel. Untuk ilustrasi interior menggunakan gaya interior *scandavian* yang memiliki kesan minimalis, rapi dan nyaman. Digambarkan dengan flat vector dengan menambahkan shades untuk memberikan kesan kedalaman.

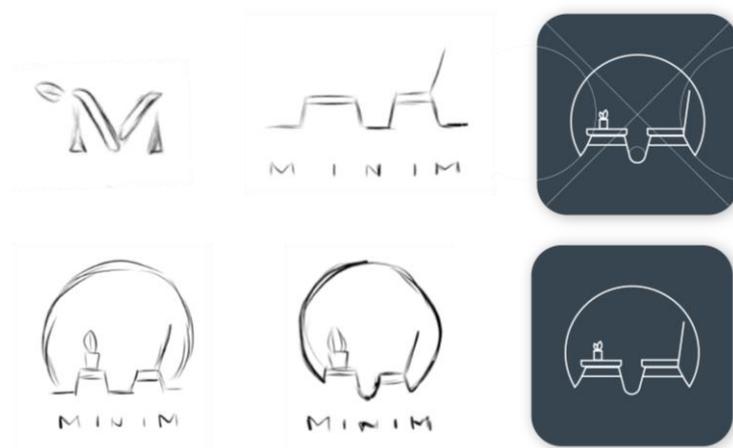
Pada tahapan awal perancangan ilustrasi, dilakukan riset bentuk benda, posisi dan proporsi ilustrasi. Dilanjutkan dengan melakukan sketsa digital untuk memberikan gambaran besar ilustrasi. Kemudian dilakukan outline digital sesuai dengan sketsa sementara yang telah dibuat, lalu masuk ke proses pewarnaan. Dalam pembuatan ilustrasi, penulis menggunakan *vector illustration*. Ilustrasi interior menginterpretasikan suasana dan keadaan rumah yang rapi, yang merupakan dampak baik dari minimalisme yang dapat dicapai dengan menggunakan aplikasi MINIM untuk kegiatan sewa menyewa. Sedangkan

ilustrasi orang yang memegang hp merupakan bentuk dari keadaan pengguna yang menggunakan aplikasi MINIM dengan bahagia.

11. Logo



Gambar 3.30. Referensi Logo



Gambar 3.31. Proses pembuatan Logo

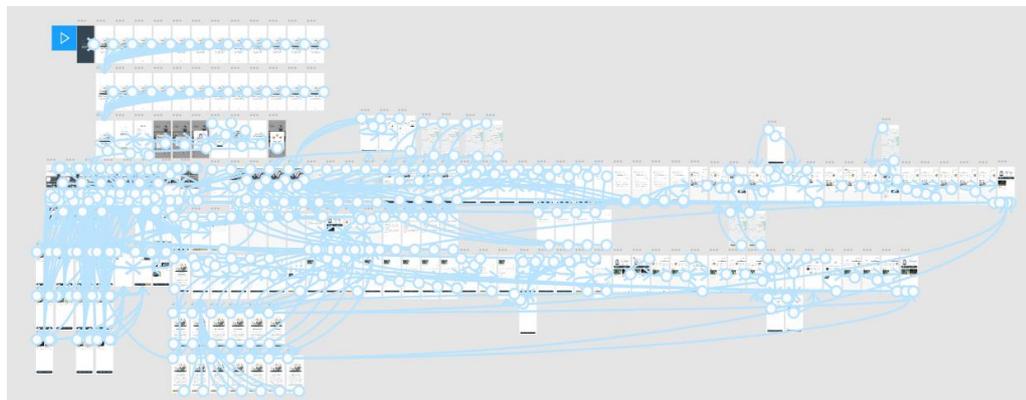
Referensi logo dengan kata kunci berharga (*precious*), memiliki kesan yang simpel, mewah dan elegan. Kata kunci *sustainability* memberikan kesan yang menyegarkan, dinamis, dan simpel. Sedangkan kata kunci *minimalist* memberikan kesan logo yang kaku dan simpel. Setelah memperoleh referensi logo, dilakukan proses sketsa manual ide – ide logo aplikasi MINIM.

Logo aplikasi MINIM dibuat seminimal mungkin yang sesuai dengan konsep visual aplikasi, terdiri dari garis yang membentuk kursi, meja serta sebuah tanaman hias. Hal tersebut menggambarkan suasana rumah yang rapi dan

minimalis. Suasana rumah yang dapat dirasakan dengan membiasakan hidup minimalis, dengan menyimpan barang yang hanya diperlukan dan tidak menumpuk barang. Dapat diperhatikan bahwa logo dibentuk hanya dari satu tarikan garis, yang mengartikan satu perubahan kecil seperti mengakses aplikasi MINIM untuk kegiatan sewa menyewa dapat membentuk pola hidup minimalis. *Minimalisme* juga mendukung fungsi berkelanjutan (*sustainability*) dengan mengurangi konsumsi barang, diimplementasikan dalam bentuk tanaman hias diatas meja.

