

**“PERANCANGAN *UI/UX DESIGN* PENJUALAN TERNAK
BERBASIS WEB DENGAN PENDEKATAN *DESIGN
THINKING TO RAPID PROTOTYPING* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN PENJUALAN TERNAK”
(Studi Kasus: Desa Laupakam)**

SKRIPSI

OLEH:

RIO ALBINUS TAMBUNAN

198150026



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 2/11/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)2/11/23

**“PERANCANGAN UI/UX DESIGN PENJUALAN TERNAK
BERBASIS WEB DENGAN PENDEKATAN DESIGN
THINKING TO RAPID PROTOTYPING DALAM UPAYA
MENINGKATKAN PENJUALAN TERNAK”
(Studi Kasus: Desa Laupakam)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Sarjana
di Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri
Universitas Medan Area

OLEH :

RIO ALBINUS TAMBUNAN

198150026

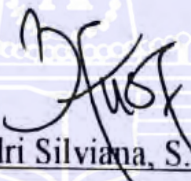
**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Perancangan UI/UX Design Penjualan Ternak Berbasis Web dengan Pendekatan Design Thinking to Rapid Prototyping dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Ternak (Studi Kasus: Desa Laupakam)

Nama : Rio Albinus Tambunan
NPM : 198150026
Fakultas : Teknik
Prodi : Teknik Industri

Disetujui Oleh :
Dosen Pembimbing I


Nukhe Andri Silviana, S.T, M.T.
NIDN. 0127038802

Mengetahui :

Dekan Fakultas Teknik

Dr. Rahmat Syah, S.Kom, M.Kom.
NIDN. 0105058804

Ketua Program Studi

Nukhe Andri Silviana, S.T, M.T.
NIDN. 0127038802

Tanggal Lulus: 4 September 2023

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian – bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi penjabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi – sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 13 Oktober 2023



Rio Albinus Tambunan
198150026

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rio Albinus Tambunan

NPM : 198150026

Program Studi : Teknik Industri

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Rotalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Perancangan UI/UX Design Penjualan Ternak Berbasis Web dengan Pendekatan Design Thinking to Rapid Prototyping dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Ternak (Studi Kasus: Desa Laupakam). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini UniveristasMedan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Medan



Pada Tanggal 13 Oktober 2023

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 2/11/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)2/11/23

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Rio Albinus Tambunan lahir pada tanggal 6 desember 1999 di Parsaoran anak dari pasangan suami istri Bapak Cornelius Tambunan dan Ibu Rosmaida br Tinjak. Pada tahun 2012 lulus dari SD RMBelang 1 kabupaten karo, pada tahun 2015 lulus dari SMP S Pantiharapan lawe desky, pada tahun 2018 lulus dari SMA S Pantiharapan lawe desky. Pada tahun 2019 penulis masuk di Universitas Medan Area dan Puji Tuhan tahun ini mengantarkan penulis untuk mendapatkan gelar sarjana starta satu. Selama berpendidikan di Universitas Medan Area, penulis sering mengikuti kompetisi tingkat nasional dan pernah menjuarai Top 25 LPDP Week Business Plan Mahasiswa, kemudian pernah meraih medali emas dalam ajang National Startup Competition. Selain itu penulis juga pernah menjadi perwakilan mahasiswa Teknik Industri untuk mengikuti pertukaran mahasiswa di Institut Teknologi Bandung selama 6 bulan penuh. Prestasi ini menjadi salah satu ucapan rasa terimakasih penulis kepada Universitas Medan Area yang telah mendidik dan membimbing menjadi lebih baik di bidang akademik. Demikian riwayat hidup penulis untuk sekedar diketahui

ABSTRAK

Sektor peternakan menjadi salah satu penghasilan masyarakat di Desa Laupakam yang bergerak dibidang peternakan unggas, kambing, kerbau dan jenis ternak lainnya berencana menjual dan memasarkan secara online namun terkendala sistem informasi aplikasi berbasis website untuk menjual dan memasarkan berbagai hasil peternakannya. Penjualan ternak juga masih dilakukan secara tradisional seperti melakukan penjualan keliling dusun menggunakan mobil barang atau memasarkan di pasar tradisional yang memperlambat penjualan dan tidak menjamin laku terjual. Berdasarkan permasalahan diatas, penulis memberikan sebuah solusi dengan merancang user interface user experience website penjualan ternak yang menciptakan hasil akhir berupa prototype dan dapat digunakan secara langsung kepada pengguna untuk dilakukan tahap pengujian. Sehingga dengan adanya perancangan ini dapat mempermudah masyarakat dalam menjual dan membeli hasil ternak dan mudah dan untuk meningkatkan perekonomian di Desa Laupakam. Proses perancangan ini menggunakan metode design thinking yang meliputi lima tahap yaitu emphatize, define, ideate, prototype, dan test. Kemudian pengujian dalam penelitian ini meliputi aspek efektifitas, efesiensi dan kepuasan pengguna dengan menggunakan metode usability testing dan user experience questionnaire. Berdasarkan pengujian tersebut, untuk aspek efektifitas diperoleh nilai 78.9%, aspek efesiensi diperoleh nilai 85% dan aspek kepuasan pengguna diperoleh nilai 82.7%. Sehingga, desain solusi website penjualan ternak mendapatkan nilai sebesar 81.78% nilai tersebut termasuk dalam kategori sangat baik.

Kata Kunci: *User Interface; User Experience; Design Thinking; Prototype; Usability Testing*

ABSTRACT

Rio Albinus Tambunan. 198150026. "The UI/UX Design for Web-Based Livestock Sales Using a Design Thinking to Rapid Prototyping Approach to Increase Livestock Sales". Supervised by Nukhe Andri Silviana, S.T., M.T.

The livestock sector is one of the income sources for the people in Laupakam Village, which is poultry breeding, farming of goats and buffaloes, and other types of livestock. They plan to sell and market them online but are hampered by a website-based application information system for selling and marketing their sundry livestock products. Livestock sales are still carried out traditionally, such as selling around the hamlets using goods cars or marketing at traditional markets, which slows sales and does not guarantee being sold. Based on the problems above, the author provided a solution by designing a user interface and user experience for a livestock sales website that created the final result in a prototype and could be used directly by users for the testing stage. So, this design could make it easier for people to sell and buy livestock products and improve the economy in Laupakam Village. This design process used the design thinking method, which included five stages, i.e. empathize, define, ideate, prototype, and test. Then, the testing in this research included aspects of effectiveness, efficiency, and user satisfaction using the usability testing method and user experience questionnaire. Based on this test, the effectiveness aspect obtained a value of 78.9%, the efficiency aspect of 85%, and the user satisfaction aspect of 82.7%. So, the livestock sales website solution design received a score of 81.78%, which this score was included in the best category.

Keywords: User Interface; User Experience; Design Thinking; Prototype; Usability Testing



13/10 - 2023

KATA PENGANTAR

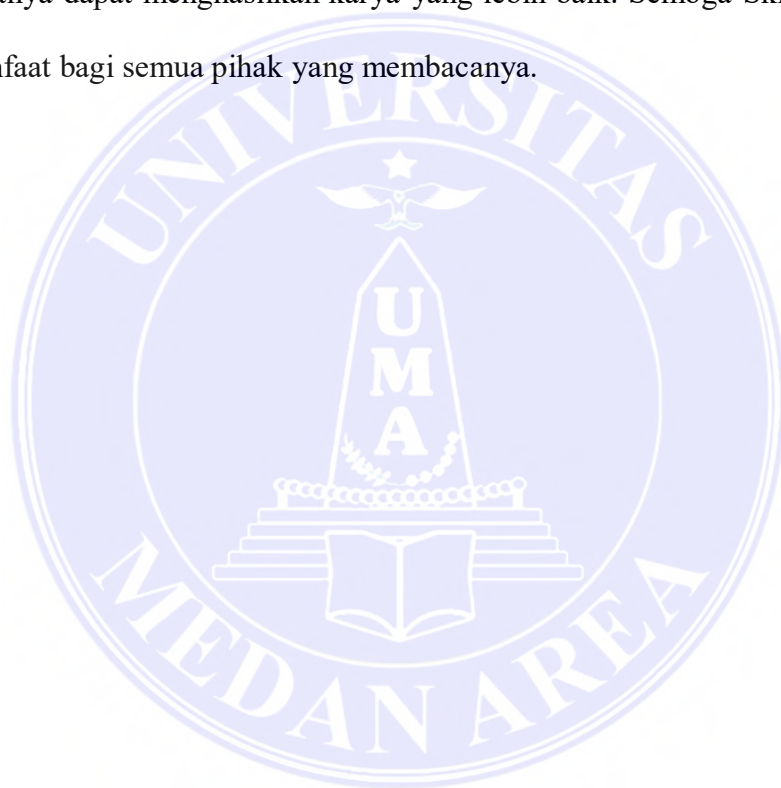
Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa Atas segala Berkat dan Kasih-Nya yang memberikan kesempatan kepada penulis, untuk menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “Perancangan UI/UX Design Penjualan Ternak Berbasis Web dengan Pendekatan Design Thinking to Rapid Prototyping dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Ternak” dapat terselesaikan dengan baik. Adapun Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan pendidikan nantinya pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini telah melalui proses yang panjang mulai dari bangku kuliah, penelitian hingga penyusunan sampai terbentuk seperti sekarang ini. Penulis juga menyadari bahwa Skripsi ini dapat terselesaikan karena banyak pihak yang turut serta membantu, membimbing, memberi petunjuk, saran dan motivasi. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan rasa terimakasih sedalam-dalamnya, terutama kepada yang terhormat:

1. Ayahanda C. Tambunan dan Ibunda saya tercinta ibu R. Sitinjak, serta saudara kandung dan keluarga besar atas doa, motivasi, bimbingan, nasihat dan segalanya yang telah diberikan padapenulis
2. Ibu Nukhe Andri Silviana, ST, MT, selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area serta selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa memberikan arahan dan motivasi selama penulisan skripsi ini kepada penulis
3. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah berkenan memberikan bantuan kepada penulis.
4. Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I

wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for, for never quitting, I wanna thank me for always being a giver, and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan berguna agar pada penulisan selanjutnya dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Perancangan.....	10
2.2 Perancangan Dalam Lingkup Desain Visual	10
2.3 <i>User Interface (UI)</i>	11
2.4 <i>User Experience (UX)</i>	12
2.5 <i>Design Thinking</i>	13
2.6 Pasar Online (<i>e-marketplace</i>).....	16

2.7	<i>Website</i>	16
2.8	Peternak.....	16
2.9	Pemasaran	17
3.0	Bauran Pemasaran	18
3.0.1	Product	19
3.0.2	<i>Price</i>	20
3.0.3	<i>Promotion</i>	22
3.0.4	<i>Place</i>	23
BAB III		25
METODOLOGI PENELITIAN.....		25
3.1	Jenis Penelitian	25
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
3.3	Objek Penelitian	25
3.4	Kerangka Berpikir	26
3.5	Metodologi Penelitian.....	27
3.5.1	<i>Emphatize</i>	28
3.5.2	<i>Define</i>	32
3.5.3	<i>Ideate</i>	33
3.5.4	<i>Prototype</i>	34
3.5.5	<i>Testing</i>	36
BAB IV		43
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Hasil Tahap <i>Emphatize</i>	43
4.1.1	Observasi.....	43
4.1.2	Wawancara	43
4.1.3	Screening User	44

4.1.4	Emphaty Map	44
4.2	Tahap <i>Define</i>	46
4.2.1	<i>User Persona</i>	46
4.2.2	<i>Pain Points</i>	47
4.3	Tahap <i>Ideate</i>	49
4.3.1	<i>Brainstorming Solution</i>	49
4.3.2	User Flow	50
4.4	Tahap <i>Prototyping</i>	52
4.4.1	<i>Low Fidelity</i>	52
4.4.2	<i>Prototyping</i>	54
4.5	Tahap Testing.....	60
4.5.1	Usability Testing.....	60
4.5.2	Pengujian <i>User Experience Questionary (UEQ)</i>	65
4.7	Analisis dan Strategi Pengembangan.....	70
4.7.1	Analisa Sistem.....	70
4.7.2	Analisis SWOT.....	71
4.7.2	Analisis Competitor.....	73
4.7.2	Bauran Pemasaran	74
BAB V		76
KESIMPULAN DAN SARAN		76
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN		82

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kriteria Partisipan.....	31
Tabel 3. 2 Kriteria Pengukuran Skala Likert.....	38
Tabel 3. 3 Kuesioner USE Question.....	38
Tabel 4. 1 Beberapa Data Ternak dari Hasil Observasi.....	43
Tabel 4. 2 Identifikasi Peran Pengguna.....	44
Tabel 4. 3 User Persona.....	46
Tabel 4. 4 Solusi Pain Poin Pengguna.....	48
Tabel 4. 5 Lowfidelity Website Jual Beli Ternak.....	45
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Aspek Efektifitas.....	53
Tabel 4. 7 Total tugas yang diselesaikan.....	57
Tabel 4. 8 Hasil Pencatatan Waktu Penyelesaian Tugas.....	58
Tabel 4. 9 Total Waktu Penyelesaian Tugas.....	61
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Aspek Kepuasan Pengguna.....	66
Tabel 4. 11 Jumlah Persentase Nilai Kepuasan.....	70
Tabel 4. 12 Item Pertanyaan User Experience Questionary.....	71
Tabel 4. 13 Mean, Varian, Simpangan Baku Responden.....	77
Tabel 4. 14 Rata-rata impresi dan varian skala responden.....	79
Tabel 4. 15 Hasil set data benchmark.....	80
Tabel 4. 16 Proses bisnis yang akan berjalan.....	870

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 3. 2 Proses Metode Design Thinking.....	28
Gambar 4. 1 Pain Poin Pembeli.....	47
Gambar 4. 2 Pain Poin Penjual.....	47
Gambar 4. 3 Brainstorming Solution	49
Gambar 4. 4 User Flow Pembeli	50
Gambar 4. 5 User Flow Penjual.....	51
Gambar 4. 6 Halaman Beranda.....	43
Gambar 4. 7 Profil Pengguna	44
Gambar 4. 8 Daftar Akun Website.....	45
Gambar 4. 9 Login.....	45
Gambar 4. 10 Screen Login.....	54
Gambar 4. 11 Screen Registrasi.....	55
Gambar 4. 12 Profil Pengguna	56
Gambar 4. 13 Screen Beranda	57
Gambar 4. 14 Kelengkapan ternak yang dijual	58
Gambar 4. 15 Informasi Harga Pasar.....	59
Gambar 4. 16 Pemesanan Produk.....	60
Gambar 4. 17 Grafik hasil mean per item	77
Gambar 4. 18 Grafik rata-rata impresi responden	78
Gambar 4. 19 Standard set data benchmark responden	79

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia mempunyai cakupan peternakan yang cukup besar dan berpengaruh terhadap perekonomian nasional, pembudidayaan, pengolahan dan perdagangan ternak kepada peternak lainnya maupun kepada konsumen yang merupakan bagian terpenting didalam sektor peternakan, dikarenakan produksi ternak telah menjadi salah satu kebutuhan bahan pangan dan menjadi pekerjaan pokok para peternak. Para pelaku usaha peternakan juga mempunyai peranan yang sangat penting dalam membangun peternakan dalam penyediaan pangan terutama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan protein hewani, membangun peternakan untuk sumber peningkatan produktivitas perekonomian seperti pendapatan dan kesempatan kerja terutama untuk pengentasan masyarakat dari kemiskinan (Dara Adhelia Rusanty, 2019).

