

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada perancangan ialah metode *hybrid* yakni metode kualitatif dan juga metode kuantitatif. Metode kualitatif yang dilakukan ialah wawancara, *Focus Group Discussion* (FGD), studi eksisting serta studi referensi. Metode kuantitatif yang dilaksanakan menggunakan pencarian data melalui kuesioner. Metode-metode penelitian ini dilakukan sebagai bentuk pengumpulan data dan validasi urgensi yang ditemukan dan mendalami secara terperinci masalah yang ingin dijabarkan.

3.1.1 Wawancara

Metode wawancara atau *interview* dilakukan terhadap Bryan Samuel, salah satu pemilik usaha *laundry* di Tangerang Selatan untuk mendapatkan data mengenai latar belakang pentingnya sebuah aplikasi layanan *laundry* untuk mengoptimalkan berjalannya usaha *laundry* dan kepada Andry Setiadi, *Chief Operating Officer* di PT Saku Digital Solusindo. Proses wawancara dengan Bryan Samuel dilakukan secara *onsite* pada Jumat, 23 Februari 2024 di *laundry* Washteria yang terletak di Ruko Modernland, Tangerang dan Andry Setiadi dilakukan secara *online* pada Sabtu, 24 Februari 2024 melalui *WhatsApp Call Conference* dan *onsite* pada Rabu, 28 Februari 2024 di *office* PT Saku Digital Solusindo (Saku Laundry).

1) Wawancara kepada Pemilik Usaha *Laundry*

Wawancara pertama berlangsung selama 28 menit dilakukan dengan Bryan Samuel selaku salah satu pemilik usaha *laundry* di daerah Tangerang Selatan mengenai jalannya usaha *laundry*.

Bryan menjelaskan bahwa aplikasi *laundry* seperti Saku Laundry yang saat ini dipakainya sangat membantu usaha *laundry*nya berjalan. Membuka aplikasi Saku Laundry bukan lagi menjadi sebuah rutinitas, tetapi menjadi sebuah keharusan

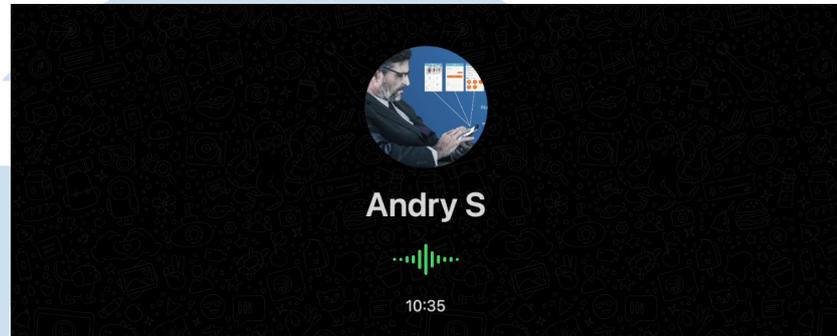
baginya untuk kontrol performa mengurangi kecurangan dan *report* dari bisnis yang dirintisnya. Narasumber memberikan *score* lima dari lima untuk pentingnya aplikasi Saku Laundry untuk dirinya sebagai pemilik usaha *laundry*. Namun, sebagai *business owner* ia mengatakan hanya beberapa fitur saja yang paling sering ia gunakan yaitu *report* dan *transfer item*. Narasumber mengatakan ia terkadang juga masih mendapatkan *feedback* bahwa pencarian layanan *laundry* di fitur *order* masih sulit dilakukan karena layanan cuci *laundry* yang sangat banyak. Ia memaparkan layanan-layanan tersebut diantaranya seperti jenis layanan yang berbeda, cuci satuan yang berbagai macam, ditambah paket layanan cuci seperti “CukerGos” atau “CukerLip” yang banyak membuat proses pencarian layanan cuci membutuhkan waktu sedikit lebih lama. Menurutnya, disamping fitur layanan aplikasi yang sangat mendukung regulasi berjalannya *laundry*, diperlukan juga pengembangan UI/UX lebih lanjut agar kenyamanan dalam menggunakan aplikasi dapat semakin membaik.

2) Wawancara kepada COO Saku Laundry

Wawancara kedua berlangsung selama 32 menit dilakukan melalui panggilan seluler sesuai permintaan narasumber kepada Andry Setiadi selaku *Chief Operating Officer* atau Direktur Operasional Saku Laundry untuk mendapatkan informasi faktual yang mendukung penelitian terhadap aplikasi Saku Laundry. Andry Setiadi mengatakan hingga hari ini ada 600 lebih mitra yang sudah bergabung dan 5 ribu lebih jumlah unduhan berdasarkan catatan Play Store. Alasan utama Saku Laundry dirancang ialah untuk mendigitalisasi bisnis *laundry* yang dalam konteksnya adalah UMKM. Digitalisasi ini dapat membuka berbagai peluang layanan salah satunya ialah memproteksi bisnis *laundry* dari celah kecurangan-kecurangan yang ada

sehingga operasional bisnis *laundry* dapat berjalan lebih optimal. Digitalisasi dengan implementasi IoT (*Internet of Things*) melalui integrasi konektivitas mesin *laundry* dengan aplikasi dapat mendorong otomasi operasional *laundry*. Implementasi IoT ini mampu meminimalisir kecurangan dan *human error* yang sering terjadi pada bisnis *laundry* karena untuk berjalannya sebuah mesin diperlukan verifikasi dalam aplikasi yang kemudian dapat tercatat sebagai transaksi. Narasumber mengatakan bahwa aplikasi Saku Laundry seharusnya bukan lagi menjadi sebuah pilihan melainkan menjadi sebuah keharusan yang ideal bagi para pemilik *laundry* sebagai bentuk pengamanan dasar terhadap bisnisnya. Selain itu, melalui aplikasi Saku Laundry ini juga seorang *business owner laundry* juga dapat mendapatkan *live report* performa seperti omset, jumlah transaksi yang masuk setiap harinya, dan *profit & loss* untuk *report* informasi terkait pemasukan dan pengeluaran para *business owner*. Saat ini terdapat setidaknya 4 akun pada aplikasi Saku Laundry beberapa diantaranya ialah akun operasional yakni akun untuk karyawan *laundry* untuk melakukan input transaksi, akun kurir untuk melakukan antar jemput yang sudah dilengkapi dengan GPS untuk mempermudah proses *pick up* dan *delivery*, akun *customer* untuk melakukan pemesanan baik itu *drop off* ataupun *request pick-up* serta melihat program promosi yang tersedia di *laundry* pilihannya dan memantau proses *laundry* yang sedang dijalankan, akun *owner* untuk memantau performa *outlet laundry* seperti *database customer*, laporan transaksi dan lainnya. Andry Setiadi menambahkan hal yang membedakan Saku Laundry dengan aplikasi-aplikasi serupa lainnya yakni integrasi IoT dengan mesin *laundry* sehingga aplikasi tidak berfungsi hanya sebagai