3.2.4 Prototype

Perancangan yang telah dilakukan pada tahapan sebelumnya, kemudian disusun dalam tampilan dan mekanisme aplikasi. *Prototype* dibuat agar ide permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya dapat dituangkan dalam bentuk suatu produk yang dapat diuji kepada calon pengguna. Penulis melakukan proses *prototyping* dengan menggunakan Figma, dengan memperhatikan tampilan, mekanisme dan transisi setiap laman.



Gambar 3.32. *Prototype* Figma

Dalam perancangan *prototype* aplikasi MINIM, penulis melakukan studi eksisting pada aplikasi CUMI untuk memberikan tolak ukur dan gambaran terkait pengelompokan barang dan harga sewa. Barang dikategorikan dalam Sembilan jenis barang, yakni *Automotive & Industrial, Books, Clothing & Beauty, Electronic & Gadgets, Games & Toys, Home & Garden, Kids & Babies, Music & Audio, Office & Stationery, Sports & Outdoors, Health Equipment, dan Others.*

Selain jenis barang menjadi penentu pemberi sewa dalam memasang harga sewa, terdapat faktor lainnya seperti kondisi barang, merk barang, dan durasi sewa. Harga sewa ditentukan sendiri oleh pembuat lapak, sehingga harga sewa setiap barang berbeda antara satu dan yang lainnya. Tetapi dalam perancangan *prototype* atau uji coba produk aplikasi, diperlukan riset untuk memperoleh gambaran harga secara garis besar.

Berdasarkan studi eksisting mengenai harga sewa pada aplikasi CUMI, penulis memperoleh perkiraan harga sewa pada aplikasi MINIM. Untuk kategori *Automotive & Industrial*, variasi sepeda motor sebesar Rp 70,000 - Rp 150,000 per hari dan variasi mobil sebesar Rp 100,000 – Rp 1,250,000 per hari, variasi bus dan *pick up* Rp 100,000 – Rp 150,000. Kategori *Books*, dengan harga sewa yang beragam yakni Rp 5,000 – Rp 20,000 per hari. Kategori *Clothing & Beauty* dengan variasi kebaya dengan harga sewa sebesar Rp 110,000 – Rp 650,000 per hari, variasi kostum seharga Rp 110,000 – Rp 300,000 per hari, harga sewa variasi gaun sebesar Rp 250,000 – Rp 2,500,000. Kategori *Electronic & Gadgets*, variasi televisi & video seharga Rp 350,000 - 1,000,000 per hari, dan HP & Tablet sebesar Rp 450,000 – Rp 1,150,000 per hari. Kategori *Games & Toys*, variasi

elektronik sebesar Rp 25,000 – Rp 150,000 per hari, dan variasi papan permainan sebesar Rp 35,000 – Rp 100,000 per hari. Kategori *home & garden*, variasi dapur sebesar Rp 2,000 – Rp 40,000 per hari, variasi furnitur sebesar Rp 5,000 – Rp 60,000. Kategori *kids & babies*, variasi peralatan sebesar Rp 9,000 – Rp 70,000 per hari, variasi aktivitas & hiburan sebesar Rp 9,000 – Rp 250,000. Kategori *music & audio* dengan variasi *sound system*, sebesar Rp 20,000 – Rp 25,000,000 per hari, dan berbagai jenis alat musik disewakan sebesar Rp 80,000 – Rp 600,000 per hari. Kategori *office & stationery*, dengan variasi elektronik Rp 30,000 – Rp 750,000 per hari. Kategori *sports & outdoors*, dengan variasi *outdoors* harga sewa sebesar Rp 20,000 – Rp 500,000. Kategori *health equipment* dengan variasi peralatan Rp 7,000 – Rp 200,000. Dan kategori *others* terdapat beragam jenis barang dengan harga sewa Rp 4,000 – Rp 1,500,000 per hari.