Sektor peternakan sangat berperan penting dalam hal pembangunan perekonomian di Indonesia, terutama di pedesaan. Dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia memiliki kontribusi sektor peternakan sebesar 1.67% terhadap PDB Nasional tahun 2020. Peningkatan produksi mendongkrak PDB sektor peternakan sebesar 65.52 Triliun dari 62.13 Triliun. Sejalan dengan pertumbuhan penduduk di Indonesia yaitu sebanyak 237.556.367 jiwa (BPS, 2020), tentunya memberikan tekanan yang besar kepada suatu wilayah khususnya masyarakat yang berkontribusi pada sektor peternakan, hal tersebut juga tidak

terlepas dari salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Sumatera Utara yaitu Kabupaten Tanah Karo.

Kabupaten Tanah Karo terdiri dari 17 kecamatan, 10 kelurahan dan 259 desa dengan luas mencapai 2.127,25 km² dan jumlah penduduk sekitar 404.998 jiwa. Meninjau banyaknya penduduk di Kabupaten Tanah Karo, maka diprediksi bahwa masih banyak masyarakat yang belum tereksploitasi ternaknya sehingga potensi sumber daya peternakan di Tanah Karo besar.

Namun, pada kenyataannya bidang peternakan belum mampu secara optimal dalam menjalankan peran strategis seperti yang telah dijelaskan diatas. Hal ini dikarenakan oleh kebanyakan usaha peternakan masih dikelola secara tradisional sehingga belum mampu memberikan kesejahteraan yang mampu diperoleh oleh masyarakat. Seharusnya, dizaman teknologi saat ini yang sedang melaju pesat kelompok penjual atau pembeli sudah menggunakan teknologi sebagai media transaksi jual beli untuk mempermudah dan meningkatkan perekonomian.

Menyikapi kemajuan teknologi diatas, kelompok ternak di Desa Laupakam sebagai salah satu perkumpulan masyarakat yang bergerak bidang peternakan unggas, sapi, kambing, kerbau dan jenis lainnya berencana menjual dan memasarkan secara online namun terkendala sistem informasi aplikasi berbasis website untuk menjual dan memasarkan berbagai hasil peternakannya. Aplikasi jual beli ternak adalah model bisnis atau jual beli ternak secara online berbasis website. Aplikasi jual beli ternak dirancang untuk menyediakan informasi dan transaksi antara penjual dan pembeli ternak dalam satu aplikasi yakni menggunakan aplikasi berbasis website dalam perancangannya.

Dari hasil pengamatan awal yang dilakukan, banyak keluhan yang disampaikan responden terkait penggunaan pasar tradisional sebagai tempat penjualan ternak. Hampir seluruh penjual ternak menjual hasil peternakannya dengan cara keliling dusun menggunakan motor atau mobil sehingga akan memakan tenaga dan mengalami kerugian jika masyarakat atau konsumen tidak membeli ternaknya. Begitu juga sebaliknya jika masyarakat Desa Laupakam ingin membeli ternak untuk dikonsumsi atau dikembangbiakkan kembali, maka masyarakat secara terpaksa harus pergi ke pajak/pasar dengan jarak yang cukup jauh sekitar 9-15 km. Sehingga, jual beli ternak yang dilakukan secara tradisional seperti ini sering terjadi pembelian ternak dengan harga yang relatif murah tetapi menjualnya kembali dengan harga yang cukup tinggi. Hal itu disebabkan oleh kurangnya informasi harga pasar antara penjual dan pembeli ternak. Oleh sebab itu, perlu dibuat rancangan aplikasi jual beli ternak dengan standarisasi harga jual yang ideal yang sesuai agar tidak merugikan penjual maupun pembeli ternak. Selain itu, harga yang sudah ditetapkan sesuai dengan standarisasi harga jual ternak sehingga harga tetap dalam artian tidak terjadi tawar menawar.

Tabel 1.1 Total Pendapatan Hasil Penjualan Ternak

Tahun	Bulan	Total Pendapatan Hasil Penjualan Ternak				
		Laukesumat	Parsaoran	Simpang Empat	Laupengulu	Rambembelang
2021	Jan	123.2	212.3	121.1	146.9	167.4
	Feb	213.3	223.1	112.6	167.65	177.5
	Mar	213.1	231.1	109.3	147.9	198.7

Tabel 1.1 Total Pendapatan Hasil Penjualan Ternak (Lanjutan)

Tahun	Bulan	Total Pendapatan Hasil Penjualan Ternak				
-------	-------	---	--	--	--	--

	Laukesumpat	Parsaoran	Simpang Empat	Laupengulu	Rambembelang	
2021	Apr	231.5	156.3	114.4	178.5	195.9
	Mei	211.5	176.6	145.4	166.7	167.9
	Jun	183.9	177.7	122.3	177.4	187.9
	Jul	141.78	156.5	142.5	145.6	157.8
	Agt	134.4	175.6	122.4	124.6	157.9
	Sept	112.8	145.5	132.1	114.9	145.6
	Okt	198.9	156.5	121.7	114.8	157.8
	Nov	134.9	176.9	113.3	176.8	197.3
	Des	113.1	143.4	116.4	167.9	183.9
	Total	167.6983	177.625	122.79	152.470	174.633
2022	Jan	112.3	212.3	145.3	124.2	134.1
	Feb	132.14	134.3	112.6	141.4	153.1
	Mar	183.2	137.8	109.3	147.9	156.8
	Apr	112.5	134.9	108.4	178.5	167.2
	Mei	153.8	136.8	112.1	134.2	131.3
	Jun	165.3	146.1	124.1	143.5	187.9
	Jul	176.9	165.1	110.12	134.1	157.8
	Agt	146.2	134.7	121.3	124.6	146.2
	Sept	143.6	142.6	103.4	114.9	145.6
	Okt	128.9	145.4	143.1	114.8	145.1
	Nov	122.1	165.2	113.3	153.1	136.1
	Des	113.1	134.1	116.4	144.2	176.1
Total	140.836	150.4	118.285	137.95	153.108	

Sumber : Kelompok Tani Desa Laupakam

Fenomena terjadinya penurunan pendapatan penjualan ternak di setiap dusun desa Laupakam juga dapat menjadi bukti nyata bahwa pasar tradisional yang digunakan untuk jual beli ternak sudah tidak layak lagi untuk diterapkan. Data diatas diperoleh dari kelompok tani desa laupakam, data tersebut membuktikan

bahwa 2 tahun terakhir ini terjadi penurunan pendapatan hasil penjualan ternak di Desa Lauapakam. Menurunnya pendapatan hasil penjualan ternak salah satunya diakibatkan karena penggunaan pasar tradisional menjadi tempat penjualan ternak

Website jual beli ternak dalam melakukan pengolahan bisnis jual beli ternak perlu mendata jenis ternak, kriteria dan spesifikasi ternak, hal ini dilakukan untuk mendapatkan produk ternak unggul yang diharapkan konsumen. Selain itu, hal ini sebagai pelayanan terbaik kepada konsumen dan memilih ternak di website penjualan ternak adalah solusi terbaik jual beli ternak melalui internet. Hal lain yang perlu diperlu diperhatikan dalam mengolah bisnis jual beli ternak melalui internet adalah dengan melakukan dokumentasi dengan baik dan menarik agar pembeli tertarik dengan produk yang dipasarkan.

Berdarkan permasalahan yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “ Perancangan UI/UX design penjualan ternak berbasis web dengan pendekatan design thinking to rapid prototyping dalam upaya meningkatkan penjualan ternak (Studi Kasus : Desa Laupakam) “

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk merancang aplikasi berbasis website jual beli ternak pada kelompok penjual atau pembeli peternak masyarakat Desa Laupakam dengan upaya peningkatan penjualan hasil peternakannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat beberapa permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana hasil rancangan UI/UX design pada aplikasi jual beli ternak yang sesuai dengan metode *design thinking to rapid prototyping* yang meliputi kebutuhan pengguna?
2. Bagaimana tingkat *usability testing* dan *user experience questionnaire* pada perancangan UI/UX *design website* jual beli ternak?
3. Bagaimana mengimplementasikan strategi bauran pemasaran menggunakan *e-marketplace* yang telah dirancang untuk meningkatkan penjualan ternak di Desa Laupakam.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, diperlukan Batasan masalah agar tidak menyimpang dari apa yang telah direncanakan, sehingga tujuan sebenarnya dapat dicapai. Maka penelitian ini dibatasi dengan beberapa hal, yaitu:

1. Merancang dan merekomendasikan aplikasi berbasis jual beli ternak
2. Pengguna aplikasi hanya dikelompokkan menjadi dua, yaitu sebagai pembeli dan penjual ternak
3. Hasil dari penelitian ini mencakup prototype yang akan diuji menggunakan *usability testing* dan *user experience questionnaire*

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

1. Mendapatkan hasil rancangan setiap aspek UI/UX design website jual beli ternak dengan metode *design thinking to rapid prototyping*
2. Mendapatkan tingkat *usability testing* dan *user experience questionnaire* pada perancangan UI/UX design website jual beli ternak

3. Untuk mengembangkan pemasaran ternak di Desa Laupakam secara *online* melalui *e-marketplace* yang telah dirancang sebagai upaya untuk menambah keuntungan.
4. Untuk meningkatkan penjualan dengan menggunakan strategi bauran pemasaran (4P).

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai pada penelitian ini yaitu menghasilkan rancangan aplikasi berbasis website jual beli ternak dan dapat direalisasikan oleh masyarakat penjual maupun pembeli ternak di Desa Laupakam

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan proposal Tugas Akhir ini terdiri dari pokok-pokok permasalahan yang terdiri dari enam bab dan beberapa sub bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang permasalahan, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan proposal Tugas Akhir yang dibuat

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang teori-teori yang berhubungan dengan topik dalam penelitian. Teori umum dan khusus pada landasan teori ini terdiri dari perancangan, perancangan dalam desain visual, design thinking, e-marketplace, website, serta peternakan

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang tahapan-tahapan yang dilakukan dalam proses penelitian yang berisi tentang materi, alat, tata cara serta data penelitian. Tahapan-tahapan dalam penelitian ini yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisi tentang uraian data-data apa saja yang dihasilkan selama penelitian yang selanjutnya diolah dengan metode yang telah ditetapkan dalam penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan pada saat pengolahan data.

BAB VI SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini serta saran untuk penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka berisi tentang sumber-sumber yang digunakan untuk dalam penelitian ini, baik itu berupa jurnal, buku, skripsi, tesis, kutipan-kutipan dari internet atau dari sumber-sumber lainnya

LAMPIRAN

Lampiran berisi kelengkapan dokumen-dokumen pada saat dilakukannya penelitian ini dan ditunjukkan untuk memperjelas uraian dalam penelitian.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perancangan

Perancangan adalah penggambaran, perencanaan, dan pembuatan melalui gambaran kasar atau yang biasanya disebut dengan sketsa dari pengaturan di beberapa elemen yang terpisah kedalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi untuk mendesain sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi dari pemilihan alternatif sistem terbaik. Menurut Wignjosoebroto bahwa perancangan adalah suatu proses yang bertujuan untuk menganalisa, memperbaiki dan Menyusun suatu sistem. Sistem yang dimaksud adalah sistem fisik dan non fisik yang optimal untuk waktu yang akan datang dengan memanfaatkan informasi yang ada. Ada tiga hal yang harus diperhatikan dalam perancangan yaitu suatu aktivitas dengan dimaksud tertentu, sarana pada pemenuhan kebutuhan manusia dan berdasarkan pertimbangan teknologi.

Dari pendapat diatas yang telah dikemukakan oleh beberapa peneliti dapat disimpulkan bahwa perancangan adalah suatu proses perencanaan, penggambaran dan pembuatan untuk mengembangkan suatu produk atau sebuah sistem dengan upaya mencari inovasi berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan terlebih dahulu dari beberapa kegiatan analisis masalah berdasarkan kebutuhan.

2.2 Perancangan Dalam Lingkup Desain Visual

Desain visual merupakan suatu disiplin ilmu yang bertujuan untuk mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola

elemen-elemen grafis yang berupa bentuk, gambar, tatanan huruf, komposisi warna serta layout atau tata letak suatu visual. Dengan demikian gagasan ini dapat diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima informasi. Selain itu, desain visual juga dapat diartikan sebagai desain yang penggunaannya sebagai medium komunikasi dalam bentuk visual. Hal ini merupakan suatu penggabungan graphic design dengan interface design dengan tujuan untuk menarik perhatian audiens terhadap suatu merk, produk atau sistem melalui estetika visual yang ditampilkan.

2.3 *User Interface (UI)*

Antarmuka pengguna atau user interface (UI) mengacu pada sistem dan pengguna yang berinteraksi satu sama lain melalui perintah atau teknik untuk mengoperasikan suatu sistem, menginput data dan menganalisis data (Joo, 2017).

User Interface (UI) mengacu pada tampilan dan pengaturannya untuk membuat antarmuka yang memungkinkan pengguna dengan mudah dan naluriah dalam menavigasi suatu sistem dengan bantuan latar belakang, simbol, pergerakan antar layer, penggunaan warna dan lainnya. User interface harus memberikan desain visual dengan tepat agar pengguna dapat berinteraksi dengan serangkaian bentuk visual yang akan diterjemahkan menjadi bentuk perintah. Menurut Railean (2017), strategi perancangan user interface diukur dari 5 point dibawah ini yaitu sebagai berikut:

a. *Time to learn*

Seberapa lama waktu pengguna untuk mempelajari atau memahami user interface yang disuguhkan. Terutama beberapa pengguna yang memiliki

keterbatasan akan pengetahuan bahasa atau cara mengoperasikan suatu perangkat.

b. Speed of performance

Ketika merancang user interface, designer harus memikirkan cara agar desain yang mereka buat tidak performa aplikasi menurun dan membuat interaksi yang terdapat pada *user interface* tidak membuang-buang waktu pengguna.

c. Rate of errors by users

Memperhatikan seberapa banyak jumlah dan jenis kesalahan ketika pengguna menggunakan user interface yang telah dirancang. Karena desain user interface yang baik adalah visual atau tampilan yang dimengerti dan dipahami oleh pengguna.

d. Retention over time

Seberapa baik para pengguna mempertahankan pengetahuan atau ingatan mereka pada user interface yang telah dirancang. Retensi terkait dengan waktu pengguna untuk belajar memahami user interface sehingga frekuensi pengguna dapat berperan penting.