pencatat transaksi saja, namun juga dapat memproteksi dan mengamankan operasional *laundry* itu sendiri.



Gambar 3.1 Wawancara dengan Andry Setiadi

3) Wawancara dengan IT Support Saku Laundry

Wawancara bersama Dalil selaku *IT Support* dari Saku Laundry dilaksanakan selama kurang lebih 36 menit. Wawancara ini dilakukan guna untuk mendapatkan informasi terkait keseluruhan skenario yang terjadi didalam penggunaan aplikasi Saku Laundry mulai dari akun *owner*, akun *customer*, akun kasir, dan akun *driver* selain itu juga identifikasi masalah dari UI/UX Saku Laundry. Dalil menjelaskan untuk saat ini akun *customer* belum berjalan dengan efektif dan optimal, beliau juga menunjukkan tampilan antarmuka yang berbeda-beda antar akun tanpa memperhatikan *continuity* diantaranya. Sementara itu, selama beberapa tahun kedepan salah satu *goal* daripada Saku Laundry yaitu meningkatkan pengguna yang merupakan pelanggan terhadap aplikasi Saku Laundry dan menyatukan berbagai fitur-fitur tanpa memisahkannya berdasarkan akun.

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



Gambar 3.2 Wawancara dengan Dalil

3.1.2 *User Testing & Focus Group Discussion*

Focus Group Discussion atau FGD pertama kali dilakukan pada hari Senin, 26 Februari 2024 kepada tiga partisipan yang merupakan pengguna layanan *laundry* : Edita (22 tahun), Lyvia (21 tahun), dan Yuni (21 tahun). Pada tahap ini, penulis menanyakan terkait pengalaman partisipan terhadap layanan *laundry* yang biasa digunakan. Kemudian, FGD kedua dilakukan pada Minggu, 3 Maret 2024 kepada empat partisipan yang merupakan pengguna layanan *laundry* lainnya: Raynalda (21 tahun), Michael (21 tahun), Caroline (23 tahun), dan Mauriel (23 tahun) untuk menanyakan terkait pengalaman masing-masing partisipan terhadap *laundry* yang selama ini dipakai serta tanggapan terkait aplikasi eksisting Saku Laundry.

Pada FGD pertama, para partisipan menjawab bahwa mereka menggunakan layanan *laundry* satu hingga tiga kali dalam seminggu. Partisipan juga sepakat bahwa dengan menggunakan *laundry* merupakan pilihan praktis ditengah kesibukan sebagai mahasiswa sehingga dapat menghemat waktu. Partisipan mengatakan apabila dapat meninjau proses *laundry* yang tengah berlangsung dapat memberikan informasi yang sangat membantu estimasi selesai proses *laundry* sehingga partisipan tidak perlu lagi mengira-ngira kapan pakaian selesai apabila ingin beraktivitas.

Pengalaman kurang baik dalam menggunakan layanan *laundry* pernah dialami para partisipan, seperti pakaian hilang, tertukar, dan rusak. Namun, mereka mengaku tidak mendapatkan solusi terbaik karena regulasi

laporan yang kurang jelas dan menyulitkan. Ketika hal ini terjadi, para partisipan cenderung akan pindah langganan *laundry* ke tempat yang lebih baik. Berdasarkan berbagai jawaban dan diskusi dari para partisipan pada FGD ini, dapat disimpulkan bahwa *laundry* merupakan salah satu layanan yang akan sangat dibutuhkan untuk para partisipan bahkan dalam 5 tahun hingga 10 tahun kedepan, sebuah aplikasi *laundry* akan membantu mereka mengakses layanan *laundry* yang transparan dan dapat dipercaya.



Gambar 3.3 FGD Pertama

Pada FGD kedua yang dilakukan terhadap 4 partisipan, lebih difokuskan terhadap aplikasi eksisting Saku Laundry. Para partisipan diminta untuk mengunduh aplikasi Saku Laundry di PlayStore dan ditemukan bahwa tindakan pertama setelah mengunduh tersebut ialah pendaftaran. Ada yang melakukan pendaftaran akun eksklusif aplikasi dan ada juga yang melakukan pendaftaran melalui akun Google. Namun, pengguna tidak dapat menemukan akses untuk melakukan pendaftaran karena tidak menemukan akses koneksi dengan *laundry* yang menggunakan Saku Laundry. Pada tahap ini, para partisipan masih kebingungan dengan manfaat aplikasi Saku Laundry, beberapa partisipan juga mengatakan bahwa tampilan antarmuka aplikasi pada halaman *login* tidak dapat menjabarkan informasi dengan baik dikarenakan tidak ada titik fokus dan kontras warna teks dan *background* yang tidak diperhatikan sehingga teks sulit dibaca. Penulis akhirnya memberikan gambaran akses melalui *screen sharing* gawai

penulis yang sudah dapat masuk ke dalam akun *customer* Saku Laundry. Para partisipan mengatakan dengan tampilan antarmuka yang kurang baik saat ini, membuat persepsi partisipan terhadap *image* perusahaan menjadi kurang baik padahal perusahaan yang menaungin barangkali adalah perusahaan yang baik. Melalui tampilan antarmuka yang baik, para pengguna akan jauh lebih nyaman dalam bernavigasi didalam aplikasi.

Sebuah aplikasi adalah *front-gate image* dari sebuah perusahaan yang menaunginya. Apabila terdapat beberapa *function error* terhadap sebuah tampilan aplikasi yang terstruktur dengan baik maka beberapa *error* tersebut kerap kali masih dapat ditoleransi. Partisipan mengaku apabila terdapat satu saja *error* terhadap tampilan aplikasi yang kurang baik maka mereka secara spontan tidak akan menggunakannya aplikasi tersebut kembali dan segera menghapusnya. Sebuah perancangan ulang tampilan antarmuka akan sangat membantu Saku Laundry untuk mencapai tujuan visi dan misi dari bisnisnya.



Gambar 3.4 FGD Kedua

3.1.3 Studi Eksisting

Studi eksisting dilakukan untuk mempelajari dan menganalisa kelebihan dan kekurangan aplikasi Saku Laundry lebih terperinci dengan harapan dapat dilakukan perbaikan, peningkatan, dan pengembangan daripada fitur-fitur tersedia serta kendala yang ada dapat dihadapi dan diminimalisir.

1) Aplikasi Saku Laundry

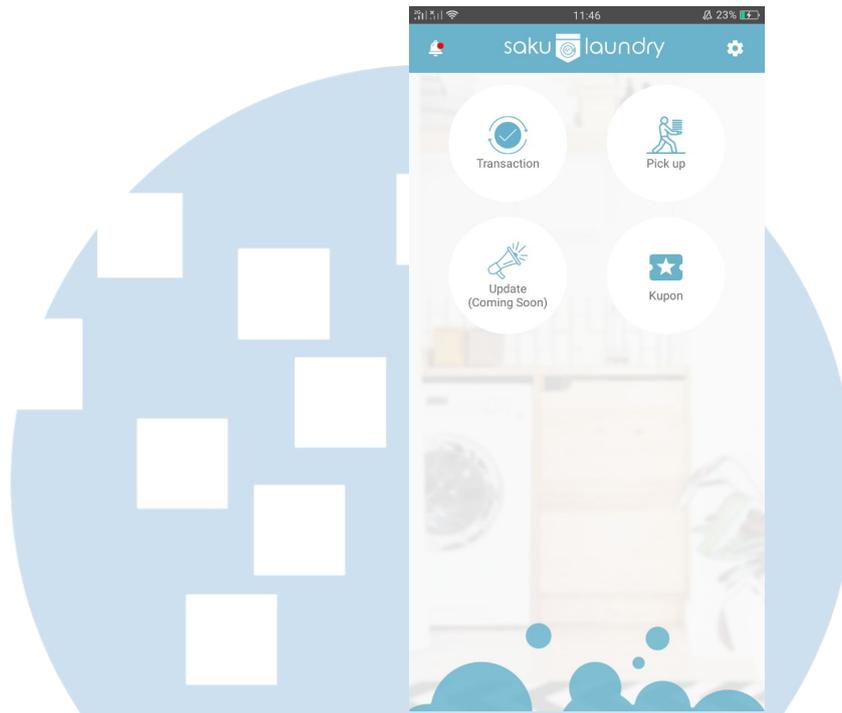
Saat pertama kali membuka aplikasi Saku Laundry, pengguna akan langsung dihadapkan kepada halaman masuk (*log in*) ataupun pendaftaran (*register*).

- (i) Jika pengguna adalah *customer laundry* dan ingin mendaftarkan diri sebagai pengguna baru, pengguna diwajibkan langsung menghubungkan dengan *laundry* yang tersedia. Apabila tidak tersedia maka pengguna tidak dapat sama sekali masuk ke dalam aplikasi. Hal ini bertentangan dengan teori *UX Honeycomb Usable* sehingga pengguna kesulitan untuk mengerti fungsi dan manfaat aplikasi.



Gambar 3.5 Tampilan Aplikasi Halaman *Register*

Terdapat inkonsistensi terhadap penggunaan bahasa yang digunakan pada tampilan proses pendaftaran, yakni bahasa Inggris pada proses “Konfirmasi No HP” dan bahasa Indonesia pada halaman *feedback* setelah proses “Konfirmasi No HP”.

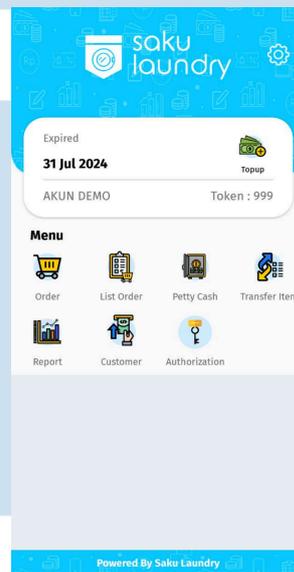


Gambar 3.6 Tampilan Antarmuka Akun *Customer*

Apabila *customer* berhasil masuk ke dalam aplikasi, tampilan antarmuka yang didapat jauh berbeda dengan tampilan antarmuka pada halaman masuk. Hal ini menunjukkan ketidakselarasan atau *unity* yang dijelaskan Putra (2020) daripada tampilan aplikasi Saku Laundry yang dapat menyebabkan sulitnya memahami, mengingat, dan mengerti informasi dari *flow* yang dirancang.

- (ii) Jika pengguna adalah *driver laundry*, pengguna akan diberikan akun berupa *username* dan *password* yang akan diberikan oleh pemilik bisnis, kemudian fitur-fitur yang akan diterima ialah fitur GPS, notifikasi *request pickup & delivery*, dan catatan transaksi.
- (iii) Jika pengguna adalah kasir atau karyawan lapangan *laundry* pengguna akan mendapatkan akun dari *laundry* yang sudah bermitra dengan Saku Laundry. Ketika sudah berhasil masuk ke dalam aplikasi, pengguna akan disambut

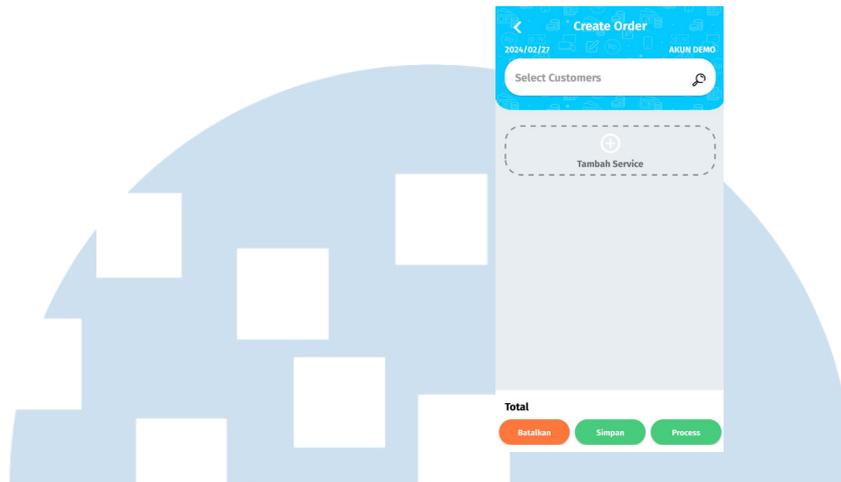
dengan *homepage* yang berisikan *icon* fitur-fitur yang diberikan akses atau *permission* oleh *business owner* diakun kasir seperti fitur *order*, *list order*, *petty cash*, *transfer item*, *report*, *customer*, atau *authorization*. Pada halaman ini, fungsi *findable* aplikasi kurang dimaksimalkan dengan baik, sehingga fitur-fitur seperti *check* mesin cuci dan lainnya sulit ditemukan.



Gambar 3.7 Tampilan Antarmuka Aplikasi Saku Laundry Akun Kasir

a. *Order*

Pada halaman order pengguna dapat memasukkan input transaksi pelanggan, dilanjutkan dengan memilih jenis layanan yang dipesan oleh pelanggan, jenis pembayaran, input jumlah kg pakaian, dan menyalakan mesin *laundry*. Penggunaan *button* yang kurang kontras membuat pengguna sulit menemukan *button* sehingga *focal point* tidak dapat tersampaikan dan terlihat dengan mudah oleh para pengguna.



Gambar 3.8 Tampilan Halaman Fitur *Order*

b. List Order

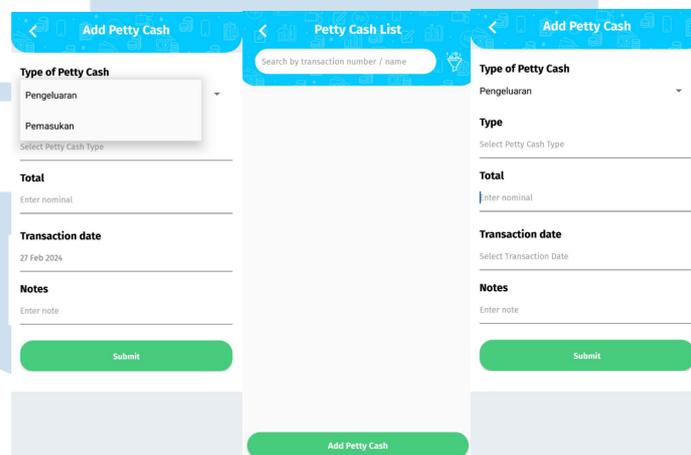
Pada halaman *list order* pengguna akun kasir dapat melihat berbagai riwayat transaksi ataupun transaksi yang sedang berlangsung. Pada halaman ini tidak memberikan visibilitas terkait keadaan *system status*. *Button* untuk halaman *machine detail* tidak memiliki *focal point* yang baik, sangat samar dengan *background* yang memiliki *pattern* putih bentuk tertentu. Hal ini menyebabkan fitur *machine detail* seringkali tidak dapat dengan mudah ditemukan.



Gambar 3.9 Tampilan Halaman Fitur *Order List*

c. Petty Cash

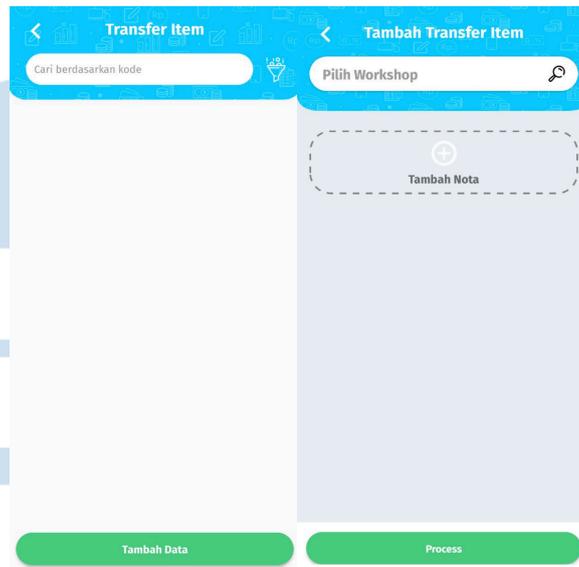
Pada halaman *petty cash* pada fitur ini, pengguna dapat memasukkan jumlah uang keluar dan masuk yang dapat dikategorikan melalui *dropdown* menu yang tidak memiliki kontras antara masing-masing kategori. Pada hal ini, prinsip *error prevent* dari 10 *usability heuristics of user interface design* tidak diperhatikan yang membuat pengguna berpotensi melakukan kesalahan secara berulang-ulang.



Gambar 3.10 Tampilan Halaman Fitur *Petty Cash*

d. Transfer Item

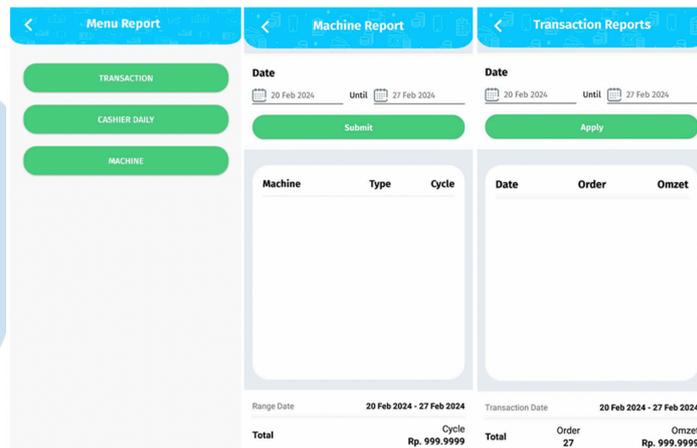
Pada halaman *transfer item* berguna untuk melakukan pemindahan data kepada *laundry* terdekat atau mitra *laundry* lain yang sudah bekerja sama untuk melakukan proses cuci yang dibutuhkan agar *customer* menjadi pelanggan tetap dan tidak pindah apabila tidak *laundry* 'A' tidak memiliki layanan tertentu. Halaman *transfer item* sebagai halaman yang memiliki fungsi berbeda pada halaman lainnya, kurang terdiferensiasi dengan baik. Hal ini menyebabkan sulitnya membedakan halaman yang satu dengan lainnya.



Gambar 3.11 Tampilan Halaman Fitur *Transfer Item*

e. *Report*

Pada halaman *report* berguna untuk melihat laporan terkait transaksi yang dapat disortir melalui jarak tanggal, dan performa mesin.

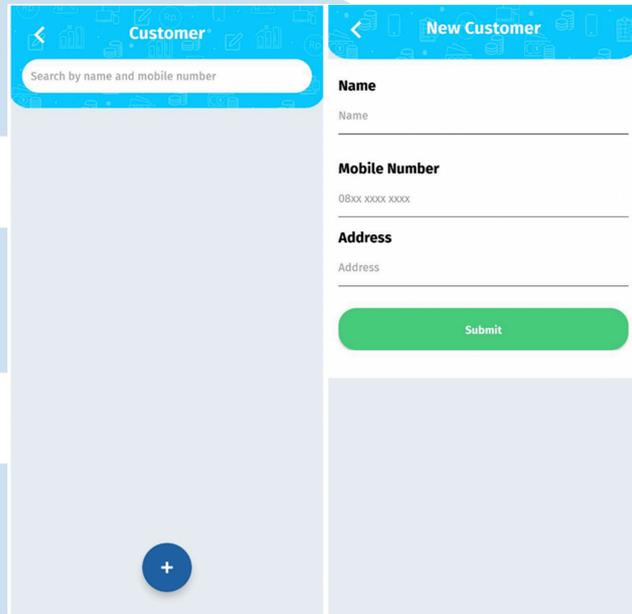


Gambar 3.12 Tampilan Halaman Fitur *Report*

f. *Customer*

Pada halaman *customer* pengguna pemilik bisnis dapat mencari dan mencatat *database* pelanggan. Pada halaman ini penggunaan *white space* terlalu banyak

yang tidak diimbangi dengan komponen visual sebagai informasi kepada pengguna.

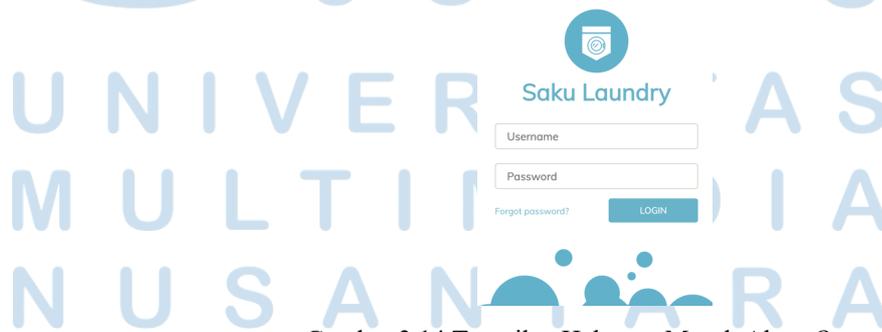


Gambar 3.13 Tampilan Halaman Fitur *Customer*

g. *Authorization*

Pada halaman *authorization* berguna untuk melakukan verifikasi data melalui *generate code*.

- (iv) Jika pengguna adalah *business owner laundry* maka pengguna dapat melakukan pemantauan terhadap seluruh performa *laundry* seperti riwayat transaksi secara keseluruhan, pengeluaran masuk dan keluar, *database* pelanggan, *dashboard* yang memuat berbagai informasi seperti *chart* performa, *top up* saldo, dan fitur lainnya.



Gambar 3.14 Tampilan Halaman Masuk Akun *Owner*

Tabel 3.1 SWOT Aplikasi Saku Laundry

SWOT	Analisis
<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki banyak ‘akun’ yang dapat memudahkan berjalannya sebuah regulasi <i>laundry</i> yang optimal. - Fitur yang jauh lebih lengkap dibandingkan aplikasi-aplikasi serupa (terdapat implementasi IoT). - <i>Pricing</i> yang lebih terjangkau dibandingkan kompetitor atau pesaing sejenis.
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan kombinasi warna dan ukuran font yang masih memiliki terlalu variatif sehingga memberikan kesan <i>inconsistency</i> dan pengguna sulit dengan mudah mengidentifikasi fitur-fitur seperti <i>icon</i> dan <i>button true / false</i>. - Peletakan <i>layout</i> elemen-elemen tampilan antarmuka yang masih belum memerhatikan hirarki baca pengguna. - Keseluruhan prototipe desain tampilan antarmuka dan pengalaman pengguna aplikasi

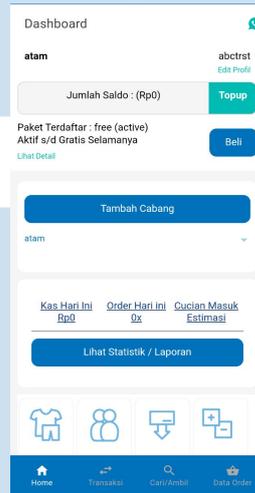
	secara general yang belum memerhatikan prinsip Gestalt, <i>UX Honeycomb</i> dan <i>Laws of UX</i> .
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Potensi menjamurnya bisnis usaha <i>laundry</i> di Indonesia yang merupakan celah monetisasi untuk perusahaan. - Potensi masih banyak kompetitor yang belum memiliki integrasi IoT seperti Saku Laundry.
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Persaingan antar kompetitor aplikasi serupa yang ingin meniru fitur-fitur yang ada pada aplikasi Saku Laundry namun juga memiliki tampilan antarmuka yang lebih mudah dimengerti dan digunakan oleh para pengguna.

Walaupun memiliki keunggulan dari segi fitur-fitur yang dapat mendukung regulasi berjalannya bisnis *laundry* yang banyak, perancangan tampilan antarmuka dan pengalaman pengguna yang baik dapat meningkatkan performa dan kepuasan pengguna pada aplikasi Saku Laundry (Frans dkk., 2024).

2) Aplikasi Kasir Laundry

Aplikasi Kasir Laundry sebuah aplikasi yang didirikan oleh TechinDigital dan dirilis pada tahun 2019. Aplikasi ini didirikan untuk membantu para pengusaha *laundry*

melakukan manajemen transaksi *laundry*, pengumpulan data pelanggan, riwayat transaksi dan cek nota *laundry*, laporan keuangan *profit & loss*, dan fitur-fitur *laundry* lainnya.



Gambar 3.15 Tampilan Antarmuka Aplikasi Kasir Laundry

Tabel 3.2 SWOT Aplikasi Kasir Laundry

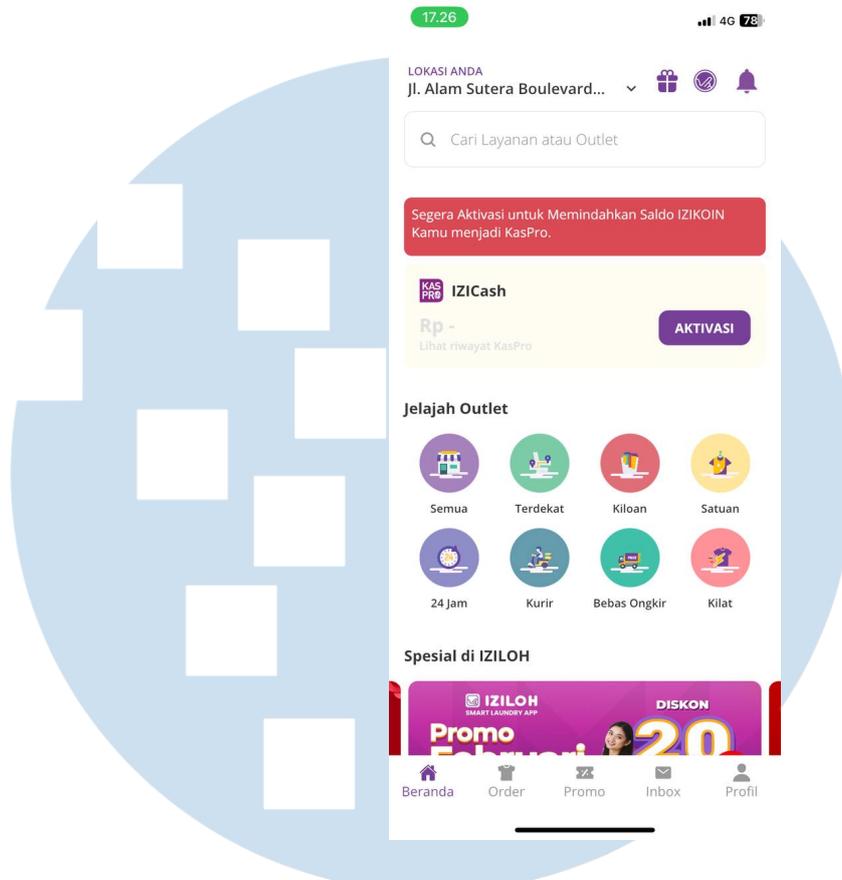
SWOT	Analisis
<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Information architecture</i> yang cukup jelas sehingga terlihat memiliki banyak fitur di berbagai pembagian-pembagian terstruktur. - Memiliki <i>icon</i> yang cukup konsisten sesuai dengan prinsip <i>Similarity</i> Gestalt sehingga pengguna dapat

	<p>mengidentifikasi fitur dengan lebih mudah.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penempatan <i>icon</i> atau fitur yang sering dipakai mudah diakses sehingga pengguna dapat dengan mudah mengingat tempat-tempat fitur tertentu (<i>Miller's Law</i>)
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Kurang adanya diferensiasi antara elemen visual sehingga pengguna membutuhkan <i>effort</i> lebih untuk mengidentifikasi fitur satu persatu. - Proporsi ukuran <i>font</i> dengan elemen visual lain yang belum proporsional memberikan efek kurang profesional. - Kurangnya kontras antara elemen sehingga pengguna sulit menemukan hirarki baca.

<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Aplikasi gratis selamanya tetapi dengan jumlah batasan transaksi per hari memberikan pengguna untuk mendapatkan “<i>free-trial</i>” untuk menggunakan aplikasi sehingga berpeluang menambahkan jumlah pengguna.
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Persaingan dengan aplikasi kompetitor lainnya yang sering mengadakan pengembangan - Banyak regulasi <i>laundry</i> yang belum dapat terlaksanakan hanya melalui satu aplikasi Kasir Laundry.

3) **Aplikasi IZILOH**

Aplikasi IZILOH adalah aplikasi *Smart Laundry* yang didirikan oleh PT Star Technology Digital pada tahun 2020 bertujuan untuk menghubungkan usaha *laundry* dengan para konsumen. Beberapa fitur pada aplikasi IZILOH diantaranya *order* pemesanan *laundry*, mencari *outlet laundry* terdekat atau disekitar, program promo, laporan transaksi untuk *business owner*, dan fitur-fitur lainnya.