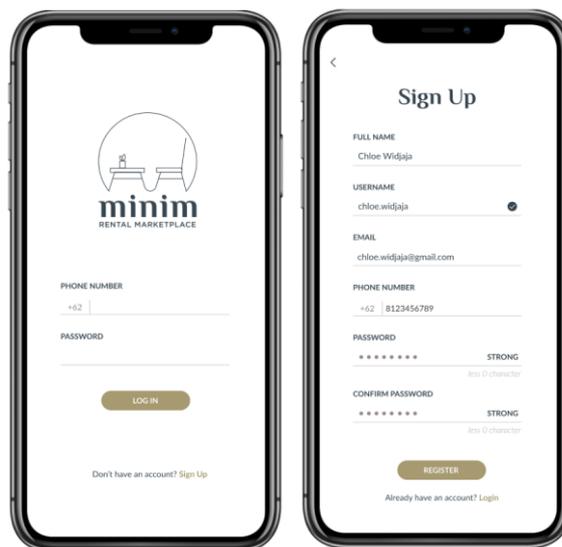
Lalu *Prototype* dirancang berdasarkan skenario penggunaan yang akan diuji oleh kedua target pengguna. Difokuskan pada perancangan aplikasi yang komplis namun simpel, sebuah akun yang telah dibuat dapat digunakan untuk menjadi penyewa dan pemberi sewa sekaligus.

Diawali dengan *splash screen* yang menampilkan logo dan nama aplikasi MINIM. Lalu dilanjutkan dengan konten informasi pengenalan aplikasi, agar pengguna lebih mengenal kegunaan dan kegiatan yang dapat dilakukan dalam aplikasi MINIM.



Gambar 3.33. Tampilan awal

Dilanjutkan dengan tampilan masuk akun maupun daftar akun. Masuk akun dilakukan dengan mengisi nomor telpon dan kata kunci, lalu konfirmasi aktivitas akun melalui kode OTP yang dikirimkan melalui SMS nomor terkait. Dalam skenario ini, pengguna berperan sebagai pengguna baru yang akan mendaftar akun baru. Dengan mengisi nama lengkap, nama pengguna, email, nomor telpon, dan kata kunci.



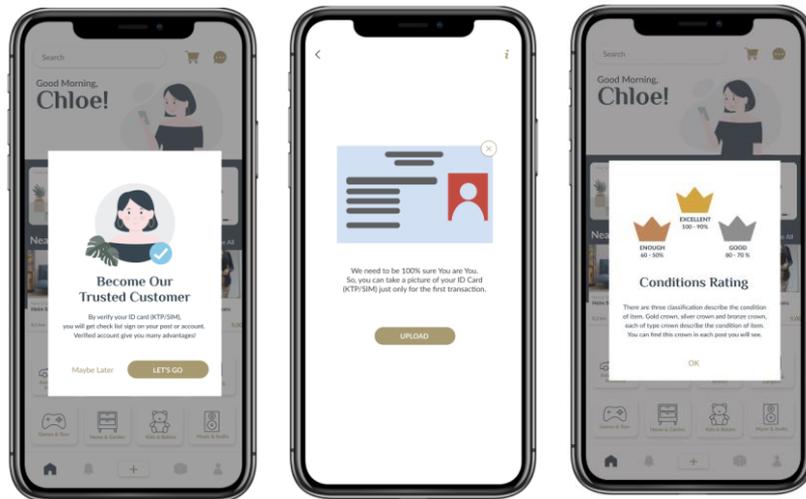
Gambar 3.34. Tampilan pendaftaran akun

Pada akses awal aplikasi, terdapat pemberitahuan mengenai perijinan aplikasi MINIM untuk dapat mengakses fitur GPS *smartphone* untuk mengukur titik lokasi yang akurat. Untuk mendeteksi dan menghitung jarak lokasi setiap lapak sewa. Perijinan untuk mengirimkan notifikasi pemberitahuan maupun pengingat terkait pembaharuan dalam aplikasi disetiap saat.