2.4 User Experience (UX)

Menurut (Garret, 2003), user experience adalah tentang bagaimana cara kerjanya diluar, dimana pengguna berinteraksi dengan suatu produk atau layanan. Setiap usaha membuat user experience bertujuan untuk meningkatkan efesiensi. User experience yang baik akan membantu orang bekerja lebih cepat dan membantu untuk mengurangi kesalahan dalam penggunaan produk. Meningkatkan efesiensi produk yang digunakan untuk meningkatkan produktivitas (Aniesiyah, 2018).

Menurut Yuniar, user experience adalah persepsi dan tanggapan seseorang dari suatu produk dan sistem yang melibatkan pengguna. Sebuah prinsip dalam merancang UX adalah untuk mendapatkan nilai kenyamanan dan kepuasan pengguna. User experience merupakan cara meningkatkan interaksi pengguna kepada suatu aplikasi atau situs dengan memberikan kemudahan dan lebih terstruktur agar tidak membingungkan pengguna sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengguna terhadap suatu produk (Fadhil, 2022)

Sesuai dengan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa user experience digunakan untuk membuat produk yang memberikan pengalaman yang bermakna dan relevan bagi pengguna. Hal ini melibatkan desain seluruh proses untuk memperoleh dan mengintegrasikan produk, termasuk aspek branding, desain serta kegunaan dan fungsi suatu produk tersebut. Designer UX bertugas untuk membuat rangka, peta alur produksi, desain dan prototyping dengan menggunakan ketelitian yang tinggi, tergantung pada produknya.

2.5 Design Thinking

Desain thinking merupakan metode pendekatan desain yang berpusat pada manusia untuk menyelesaikan masalah dan menghadirkan inovasi baru. Design thinking merupakan suatu proses yang berulang dimana designer berusaha memahami pengguna, mengasumsikan masalah, mendefinisikan suatu masalah dan menciptakan solusi inovatif dalam bentuk prototype dan dapat diuji. Secara general, tujuan dari design thinking adalah untuk mendefinisikan strategi dan solusi alternatif secara langsung untuk mengukur tingkat pemahaman pengguna terhadap suatu produk. Metode design thinking memiliki beberapa tahapan mulai dari pengumpulan informasi, berdasarkan informasi tersebut dibuat mengenai apa yang

sangat pengguna, membuat solusi-solusi kreatif, membangun representasi dari solusi-solusi yang ditawarkan dan menguji hasil representasi yang telah dibangun untuk mendapatkan feedback bagi pengguna (Fauzi, 2019).

Menurut (J. Brodny, 2017) ada beberapa proses dalam design thinking yaitu sebagai berikut:

a. Emphatize

Tahap ini digunakan untuk menentukan karakteristik pengguna suatu produk yang dirancang melalui observasi, wawancara atau survey yang mendetail. Cara ini dapat menemukan informasi secara rinci tentang informasi pengguna produk dan kebutuhan pengguna. Inovasi selalu dimulai secara diagnosis menyeluruh terhadap kebutuhan dan harapan pengguna maupun calon pengguna produk, serta memahami kondisi teknis dan kondisi pasar produk.

b. Define

Pada tahap ini, designer harus menentukan kebutuhan pengguna. Tim interdisipliner harus melakukan sintesis dari informasi yang dikumpulkan selama fase sebelumnya dari proses empati, untuk menentukan sejauh mana masalah yang dialami oleh pengguna. Oleh karena itu, define dapat diartikan sebagai upaya untuk mendefenisikan dan menganalisis sebuah masalah dengan membentuk point of view atau yang sering disebut sebagai masalah utama pada penelitian.

c. Ideate

Pada tahap ini, dengan menggunakan alat seperti brainstorming kita harus menghasilkan sebanyak-banyaknya ide kreatif. Hal penting yang perlu

diketahui dalam tahap ini bahwa sesuai dengan aturan brainstorming, bahkan ide dan solusi yang paling tidak mungkin harus diperhitungkan. Menghasilkan ide-ide bagus tidak hanya membutuhkan pengetahuan teknis tentang topik, tetapi juga kecerdikan, keberanian, dan kreativitas. Sehingga, ideate sering diartikan sebagai proses pengumpulan ide-ide terkait solusi dari masalah yang telah didefinisikan pada tahap define. Tahapan ini merupakan proses transisi dari rumusan masalah menuju penyelesaian masalah.

d. Prototype

Tahap ini merupakan tahap pembangunan prototype. Selama fase pembangunan prototipe dibuat dan representasi fisik dari solusi untuk masalah yang dialami pengguna. Dasar fungsi dari prototipe adalah kemampuan untuk menyajikan solusi visual bagi pengguna dan umpan balik yang cepat pada operasinya. Dengan cara ini kita dapat memeriksa apakah proyek sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan oleh pelanggan, atau harus dibuat untuk mengubah konsepnya. Dalam penerapannya, rancangan awal yang dibuat akan diuji coba kepada pengguna untuk memperoleh respon dan feedback dari pengguna.

e. Testing

Tahap ini merupakan tahapan terakhir dari metode design thinking, dimana prototipe harus disajikan sebagai solusi kepada pengguna untuk mendapatkan pendapatnya tentang produk yang dihasilkan. Dengan cara ini, kita dapat menguji fungsinya. Pada tahap ini, tujuannya adalah untuk memeriksa berfungsinya solusi yang dirancang dalam lingkungan nyata di

mana produk akan digunakan. Pada tahap ini, prototype yang telah kita buat pada tahapan sebelumnya akan diuji sehingga dapat menghasilkan berbagai feedback dari pengguna.

2.6 Pasar Online (*e-marketplace*)

Pasar online atau sering disebut sebagai *e-marketplace* merupakan sebuah sistem informasi antar organisasi dimana pembeli dan penjual harga mengkomunikasi tentang harga, produk dan mampu menyelesaikan transaksi melalui saluran komunikasi elektronik. Sehingga, *e-marketplace* dapat disimpulkan sebagai tempat terjadinya jual beli atau bertemunya customer dengan seller secara online dimana saja dan kapan saja sehingga terjadilah sebuah transaksi (Ningrum, 2017).

2.7 Website

Menurut (Arief, 2011) yang dikutip melalui jurnal (Hasugian, 2018) bahwa website merupakan salah satu aplikasi yang berisikan dokumen-dokumen multimedia (teks, gambar, suara, animasi, video) di dalamnya yang menggunakan protokol HTTP (*hypertext transfer protocol*) dan untuk mengakses menggunakan perangkat lunak yang disebut browser. Fungsi dari website yaitu untuk media promosi, media pemasaran, media informasi, media pendidikan dan media komunikasi.

2.8 Peternak

Peternak adalah sekelompok orang yang mengembangbiakkan dan memelihara hewan ternak untuk mendapatkan manfaat dan hasil dari kegiatan

tersebut. Hewan yang banyak ditanakkan diantaranya unggas, sapi, kambing, dan kerbau. Hasil peternakan diantaranya daging, susu, dan telur.

2.9 Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan tersebut. Pemasaran berasal dari kata pasar atau dapat diartikan dalam konteks tradisional yaitu “tempat orang jual beli” (Kasmir, 2010). Pemasaran mencakup periklanan, penjualan dan pengiriman atau distribusi produk ke pelanggan atau bisnis lain.

Saat melakukan promosi, targetkan orang yang cocok dengan produk yang dijual. Biasanya target juga termasuk selebritis-selebritis atau orang-orang populer yang mendukung produk tersebut. Tidak hanya itu, dalam pemasaran bagian yang melakukan tugas ini membuat paket dan desain iklan yang menarik yang akan menarik bagi banyak orang.

Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi (Menurut Sunarto, 2004:4-5). Pemasaran adalah sebuah proses sosial manajerial, dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang dibutuhkan dan di inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain (Kotler dan Amstrong, 2004).

Pemasaran dalam pengertian sempit adalah menjual dan mengiklankan. Menurut Djaslim S. (2018) pemasaran adalah suatu sistem total kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi,

mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Dalam pengertian modern dan globalisasi saat ini, definisi pemasaran lebih luas lagi, dimana para pemasar sudah lebih berorientasi pada pelanggan, kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan terhadap produk dan merek. Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya (Kotler dan Armstrong, 2004). Pemasaran adalah aktivitas atau kegiatan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui proses pertukaran (Sofjan Assauri, 2007).

Menurut Candraningrat, Yurisma dan Mujanah (2021:17) pemasaran secara umum dapat artikan yaitu sebuah rangkaian aktivitas yang dilakukan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan secara umum dan khusus sehingga dapat memaksimalkan potensi penjualan produk pada suatu perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial yang melibatkan kepentingan-kepentingan baik individu atau kelompok dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran barang atau jasa kepada pelanggan dari produsen.

3.0 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di segmen pasar atau pasar sasaran (Philip Kotler dan Gray Armstrong, 1997). Bauran pemasaran merupakan istilah yang dipakai untuk menjelaskan kombinasi empat

acuan pembentuk inti sistem pemasaran sebuah organisasi atau perusahaan (William J, Stanton, 2004). Keempat unsur tersebut adalah penawaran produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi atau tempat.

3.0.1 Product

Pada hakekatnya seseorang membeli sesuatu untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Dengan kata lain seseorang membeli suatu barang atau jasa bukanlah karena fisiknya semata. Melainkan jenis-jenis manfaat serta tingkat kepuasan tiap-tiap orang berbeda dan berkembang, maka seorang pengusaha yang menginginkan usahanya dapat berkembang dan bertahan harus selalu kreatif dan dinamis serta terus-menerus memikirkan dan menemukan imajinasi yang tinggi sehingga mampu menemukan sebanyak mungkin manfaat baru yang dapat ditambahkan pada produknya, sehingga produk tersebut memiliki kelebihan dibandingkan dengan produk saingan.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan (Philip Kotler dan Kevin L. Keller, 2007). Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, dan gagasan. Produk dalam hubungannya dengan pemasaran merupakan titik sentral dari kegiatan *marketing*. Salah satu yang perlu di ingat ialah bagaimana pun hebatnya usaha promosi, distribusi dan harga yang baik jika tidak diikuti oleh produk bermutu dan disenangi oleh pelanggan maka kegiatan *marketing mix* tidak akan berhasil. Oleh sebab itu, perlu di teliti produk apa yang akan di pasarkan, bagaimana selera pelanggan, variasi produk, kemasan produk, inovasi, dan merek perlu mendapatka perhatian serius. Strategi produk yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengembangkan produknya yaitu:

1. Penentuan Logo dan Motto

Logo merupakan ciri khas suatu produk, sedangkan motto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan visi dan misi perusahaan dalam melayani masyarakat. Baik logo ataupun motto harus dirancang dengan benar, pertimbangan pembuatan logo dan motto yaitu: logo dan motto harus menarik dan mudah diingat.

2. Menciptakan Merek

Merek produk merupakan suatu tanda atau simbol yang memberikan identitas suatu produk tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar atau kombinasi keduanya. Tidak lupa harus memperhatikan faktor-faktor dalam menciptakan merek agar lebih menarik merek harus mudah diingat, terkesan hebat dan modern serta menarik perhatian pelanggan

3. Menciptakan Kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk, penciptaan kemasanpun harus memenuhi berbagai persyaratan seperti kualitas kemasan, bentuk dan warna dari kemasan tersebut.

4. Keputusan Label

Label merupakan sesuatu yang dilekatkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Label harus menjelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, cara menggunakan, waktu kadaluarsa dan informasi lainnya.

3.0.2 *Price*

Harga adalah jumlah yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga juga merupakan salah satu

aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*, penentuan harga menjadi sangat penting untuk di perhatikan, mengingat harga menjadi salah satu penyebab laku tidaknya produk yang di tawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat terhadap tidak lakunya produk tersebut di pasar. Ketika menetapkan harga, pemilik usaha harus mempertimbangkan harga pesaing. Tetapi tidak serta merta menyamai atau menurunkan harga. Walaupun harga merupakan faktor penting dalam memutuskan untuk membeli, tetapi bukanlah satu-satunya pertimbangan. Oleh karena itu, penentuan harga oleh suatu perusahaan dimaksudkan dengan berbagai tujuan yang hendak dicapai, tujuan penentuan harga secara umum adalah sebagai berikut:

1. Untuk Bertahan Hidup

Dalam hal ini tujuan menentukan harga semurah mungkin dengan maksud agar produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran, dengan catatan harga murah tapimasih dalam kondisi yang menguntungkan

2. Untuk Memaksimalkan Laba

Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi

3. Untuk Memperbesar *Marketshare*

Penentuan harga ini dengan harga yang murah sehingga diharapkan jumlah pelanggan meningkatkan dan diharapkan pula pelanggan pesaing beralih ke produkyang ditawarkan.

4. Mutu Product

Tujuan adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang

ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing. Biasanya harga ditentukan setinggi mungkin, karena masih ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dari harga pesaing.

5. Pesaing

Dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.

3.0.3 *Promotion*

Promosi merupakan kegiatan untuk mempengaruhi pelanggan agar dapat mengetahui dan mengenal produk yang di tawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan dan kemudian para pelanggan tertarik ingin mencoba lalu membeli produk tersebut. Kegiatan promosi ini perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu promosi merupakan cara yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan pelanggannya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon pelanggan yang baru. Lima sarana promosi utama Kotler dan Amstrong adalah sebagai berikut:

1. Periklanan

Kegiatan promosi yang digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan, menarik dan mempengaruhi calon pelanggannya menggunakan brosur, spanduk, iklan di media cetak, tv maupun radio.

2. Promosi Penjualan

Agar pelanggan tertarik membeli produk atau jasa yang ditawarkan maka perlu dilakukan promosi yang menarik seperti pemberian harga khusus atau diskon untuk produk tertentu, memberikan undian kepada pembeli yang membeli dalam jumlah tertentu atau memberikan cinderamata kepada pembeli.

3. Publisitas

Publisitas adalah kegiatan promosi untuk memancing pelanggan melalui kegiatan seperti pameran dan bakti sosial. Kegiatan publisitas bertujuan untuk membuat pamer perusahaan baik dimata pelanggannya

4. Penjualan Personal

Presentasi pribadi oleh *salesman* atau *salesgirl* perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan

5. Pemasaran Lansung

Hubungan langsung dengan pelanggan individual yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respons segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng. Bauran promosi inidigunakan untuk mengkomunikasikan kegiatan perusahaan kepada pelanggan. Komunikasi yang efektif dapat mengubah tingkah laku kosumen

3.0.4 *Place*

Tempat adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran. *Place* merujuk pada menyediakan produk tersebut pada sebuah tempat yang nyaman bagi pelanggan. *Place* hampir sama dengan distribusi, penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar pelanggan mudah menjangkau setiap lokasi yang

ada. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Perusahaan sebaiknya memilih tempat yang mudah dijangkau dengan kata lain strategis.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *design thinking* yang berisi mengenai bagaimana proses perancangan website jual beli ternak yang dimulai dengan tahap observasi dan wawancara hingga tahap pengujian dengan usability testing. Sehingga berdasarkan permasalahan yang diteliti, jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif berupa angka-angka dan analisis-analisis menggunakan statistik, sehingga penelitian kuantitatif bertumpu sangat kuat pada pengumpulan data. Data yang dimaksud yaitu berupa angka hasil pengukuran, karena dalam penelitian ini statistik memegang peran sangat penting sebagai alat untuk menganalisis jawaban suatu masalah.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

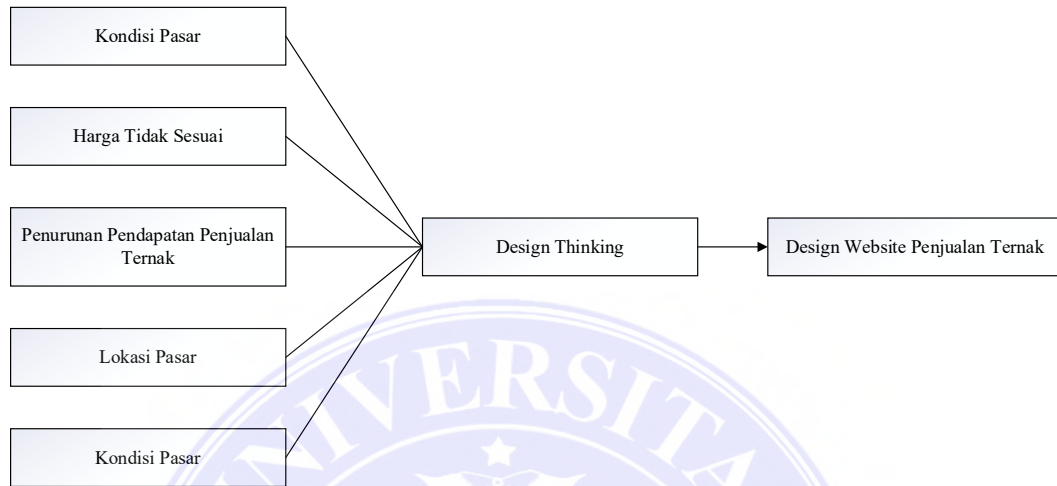
Penelitian ini dilakukan di Desa Laupakam, Kecamatan Mardinding, Kabupaten Karo, Sumatera Utara 22165. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2022 hingga selesai.

3.3 Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini yaitu masyarakat penjual atau pembeli ternak di Desa Laupakam dalam pembuatan aplikasi berbasis website jual beli ternak dengan tujuan meningkatkan penjualan ternak.

3.4 Kerangka Berpikir

Berikut merupakan kerangka berpikir dalam penelitian ini yaitu:



Gambar 3. 1 Kerangka Berpikir

Dalam proses pembuatan aplikasi design website jual beli ternak dibutuhkan aspek atau hal yang mendasari dilakukannya perancangan atau pembuatan design website jual beli ternak. Aspek jual beli menjadi hal utama yang mempengaruhi dilakukan design website dikarenakan, setiap orang atau peternak untuk memasarkan atau menjual ternak mereka harus memang menghadapi problem yang sangat besar pengaruhnya terhadap penjualan ternak yang memicu timbulnya aspek pemerataan harga ternak, lokasi untuk menjual ternak, kondisi pasar yang agak sulit menampung ternak dengan waktu relatif singkat, dan hal yang paling penting yaitu transportasi untuk penjualan ternak yang kurang cepat dan bahkan tidak ada. untuk meningkatkan kepuasan calon pengguna dalam meningkatkan loyalitas pengguna. Pembuatan aplikasi jual beli ternak di Desa Laupakam perlu memperhatikan penjualan atau pembelian ternak. Fenomena penurunan hasil penjualan ternak juga menjadi faktor negatif bagi masyarakat karena dengan

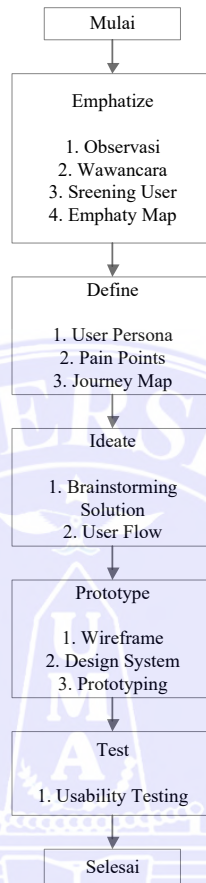
menurunnya hasil penjualan ternak akan mengakibatkan kurangnya pendapatan masyarakat Desa Laupakam

3.5 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini akan melakukan perancangan user interface dan user experience design dengan menggunakan metodologi *design thinking to rapid prototyping* untuk mendapatkan tampilan aplikasi berbasis website pada penjualan dan pembelian ternak dan sesuai dengan kebutuhan pengguna di Desa Laupakam serta mampu menjawab dan menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh pengguna. Metode *design thinking* dikenal sebagai suatu proses berpikir komprehensif yang berkonsentrasi untuk menciptakan solusi yang diawali dengan proses empati terhadap suatu kebutuhan tertentu yang berpusat pada manusia menuju suatu inovasi berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan pengguna (Razi, 2018).

Maka dari itu, untuk mendapatkan UI UX yang sesuai dengan kebutuhan pengguna metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *design thinking to rapid prototyping*. Metode *design thinking* dipilih karena melibatkan dan menempatkan secara langsung calon pengguna sebagai acuan dalam pembuatan rancangan sehingga rancangan yang dibuat sesuai dengan yang diharapkan oleh pengguna. Pengguna dalam penelitian ini dilibatkan untuk pengambilan informasi dengan wawancara, pembuatan *emphaty map*, pembuatan user persona, pembuatan *user journey map*, pemecahan masalah, pembuatan *user flow*, perancangan *wireframe*, perancangan *low-high fidelity*, perancangan *prototype* serta melakukan *testing*. Metode *design thinking* memiliki empat tahapan dan setiap tahapannya ada

poin yang harus dikerjakan. Tahapan dan poin pekerjaan dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 3. 2 Proses Metode Design Thinking

3.5.1 *Emphatize*

Emphatize merupakan tahap pertama dalam proses ini yang berpusat dari perancangan yang berfokus pada pengguna (*user-centric*) dan kerap dikaitkan dengan pendekatan design thinking, dalam tahap ini designer melakukan observasi, wawancara dan kajian audiens guna mendapatkan pemahaman mengenai aktifitas dan karakteristik calon pengguna serta melakukan identifikasi masalah yang dialami oleh calon pengguna (Widiatmoko, 2022). Dibawah ini ada beberapa proses dalam *emphatize* yang harus dikerjakan yaitu:

3.5.1.1 Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan terlebih dahulu secara langsung terhadap sesuatu yang akan diteliti, melalui teknik ini dapat diketahui data sebagai bukti untuk menjawab pokok permasalahan. Menurut (Johnson, 1975) yang dikutip melalui (Hasanah, 2016) bahwa observasi dalam implementasinya tidak hanya berperan sebagai teknik paling awal tetapi juga berperan sebagai teknik paling sering dipakai, seperti observasi partisipan, rancangan penelitian eksperimental dan wawancara. Sehingga, setiap orang dapat melakukan observasi, dari bentuk sederhana sampai tingkatan observasi paling kompleks. Metode observasi yang digunakan pada setiap kegiatan penelitian bervariasi, tergantung pada *setting*, kebutuhan dan tujuan penelitian.

Observasi dilakukan untuk merencanakan perancangan aplikasi penjualan ternak berbasis web dengan menerapkan UI/UX dalam hal membuat *guidelines* agar design UI/UX yang dihasilkan nantinya mampu mengikuti aplikasi e-marketplace pada umumnya sehingga mudah digunakan oleh pengguna.

Suatu proses pengumpulan informasi ini dan analisis hasil dari observasi akan mendapatkan gambaran dari rancangan yang akan dibuat. Kegiatan observasi dilakukan pertama kali 14 juli 2022 dalam melihat aktivitas pengguna saat melakukan penjualan ternak agar dapat melihat masalah yang dialami oleh pengguna, sehingga dapat mempermudah proses yang akan dilalui dalam proses perancangan UI/UX.

3.5.1.2 Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur adalah wawancara yang menggunakan panduan pertanyaan dan pertanyaan dapat berkembang sesuai dengan topik yang dibahas.

List pertanyaan wawancara:

- a. Apakah anda pernah menjual atau membeli ternak?
- b. Apa saja kendala yang anda alami saat menjual atau membeli ternak?
- c. Bagaimana anda melakukan penjualan dan pembelian ternak?
- d. Apakah anda tau mengenai website penjualan online?
- e. Pernah tidak anda membeli suatu produk di platform jual beli online?
- f. Lewat aplikasi atau website apa saja anda pernah membeli produk secara online?
- g. Produk apa saja yang pernah anda beli melalui jual beli online
- h. Apa keuntungan yang anda dapatkan Ketika melakukan pembelian produk melalui jual beli online (*e-marketplace*)
- i. Kekurangan dan kelebihan apa yang pernah anda alami saat melakukan pembelian produk secara online (*e-marketplace*)
- j. Apakah menurut kamu jual beli online (*e-marketplace*) sangat membantu aktivitas kamu?

3.5.1.3 Penentuan Pengguna (*Screening Users*)

Pada tahap pertama yang dilakukan merupakan suatu proses untuk menganalisis desain UI UX pada tampilan aplikasi penjualan ternak sehingga aplikasi sesuai dengan yang diinginkan oleh pengguna untuk digunakan. Analisis yang dilakukan adalah melihat pasar sekitar yang berkembang dan aktivitas jual beli ternak yang biasanya dilakukan oleh penjual dan pembeli ternak di Desa Laupakam, sehingga penelitian ini dilakukan untuk membuat perancangan aplikasi jual beli ternak dalam hal peningkatan penjualan ternak. Selanjutnya menentukan partisipan yang pernah melakukan jual beli secara online hingga orang yang pernah menjual dan membeli ternak baik secara online maupun offline. Kriteria responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 3. 1 Kriteria Partisipan

Tipe Responden	Keterangan
<i>Demographics</i>	1. Berusia 17-45 Tahun 2. Laki-laki dan perempuan
<i>Geographics</i>	Tinggal di Desa Laupakam
<i>Psychographics</i>	Pengguna Smartphone
<i>Behaviour</i>	1. Pernah melakukan jual beli online 2. Penjual atau pembeli ternak

3.5.1.4 *Emphaty Map*

Saat membuat suatu produk atau aplikasi baru, cara terbaik untuk memulainya adalah dengan mengenali masalahnya. Untuk memecahkan masalah, sangat penting untuk memahami karena akan berurusan dengan pembuatan aplikasi berbasis website jual beli ternak. Adapun penelitian ini dilakukan diawali dengan

tahap sebelumnya yaitu wawancara. Selain bisa mengetahui pengalaman pengguna, media ini mampu mendorong responden untuk berbagi atau *sharing* pada saat wawancara tersebut (Bella J, 2022). Menurut (Bratsberg, 2012) *emphaty map* merupakan pendekatan yang berpusat pada pengguna yang berfokus untuk memahami individu dengan melihat dunia melalui pengguna. *Emphaty map* memiliki 4 bagian pengerjaan yaitu *says, does, feel, dan think* (Bella J, 2022). Kriteria responden pengguna yang pernah membeli atau menjual ternak dengan range umur 17-45 tahun, dengan jumlah responden sebanyak 20-30 orang dan responden tersebut akan dikelompokkan menjadi 5 kelompok sesuai dengan jenis ternak yang dijual atau dibeli. Dari hasil pembagian kelompok tersebut hanya akan diambil sebanyak 2 responden dari setiap kelompoknya untuk diproses dalam pembuatan *emphaty map*. Peneliti selanjutnya menyelesaikan empat bagian pada *emphaty map* yaitu *says, does, feel dan think* untuk pemetaan masalah agar peneliti mengetahui kebutuhan seperti apa yang dirancang nantinya.

3.5.2 *Define*

Define merupakan proses membangun ide dan gagasan sebagai landasan dalam perancangan purwarupa yang akan dibuat. Proses ini merupakan transisi dari masalah yang telah dirumuskan menuju kepada penyelesaian masalah pengguna (Widiatmoko, 2022). Dibawah ini ada beberapa proses dalam *define* yang harus dikerjakan yaitu:

3.5.2.1 *User Persona*

User persona digunakan untuk melihat gambaran dari calon pengguna nantinya. *Persona* berisikan profil dari calon pengguna yang dijadikan sebagai dasar dari rancangan tampilan atau purwarupa sehingga tampilan sesuai dengan

kebutuhan pengguna dan pengguna dapat dengan mudah menggunakannya. *User persona* dilakukan pada setiap calon pengguna yang telah memenuhi kriteria partisipan pada tabel. Dipilihnya 2 user persona dari partisipan karena mereka adalah gambaran secara kompleks dari calon pengguna sehingga aplikasi jual beli ternak dapat diterima dan digunakan oleh pengguna.

3.5.2.2 Pain point

Setiap produk dibuat untuk menjawab dan menyelesaikan *pain points* serta memudahkan kebutuhan pengguna. Pain point merupakan masalah spesifik yang dialami oleh calon pelanggan dari berbagai aspek. Secara sederhana *pain point* merupakan segala kesulitan yang mereka hadapi. Tujuan dari pain point ini adalah untuk meminimalisasi kesulitan pengguna yang akan meningkatkan kepuasan mereka saat menggunakan aplikasi dan meningkatkan kesuksesan proses bisnis (Fahrudin, 2021).

Untuk meningkatkan user interface dan user experience pada aplikasi jual beli ternak perlu dilakukan identifikasi user terlebih dahulu, berikut ini pain point yang didapat saat wawancara yaitu:

3.5.3 Ideate

3.5.3.1 Brainstorming Solution

Tahap ini merupakan proses pengumpulan ide melalui *brainstorming* dengan tujuan untuk mendapatkan ide-ide setelah penyelesaian masalah. Proses brainstorming dilakukan dengan menuliskan semua ide dalam *sticky notes* menggunakan miro. Jumlah ide tidak dibatasi, namun terfokus untuk menyelesaikan masalah yang dialami oleh pengguna. Setelah mendapatkan hasil

dari *brainstorming*, selanjutnya ide yang didapatkan disaring berdasarkan kesamaan ide yang muncul dalam proses *brainstorming*. Setelah ide-ide tersebut disaring, kemudian akan diolah dan diurutkan Kembali berdasarkan aspek pengembangan website jual beli ternak.

3.5.3.2 *User flow*

User flow merupakan langkah atau proses user saat menggunakan produk atau aplikasi berbasis website jual beli ternak untuk menyelesaikan suatu masalah. Pada penelitian terdapat beberapa *user flow* yang akan dibuat seperti bagaimana pengguna membeli ternak.

3.5.4 *Prototype*

3.5.4.1 *Wireframe*

Wireframe adalah sebuah kerangka untuk menata suatu item di halaman website atau aplikasi berbasis *mobile app*. *Wireframe* diartikan sebagai kerangka gambar. Merancang sebuah *wireframe* berarti merencanakan kerangka garis besar sebuah aplikasi (Fahrudin, 2021). *Wireframe* dibagi menjadi dua bagian yaitu *low-fidelity* dan *high-fidelity*, dibawah ini merupakan penjelasan mengenai *low-fidelity* dan *high-fidelity* yaitu:

a) *Low-fidelity*

Low-fidelity merupakan representasi visual yang paling dasar. Desain *wireframe low-fidelity* digunakan sebagai titik awal proses desain *wireframe*. *Wireframe low-fidelity* sering juga disebut sebagai desain kasar yang dibuat tanpa ukuran, tanpa warna dan akurasi *pixel*. Jadi, dapat

disimpulkan bahwa rancangan *wireframe* ini merupakan desain yang paling sederhana dan tidak terinci.

b) *High-fidelity*

Wireframe high-fidelity merupakan tipe rancangan *wireframe* yang memiliki detail desain paling baik dibandingkan dengan *low-fidelity*. Tipe *wireframe* ini didesain dengan layout *pixel-specific*. *Wireframe high-fidelity* dibuat Ketika konsepnya benar-benar matang dan sudah siap untuk pengerjaan bagian yang lebih rumit.

3.5.4.2 *Design system*

Pembuatan *design system* dilakukan peneliti untuk menjaga konsistensi tiap elemen visual yang dibuat setelah perancangan *wireframe*. Pemilihan warna utama disesuaikan dengan branding peternakan yaitu warna hijau. Selain dari penentuan warna, *design system* juga dirancang untuk menentukan dan membuat *typography* (gaya tulisan), *spacing* (tata letak desain), *iconography* (gambar atau ikon), dan juga *buttons* (tombol).

3.5.4.3 *Prototyping*

Setelah seluruh perancangan desain solusi yang telah dibuat sebelumnya, berupa *wireframe* dan *design system*, selanjutnya dibuat *prototype* yang interaktif. Software yang mendukung dalam pembuatan *prototype website* jual beli ternak adalah figma. *Prototype* dilakukan untuk mengarahkan tombol-tombol yang didesain ke halaman-halaman yang diinginkan.

3.5.5 *Testing*

3.5.5.1 *Usability Testing*

Setelah keseluruhan desain dibuat, maka tahap selanjutnya yaitu melakukan pengujian dengan *usability testing*. Responden akan melakukan beberapa tugas atau pekerjaan yang sudah dibuat untuk beberapa *screenflow* pada halaman desain yang telah dibuat. Partisipan yang mengikuti tugas ini disesuaikan pada tabel yang berisi tentang kriteria responden. Berikut tabel dibawah ini adalah data responden secara detail yang menguji dalam *usability testing*.

a. **Identifikasi tugas pengguna dalam *usability testing***

Tahap ini merupakan tahapan dimana pengguna melaksanakan tugas yang telah diberikan, hal tersebut diberikan untuk menguji tiga aspek keseluruhan dalam *usability testing* yaitu efektifitas, efesiensi dan kepuasan pengguna.

b. **Aspek efektifitas**

Aspek pertama dalam *usability testing* adalah aspek efektifitas. Dalam pengujian aspek efektifitas tersebut penilaian akan diambil dari keberhasilan pengguna dalam menyelesaikan tugas yang sudah dibuat sesuai dengan *screenflow* pada desain website jual beli ternak. Kategori tugas yang berhasil jika pengguna mampu menyelesaikan tugas sampai akhir. Untuk sebagian tugas yang berhasil jika pengguna melakukan kesalahan dipertengahan tugas yang telah diberika sedangkan untuk tugas yang gagal jika pengguna gagal melakukan tugas hingga akhir. Berikut ini rumus yang digunakan untuk menguji aspek efektifitas dalam *usability testing*.

$$\text{Rumus} = \frac{\{B + (SB \times 0.5)\}}{\text{Jumlah Task} \times \text{Jumlah Pengguna}} \times 100\%$$

Keterangan:

B = Tugas Berhasil

SB = Tugas Sebagian Berhasil

G = Tugas Gagal

c. Aspek efisiensi

Aspek efisiensi diukur melalui melalui waktu dalam satuan detik atau menit yang diperlukan oleh responden untuk menyelesaikan tugas hingga akhir atau sukses. Penyelesaian sebuah tugas akan dicatat dari responden memulai mengerjakan hingga partisipan menyelesaikan tugas.

$$\text{Overall relative efficiency} = \frac{\sum_{j=1}^R \sum_{i=1}^R n_{ij} t_{ij}}{\sum_{j=1}^R \sum_{i=1}^R t_{ij}}$$

Keterangan:

N = Jumlah total tugas

R = Jumlah user

n_{ij} = Hasil tugas i oleh pengguna j; jika pengguna berhasil menyelesaikan tugas, maka $n_{ij} = 1$, jika tidak = 0, maka $n_{ij} = 0$

t_{ij} = waktu yang digunakan oleh pengguna j untuk menyelesaikan tugas i. Jika tugas terselesaikan, maka waktu diukur hingga saat pengguna menyerah untuk menyelesaikan tugas.

d. Aspek kepuasan pengguna

Aspek yang terakhir adalah aspek kepuasan pengguna. Pada aspek ini diukur menggunakan kuesioner USE yang meliputi empat aspek yaitu *usefulness*,

ease of use, ease of learn, dan satisfaction. Kuesioner USE tersebut mempunyai 30 total pertanyaan. Pengukuran dilakukan menggunakan 5 poin skala likert.

Tabel 3. 2 Kriteria Pengukuran Skala Likert

Skor	Kriteria Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Tabel 3. 3 Kuesioner *USE Question*

No.	Kategori
	<i>Usefulness</i>
1	Website jual beli ternak ini membantu saya lebih efektif
2	Website jual beli ternak ini membantu saya menjadi lebih produktif
3	Website jual beli ternak sangat bermanfaat
4	Website jual beli ternak sangat berguna terhadap tugas yang saya lakukan
5	Website jual beli ternak membuat hal-hal yang ingin saya capai menjadi lebih mudah dilakukan
6	Website jual beli ternak menghemat waktu saya ketika menggunakannya
7	Website jual beli ternak sesuai dengan kebutuhan saya
8	Website jual beli ternak bekerja/beroperasi sesuai apa yang saya harapkan
	<i>Easy Of Use</i>
9	Website jual beli ternak mudah digunakan
10	Website jual beli ternak praktis digunakan
11	Website jual beli ternak mudah dipahami oleh pengguna
12	Langkah-langkah pengoperasian website jual beli ternak sangat praktis
13	Website jual beli ternak dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna

Tabel 3. 4 Kuesioner *USE Question* (Lanjutan)

No.	Kategori
	<i>Usefulness</i>
14	Tidak kesulitan saat menggunakan website jual beli ternak
15	Website jual beli ternak dapat digunakan tanpa intruksi tertulis
16	Saya tidak melihat adanya ketidakkonsistenan selama saya menggunakan website jual beli ternak
17	Pengguna yang jarang atau rutin menggunakannya akan menyukai website jual beli ternak
18	Saya dapat dengan mudah kembali dari kesalahan saat menggunakan website jual beli ternak
19	Saya dapat menggunakan website jual beli ternak dengan berhasil setiap kali menggunakannya
	<i>Ease Of Learning</i>
20	Saya belajar menggunakan website jual beli ternak dengan cepat
21	Saya mudah mengingat bagaimana cara menggunakan website jual beli ternak
22	Website jual beli ternak mudah untuk dipelajari cara penggunaannya
23	Saya cepat menjadi terampil saat menggunakan website jual beli ternak
	<i>Satisfaction</i>
24	Saya puas dengan website jual beli ternak
25	Saya akan merekomendasikan website jual beli ternak kepada orang lain
26	Website jual beli ternak menyenangkan untuk digunakan
27	Website jual beli ternak bekerja seperti yang saya inginkan
28	Website jual beli ternak sangat bagus
29	Saya merasa harus memiliki dan menggunakan website jual beli ternak
30	Website jual beli ternak nyaman untuk digunakan

e. *Usability Design Solution*

Aspek *usability* tersebut akan diambil rata-ratanya untuk melihat hasil dan tingkat *usability testing* yang didapat. Dengan ini, nilai *usability* desain solusi dari website jual beli ternak dapat dihitung dengan rumus dibawah ini:

$$\text{Overall relative efficiency} = \frac{\text{efektifitas} + \text{efisiensi} + \text{kepuasan}}{3}$$

3.5.5.2 User Experience Questionnaire (UEQ)

User Experience Questionnaire (UEQ) merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna, dimana UEQ mampu memberikan gambaran dari aspek usability hingga *user experience*. Tujuan menggunakan UEQ sebagai tools dalam *usability testing* adalah untuk memungkinkan penilaian cepat yang dilakukan oleh user yang mencakup kesan komprehensif yang lebih disukai dari pengguna. Itu harus memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan perasaan, kesan dan sikap yang muncul saat memakai produk di bawah investigasi dengan cara yang sangat sederhana dan langsung.

Penerapan UEQ biasanya dibutuhkan waktu selama 3 – 5 menit untuk membaca dan menyelesaikan kuesioner. Analisis data juga dapat dilakukan cukup efisien dengan menggunakan Excel-sheet yang telah disediakan. Keunggulan lainnya dari UEQ adalah dapat diakses secara gratis (<http://www.ueq-online.org/>). Versi asli dari UEQ dirancang dalam bahasa Jerman, namun telah diterjemahkan ke dalam beberapa bahasa, salah satunya Bahasa Indonesia. *User Experience Questionnaire* (UEQ) mencakup 6 (enam) aspek dengan total 26 butir pernyataan. Masing-masing aspek tersebut adalah:

1. Daya Tarik (*attractiveness*) Seberapa menarik suatu produk secara persepsi keseluruhan. Item ukuran: annoying/enjoyable, good/bad,

unlikable/pleasing, unpleasant/pleasant, attractive/ unattractive, friendly/unfriendly.

2. Efisiensi (*efficiency*)

Seberapa cepat pengguna dapat menyelesaikan tugas. Item ukuran: fast/slow, inefficient/efficient, impractical/practical, organized/cluttered.

3. Kejelasan (*perspicuity*)

Seberapa mudah suatu produk dapat digunakan. Item ukuran: not understandable/ understandable, easy to learn/difficult to learn, complicated/ easy, clear/confusing.

4. Ketepatan (*dependability*)

Apakah interaksi dapat dikendalikan oleh pengguna? Item ukuran: unpredictable/predictable, obstructive/ supportive, secure not secure, meets expectations/does not meet expectations.

5. Stimulasi (*stimulation*)

Seberapa baik suatu produk untuk memotivasi pengguna. Item ukuran: valuable/inferior, boring/exiting, not interesting/interesting, motivating/demotivating.

6. Kebaruan (*novelty*)

Seberapa inovatif suatu produk. Item ukuran: creative/dull, inventive/conventional, usual leading edge, conservative/innovative

Berikut ini daftar pertanyaan user experience questionnari (UEQ) yang akan digunakan sebagai pengujian kedua dalam penelitian ini yaitu:

	1	2	3	4	5	6	7		
menyusahkan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menyenangkan	1
tak dapat dipahami	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat dipahami	2
kreatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	monoton	3
mudah dipelajari	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sulit dipelajari	4
bermanfaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	kurang bermanfaat	5
membosankan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	mengasyikkan	6
tidak menarik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menarik	7
tak dapat diprediksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat diprediksi	8
cepat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	lambat	9
berdaya cipta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	konvensional	10
menghalangi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	mendukung	11
baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	buruk	12
rumit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sederhana	13
tidak disukai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menggembirakan	14
lazim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	terdepan	15
tidak nyaman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	nyaman	16
aman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak aman	17
memotivasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak memotivasi	18
memenuhi ekspektasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak memenuhi ekspektasi	19
tidak efisien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	efisien	20
jelas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	membingungkan	21
tidak praktis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	praktis	22
terorganisasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	berantakan	23
atraktif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak atraktif	24
ramah pengguna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak ramah pengguna	25
konservatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	inovatif	26

Gambar 3.1 kuesioner UEQ

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil perancangan user interface dan user experience website jual beli ternak maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil dari penelitian ini adalah desain UI/UX website jual beli ternak, dalam bentuk prototipe yang dapat memudahkan masyarakat desa laupakam dalam menjalankan bisnis jual beli ternak yang diinginkan melalui fitur-fitur yang tersedia sehingga siap diterapkan kedalam bentuk website yang sebenarnya dengan kelebihan-kelebihan yang dimiliki sebagai berikut :
 - a. Cara login yang mudah, cukup dengan mendaftarkan
 - b. Fitur pemesanan memungkinkan pengguna untuk mempermudah dalam memesan ternak yang diinginkan
 - c. Adanya fitur trend informasi harga pasar untuk meningkatkan kepercayaan antara pembeli dengan penjual dalam melakukan transaksi.
 - d. Penggunaan warna yang menarik, serta layout yang mudah dipahami, didukung dengan adanya halaman petunjuk penggunaan website jual beli ternak untuk membantu dalam menggunakan aplikasi
2. Hasil penelitian dengan pengujian usability testing menunjukkan bahwa Pada hasil evaluasi desain dengan usability testing mendapatkan hasil sebesar 79,23%. Hasil rincian usability testing tersebut terdapat aspek efektifitas sebesar 83,76%, aspek efisiensi sebesar 80,65%, dan rata-rata aspek kepuasan sebesar 73,28%. Sedangkan hasil evaluasi *User Experience*

Questionnaire (UEQ) pada perancangan user experience website jual beli ternak mendapatkan nilai positif dan mendapatkan kategori *above average* pada aspek attractiveness dan perspicuity, efficiency, dependability, stimulation dan novelty.

3. Bauran pemasaran yang diterapkan menghasilkan produk berupa aplikasi penjualan ternak (TernakId) dengan promosi menggunakan media offline dan online. Dengan demikian akan memudahkan pembeli untuk membeli ternak secara online

5.2 Saran

Perancangan user interface dan user experience website jual beli ternak yang dilakukan oleh penulis masih jauh dari kata sempurna, dan tentunya banyak kekurangan baik yang tidak disengaja ataupun karena keterbatasan yang dimiliki. Oleh karena itu rancangan perlu dikembangkan lebih lanjut, agar desain user interface dan experience yang dibuat dapat diimplementasikan dengan baik, ke dalam bentuk website jual beli ternak yang sebenarnya. Maka adapun beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Dalam merancang desain user interface perancang harus selalu mempertimbangkan user experience dari rancangan yang dihasilkan, agar system yang dibuat dapat berjalan sesuai dengan tujuan perancangan.
2. Perancangan yang dilakukan sebaiknya selalu berdasarkan kepada prinsip-prinsip perancangan UI dan UX, prinsip kerja desain, prinsip layout dan desain aplikasi.

