



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Perancangan *digital platform* dengan fitur utama perencanaan bisnis ini merupakan bentuk jawaban dari fenomena pembukaan bisnis yang tidak direncanakan, sehingga menyebabkan penutupan bisnis atau usaha tersebut secara prematur. Kuesioner yang disebarakan penulis memberikan informasi terkait mengapa usia sebuah usaha sangat pendek. Beberapa poin alasan yang muncul adalah kesulitan dalam perencanaan finansial, pencarian keunikan usaha, serta pengetahuan akan bidang usaha yang akan digeluti, menjadi faktor-faktor penting yang muncul. Poin-poin tersebut ada dalam teori-teori perencanaan bisnis seperti *Business Model Canvas* dan *Lean Canvas*, yang menjadi dasar utama penulis mengimplementasikannya ke dalam perancangan ini.

Melalui wawancara dengan Bryan Perwira selaku pengusaha yang mengaplikasikan perencanaan bisnis dalam usahanya, serta Dicki Dahruruzak selaku ahli lapangan dalam bidang desain produk dan UX, penulis menemukan bahwa penggunaan kanvas-kanvas bisnis ada baiknya disesuaikan dengan target audiens yang akan menjadi sasaran utama perancangan, yakni 18-23 tahun. Dengan mengkerucutkan desain dan alur produk, serta melakukan penekanan pada aspek-aspek yang audiens rasa paling sulit dalam proses perencanaan usaha tersebut, perancangan dapat menciptakan sebuah produk yang dapat membantu penggunanya dalam membayangkan secara konkrit aspek-aspek krusial yang akan muncul baik saat membuka maupun menjalankan entitas bisnis dalam jangka waktu panjang. Hal tersebut dapat menjadi lebih efektif apabila desain yang dibuat mengarahkan pengguna dalam proses perencanaan tersebut, dengan latar yang bersih dan memberi *emphasis* pada titik-titik yang dapat menjadi penting, namun masih memberikan nuansa ramah dan tidak mengintimidasi.

Metodologi perancangan yang digunakan adalah HCD (*Human-Centered Design*) milik IDEO (2015), yang membagi proses perancangan ini menjadi 3 (tiga) buah tahapan: *Inspiration* sebagai proses eksplorasi fenomena dan pencarian data, *ideation* sebagai proses pengumpulan ide dan visualisasi desain, serta *implementation* sebagai proses uji coba perancangan dan iterasi. Perancangan memiliki batasan dalam skala desain UI (*User Interface*) dan UX (*User Experience*) saja, sehingga tidak masuk dalam ranah pemrograman.

Konsepsi desain menggunakan 3 (tiga) buah kata kunci: *hospitable* (menerima), *strategic* (terstrategi), dan *slim* (ramping). Ketiganya menjadi bagian aspek yang mendasari perancangan, sehingga ketiganya muncul pada konsepsi visual, konten, dan penyampaian. Perancangan menggunakan aspek-aspek desain yang ramah dengan warna yang berwarna-warni, dan mengarahkan pengguna untuk mengisi kanvas bisnis dengan set pertanyaan yang akan dikelola untuk menjadi kanvas di akhir sesi pengisian. Informasi diberikan secara ringkas, namun cukup untuk membantu pengguna dalam memulai bisnis, serta menjadi acuan selama proses pelaksanaan bisnis berlangsung. Setelah pembuatan prototip pertama selesai, dilakukan sebuah *alpha test* kepada 16 orang responden sebagai bentuk pencarian *feedback* dari calon target audiens. Penulis memperoleh data yang mayoritas positif, dengan jawaban pada metrik angka 4 hingga 5. Adapun beberapa aspek yang diberikan saran, seperti kecepatan transisi dan warna tombol atau halaman, menjadi poin revisi yang dilakukan pasca proses pengetesan. *Beta testing* dilakukan setelahnya dengan 7 orang responden, dan memberikan respon positif yang meningkat dibandingkan pada proses *alpha test*. Mayoritas partisipan kedua proses uji coba sudah merasa terbantu dengan adanya perancangan.

5.2 Saran

Setelah melakukan proses perancangan *digital platform* perencanaan bisnis dengan luaran *business model canvas* ini, penulis dapat memberikan beberapa saran bagi pembaca terkait pengambilan topik-topik yang serupa maupun pertimbangan yang muncul selama proses perancangan. Saran-saran tersebut sebagai berikut:

- 1) Proses perancangan yang menggunakan metodologi HCD (*Human-Centered Design*) ada baiknya direncanakan sebelum penelitian dimulai. Hal tersebut bermaksud agar peneliti dapat dipermudah dalam menyusun *timeline* perancangan, serta membagi-bagi proses perancangan menjadi lebih runtut atau sistematis dalam pengerjaannya.
- 2) Dalam proses riset atau perancangan terkait bidang studi UI (*User Interface*) dan / atau UX (*User Experience*), akan lebih baik apabila narasumber yang mengerti masa jalan pembuatan sebuah produk untuk disesuaikan dengan topik. Pada perancangan ini, penulis menjadikan Dicki Dahrurozak selaku UX *Lead* dari PT. Tokopedia sebagai narasumber, dikarenakan posisi dan pengalaman beliau dalam mengkonsepsikan sebuah produk. Beliau juga menjabarkan proses apa saja yang harus dipentingkan, dan bagian mana yang harus didahulukan agar perancangan lebih teroptimisasi.
- 3) Jika perancangan ada pada ranah desain, gunakan gaya visual yang sesuai dengan suasana atau imej yang ingin disampaikan. Topik, target audiens, dan hasil riset seperti wawancara dan penelitian sekunder menjadi faktor penting dalam pemilihan hal tersebut.
- 4) Pastikan media yang akan digunakan dalam proses *alpha* maupun *beta testing* dapat diakses oleh target audiens dengan mudah dan sesuai dengan keinginan, sehingga waktu yang digunakan dapat dimanfaatkan dengan baik dan tidak habis untuk membantu partisipan atau responden yang mengalami kendala akses.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A