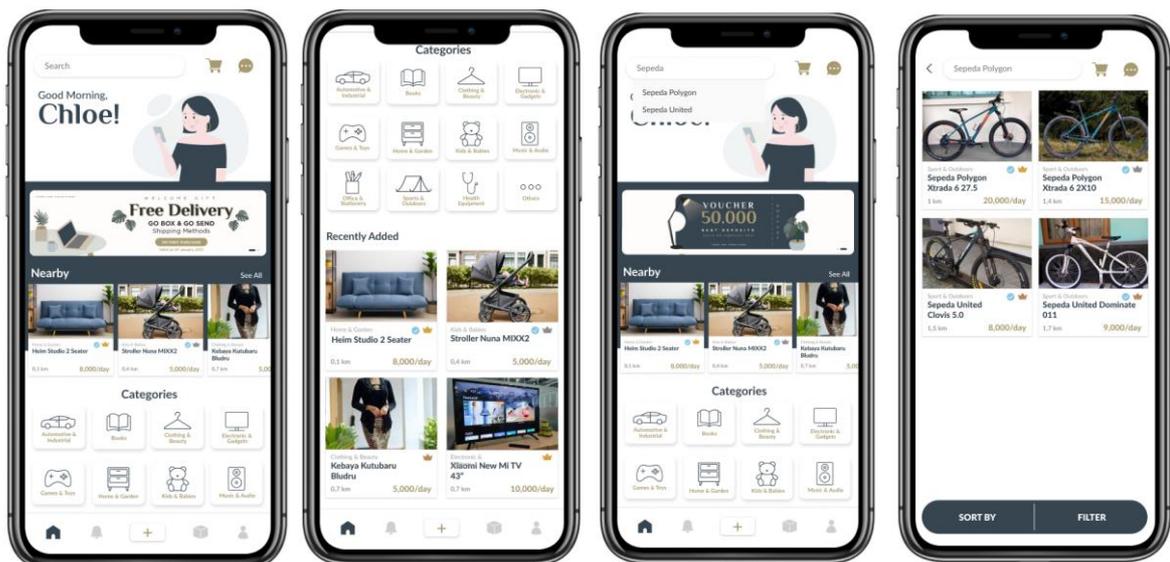
Gambar 3.35. Tampilan perijinan awal

Muncul *pop-up* menawarkan calon pengguna untuk memverifikasi identitas dengan mengunggah foto kartu identitas. Dengan melakukan verifikasi, akun biasa akan berubah menjadi *verified account* yang ditandai dengan ikon centang biru. *Verified account* akan memberikan keuntungan dalam kegiatan sewa - menyewa, karena dinilai lebih terpercaya dan aman. Kemudian terdapat informasi singkat mengenai fitur mahkota yang berfungsi untuk mendefinisikan kondisi barang disetiap lapak.



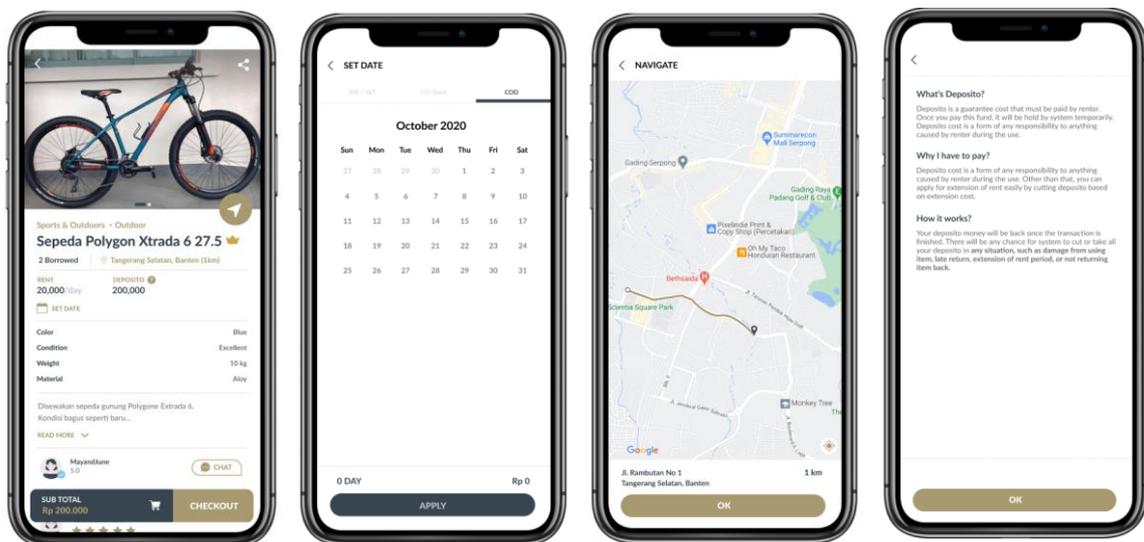
Gambar 3.36. Tampilan verifikasi dan informasi fitur

Pengguna dapat mengakses penuh aplikasi MINIM. Berdasarkan skenario, penyewa akan menyewa sepeda dari lapak terdekat. Yang dapat ditemui dengan mencarinya melalui fitur search dan kategori barang yaitu *Sports & Outdoors*.