3. Dapat dilakukan pengujian usability kembali dengan partisipan yang lebih banyak dari pengujian ini yang hanya dengan 100 partisipan. Dengan banyaknya partisipan akan lebih mendapatkan hasil yang lebih luas dan lebih banyak saran dan kekurangan yang ditemukan
4. Pada penelitian selanjutnya agar juga dapat dikembangkan pada perancangan user experience. Agar setiap halaman yang digunakan oleh pengguna memiliki nilai user experience yang baik



DAFTAR PUSTAKA

- Aria Ar Razi, I. R. (2018). Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan UI/UX Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan dan Temuan Barang Tercecer. *Demandia*, 76.
- Aryun Nadaa Aniesiyah, H. T.-Z. (2018). Perancangan User Experience Aplikasi Pelaporan Keluhan Masyarakat Menggunakan Metode Human-Centered Design. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 5504.
- Bella J, G. R. (2022). Perancangan UX dan UIaplikasi KulurKilir dengan pendekatan Metode design thinking. *MDP STUDENT CONFERENCE (MSC)* (p. 401). Palembang: Universitas Multi Data Palembang.
- Bernadheta Tyas Puspa Ningrum, R. M. (2017). Perancangan dan Pembuatan Website E-Marketplace Untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan Rambu Dusun Brajan. *AMIKOM Yogyakarta*, 2.
- BPS. (2020). *Peternakan Dalam Angka 2020*. Jakarta: BPS - Statistics Indonesia.
- Danang Tri Widiatmoko, B. S. (2022). Perancangan UI/UX Purwarupa Aplikasi Penentu Kualitas Benih Bunga Berbasis Mobile Menggunakan Metode Design Thinking (Studi Kasus PT Selektani). *AITI: Jurnal Teknologi Informasi*, 123.
- Dara Adhelia Rusanty, H. T. (2019). Perancangan User Experience Aplikasi Mobile Lelenesia (Marketplace Penjualan Lele) Menggunakan Metode Design

- Thinking. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 10485.
- Fauzi, A. H. (2019). Konsep Design Thinking pada Lembaga Bimbingan Belajar .
Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi, 37-45.
- Hasanah, H. (2016). Teknik-Teknik Observasi. *Jurnal at-Taqaddum*, 23.
- Hasugian, P. S. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi dan Informasi. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara*, 83.
- J. Brodny, J. K. (2017). The Design Thinking Method And ITS Stages. *Systemy Wspomagania W Inzynierii Produkcji* , 249-251.
- Joo, H. (2017). Understanding of UI and UX, and Understanding of Design According to User Interface Change. *International Journal of Applied Engineering Research*, 9931.
- Muhammad Fadhil, U. A. (2022). UI/UX Design Of Android-Based "Salur" Application Using User-Centered Design Method. *e-Proceeding Of Engineering*, 1239.
- Rifqi Fahrudin, R. I. (2021). Perancangan Aplikasi "Nugas" Menggunakan Metode Design Thinking dan Agile Development. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan*, 39.

Lampiran 1

Tabel.1 Rekapitulasi Pengujian Aspek Efektivitas

Partisipan	Tugas														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
P1	B	B	B	SB	B	B	SB	B	SB	B	B	B	SB	B	SB
P2	B	SB	B	SB	B	B	B	B	B	SB	SB	B	B	B	B
P3	B	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	SB	B	B	B	B
P4	B	SB	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	SB
P5	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P6	B	B	B	SB	B	B	B	B	SB	B	SB	B	B	B	SB
P7	SB	B	SB	B	B	B	SB	B	B	B	SB	B	B	SB	B
P8	SB	B	B	SB	SB	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	B
P9	B	B	B	B	B	B	SB	B	SB	B	B	B	B	SB	B
P10	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	SB
P11	SB	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	SB	B	B
P12	B	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	SB	B	B	B	B
P13	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	B	SB
P14	B	B	SB	B	SB	B	B	SB	B	B	B	SB	B	B	B
P15	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	B	SB
P16	B	B	SB	B	SB	B	B	B	SB	B	SB	SB	B	B	B
P17	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P18	B	B	SB	B	B	SB	B	B	B	SB	B	B	B	B	B
P19	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B

Tabel.1 Rekapitulasi Pengujian Aspek Efektivitas (Lanjutan)

Partisipan	Tugas														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
P20	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	SB	B	B	SB	SB
P21	B	SB	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	SB	B	B	B
P22	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P23	B	B	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	B
P24	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	SB
P25	B	SB	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	SB	SB	B	B
P26	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	B	B	SB	B
P27	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	B	B	B
P28	B	B	B	SB	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	SB
P29	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P30	B	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	SB	B	B
P31	B	SB	B	B	B	B	B	B	SB	B	SB	B	B	SB	SB
P32	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	B
P33	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	B	B
P34	B	B	SB	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P35	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	SB	SB	B	SB	B
P36	B	B	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	SB
P37	B	B	B	B	SB	B	B	B	SB	B	B	B	SB	B	SB
P38	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P39	B	B	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	SB	B	B	B
P40	SB	B	SB	SB	B	SB	B	SB	B	B	B	B	SB	SB	SB
P41	B	B	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	B

Tabel.1 Rekapitulasi Pengujian Aspek Efektivitas (Lanjutan)

Partisipan	Tugas														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
P42	SB	B	B	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B
P43	B	B	B	SB	B	SB	B	B	B	B	B	SB	B	SB	B
P44	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P45	B	SB	B	SB	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	SB	SB
P46	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P47	B	SB	B	SB	B	B	SB	SB	B	SB	SB	SB	SB	SB	SB
P48	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P49	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	SB	B	B	SB	B	SB
P50	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P51	SB	B	B	B	B	SB	B	B	SB	B	SB	B	SB	SB	B
P52	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P53	B	B	B	SB	B	B	SB	B	B	B	B	SB	B	B	B
P54	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	SB	B
P55	SB	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	SB
P56	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P57	B	SB	B	B	B	SB	B	SB	SB	B	B	B	B	B	B
P58	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	SB
P59	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P60	B	SB	B	SB	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	SB	B
P61	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P62	B	B	SB	B	B	B	B	B	SB	B	SB	B	B	B	B
P63	B	B	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	B

Tabel.1 Rekapitulasi Pengujian Aspek Efektivitas (Lanjutan)

Partisipan	Tugas														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
P63	B	B	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	B
P64	B	B	SB	B	SB	B	B	B	B	B	SB	B	SB	B	SB
P65	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P66	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	B	SB
P67	B	B	B	SB	B	B	B	SB	B	SB	B	B	SB	B	B
P68	B	B	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	SB	B	B	B
P69	SB	B	SB	B	B	B	B	SB	SB	B	B	SB	SB	B	SB
P70	B	B	B	SB	SB	B	B	B	B	B	B	SB	SB	B	SB
P71	SB	B	SB	B	B	B	SB	B	B	B	SB	B	B	B	SB
P72	B	B	SB	B	B	SB	B	B	B	SB	B	B	B	SB	SB
P73	SB	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P74	B	SB	B	SB	B	B	SB	B	B	SB	B	SB	B	B	SB
P75	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P76	B	B	B	B	B	SB	B	B	SB	SB	SB	SB	B	B	B
P77	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	SB	SB	B
P78	B	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	SB	B	B	SB	SB
P79	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P82	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	SB	B	SB	B	B	B
P83	B	SB	SB	B	B	SB	B	SB	SB	B	B	SB	SB	B	B
P84	B	B	SB	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	SB
P85	B	SB	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	SB	SB	B

Tabel.1 Rekapitulasi Pengujian Aspek Efektivitas (Lanjutan)

Partisipan	Tugas														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
P86	B	SB	B	SB	B	B	SB	B	B	B	SB	B	B	B	B
P87	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P88	SB	SB	B	SB	B	SB	B	SB	SB	SB	B	B	B	B	B
P89	B	B	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	SB	B	SB	B
P90	SB	B	B	B	SB	B	B	B	SB	B	SB	B	B	B	SB
P91	SB	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
P92	B	B	B	SB	B	SB	B	SB	SB	B	B	SB	B	B	B
P93	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	B
P94	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	B	B	SB	B	B	B
P95	SB	B	B	B	SB	B	SB	B	B	B	SB	B	B	SB	B
P96	B	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	B
P97	B	B	B	B	SB	SB	B	B	B	B	SB	B	SB	SB	B
P98	B	B	B	B	B	B	B	SB	B	B	B	B	B	B	B
P99	B	B	SB	B	B	B	B	B	SB	B	B	SB	B	B	B
P100	B	SB	B	B	SB	B	B	SB	B	SB	B	SB	B	B	B

Lampiran 2

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Pencatatan Waktu Penyelesaian Tugas

Partisipan	Tugas														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
P1	46	139	129	66	31	312	187	188	40	35	101	22	13	334	221
P2	44	137	127	65	33	331	187	184	54	45	110	21	10	323	221
P3	34	146	126	69	41	345	167	178	44	34	109	20	18	322	212
P4	33	142	128	67	49	341	178	173	46	37	93	33	17	331	129
P5	37	131	133	61	28	333	173	183	57	43	95	31	20	332	219
P6	29	141	132	60	22	317	171	176	56	54	96	30	12	338	228
P7	43	129	129	55	33	319	188	174	53	41	91	27	22	339	216
P8	47	136	128	59	31	322	191	219	60	37	92	25	21	338	227
P9	44	138	129	67	45	321	156	209	52	46	103	23	20	331	222
P10	29	129	133	65	32	329	178	218	56	53	104	24	21	341	230
P11	30	144	131	66	29	321	157	188	35	34	108	21	18	343	221
P12	31	142	137	69	49	327	167	184	45	33	98	28	19	344	240
P13	31	143	135	77	33	329	189	178	34	39	93	29	10	321	246
P14	36	147	135	78	37	322	191	199	56	45	95	21	22	331	231
P15	45	148	138	69	43	328	182	198	51	47	99	21	22	339	249
P16	44	144	134	81	37	333	174	192	68	54	93	20	29	332	235
P17	50	149	133	66	48	312	177	190	56	30	90	19	21	321	237
P18	61	139	132	88	47	321	164	221	58	38	91	18	20	311	231
P19	33	150	132	67	43	333	169	212	53	47	93	21	21	317	233
P20	37	156	133	78	49	346	187	210	54	57	109	20	27	319	238
P21	35	136	130	77	34	320	167	211	52	35	110	26	16	310	212

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Pencatatan Waktu Penyelesaian Tugas (Lanjutan)

Partisipan	Tugas														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
P22	34	155	129	71	39	341	189	219	56	37	104	17	18	312	211
P23	33	144	129	61	49	344	171	211	49	39	102	29	10	311	225
P24	35	150	129	67	41	313	182	220	59	58	104	27	20	312	211
P25	39	143	140	62	31	341	189	200	48	50	102	21	21	318	219
P26	44	143	139	59	40	311	188	210	59	48	100	18	26	318	241
P27	41	143	150	76	39	344	184	218	45	38	90	22	23	319	231
P28	49	149	130	55	41	341	178	211	43	54	92	21	26	329	237
P29	51	139	129	76	40	354	173	218	34	57	95	20	22	322	233
P30	51	140	144	77	39	333	183	180	36	58	91	21	21	321	223
P31	35	140	132	74	39	341	176	188	56	46	98	20	20	333	228
P32	38	140	146	78	41	322	174	190	45	37	99	19	22	322	229
P33	38	144	133	76	45	327	185	191	45	34	90	20	21	321	221
P34	41	144	138	76	44	322	167	196	47	30	92	21	10	345	228
P35	44	142	139	78	41	321	166	219	45	48	102	28	11	312	221
P36	41	141	138	67	40	322	179	218	35	44	109	26	18	310	229
P37	42	145	138	55	33	329	183	215	44	48	105	20	19	322	231
P38	29	146	139	58	36	321	185	190	47	45	104	21	17	341	233
P39	30	141	122	58	31	327	171	192	46	40	110	20	16	339	237
P40	31	132	143	76	28	339	187	199	53	58	95	21	18	331	241
P41	31	129	134	69	30	333	167	189	68	49	94	19	19	337	247
P42	36	129	133	66	31	312	192	187	54	35	93	19	15	329	212
P43	45	133	145	61	41	311	178	189	44	48	90	10	19	322	231
P44	44	137	148	67	44	312	191	199	55	35	92	17	19	328	241

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Pencatatan Waktu Penyelesaian Tugas (Lanjutan)

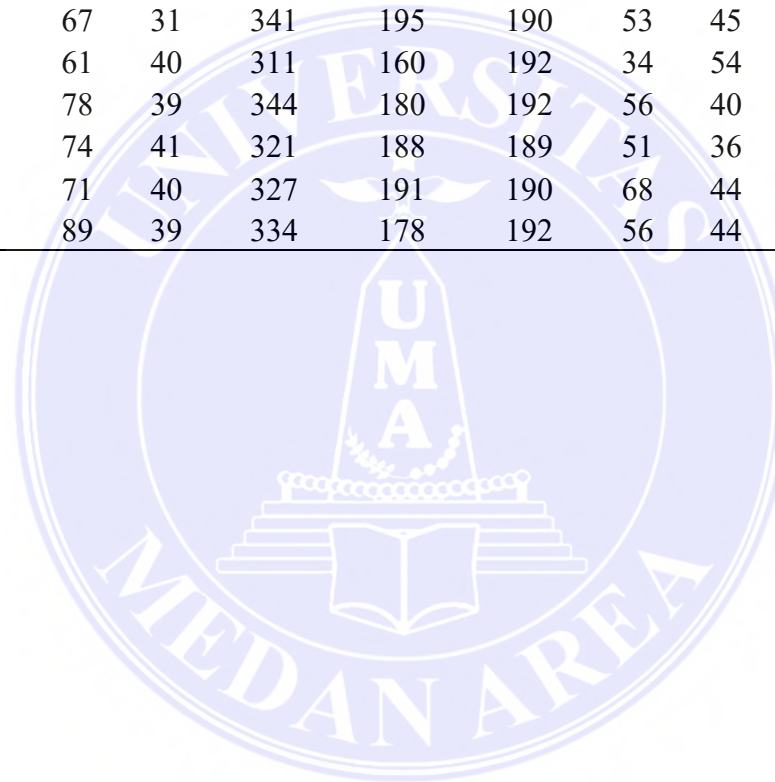
Partisipan	Tugas														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
P45	50	134	134	64	41	322	174	178	46	30	103	18	19	322	239
P46	61	129	133	69	42	328	184	189	46	39	109	17	15	321	241
P47	33	136	147	65	44	326	186	189	43	48	103	29	17	320	248
P48	37	138	134	77	34	345	188	189	59	54	102	21	16	336	248
P49	37	129	154	79	43	335	192	190	67	45	102	20	10	312	251
P50	35	144	133	69	40	340	193	192	48	37	101	22	22	332	244
P51	34	142	133	67	41	321	167	192	58	47	93	21	21	310	255
P52	33	143	126	61	44	321	162	190	50	48	92	20	20	322	211
P53	35	147	128	67	41	334	180	199	47	58	99	22	29	341	261
P54	39	148	133	69	34	331	159	195	59	47	93	21	21	339	233
P55	44	144	132	56	38	331	187	190	43	38	92	20	21	331	231
P56	41	143	129	55	33	335	190	178	45	35	91	21	20	337	251
P57	49	139	128	51	39	341	167	189	55	47	109	20	22	329	233
P58	51	137	130	78	31	344	184	182	57	37	103	21	21	331	246
P59	35	146	129	67	33	334	182	199	45	48	109	20	10	339	211
P60	38	142	144	63	38	357	178	190	56	54	100	21	22	332	245
P61	38	131	132	60	37	354	179	189	55	59	102	20	21	321	244
P62	41	141	146	70	44	341	195	190	45	55	101	21	20	311	231
P63	44	129	133	65	41	344	160	192	45	53	94	16	21	317	231
P64	41	136	138	78	34	312	180	192	64	43	93	18	21	310	229
P65	42	138	139	70	37	329	188	190	46	48	92	19	21	312	220
P66	29	139	138	81	27	327	191	199	33	43	91	20	20	311	211
P67	30	140	138	88	26	339	178	218	56	36	103	21	22	312	241
P68	31	140	139	89	33	336	188	215	34	49	100	22	21	318	233

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Pencatatan Waktu Penyelesaian Tugas (Lanjutan)

Partisipan	Tugas														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
P69	31	140	122	87	41	334	190	190	55	50	98	27	10	318	241
P70	36	144	143	83	33	361	178	192	57	48	94	26	11	319	234
P71	38	144	134	78	39	321	166	199	45	57	93	29	18	323	244
P72	38	142	133	74	44	341	189	199	56	48	99	21	19	322	233
P73	41	141	135	71	41	341	190	192	55	42	94	20	17	331	246
P74	44	145	138	89	37	357	178	190	45	42	90	18	18	332	211
P75	41	129	134	74	44	354	183	222	47	47	108	19	17	310	245
P76	42	129	133	78	41	341	199	212	59	38	108	20	20	312	244
P77	29	133	132	55	34	344	189	217	43	48	102	21	12	311	231
P78	42	137	132	58	37	312	195	178	45	46	90	22	22	312	237
P79	29	134	133	58	27	329	160	178	55	48	93	26	20	332	241
P80	30	129	130	76	37	321	180	189	57	30	104	29	22	310	247
P81	31	136	129	69	44	334	188	178	44	33	106	10	21	341	212
P82	31	138	126	66	41	331	191	183	55	35	109	17	10	331	231
P83	36	129	128	61	34	335	178	176	46	45	100	18	11	337	241
P84	45	144	133	78	37	312	166	178	46	37	102	17	18	329	233
P85	44	142	132	74	27	322	189	178	43	38	98	29	21	322	231
P86	50	143	129	71	33	328	190	189	59	37	99	21	20	310	251
P87	61	147	128	89	37	326	178	190	59	48	109	18	21	322	233
P88	33	148	129	74	43	345	183	192	48	54	102	16	21	341	246
P89	35	144	133	67	37	335	187	192	59	49	105	15	21	339	241
P90	39	143	131	69	48	340	190	190	43	39	98	10	20	331	239
P91	44	139	134	56	47	320	167	199	44	46	94	19	22	322	241
P92	41	136	154	55	43	341	184	192	46	48	92	16	21	321	248

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Pencatatan Waktu Penyelesaian Tugas (Lanjutan)

Partisipan	Tugas														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
P93	49	136	133	51	49	344	182	190	57	54	98	18	10	345	248
P94	51	139	133	78	41	313	178	222	56	37	109	19	13	312	251
P95	35	137	126	67	31	341	195	190	53	45	110	18	10	334	244
P96	38	146	128	61	40	311	160	192	34	54	94	17	18	323	255
P97	38	142	133	78	39	344	180	192	56	40	92	29	17	322	211
P98	41	131	121	74	41	321	188	189	51	36	99	21	20	331	261
P99	44	133	133	71	40	327	191	190	68	44	104	18	12	332	233
P100	41	140	129	89	39	334	178	192	56	44	103	13	22	333	229



Lampiran 3

Tabel 3. Rekapitulasi Kuesioner Pengujian Aspek Kepuasan Pengguna

Kode Partisipan	Parameter Usefulness							Parameter Ease Of Use										Parameter Ease Of Learn				Parameter Satisfaction									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
P1	4	2	2	4	5	5	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	2	5	3	2	2	5	
P2	3	4	3	3	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	
P3	5	4	3	4	3	3	2	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	
P4	4	4	3	2	2	3	3	3	5	5	5	4	4	5	5	5	2	2	5	2	4	4	3	3	4	5	2	4	4	5	
P5	2	2	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	2	3
P6	3	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	5	3	4	4	2	4	4	4	3	5	4	4	3	3	3	3	2	3	4	
P7	5	5	3	3	2	2	5	2	5	3	3	5	5	2	4	5	4	5	4	4	3	2	2	3	5	4	2	5	4	4	
P8	4	4	3	3	2	3	5	4	4	5	4	4	2	4	3	5	5	2	5	3	3	5	5	4	4	4	3	3	3	4	
P9	3	2	2	3	4	3	5	2	4	5	5	5	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	5	2	3	5	2	4	4	
P10	5	2	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	2	5	3	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	
P11	4	2	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	5	3	4	5	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	
P12	5	4	4	5	3	3	5	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	2	4	
P13	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	2	2	4	4	2	2	2	4	4	3	2	2	3	4	4	5	3	
P14	4	4	4	3	2	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	
P15	5	3	4	4	5	5	3	2	3	3	4	2	4	2	4	4	2	3	4	5	2	4	2	4	3	2	4	4	3	4	
P16	4	3	3	4	3	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	3	5	3	5	
P17	4	4	3	3	3	5	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	2	4	2	4	2	2	2	4	2	2	4	4	2	
P18	5	2	3	4	2	3	4	4	4	2	2	3	4	5	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	5	2	4	4	
P19	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	2	4	3	4	4	5	4	2	4	4	3	4	4	2	2	4	
P20	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	4	3	3	5	2	3	5	4	4	3	3	5	2	5	2	4	4	4	

Tabel 3. Rekapitulasi Kuesioner Pengujian Aspek Kepuasan Pengguna (Lanjutan)

Kode Partisipan	Parameter Usefulness							Parameter Ease of Use							Parameter Ease of Learn				Parameter Satisfaction												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
P21	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	5	2	5	3	4	5	4	4	3	2	5	3	4	4	4	4	
P22	5	5	4	3	4	5	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	
P23	4	4	4	5	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	
P24	5	4	4	5	4	4	3	4	3	5	3	5	5	3	4	3	3	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	5	3	3	
P25	4	3	4	4	4	2	2	4	5	5	5	5	5	2	5	4	4	4	2	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4	
P26	5	4	3	3	2	2	3	5	4	4	4	4	5	3	5	2	5	2	5	3	2	4	5	4	4	4	3	3	4	5	2
P27	4	4	3	3	2	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	2	2	5	4	4	5	2	5	3	3	3	5	
P28	2	3	3	4	3	5	5	5	4	5	5	3	3	4	2	4	4	5	4	5	3	3	2	4	4	4	3	2	3	2	
P29	5	2	2	2	3	3	4	5	4	4	4	4	2	2	3	3	3	4	5	4	3	4	5	4	3	3	3	3	4	5	
P30	5	2	3	4	4	2	2	4	3	5	4	4	3	2	2	5	4	4	4	4	2	2	4	4	4	3	3	2	3	4	
P31	4	4	4	4	3	3	3	2	3	5	4	5	2	2	5	4	4	4	2	3	3	5	5	2	4	4	3	5	2	4	
P32	4	2	3	4	2	2	4	4	3	2	5	2	5	2	5	2	2	5	4	4	4	2	4	4	4	4	3	2	2	4	4
P33	4	5	3	3	4	4	3	3	2	4	4	2	4	4	4	5	2	5	5	5	2	5	3	4	2	3	4	2	3	5	
P34	5	4	4	3	3	2	4	3	5	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	2	5	4	2	2	3	3	2	4	4	3	
P35	4	2	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	5	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	2	2	2	
P36	5	3	2	3	2	3	3	5	5	4	4	3	5	3	3	5	4	2	5	2	5	4	4	2	5	2	3	3	3	3	
P37	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	4	3	4	5	5	4	3	5	3	2	3	3	4	4	4	3	5	5	
P38	5	4	5	3	3	3	5	4	3	4	3	5	2	2	5	4	4	4	4	2	5	5	4	2	5	3	2	5	2	3	
P39	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	2	5	3	
P40	4	4	4	3	3	3	3	3	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	5	3	4	5	3	3	5	
P41	3	3	4	5	4	4	4	5	5	5	2	5	2	3	5	4	4	4	4	3	3	5	2	3	5	2	2	5	3	4	
P42	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	2	3	
P43	4	5	2	3	3	2	5	4	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	3	5	3	5	5	

Tabel 3. Rekapitulasi Kuesioner Pengujian Aspek Kepuasan Pengguna (Lanjutan)

Kode Partisipan	Parameter Usefulness							Parameter Ease of Use										Parameter Ease of Learn					Parameter Satisfaction							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
P44	5	4	5	5	3	4	5	4	5	3	2	2	3	4	5	4	4	4	4	4	2	3	3	5	2	2	3	4	5	
P45	5	5	4	4	4	2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	2	5	5	4	4	
P46	5	4	3	5	3	3	5	5	3	4	4	3	3	4	2	4	5	2	5	2	3	5	2	2	2	5	5	4	4	4
P47	4	5	4	5	3	2	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	5	5	3	3	2	3	3	3	2	2	5	4
P48	5	4	4	5	4	5	3	3	4	4	3	3	3	4	4	5	3	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
P49	3	3	4	4	4	3	4	3	5	4	5	3	5	4	5	3	3	3	3	3	5	4	4	5	3	3	3	3	5	5
P50	4	4	5	4	5	3	3	3	4	5	4	4	3	4	3	4	2	3	3	3	5	2	5	5	4	2	4	4	4	4
P51	3	3	5	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4
P52	4	4	5	2	4	4	5	2	3	5	4	4	3	2	4	5	4	2	5	3	3	4	5	5	5	4	4	2	4	5
P53	3	5	5	5	3	4	5	4	3	5	4	5	4	3	5	2	4	4	4	3	4	4	4	5	2	4	3	2	3	5
P54	4	4	2	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	3	5	4	5	3	5	4	3	3	5	4	5	3	3	3	3	5
P55	3	3	2	5	2	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	5
P56	3	4	4	4	2	2	3	3	3	5	5	4	4	2	5	3	2	5	3	4	3	3	3	5	5	3	3	3	5	3
P57	4	4	4	2	2	3	3	3	5	5	3	5	5	3	5	4	4	4	3	5	3	3	4	5	4	4	4	3	2	4
P58	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	2	5	5	2	5	3	2	5	5	3	5	2	5	5	4	4	2	2	2
P59	5	5	5	4	4	3	5	5	3	5	5	5	3	5	4	5	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3
P60	3	2	5	4	4	5	3	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4
P61	4	4	5	3	5	4	5	4	4	2	4	2	5	4	5	4	5	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	5
P62	3	4	5	4	4	4	5	5	3	2	5	4	2	3	5	3	5	4	4	4	3	3	5	5	4	2	3	2	4	4
P63	2	5	4	5	3	3	5	4	5	3	4	3	4	5	3	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4
P64	2	3	3	4	4	3	3	3	5	4	4	4	5	4	2	3	5	4	5	4	4	3	5	3	3	4	4	4	4	2
P65	5	2	2	2	3	3	4	3	5	3	5	5	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4

Tabel 3. Rekapitulasi Kuesioner Pengujian Aspek Kepuasan Pengguna (Lanjutan)

Kode Partisipan	Parameter Usefulness										Parameter Ease of Use								Parameter Ease of Learn				Parameter Satisfaction							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
P66	2	4	4	5	2	2	5	4	3	4	4	4	2	2	5	4	5	2	5	2	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3
P67	5	4	3	3	3	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5
P68	2	4	4	3	3	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	2	4	4	3	3	3	2	2	3	4	
P69	2	2	4	3	3	3	5	5	4	4	3	3	3	2	2	2	3	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	
P70	5	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	2	3	2	3	4	3	3	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	3
P71	4	4	5	2	3	2	4	5	2	3	4	3	3	3	4	4	3	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
P72	4	3	3	3	2	5	4	2	3	3	3	3	4	4	3	2	4	4	5	5	3	4	3	5	3	3	2	2	4	5
P73	3	3	5	4	4	3	3	4	3	4	4	2	4	5	3	5	4	2	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	5	2
P74	5	3	2	4	5	4	5	4	4	2	4	3	4	4	3	2	4	3	3	4	4	3	4	4	5	2	3	4	4	4
P75	3	2	2	3	5	4	4	3	5	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	2	4	3	4	2	3	3	4	4	3
P76	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	3	3	4	2	5	2	3	3	4	4	3
P77	4	4	5	4	2	3	4	5	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	2	2	2	3	3	4	3	3	3	5
P78	4	5	3	3	3	2	2	3	5	4	4	2	4	5	3	3	3	4	4	5	5	2	3	4	3	4	4	3	3	5
P79	4	5	4	2	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	2	4	4	3	4	2	2	5	4	4	2	3	3
P80	5	5	2	2	2	3	5	3	3	5	3	3	3	2	5	2	4	4	4	4	3	3	5	4	3	3	3	2	3	2
P81	5	5	2	2	5	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	3	3	3	4	2
P82	4	5	3	3	3	5	5	4	4	5	4	2	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	2
P83	3	4	4	4	4	4	4	2	5	2	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
P84	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	5	2	2	3	3	3	5
P85	5	5	5	2	5	4	4	3	5	5	3	3	3	3	2	5	3	2	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
P86	5	3	3	2	3	3	5	5	3	4	4	5	4	2	3	5	3	2	4	3	4	5	2	2	2	2	2	4	4	3
P87	4	5	5	3	3	3	4	5	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	5	3	2	2	3	4	3
P88	3	4	2	4	4	4	4	5	3	3	3	4	2	4	3	4	3	3	4	3	2	4	2	5	5	4	4	4	3	2

Tabel 3. Rekapitulasi Kuesioner Pengujian Aspek Kepuasan Pengguna (Lanjutan)