Gambar 3.16 Tampilan Antarmuka Aplikasi IZILOH

Tabel 3.3 SWOT Aplikasi IZILOH

SWOT	Analisis
<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Information architecture</i> yang sudah sangat rapih sehingga pengguna dapat dengan sangat mudah menggunakan dan bernavigasi dalam aplikasi. - Diferensiasi antar fitur dengan menggunakan

	<p>warna namun dalam satu bentuk yang sama (<i>similarity</i>) dan jarak yang relatif dekat (<i>proximity</i>) berdasarkan prinsip Gestalt untuk memudahkan pemahaman pengguna.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sudah tersedia pada <i>platform</i> iOS dan Android sehingga mampu memperluas
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Belum memiliki integrasi IoT dengan mesin <i>laundry</i>. - Kurang efektifnya <i>icon</i> pada bagian “Jelajah Outlet” yang sulit diidentifikasi karena terlalu detail dan ukurannya yang terlalu kecil sehingga sulit terlihat.
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Sudah tersedia pada <i>platform</i> iOS dan Android sehingga mampu memperluas jumlah jangkauan pengguna di berbagai <i>operating system</i>.

	<ul style="list-style-type: none"> - Kerjasama dengan beberapa <i>brand</i> ternama seperti Rinso dan Lalamove yang dapat meningkatkan nilai kredibel IZILOH dimata pengguna.
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Persaingan antar aplikasi pintar <i>laundry</i> lainnya. - Masyarakat yang tidak menggunakan aplikasi <i>laundry</i> pintar.

4) Kesimpulan

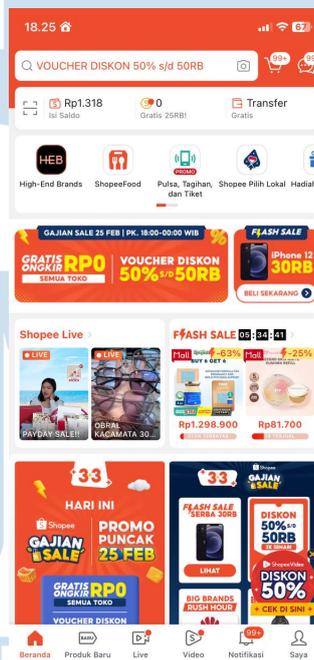
Melalui studi eksisting yang dilengkapi dengan metode analisis SWOT terhadap tiga aplikasi *laundry* pintar ini, memberikan pemahaman lebih terperinci dengan membedah secara lebih dalam mengenai keunggulan dan kekurangan masing-masing aplikasi. Keunggulan yang terdapat pada aplikasi lain yang ditemukan pada analisis SWOT dapat diadopsikan dan diterapkan pada perancangan ulang UI/UX aplikasi Saku Laundry, sedangkan berbagai kekurangan dapat menjadi sebuah pembelajaran ataupun hal yang perlu dihindari dalam proses perancangan ulang.

3.1.4 Studi Referensi

Studi referensi yang dilakukan menjadi acuan untuk perancangan terkait aplikasi *super app* yang memiliki banyak fitur dan layanan seperti aplikasi Shopee dan Tokopedia.

1) Aplikasi Shopee

Shopee merupakan sebuah *brand* yang berkecimpung dalam bisnis *e-commerce*. Shopee dapat dikatakan sebagai *super app* karena memiliki lebih dari tiga layanan digital, beberapa diantaranya yaitu Shopee Marketplace, ShopeePay, ShopeeFood, dan juga ShopeeXpress. Pada fitur Shopee Marketplace, tidak hanya mempertemukan antara pengguna dengan penjual, tetapi siapapun juga dapat membuka toko dan berjualan di dalam satu aplikasi yang sama. Tampilan antarmuka dan pengalaman pengguna melalui *information architecture* yang *simple* ditengah banyaknya fitur membuat aplikasi Shopee menjadi salah satu *top of mind* masyarakat Indonesia. Terlebih Shopee memiliki *brand awareness* yang cukup tinggi yang salah satunya didorong oleh penggunaan warna yang konsisten yaitu warna jingga.



Gambar 3.17 Tampilan Antarmuka Aplikasi Shopee

Pada perancangan ulang media interaktif aplikasi Saku Laundry, simplifikasi dan penyatuan *information architecture* dapat diadopsi sehingga kenyamanan pengalaman pengguna dapat ditingkatkan yang

juga dapat mendorong *user satisfaction*. Meskipun demikian, diperlukan kehati-hatian untuk tetap memperhatikan penggunaan *white space* untuk memberikan penekanan terhadap fitur-fitur tertentu yang diprioritaskan sehingga dapat membentuk hirarki baca pengguna.

2) Aplikasi Tokopedia

Tokopedia adalah sebuah aplikasi *marketplace* yang menghubungkan para pembeli dengan pengguna. Tokopedia berdiri sejak 17 Agustus 2009 oleh Leontinus Alpha Edison dan William Tanuwijaya.



Gambar 3.18 Tampilan Antarmuka Aplikasi Tokopedia

Tokopedia memiliki banyak layanan fitur-fitur pemesanan seperti *marketplace*, *instant commerce*, produk digital, tiket kereta dan pesawat, dan fitur-fitur lainnya. Tokopedia dikenal juga sebagai salah satu aplikasi *e-commerce* yang memiliki tampilan antarmuka dan pengalaman pengguna paling rapih, hal ini dibuktikan dengan penggunaan *white space*, *layout* atau tataletak elemen visual yang tersusun dengan baik sehingga identifikasi terhadap fitur-fitur dapat lebih mudah dikenali pengguna. Implementasi berbagai teori seperti prinsip Gestalt dan *Laws of UX* ditengah banyaknya layanan fitur pada

aplikasi Tokopedia dapat juga diadopsikan kepada perancangan ulang media interaktif Saku Laundry.

3.1.5 Kuesioner

Metode kuantitatif untuk mengumpulkan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner untuk mengukur dan menganalisis persentase pengguna layanan *laundry*, ketertarikan pengguna terhadap penggunaan aplikasi layanan *laundry*, dan faktor lainnya yang dapat menjadi pertimbangan perancangan ulang aplikasi Saku Laundry. Penyebaran kuesioner dilakukan secara digital pada tanggal 23-26 Februari 2024 dengan media Google Form secara *non-random sampling method*, dengan penentuan jumlah sampel berdasarkan rumus Slovin.