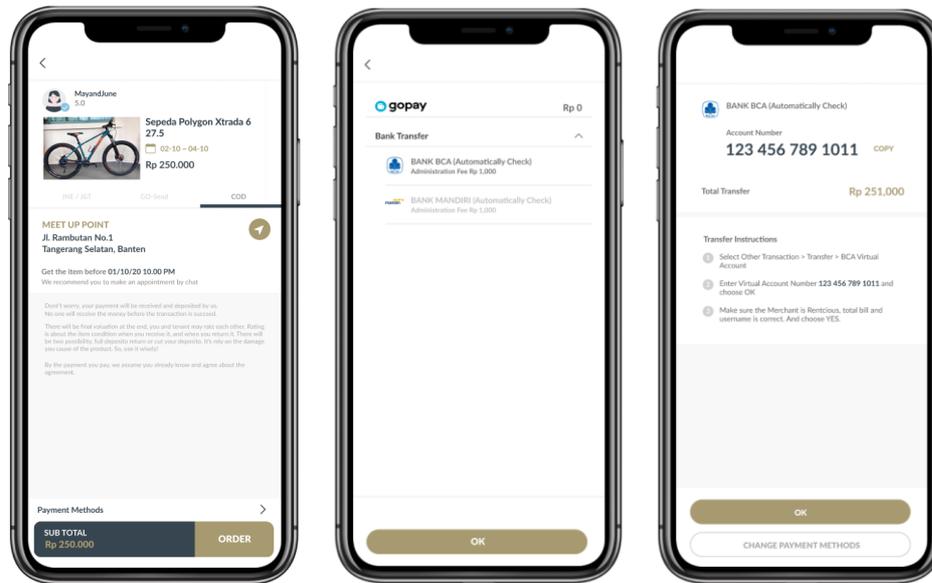
Gambar 3.37. Tampilan untuk menemukan lapak sewa

Memilih lapak sewa sepeda terdekat dan membaca detil barang terlebih dahulu. Memilih durasi sewa dimulai dari tanggal 02 Oktober 2020 – 04 Oktober 2020 dengan metode COD (*Cash on Delivery*). Dan menekan tombol navigasi untuk melihat jarak antara lokasi pengguna dengan titik temu pengambilan barang. Jumlah total pembayaran akan diakumulasikan otomatis oleh sistem berdasarkan besar deposito dan biaya sewa. Deposito merupakan uang jaminan yang harus dibayarkan penyewa, dimana dana tersebut akan ditahan oleh sistem dan akan dikembalikan setelah transaksi sewa selesai.



Gambar 3.38. Tampilan pengaturan sewa

Masuk ke tahap pembayaran, dengan memilih metode pembayaran Transfer Bank. Melakukan transfer dana dengan *virtual account* yang telah ditentukan sistem. Pengguna juga dapat mengubah metode pembayaran atau langsung masuk ke tahap selanjutnya.

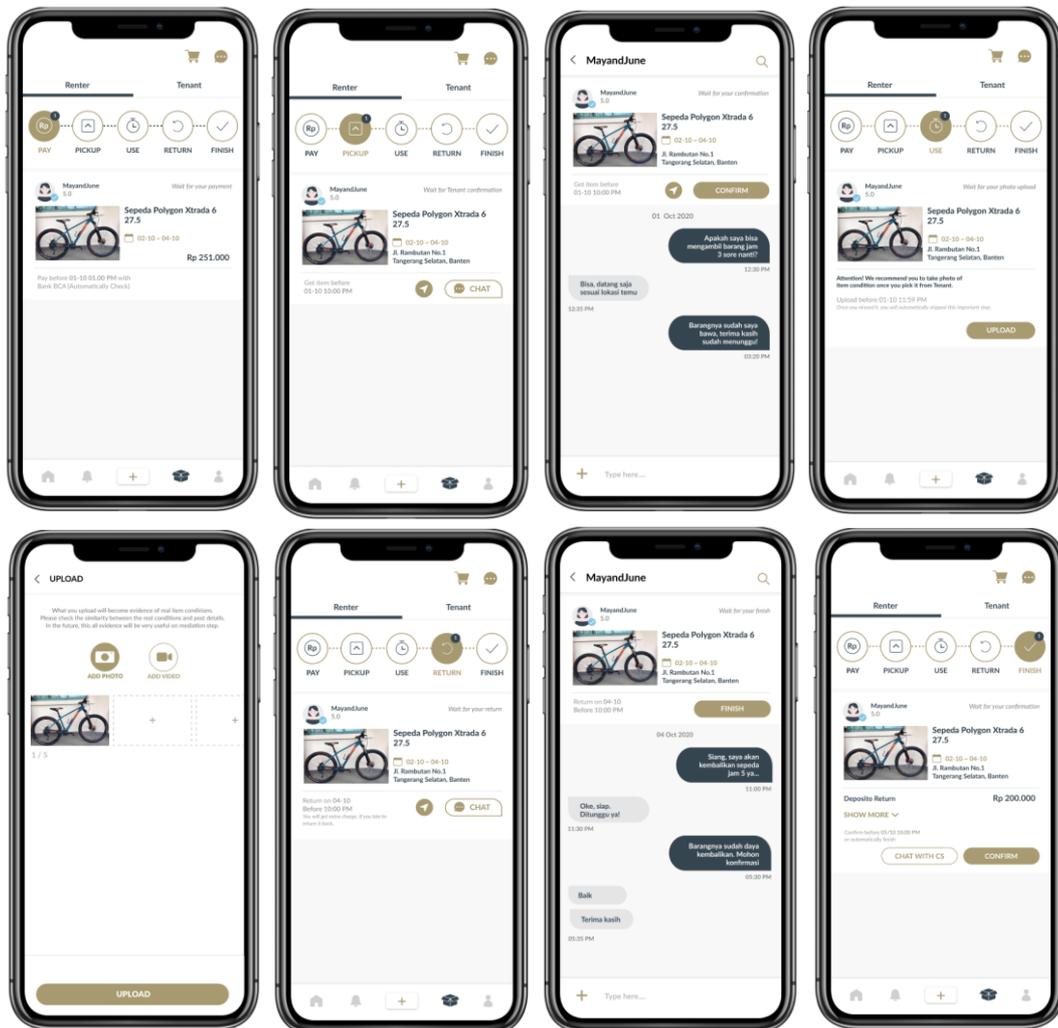


Gambar 3.39. Tampilan pembayaran

Masuk ke pemantauan status transaksi yang ada pada menu *transaction*. Tahap *pay* berisikan transaksi yang belum dibayar atau dikonfirmasi oleh pihak aplikasi. Setelah dilakukan konfirmasi, sistem akan membawa transaksi ke tahap selanjutnya. Tahap *pickup* mengharuskan penyewa melakukan janji pengambilan barang sewa melalui chat dengan pemberi sewa (khusus COD). Lalu melakukan konfirmasi jika barang sudah diambil, kemudian mengharuskan penyewa untuk mengunggah bukti kondisi barang sebagai bukti. Transaksi akan otomatis berada di tahap *use* pada masa sewa berlangsung.

Kemudian transaksi otomatis berpindah ke *return* saat masa sewa habis dan barang harus dikembalikan. Tahapan *return* berlangsung sama dengan tahap *pickup*. Setelah barang sewa sudah kembali dan dikonfirmasi serta dinilai kerusakannya oleh pemberi sewa, sistem akan otomatis memindahkan transaksi ke tahap *finish*. Lalu penyewa dapat menerima denda kerusakan yang telah diajukan

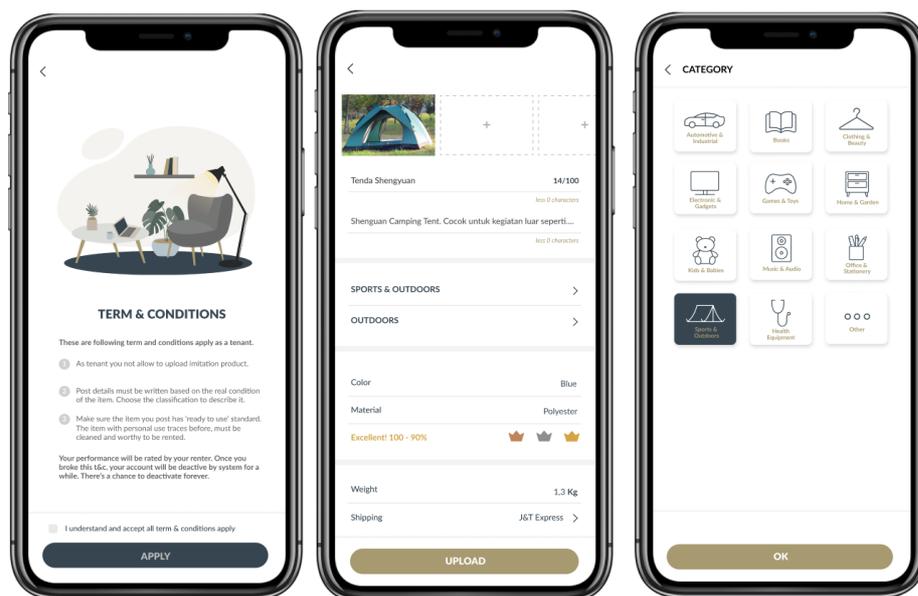
oleh pemberi sewa, denda akan dipotong dari deposito yang ditahan sebelumnya. Penyewa juga dapat mengajukan banding melalui obrolan dengan *Customer Service*. Mereka akan membantu dan membuat keputusan terbaik untuk kedua belah pihak berdasarkan barang bukti foto kondisi barang yang diunggah oleh kedua belah pihak. Setelah transaksi selesai, penyewa berhak untuk melakukan penilaian terhadap transaksi yang sudah berlangsung. Penilaian kepada pemberi sewa akan diakumulasikan dalam penilaian keseluruhan pemberi sewa. Dana deposito akan dikembalikan ke MySaldo yang dapat dicek di menu *profile*.

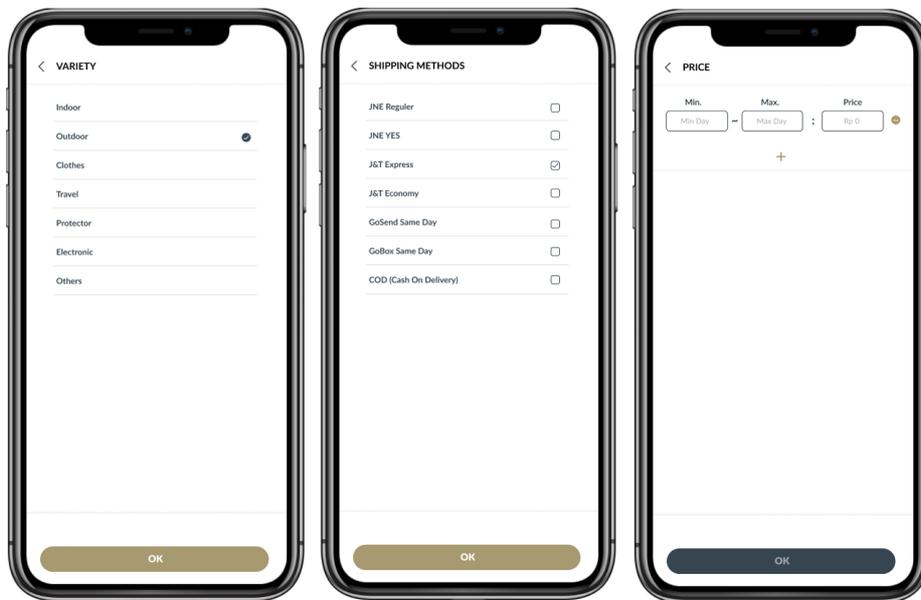


Gambar 3.40. Tampilan tahap transaksi penyewa

Setelah melakukan skenario sewa barang, pengguna berperan sebagai seorang pemberi sewa yang ingin menyewakan tenda. Di awal pertama membuat lapak, pengguna akan dihadapkan dengan syarat dan ketentuan menyewakan barang. Pemberi sewa harus membaca peraturan secara saksama dan menyetujuinya. Mengisi detail lapak yang diperlukan, mulai dari foto asli barang, nama barang, deskripsi, kategori, variety, warna, bahan, kondisi barang, berat, metode pengiriman, dan harga sewa.

Semua hal ditentukan sendiri oleh pemberi sewa, kecuali besar deposito barang. Besar deposito akan ditentukan secara otomatis oleh sistem dengan membaca kategori, variety dan judul lapak. Hal ini dilakukan untuk meringankan penyewa, untuk menyamakan jumlah deposito setiap jenis lapak sewa yang sejenis. Lapak sewa yang telah diunggah akan dikumpulkan dalam menu *profile*.



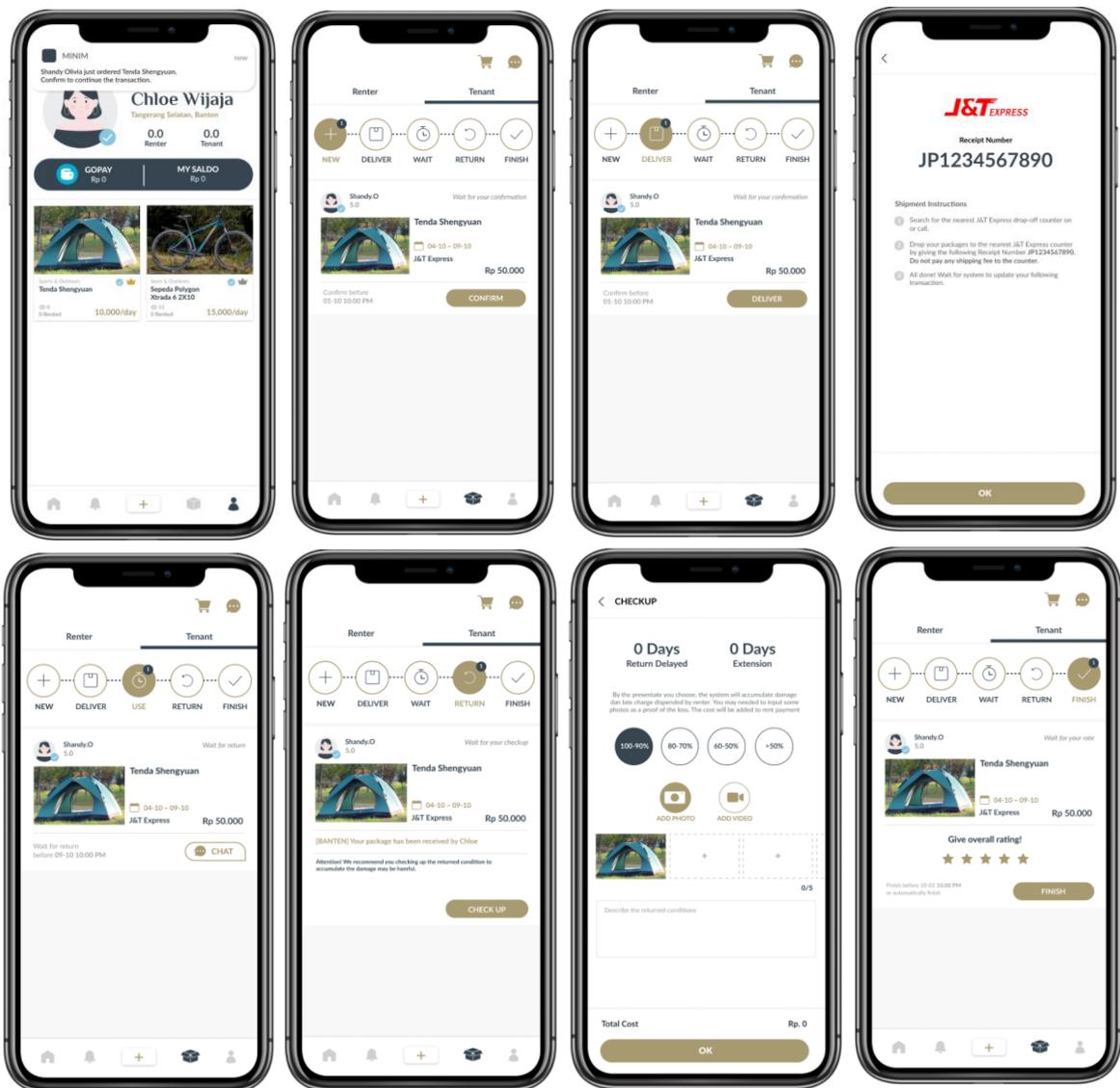


Gambar 3.41. Tampilan membuat lapak sewa

Lapak sewa yang telah diunggah sebelumnya dapat dilihat dan dipesan oleh pengguna lain. Setelah pembayaran penyewa dikonfirmasi oleh sistem, maka akan muncul pemberitahuan transaksi baru atau dapat dicek pada menu *transactions* secara manual. Pada tahap *new* berisikan transaksi baru yang perlu dikonfirmasi oleh pemberi sewa. Jika tidak dikonfirmasi dalam waktu yang ditentukan, maka transaksi otomatis batal dan pesanan akan hilang. Dilanjutkan pada tahap *deliver*, barang diantar menggunakan jasa kurir J&T berdasarkan skenario. Setelah pihak J&T memproses paket dan penyewa mengkonfirmasi penerimaan barang, maka masuk ke tahap *use*. Pada tahapan *use* berisi transaksi yang berada pada jangka waktu sewa.

Kemudian setelah waktu sewa usai, sistem akan membawa transaksi ke tahap *return*. Tahap *return* merupakan tahap pengembalian barang oleh penyewa ke pemberi sewa melalui kurir J&T. Seusai barang sewa kembali ke tangan pemilik, pemberi sewa wajib menilai kerugian kerusakan barang sewa. Dengan memilih presentase kondisi akhir barang, maka sistem akan secara otomatis

menentukan jumlah kerugian yang akan diajukan ke penyewa. Setelah semuanya usai, pemberi sewa berhak melakukan penilaian terhadap transaksi. Nilai akan diakumulasikan dalam total penilaian keseluruhan pada akun penyewa. Pada akhirnya, biaya sewa dan denda kerusakan (jika ada) akan masuk ke MySaldo pada menu Profile yang dapat ditarik kapan saja.



Gambar 3.42. Tampilan transaksi pemberi sewa

3.2.5 Test

Dilakukan proses pengujian produk agar dapat memperoleh masukan maupun saran yang berguna sebagai ide – ide baru dalam penyempurnaan aplikasi. Akan dilakukan user test sebanyak dua kali, yakni *user test alpha* dan *user test beta*. *User test alpha* dilakukan oleh mahasiswa Interaction Design Universitas Multimedia Nusantara pada 6 November 2020. Sedangkan *user test beta* dilakukan oleh target perancangan yaitu masyarakat berdomisili di Jabodetabek dengan rentan umur 20 – 40 tahun.