Kode Partisipan	Parameter Usefulness							Parameter Ease of Use										Parameter Ease of Learn					Parameter Satisfaction								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
P89	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	2	2	2	2	2	4	4	3	5	4	3	3	3	2	2	
P90	5	4	3	2	2	3	4	3	4	3	3	3	5	4	3	5	3	2	3	2	3	3	4	2	2	4	4	4	3	2	
P91	4	4	2	3	3	3	3	5	4	4	4	4	2	3	5	3	3	4	5	4	5	3	3	4	4	4	4	2	3	3	
P92	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	3	5	3	4	5	5	4	5	4	3	4	3	4	2	2	3	3	2	2	4	
P93	4	4	4	3	4	4	4	4	5	2	2	3	4	4	4	2	5	3	5	4	3	4	2	4	4	3	4	4	3	2	
P94	4	3	2	3	4	2	4	2	3	4	4	3	2	3	3	5	3	4	4	4	3	3	2	2	2	4	4	4	2	2	4
P95	4	4	3	4	2	4	4	5	2	2	4	3	3	4	2	4	3	5	4	2	4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	
P96	4	4	4	3	3	3	2	4	4	2	2	3	5	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	5	3	4	3	2	5	5
P97	5	5	3	2	4	3	3	2	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	5	5	5
P98	3	3	3	4	5	3	3	2	5	5	5	3	2	2	4	3	5	2	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2	5	
P99	5	5	3	4	4	4	4	2	5	3	4	4	4	5	4	2	4	2	3	2	3	3	4	4	4	5	3	3	4	4	5
P100	4	4	5	4	3	3	4	3	3	2	4	4	2	3	3	4	3	3	2	4	4	2	3	3	4	2	5	3	3	3	
Rata-rata	4,1025							4,673041894										4,7375					4,32								

Lampiran 4

Tabel 4. Rekapitulasi Kuesioner User Experience Questionary

Responden	Item Pertanyaan																									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
R1	6	7	2	1	2	6	6	6	2	3	6	2	5	6	5	5	2	2	2	6	2	6	2	2	2	6
R2	7	7	1	1	1	7	7	7	1	1	7	1	7	7	1	7	1	1	1	7	1	7	1	1	1	1
R3	7	7	2	1	1	5	6	2	2	2	5	1	5	6	6	6	2	3	2	6	3	6	2	3	3	6
R4	6	6	4	2	3	4	4	6	2	3	5	1	7	5	6	6	1	4	1	7	1	6	2	4	3	4
R5	6	3	4	5	2	4	5	5	2	4	5	2	5	5	4	5	2	3	2	6	3	6	2	3	3	4
R6	3	6	2	7	4	4	4	6	2	4	4	4	4	3	4	3	5	5	4	4	2	6	2	4	3	6
R7	7	5	4	5	4	4	5	4	3	3	6	1	6	7	4	7	1	3	1	7	2	6	2	4	1	6
R8	5	6	4	3	3	4	4	6	3	2	4	3	6	4	6	5	1	4	2	5	1	7	3	4	4	5
R9	7	7	1	1	1	5	6	4	1	4	4	1	7	7	7	7	2	4	1	7	2	7	3	1	1	4
R10	6	7	6	6	5	5	5	3	5	6	6	1	7	6	5	6	2	2	2	6	1	7	1	2	1	1
R11	5	5	6	6	2	4	5	3	4	2	5	3	5	5	5	5	1	4	2	5	3	5	6	2	2	6
R12	6	6	4	3	3	5	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5	3	4	2	4	2	4	3	3	3	4
R13	5	4	3	2	3	6	6	5	2	3	5	2	5	5	4	6	2	3	3	6	2	6	4	6	3	4
R14	6	6	2	2	3	6	6	6	2	2	6	4	6	6	3	6	2	3	2	6	2	6	2	2	2	3
R15	7	7	4	1	3	5	7	5	2	4	7	3	7	7	7	7	1	3	1	7	1	7	1	1	4	1
R16	7	7	1	1	1	6	6	4	3	3	6	2	7	7	7	7	1	4	1	5	2	7	1	1	1	7
R17	2	6	3	3	4	3	2	6	6	5	2	7	4	1	5	1	2	6	2	7	3	6	1	4	4	5
R18	5	7	4	2	4	6	6	3	4	3	5	2	5	6	5	7	3	5	3	7	3	6	1	1	3	4
R19	6	7	4	4	2	4	5	6	2	3	5	1	7	6	5	6	2	2	2	6	4	7	1	2	1	6
R20	6	6	2	2	2	6	6	5	2	1	6	2	5	6	7	6	2	3	1	7	2	6	2	2	2	7
R21	6	5	2	4	2	6	6	3	2	1	6	1	5	7	5	6	2	3	1	7	2	6	3	4	2	6

Tabel 4. Rekapitulasi Kuesioner User Experience Questionary (Lanjutan)

Responden	Item Pertanyaan																										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	
R22	7	7	1	1	1	7	7	6	2	2	4	3	5	5	6	6	4	2	3	7	2	6	2	2	2	2	6
R23	7	6	1	1	1	6	6	4	1	6	6	1	7	6	7	6	1	1	2	7	3	6	2	2	2	2	2
R24	5	7	4	1	1	4	5	6	2	6	6	1	7	6	2	6	2	4	4	7	1	7	1	3	1	4	4
R25	5	7	4	2	4	4	4	6	3	4	4	3	6	3	4	5	2	3	2	6	2	6	3	3	3	4	4
R26	6	7	2	2	3	5	4	6	1	2	5	2	6	6	6	6	2	2	1	7	1	6	1	4	1	6	6
R27	6	5	1	3	2	5	6	5	1	2	6	2	4	6	3	6	2	2	2	6	2	6	4	1	1	4	4
R28	3	3	7	7	4	1	1	7	4	4	4	7	1	1	4	4	4	7	7	1	7	4	7	7	4	4	4
R29	7	6	1	1	2	7	6	5	2	2	6	1	7	7	6	7	1	2	4	7	1	4	1	1	1	6	6
R30	3	5	4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4
R31	6	7	3	2	2	6	6	6	2	2	6	2	6	6	6	6	2	2	2	6	2	6	2	2	2	6	6
R32	5	5	4	3	3	5	2	5	3	5	2	2	5	3	5	3	2	2	3	5	2	4	4	3	2	3	3
R33	7	7	1	1	1	4	6	4	1	1	7	1	7	7	7	7	1	1	1	7	1	7	1	1	1	7	7
R34	5	7	1	2	2	5	6	5	2	1	6	1	6	6	6	6	1	4	2	6	3	7	1	2	2	6	6
R35	5	5	4	2	2	5	5	3	2	3	5	2	6	6	4	5	2	3	2	6	6	6	5	3	3	5	5
R36	7	7	1	1	1	7	7	1	1	1	7	1	7	7	7	7	1	1	1	7	1	7	1	1	1	7	7
R37	6	7	2	1	1	6	6	3	1	2	7	1	6	7	5	6	1	3	1	6	1	7	1	2	1	6	6
R38	6	7	2	1	2	6	6	4	2	1	7	1	7	6	5	7	1	1	1	7	1	7	1	1	1	4	4
R39	7	7	2	1	1	6	6	4	1	4	7	1	7	7	4	7	2	3	1	7	1	7	1	1	1	4	4
R40	5	6	4	3	2	6	6	4	3	4	4	2	5	6	5	5	5	3	3	6	2	6	2	3	4	5	5
R41	4	6	4	3	4	4	4	5	3	4	5	3	5	5	3	4	2	4	3	5	2	6	3	4	3	3	3
R42	7	6	2	6	2	6	6	6	2	5	6	2	6	6	6	6	2	2	2	6	2	6	3	2	1	6	6
R43	6	6	3	3	3	5	6	5	2	4	5	2	4	5	6	5	2	3	2	6	2	6	3	2	3	6	6
R44	7	6	1	1	1	7	7	5	1	1	7	1	7	7	6	7	1	2	1	7	1	6	5	2	1	5	5

Tabel 4. Rekapitulasi Kuesioner User Experience Questionary (Lanjutan)

Responden	Item Pertanyaan																										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	
R45	7	7	1	1	1	7	7	1	1	1	7	1	7	7	7	7	1	1	1	7	1	7	1	1	1	1	1
R46	6	6	2	2	2	4	4	4	2	3	5	3	5	6	5	5	2	3	2	6	2	6	2	3	2	5	5
R47	6	6	3	2	3	4	4	3	2	4	5	2	6	6	5	5	2	2	2	6	2	6	1	2	1	5	5
R48	5	5	4	2	2	5	5	3	2	2	3	2	5	5	5	5	2	4	3	4	3	5	3	4	4	6	6
R49	6	6	4	2	2	4	6	4	2	5	5	2	6	6	3	6	2	2	2	7	3	6	5	4	3	3	3
R50	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	3	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	2	4	2	4	2	2
R51	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	6	6	6	6	6	6	6	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R52	7	6	2	6	2	7	7	1	2	1	6	1	7	7	7	7	2	2	1	7	2	6	2	2	2	5	5
R53	5	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	6	6	7	7	7	7	6	7	7	1	6	7	7	7
R54	7	7	2	1	1	7	7	4	3	1	7	1	7	7	6	7	2	1	1	7	1	7	1	3	1	6	6
R55	7	7	1	1	1	7	7	4	1	1	6	1	7	7	6	7	1	1	1	7	1	7	2	1	1	7	7
R56	7	7	2	1	1	6	7	4	2	4	6	1	7	7	4	7	2	1	1	7	1	7	1	1	1	5	5
R57	6	6	5	5	2	6	5	5	2	3	5	3	3	6	5	6	1	3	2	5	3	6	5	3	2	6	6
R58	4	3	4	5	3	4	6	4	3	2	3	4	3	2	3	3	5	4	4	5	3	5	5	3	4	4	4
R59	7	7	1	1	1	7	7	4	1	1	7	1	7	7	4	7	1	1	1	7	1	7	1	1	1	4	4
R60	7	7	3	3	1	6	6	5	1	2	6	1	6	7	6	7	2	1	1	7	2	7	1	1	3	6	6
R61	6	6	3	1	1	6	7	5	2	3	6	1	7	7	1	7	1	1	1	7	1	7	1	2	2	2	2
R62	7	7	4	1	1	5	4	4	3	4	6	1	7	7	4	7	3	4	1	7	1	7	4	4	3	5	5
R63	6	6	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	6	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4
R64	6	6	2	1	1	5	6	6	1	1	5	3	6	6	7	6	2	2	1	6	3	7	2	3	3	7	7
R65	6	7	4	1	4	6	6	7	4	4	6	1	7	7	4	7	3	4	1	7	1	7	1	3	1	5	5
R66	6	6	3	3	3	6	6	5	2	4	4	2	6	4	5	5	2	3	3	6	2	6	3	3	3	4	4

Tabel 4. Rekapitulasi Kuesioner User Experience Questionary (Lanjutan)

Responden	Item Pertanyaan																									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
R67	7	7	2	2	3	5	6	4	4	4	5	2	6	6	4	5	2	3	2	6	2	6	2	3	2	4
R68	5	5	4	7	3	2	2	6	6	3	4	3	6	4	6	4	2	4	1	4	2	6	4	6	4	6
R69	6	6	1	2	3	5	4	4	4	2	4	1	3	3	4	4	2	3	2	4	2	3	3	2	3	4
R70	5	2	3	3	2	5	5	5	2	3	5	3	5	5	3	5	2	4	2	5	3	5	4	3	3	3
R71	6	6	5	1	2	6	6	4	2	3	5	1	6	6	4	6	2	3	2	6	3	6	2	2	2	3
R72	7	7	2	1	1	7	7	3	1	1	7	1	7	7	5	7	1	2	1	7	1	7	1	1	1	7
R73	7	7	3	2	3	6	6	6	2	4	5	1	6	6	4	6	2	4	1	7	2	6	2	2	3	4
R74	7	7	3	1	1	4	4	7	7	7	4	1	5	7	1	7	1	5	1	7	1	7	1	1	1	4
R75	6	6	6	2	2	3	2	5	2	6	4	2	6	4	2	6	3	5	2	3	2	6	6	3	3	4
R76	7	7	1	1	1	7	7	4	1	1	7	1	7	7	7	7	3	4	1	7	1	7	1	1	1	7
R77	5	7	5	5	6	5	5	6	6	4	7	1	6	6	6	6	7	2	1	6	3	5	2	4	3	5
R78	4	7	5	6	6	6	2	7	3	3	5	3	7	6	5	5	2	2	3	6	1	7	1	3	3	4
R79	6	6	3	2	2	5	6	5	5	4	5	2	4	5	2	6	2	2	2	5	5	6	5	2	2	5
R80	6	6	2	2	4	4	6	4	4	2	4	3	4	4	5	4	4	4	2	6	2	4	2	4	4	5
R81	7	6	7	5	7	7	7	7	1	7	7	1	7	6	6	6	1	1	1	4	4	4	1	1	1	4
R82	5	7	3	1	3	5	5	3	1	3	4	4	7	4	5	4	1	3	1	7	1	7	3	5	4	5
R83	2	1	5	5	4	3	3	4	5	5	2	6	2	1	3	2	5	5	4	1	2	5	3	4	3	6
R84	7	7	1	1	1	6	6	4	2	1	6	2	6	7	7	6	3	4	1	7	1	6	4	2	2	6
R85	6	6	4	6	3	4	5	5	2	4	6	2	6	6	6	6	2	4	2	6	2	6	2	3	2	4
R86	6	6	2	2	2	5	5	6	1	2	4	2	6	6	6	6	2	2	2	7	2	6	2	2	2	7
R87	4	3	4	5	2	6	6	6	3	6	4	3	4	5	3	5	2	3	2	6	3	6	6	4	4	3
R88	5	6	3	3	2	5	5	4	2	3	5	2	5	5	6	5	3	3	3	6	2	6	2	3	3	6

Tabel 4. Rekapitulasi Kuesioner User Experience Questionary (Lanjutan)

Responden	Item Pertanyaan																									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
R89	7	7	1	1	1	7	7	4	1	2	7	1	7	7	7	7	1	1	1	7	1	7	1	1	1	1
R90	1	5	3	5	4	5	4	4	4	5	2	6	4	1	4	1	4	7	5	4	4	4	4	4	7	4
R91	2	5	5	4	2	4	3	3	1	2	5	2	6	5	5	5	5	4	2	7	2	7	3	2	2	5
R92	7	7	1	1	1	7	7	4	1	1	7	1	1	7	7	7	1	1	1	7	1	7	1	1	1	1
R93	6	6	4	2	2	6	6	5	3	2	5	4	7	6	5	5	2	4	3	6	2	6	1	2	2	5
R94	6	7	2	1	1	6	5	6	4	3	6	1	3	7	5	6	3	2	1	7	1	7	1	2	1	6
R95	7	7	4	1	1	7	7	4	1	1	7	1	7	7	7	7	1	4	1	7	1	7	3	2	1	7
R96	6	7	1	1	1	5	5	4	1	3	5	1	7	7	6	7	1	3	4	7	1	7	1	1	4	6
R97	5	6	5	2	2	4	5	5	2	2	3	3	4	6	6	7	2	3	2	7	3	6	5	4	3	6
R98	4	6	4	2	3	4	4	7	2	4	4	5	6	4	3	5	2	4	3	5	2	6	6	3	3	4
R99	7	7	2	1	1	7	7	3	4	2	6	1	7	7	4	7	1	4	1	7	1	7	1	1	1	5
R100	2	2	3	3	2	5	4	3	2	2	4	2	6	5	6	1	2	4	2	5	2	7	3	3	4	7