Metode Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Gambar 3.19 Rumus Slovin

n = Jumlah sample yang dicari

N = Ukuran populasi

E = Nilai besar kesalahan / margin of error dari ukuran populasi

Ukuran Populasi:

Populasi Jabodetabek = 33.807.276 jiwa (Data BPS 2021)

9.536.788 Populasi Gen Y – Gen Z Jabodetabek BPS 2020

N = 33.807.276 jiwa

e = 0,1% (10%) untuk populasi besar

n = $N / 1 + N (e)^2$

n = $33.807.276 / 1 + (33.807.276 (0.1)^2)$

n = 100

Sampel = 100 responden

Hasil Kuesioner:

Berdasarkan hasil kuesioner dari sampel 100 jiwa, maka dikategorikan berdasarkan usia, domisili, dan pengeluaran bulanan (SES). Dalam 100 responden yang dikumpulkan didapati 1% berusia <18 tahun, 73% berusia 18-24 tahun, 9% berusia 25-31 tahun, 6% berusia 32-40 tahun, dan 11% berusia > 40 tahun. Sebagian besar responden atau 69% berdomisili di daerah Tangerang, disusul 17% di daerah Jakarta, dan daerah-daerah lainnya. Pekerjaan yang ditempuh didominasi oleh mahasiswa sebesar 57% dan karyawan 30%, dengan tingkat SES mayoritas adalah SES C dan SES B. Berikut merupakan tabel data responden kuesioner yang didapat.

Tabel 3.4 Informasi Data Responden

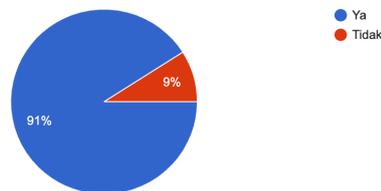
<i>Kategori</i>	<i>Frekuensi</i>	<i>Persentase</i>
Usia		
< 18 tahun	1	1%
18 – 24 tahun	73	73%
25 – 31 tahun	9	9%
32 – 40 tahun	6	6%
> 40 tahun	11	11%
Total	100	100%
Domisili		
Jakarta	17	17%
Bogor	1	1%
Depok	0	0%
Tangerang	69	69%

Bekasi	3	3%
Luar Jabodetabek	10	10%
Total	100	100%
Pengeluaran Perbulan		
< Rp2.000.000	36	36%
Rp2.000.000 – Rp4.000.000	31	31%
Rp4.000.000 – Rp6.000.000	15	15%
> Rp6.000.000	18	18%
Total	100	100%

Apakah kamu pernah menggunakan layanan laundry?

100 jawaban

[Salin](#)



Gambar 3.20 Hasil Kuesioner

Berdasarkan sampel 100 jiwa responden ini, penulis menemukan bahwa 91% responden pernah menggunakan layanan *laundry* meskipun 24% responden sudah memiliki mesin cuci pribadi. 45% responden mengaku cukup sering menggunakan layanan *laundry*, 31% beberapa kali, dan 24% sangat jarang atau tidak pernah.



Gambar 3.21 Hasil Kuesioner

Alasan tidak punya waktu untuk mencuci pakaian adalah alasan utama responden memakai layanan *laundry*. Selain itu, layanan laundry kiloan adalah layanan laundry yang paling banyak diminati responden, disusul oleh layanan cuci satuan, *self-service laundry*, dan paling sedikit *dry clean*.



Gambar 3.22 Hasil Kuesioner

Mayoritas responden dengan persentase 71% mengaku sudah memiliki *laundry* langganan dengan alasan utama hasil cucian yang rapih, bersih, dan wangi serta harga yang terjangkau dan layanan *laundry* yang mudah diakses.



Gambar 3.23 Hasil Kuesioner

Mayoritas responden, yakni 83% dari 100 menjawab tertarik jika ada aplikasi yang dapat digunakan untuk kemudahan akses layanan *laundry*.

3.1 Metodologi Perancangan

Metodologi perancangan yang digunakan dalam perancangan ulang UI/UX aplikasi Saku Laundry berdasarkan teori *design thinking Stanford University's Hasso Plattner Model (the d. School)* yang mencakup:

1) Tahapan *Emphatize*

Tahapan ini bertujuan untuk memahami secara mendalam sebuah permasalahan melalui riset. Tahapan *emphatize* membantu perancang untuk mengetahui berbagai asumsi-asumsi dan mendapatkan informasi terkait pengguna dan kebutuhannya. Pada tahap ini dilakukan berbagai metode pengumpulan data melalui metode kualitatif seperti wawancara, *FGD*, studi eksisting, *usability testing* dan studi referensi.

2) Tahapan *Define*

Setelah mendapatkan berbagai data dan informasi pada tahapan *emphatize*, data-data tersebut diolah untuk dianalisis dan dilakukan identifikasi permasalahan secara spesifik hingga sebuah permasalahan dapat terdefinisi dengan baik.

3) Tahapan *Ideate*

Pada tahapan *ideate*, dilakukan proses *brainstorm* dengan pola pikir “*out of the box*” namun tetap relevan dengan pemecahan masalah, proses *mindmapping*, menentukan *user persona*, *user flow*, *information architecture*, dan *wireframe* dari perancangan ulang media interaktif Saku Laundry yang akan dirancang.

4) Tahapan *Prototype*

Tahap *prototype* adalah tahapan eksperimental yang bertujuan untuk menghasilkan kemungkinan-kemungkinan terbaik yang dapat diimplementasikan kepada perancangan. Pengembangan *prototype* akan dilakukan dengan perancangan *low-fidelity* dan *high-fidelity* prototipe.

5) Tahapan *Test*

Pada tahapan terakhir ini, dilakukan pengujian terhadap perancangan media interaktif yang telah dibuat pada tahapan-tahapan sebelumnya. Melalui tahapan *test* ini, diharapkan akan mendapatkan berbagai masukan ataupun kritik yang dapat menjadi bahan pertimbangan untuk perbaikan serta pengembangan lebih lanjut perancangan.

