

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Di era serba cepat yang didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z, kebutuhan akan layanan yang efisien dan praktis semakin meningkat. Salah satu kebutuhan yang kerap menjadi tantangan adalah urusan *laundry*. Kesibukan sehari-hari, baik dari pekerjaan, studi, maupun aktivitas sosial, seringkali membuat generasi muda kesulitan meluangkan waktu untuk mencuci pakaian sendiri. Disinilah peran aplikasi salah satunya Saku Laundry yang menyediakan berbagai layanan *laundry* menjadi sangat krusial. Tidak hanya memudahkan generasi muda dalam memenuhi kebutuhan *laundry*, aplikasi Saku Laundry juga membuka peluang bisnis baru bagi para pemilik *laundry* untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan yang paling terpenting dapat mengamankan operasional sehari-hari para pemilik *laundry*. Namun, aplikasi Saku Laundry masih kurang diminati pengguna yang merupakan pelanggan *laundry* dikarenakan *user flow* yang diberikan belum komprehensif, familiar, dan faktor-faktor komponen visual lainnya yang berkaitan dengan *usability* aplikasi Saku Laundry sehingga melalui berbagai tahapan yang sudah dilakukan serta rumusan masalah yang sudah ditentukan sebelumnya ialah bagaimana perancangan ulang UI/UX Saku Laundry.

Penulis melakukan perancangan penelitian melalui metode *design thinking* *Stanford University's Hasso Plattner Model (the d. School)* yang mencakup tahapan *emphasize, define, ideate, prototype, dan test*. Tahapan *emphasize* sebagai tahapan awal dilakukan melalui wawancara bersama *Chief Operating Officer* PT Saku Digital Solusindo, *IT Support Saku Laundry, User Test & Focus Group Discussion*, penyebaran kuesioner, studi eksisting aplikasi Saku Laundry dan serupa, dan juga studi referensi sebagai analisis terperinci mengenai perancangan ulang yang akan dilaksanakan. Tahapan selanjutnya, *define* dilakukan untuk menentukan target pengguna melalui perancangan *user persona, customer journey map, information architecture* melalui perancangan *sitemap* dan *user flow*, dan

penentuan *feature & function*. Kemudian pada tahapan *ideate* dilanjutkan dengan perancangan *big idea* yang adalah “Kenyamanan dalam Keamanan”, perancangan *stylescape*, sketsa dan *wireframe* yang didasari dengan *information architecture* yang sudah dirancang sebelumnya, yang diproses lebih lanjut pada tahapan *low-fidelity* dan finalisasi elemen visual sementara melalui perancangan *high-fidelity*. Setelah *high-fidelity* selesai, dilakukan pula proses *prototyping* untuk menyelaraskan antara fungsi dan elemen visual sebagai bentuk implementasi *user flow* yang telah dirancang.

Setelah tahapan *emphatize*, *define*, *ideate*, dan *prototype* selesai dilakukan, maka tahapan terakhir yang telah dilaksanakan pada perancangan adalah *test*. Penulis melakukan *alpha test* untuk mendapatkan berbagai *feedback* yang kemudian dijadikan sebagai pertimbangan evaluasi perancangan. Setelah itu, dilakukan pula *beta test* kepada target pengguna dari perancangan yang merupakan pelanggan *laundry* serta pemilik usaha *laundry* di Jabodetabek. Melalui berbagai proses dan tahapan yang sudah dilakukan, terdapat peningkatan kredibilitas, ketertarikan, dan kenyamanan yang dibuktikan pada proses *test*. Sehingga perancangan penelitian yang telah dilakukan dapat memenuhi rumusan masalah dari penelitian.

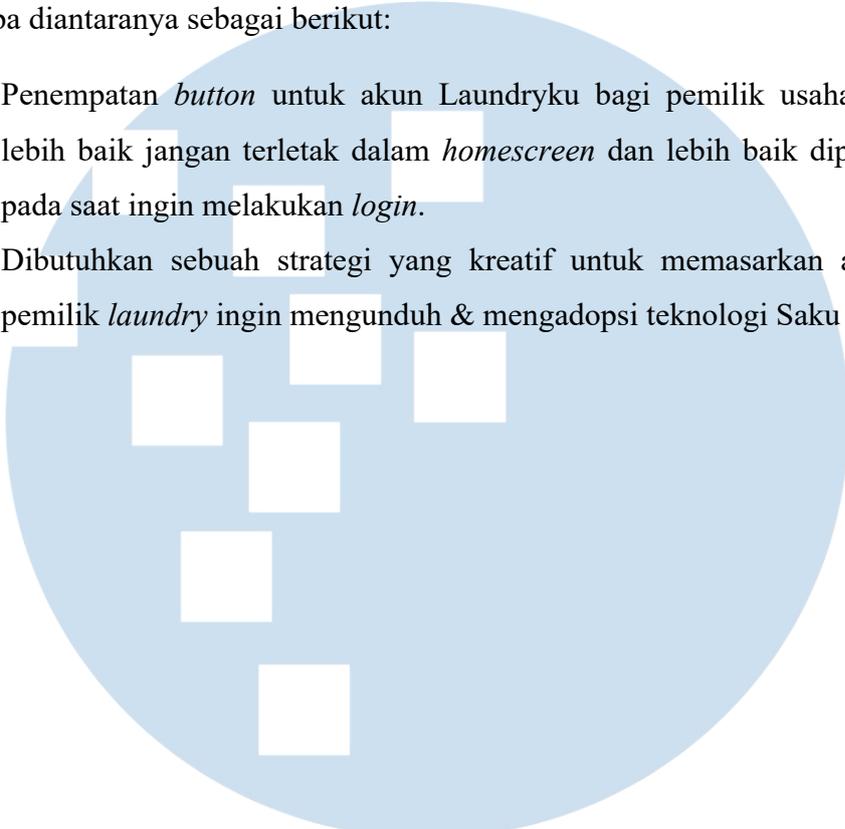
5.2 Saran

Berikut merupakan beberapa saran yang telah dipertimbangkan dari penulis kepada pembaca untuk melakukan penelitian Tugas Akhir terutama Perancangan Ulang UI/UX Saku Laundry ataupun aplikasi serupa sebagai berikut:

- 1) Penguasaan mengenai bisnis, regulasi, serta keadaan terhadap tema yang akan diangkat sehingga proses penelitian dapat berjalan secara kondusif.
- 2) Penentuan *timeline* yang terperinci melalui kalenderisasi sehingga proses yang dilakukan dapat tepat waktu.
- 3) Tidak idealis ketika merancang visual, namun terbuka terhadap kebutuhan daripada target pengguna dengan memperhatikan proses-proses metodologi perancangan yang dilakukan.

Selain itu, penulis juga mendapatkan beberapa saran dari dewan sidang beberapa diantaranya sebagai berikut:

- 1) Penempatan *button* untuk akun Laundryku bagi pemilik usaha *laundry* lebih baik jangan terletak dalam *homescreen* dan lebih baik dipindahkan pada saat ingin melakukan *login*.
- 2) Dibutuhkan sebuah strategi yang kreatif untuk memasarkan agar para pemilik *laundry* ingin mengunduh & mengadopsi teknologi Saku Laundry.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA