

Development Sistem Informasi Dengan Fokus User Interface Dan User Experience Dengan Metode Design Thinking Berdasarkan Tipe Kepribadian User Conscientiousness Dengan Kasus E-Commerce Bunkerbrew

1st Daffa Surya Fauzan
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

daffasuryaf@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Ilham Perdana
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

ilhamp@telkomuniversity.ac.id

3rd Dita Pramesti
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

ditapramesti@telkomuniversity.ac.id

Abstrak — Penelitian ini bertujuan untuk membangun sistem yang mendukung BunkerBrew dalam persaingan antar perusahaan, membuat antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna e-commerce BunkerBrew berdasarkan tipe kepribadian conscientiousness, dan membuat sistem penjualan yang efisien dan efektif guna mendukung BunkerBrew dalam menghadapi persaingan bisnis dengan menciptakan UI/UX e-commerce untuk BunkerBrew berdasarkan tipe kepribadian conscientiousness dan menciptakan sistem penjualan yang efisien dan efektif. Dalam penelitian ini digunakan metode design thinking, tipe kepribadian DISC (conscientiousness), usability testing, user acceptance testing, dan prinsip gestalt. Adapun hasil usability testing didapatkan hasil akhir skor SEQ sebesar 6.88 dan user acceptance testing yang diterima oleh seluruh pelanggan menunjukkan bahwa prototipe yang dibuat berdasarkan tipe kepribadian Conscientiousness dan berdasarkan prinsip Gestalt menghasilkan nilai kepuasan yang baik bagi pelanggan dengan tipe kepribadian conscientiousness. Pengembangan e-commerce BunkerBrew berdasarkan tipe kepribadian user conscientiousness dengan penelitian mendalam tentang preferensi dan kebiasaan mereka. Desain tampilan yang bersih, terstruktur, dan efisien dengan fitur pembantu keputusan akan cocok bagi pengguna conscientiousness. Sistem penjualan efisien memerlukan perencanaan matang dan implementasi teknologi tepat, termasuk otomatisasi proses dan fitur pembayaran aman. Aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan BunkerBrew dikembangkan melalui analisis dan komunikasi intensif, dengan uji coba untuk memastikan relevansi dan manfaatnya.

Kata kunci— Coffeshop, Sistem Informasi, User Interface, User Experience, Tipe Kepribadian DISC, Kepribadian Conscientiousness, Design Thinking

I. PENDAHULUAN

Dalam konteks ekonomi Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang didominasi oleh aktivitas ekonomi masyarakat, dengan proporsi lebih dari 99 persen dalam perekonomian nasional. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah bisnis

yang penting bagi perekonomian Indonesia, baik dari segi lapangan kerja yang diciptakan maupun jumlah usaha[1]. Hal ini menjadikan UMKM sebagai tumpuan terpenting sektor perekonomian masyarakat dan berfungsi untuk mendorong kemandirian dalam pembangunan masyarakat khususnya di bidang ekonomi. Kualitas pengembangan UMKM di Indonesia terus meningkat karena dukungan kuat pemerintah dalam mengembangkan pelaku usaha UMKM. Perkembangan usaha UMKM sangat penting untuk melihat situasi perekonomian ke depan serta untuk menjaga dan memperkuat struktur perekonomian nasional. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 yang tertera pada website Peraturan Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasal 3 yang berbunyi “Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan”.

Salah satu jenis UMKM yang kerap mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah kedai kopi atau *Coffee Shop*. Dikatakan hal tersebut adalah karena kopi sendiri memegang kendali dalam komoditas perkebunan yang menjadi kunci dalam aktivitas perekonomian Indonesia saat ini. Secara khusus, kopi disebut sebagai komoditas penggerak koperasi dan UMKM Indonesia[2]. Banyaknya kedai-kedai kopi yang didirikan oleh pelaku usaha khususnya di kota-kota besar menjadikan kedai kopi yang bernuansa modern sebagai sebuah fenomena yang digemari oleh remaja dan sering disebut dengan *Coffee Shop*. Dahulu seseorang mengunjungi kedai kopi jika ingin meminum kopi saja, namun seiring dengan perkembangan zaman fungsi dari kedai kopi sendiri bergeser menjadi salah satu gaya hidup masyarakat. Saat ini kedai kopi dikunjungi bisa saja hanya sekedar untuk menghabiskan waktu, bersantai, berbincang, dan pengunjung juga dapat memesan minuman dan makanan sebagai pelengkap dari aktivitas tersebut.

Maraknya fenomena *Coffee Shop*, munculah persaingan antar pelaku usaha yang masing-masing berusaha memberikan yang terbaik demi bisnisnya. Daya saing bisnis lokal UMKM *Coffee Shop* kini bisa diimbangi dengan memanfaatkan fenomena dari kemajuan teknologi. Para pelaku usaha mampu mengungguli para pesaingnya jika dapat unggul dalam hal pemikiran dan pelayanan serta dapat mengutamakan kepuasan pelanggan. Peran internet sangat penting dalam mengikuti perkembangan kemajuan teknologi untuk membantu pelaku UMKM dalam mengungguli kompetitornya. Pengguna internet di Indonesia mencatat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19 persen pada 2023 atau menembus 215.626.156 jiwa dari total populasi yang sebesar 275.773.901 jiwa[3].



Pesatnya perkembangan internet, UMKM harus mampu mengimplementasikan internet dalam sektor industri. Secara umum, internet akan berubah menjadi alat untuk mempublikasikan produk dari perusahaan kepada masyarakat[4].

Dalam mengikuti perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat, internet yang dahulu dianggap sebagai kecanggihan teknologi yang semu menjelma menjadi gaya hidup baru manusia modern. Salah satu gaya hidup yang baru tercipta adalah belanja melalui internet atau sering disebut *e-commerce*. *E-commerce* merupakan sebuah platform yang didalamnya bisa dilakukan proses jual ataupun beli, pertukaran produk atau jasa, dan informasi melalui jaringan internet[5]. Untuk berjuang dalam persaingan ekonomi nasional ini, para pelaku UMKM turut menggunakan *e-commerce* sebagai sebuah solusi efektif. Menurut Febriantoro pada Nurjaman (2022) *e-commerce* dapat memberikan peluang yang lebih baik bagi UMKM untuk bersaing pada pasarnya masing-masing dalam beberapa kasus perdagangan elektronik sedang atau akan segera menjadi kebutuhan kompetitif untuk bertahan hidup [6].

BunkerBrew merupakan salah satu UMKM dengan fokus pada bidang *food and beverages* yang telah berdiri selama kurang lebih satu tahun dengan target pasar yaitu mahasiswa dan pekerja. Dalam hal ini, BunkerBrew seharusnya dapat memanfaatkan teknologi informasi seperti internet guna meningkatkan pelayanan. Namun selama beroperasi, BunkerBrew masih belum mengimplementasikan internet dalam melakukan proses bisnisnya. Bisnis yang bisa dibidang masih dalam pengembangan, tidak jarang ditemukan masalah yang muncul dalam proses bisnisnya. Seperti yang terjadi pada BunkerBrew sendiri yaitu terdapat permasalahan pada efisiensi pelanggan dalam melakukan pemesanan dan efektivitas pelanggan dalam melakukan pembayaran.

Setelah diketahui permasalahan yang terjadi pada BunkerBrew, sebuah sistem pembelian produk merupakan sebuah solusi yang tepat untuk menangani permasalahan tersebut. Sistemasi pembelian produk BunkerBrew akan terkomputerisasi dan dapat digunakan melalui teknologi informasi seperti internet. Sistem tersebut juga akan

mengikuti konsep kualitas data yang berisikan konsep kualitas data adalah lapisan informasi yang menyatakan bahwa data tersebut benar, lengkap, tepat waktu (diperbaharui) dan kompatibel dengan semua kebutuhan bisnis [7]. Sebuah sistem tersebut juga akan memiliki tingkat efisiensi yang tinggi terutama untuk pelanggan BunkerBrew, sebagai sebuah proses yang ditempuh untuk membandingkan dan mengukur masukan beserta keluaran, atau mengukur perbandingan antara hasil yang dicapai terhadap sumber daya dan usaha yang digunakan[8].

Sistem pembelian produk BunkerBrew akan dibangun dalam bentuk sebuah website dengan desain *user interface* dan *user experience* yang sesuai dengan tipe kepribadian DISC. DISC adalah singkatan dari empat gaya perilaku utama yang digariskan dalam model kepribadian DISC; *Dominance*, *Influence*, *Steadiness*, dan *Conscientiousness* (Indeed.com, 2023). Adapun alasan digunakannya tipe kepribadian DISC adalah tiap orang memiliki respon otak unik yang disebut Potensial Terpicu Visual (*Visual Evoked Potential*, VEP), yang dapat dipergunakan untuk memvalidasi tipe kepribadian. Penting untuk memperhatikan kesamaan VEP di antara individu dengan tipe kepribadian yang serupa, sebab sebanyak 93,75% VEP dapat dikelompokkan berdasarkan tipe kepribadian. Karena itu, tipe kepribadian dapat dimanfaatkan sebagai *user persona* untuk mengelompokkan pengguna pada tahap dari masing-masing kebutuhan pengguna [9]. Selain itu, menurut Kierstad dalam Hermawan et. al (2021) pengguna akan lebih mudah diarahkan untuk mencapai tingkat kepuasan ketika sesuai dengan kepribadian personal [10].

Adapun tujuan dibuatnya sistem tersebut dalam bentuk *website* adalah agar tidak membebani pelanggan untuk mengunduh aplikasi terlebih dahulu sehingga dapat menghemat penyimpanan dan memberikan kemudahan akses yang dapat digunakan di *smartphone* pelanggan. Dalam proses pembuatan *website* tersebut, pihak BunkerBrew ikut andil dalam berdiskusi dan solusi yang telah dijabarkan sebelumnya merupakan sebuah rancangan hasil dari persetujuan dengan pihak BunkerBrew.

II. KAJIAN TEORI

Menyajikan dan menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian. Poin subjudul ditulis dalam abjad.

A. User Interface

Salah satu alat pemasaran paling populer saat ini adalah situs web. Website atau situs web adalah kumpulan informasi yang terdiri dari halaman-halaman web tertaut yang disediakan oleh individu, kelompok, atau organisasi. Website yang baik memiliki tampilan yang menarik dan fitur yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Desain antarmuka pengguna situs web yang baik memastikan bahwa pengunjung tetap berada di situs web. Namun sebaliknya, desain *user interface* website yang buruk membuat pengunjung cepat meninggalkan website. Bahwa antarmuka pengguna adalah elemen terpenting dari sistem atau produk komputer [11]. *User Interface* adalah koneksi antara pengguna dan pengalaman, kesan pertama, dan kesan yang kekal. Desain *user interface* yang baik harus menjaga

keseimbangan yang sempurna antara estetika yang menawan dan interaktivitas yang tanpa memerlukan usaha lebih [12].

B. User Experience

User experience adalah pandangan tanggapan seseorang terhadap penggunaan dan harapan pengguna atau keluarannya dapat berupa sistem atau layanan. Pengetahuan pengguna tentang cara menggunakan teknologi tertentu, seperti internet dan situs web, sering disebut sebagai *user experience*. Salah satu komponen terpenting dalam membangun sistem adalah kegunaan yang baik bagi pengguna untuk memfasilitasinya. Peran *user experience* dalam aplikasi dan bahkan dalam membangun situs web bermula dari fakta bahwa pengalaman pengguna dapat mengungkapkan kemudahan yang dirasakan pengguna dan berinteraksi dengan suatu sistem [13].

C. Gestalt Principle

Prinsip gestalt adalah sebuah teori pengalaman visual yang menjelaskan bagaimana mata manusia dalam mengumpulkan, mengatur, dan menginterpretasikan sebuah informasi visual yang diterima melalui indra penglihatan [14]. Teori prinsip gestalt dikembangkan pada abad ke dua puluh oleh sekelompok psikolog yang disebut gestaltis dengan fokus pada bagaimana indera penglihatan bekerja yang terkait erat dengan pengalaman visual secara umum. Prinsip gestalt tidak mengkaji atau menilai suatu unsur menurut unsur-unsur persepsi visual, tetapi melihat keseluruhan sebagai suatu kesatuan yang utuh. Prinsip gestalt mencakup enam hal yaitu:

1. Hukum Dekat (*Law of Proximity*)

Objek yang berdekatan secara fisik cenderung dianggap terkait atau membentuk kelompok berdasarkan prinsip tersebut.

2. Hukum Kesamaan (*Law of Similarity*)

Prinsip kesamaan menjelaskan bahwa objek-objek yang memiliki karakteristik visual yang sama, seperti bentuk, ukuran, warna, atau tekstur, cenderung dikelompokkan bersama dan dihubungkan satu sama lain.

3. Hukum Kontinuitas (*Law of Continuity*)

Melihat suatu pola sebagai kesatuan yang terus-menerus, bukan serangkaian objek terpisah, terjadi ketika elemen-elemen yang mengikuti pola garis atau kurva dianggap bagian dari bentuk atau garis keseluruhan.

4. Hukum Takdir Bersama (*Law of Common Fate*)

Elemen visual yang bergerak ke arah yang sama cenderung dikelompokkan bersama dan diangkat terkait satu sama lain. Manusia cenderung membuat persepsi elemen yang bergerak bersama sebagai sebuah kelompok atau objek yang saling terkait meskipun elemen tersebut berbeda bentuk, warna, atau ukuran.

5. Hukum Figur Tanah (*Law of Figure-Ground*)

Manusia biasanya memisahkan objek dari latar belakang dengan menganggap objek sebagai figure (objek utama) dan latar belakang sebagai ground (latar belakang).

6. Hukum Keselarasan (*Law of Prägnanz*)

Prinsip kunci dalam pemahaman tentang cara kerja persepsi visual manusia adalah mencari pola yang sederhana dan terorganisir dengan cara efisien saat menghadapi rangsangan visual kompleks, sehingga manusia cenderung mengorganisirnya menjadi bentuk-bentuk yang lebih sederhana, teratur, dan mudah dipahami, mencari pola,

bentuk, dan struktur yang paling teratur dan harmonis dari rangsangan visual yang diterima dari lingkungan sekitar.

D. DISC

DISC adalah instrumen yang mendasarkan pengukurannya pada perilaku manusia yang dapat diamati. Sepanjang sejarah dan perkembangan masa lalu, para ilmuwan dan peneliti telah menemukan kesamaan dalam perilaku dasar manusia yang sedang dikembangkan DISC untuk membantu individu memaksimalkan potensi pribadi dan manajemen sumber daya manusia. DISC adalah alat non-kritis untuk memahami gaya perilaku seseorang. DISC diciptakan untuk membantu orang mengeksplorasi kepribadian dan pola perilaku mereka untuk lebih memahami diri mereka sendiri dan orang lain [15].

Model DISC didasarkan pada empat dimensi utama yaitu *Dominance* (D), *Influence* (I), *Steadiness* (S), dan *Conscientiousness* (C). Setiap individu memiliki kombinasi dari empat dimensi tersebut dalam jumlah yang berbeda-beda, yang dapat mempengaruhi cara mereka bersikap dan berperilaku. Model DISC sering digunakan dalam bidang-bidang seperti manajemen, pemasaran, dan komunikasi untuk membantu menganalisis dan memahami cara individu bereaksi terhadap lingkungan mereka.

E. Design Thinking

Pemikiran desain atau design thinking adalah pendekatan inovasi yang berpusat pada manusia yang menggunakan perangkat perancang untuk mengintegrasikan kebutuhan manusia, kemampuan teknologi, dan persyaratan untuk kesuksesan bisnis [16]. Pemikiran desain yang diterapkan dengan benar dan strategis dapat mempengaruhi hasil bisnis dan menghasilkan keunggulan kompetitif yang nyata. Selanjutnya, ketika prinsip-prinsip desain diterapkan pada strategi dan inovasi, tingkat keberhasilan inovasi meningkat secara dramatis.

Design thinking memiliki beberapa elemen penting yaitu:

1. People Centered

Pada titik ini perlu diperhatikan bahwa setiap aktivitas didasarkan pada kebutuhan dan minat pengguna.

2. Highly Creative

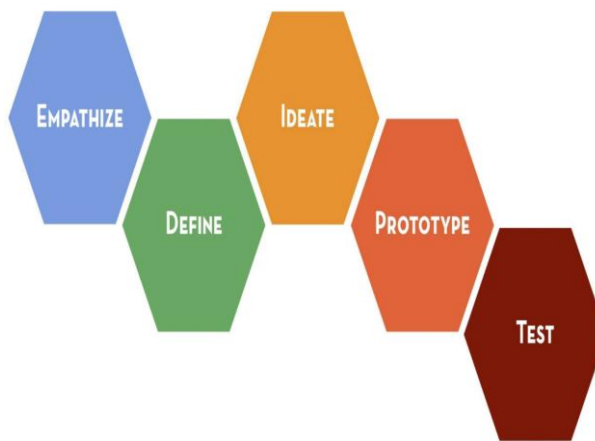
Metode ini juga menawarkan fleksibilitas dan kreativitas yang tinggi, sehingga proses desainnya tidak standar dan kaku.

3. Hands On

Proses desain juga harus dilakukan melalui eksperimen nyata, bukan hanya rencana dengan ide atau gagasan dalam bentuk gambar dan teori.

4. Iterative

Proses desain adalah proses langkah-langkah berulang untuk berimprovisasi dan menghasilkan produk atau aplikasi yang baik yang memenuhi harapan pelanggan.



Adapun tahapan-tahapan design thinking, antara lain

1. Empathize

Jika user atau pengguna sudah dikenal, maka design thinker perlu mengetahui pengalaman, perasaan dan situasi pengguna. Mereka mencoba menempatkan diri pada posisi pengguna untuk benar-benar memahami kebutuhan pengguna. Ini dapat dilakukan melalui survei, dengan mengamati kehidupan pengguna, dan dengan cara lain.

2. Define

Ketika pemikir desain memahami kebutuhan pengguna, desainer harus menggambarkan ide atau visi pengguna yang menjadi dasar produk atau aplikasi yang akan diproduksi. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat daftar kebutuhan pengguna dan menggunakan informasi tentang kondisi yang berlaku. Sesuai dengan kebutuhan yang ada, perancang harus menggambarkan solusi yang diperlukan. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan evaluasi bersama tim desain, memadukan kreativitas masing-masing desainer.

3. Ideate

Sesuai dengan kebutuhan yang ada, perancang harus menggambarkan solusi yang diperlukan. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan evaluasi bersama tim desain, memadukan kreativitas masing-masing desainer.

4. Prototype

Ide yang ada harus diimplementasikan langsung dalam aplikasi atau produk uji. Penting untuk menghasilkan produk nyata dan kemungkinan skenario penggunaan.

5. Test

Produk uji atau aplikasi yang telah dibangun diuji dengan pengguna. Pengalaman dengan pengujian produk memberikan saran untuk membuat produk yang lebih baik dan meningkatkan produk yang sudah ada.

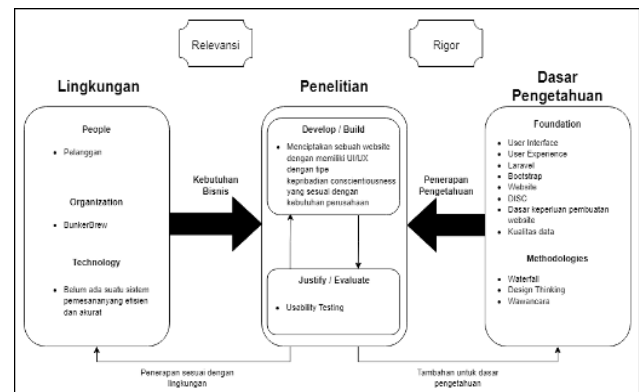
III. METODE

Memberikan gambaran rancangan penelitian yang meliputi prosedur atau langkah-langkah penelitian, waktu penelitian, sumber data, cara perolehan data dan menjelaskan metode yang akan digunakan dalam penelitian.

A. Model Konseptual

Model konseptual merupakan model yang bersifat analitis yang menjelaskan komponen-komponen produk yang dikembangkan dan keterkaitan antar komponennya. Karakteristik model konseptual memperlihatkan hubungan antarkonsep yang satu dengan yang lain, konsep-konsep itu tidak memperlihatkan urutan secara bertahap. Model ini

bersifat konstruktivistik, artinya urutan bersifat terbuka, berulang dan fleksibel [17].



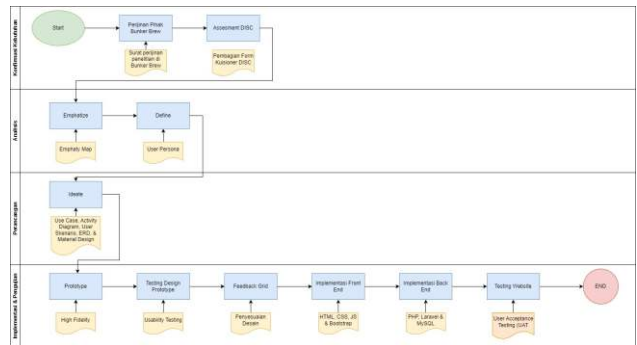
Berdasarkan gambar diatas, ada tiga elemen yang menjadi perancangan *website e-commerce* yang akan diterapkan untuk BunkerBrew. Pada elemen pertama, yaitu lingkungan dapat dilihat ada tiga elemen yaitu *people*, *organization*, dan *technology*. Adapun pengertiannya yaitu, *people* merupakan orang-orang yang berperan untuk penelitian, *organization* merupakan sebuah organisasi yang menjadi pengaruh dalam penelitian, dan yang terakhir adalah *technology* yaitu sebuah informasi yang berdasarkan fakta teknologi yang ada pada subjek penelitian.

Pada elemen kedua yaitu penelitian terdapat dua elemen yang saling berhubungan satu sama lain yaitu *develop/build* dan *justify/evaluate*. *Develop/build* memiliki pengertian yaitu hasil dari perencanaan penelitian tersebut. *Justify/evaluate* merupakan sebuah proses pemeriksaan hasil dari perencanaan tersebut untuk menentukan siap atau belum agar mendapatkan solusi nantinya.

Pada elemen ketiga yaitu dasar pengetahuan terdapat dua elemen yaitu *foundation* dan *methodologies*. Pada elemen *foundation* dijelaskan teori yang dibutuhkan untuk melakukan perencanaan penelitian. Lalu pada bagian *methodologies* untuk menentukan penggunaan metode penelitian yang akan digunakan.

B. Sistematika Penyelesaian Masalah

Pemecahan masalah adalah suatu proses kognitif yang membuka peluang memecahkan masalah untuk bergerak dari suatu keadaan yang tidak diketahui bagaimana pemecahannya ke suatu keadaan tetapi tidak mengetahui bagaimana cara memecahkannya [18]. Terdapat empat langkah yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan masalah, yaitu (1) memahami masalah; (2) perencanaan pemecahan masalah; (3) melaksanakan perencanaan pemecahan masalah; dan (4) melihat kembali kelengkapan pemecahan masalah. Adapun sistematika penyelesaian masalah yang diterapkan pada penelitian ini tercantum pada gambar dibawah ini



Berdasarkan gambar diatas terbagi menjadi empat tahapan yaitu tahap konfirmasi kebutuhan, tahap analisis, tahap rancangan, dan tahap implementasi serta pengujian. Pada tahap konfirmasi kebutuhan terdapat dua bagian tahapan yang dimulai dari perizinan pihak BunkerBrew yang berisikan surat perizinan pihak BunkerBrew terhadap penelitian dan assesment DISC dengan menyebarkan form kuisisioner DISC. Lalu dilanjutkan dengan tahap analisis yang terbagi menjadi dua fase, yaitu fase *emphatize* dengan melakukan pembuatan *emphaty map*. Selanjutnya fase *define* dengan membuat *user persona* berdasarkan responden yang telah didapat. Pada tahapan ke tiga yaitu perancangan berisikan *ideate* dengan melakukan pembuatan *use case*, *activity diagram*, *user scenario*, ERD dan *material design*. Terakhir yaitu implementasi dan pengujian, pada tahapan ini dilakukan beberapa hal yaitu *prototype* dengan membuat *high fidelity*, *testing design prototype* dengan melakukan *usability testing*, implementasi *front end*, dan terakhir yaitu *testing website* dengan melakukan *user acceptance testing*.

C. Pengumpulan Data

Secara umum teknik pengumpulan data merupakan teknik atau metode yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data yang kemudian akan diteliti oleh peneliti. Artinya, teknik pengumpulan data memerlukan langkah yang tepat, sistematis, dan strategis agar bisa mendapatkan data yang valid dan akurat sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan. Sugiyono mengemukakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Ada beberapa tahapan dalam pengumpulan data pada penelitian ini, berikut tahapan-tahapan yang akan dilakukan, disajikan pada tabel berikut

No	Tahapan	Tujuan	Peralatan
1	Studi Literatur (Tahapan Analisis)	Mencari pengetahuan dan mendapatkan pembelajaran tentang perancangan <i>website</i> dengan <i>user interface</i> dan <i>user experience</i> yang baik.	- Laptop - Handphone
2	Wawancara Stakeholder (Tahapan Analisis)	Mencari sumber dari permasalahan-permasalahan yang ada di BunkerBrew dan tujuan dari penelitian.	- Laptop - Handphone - Pulpen - Kertas

No	Tahapan	Tujuan	Peralatan
3	Menentukan Rumusan Masalah (Tahapan analisis)	Menentukan masalah yang terjadi di BunkerBrew.	Laptop
4	Wawancara User (Tahapan Desain (Empathize))	Memahami permasalahan pelanggan BunkerBrew dengan tipe kepribadian <i>conscientiousness</i> .	- Laptop - Handphone - Pulpen - Kertas

Terdapat empat tahapan pada tabel diatas mengenai pengumpulan data pada penelitian ini. Pada tahapan pertama dilakukan studi literatur atau tahapan analisis dengan tujuan mencari dan mendapatkan tentang perancangan *website* dengan *user interface* dan *user experience* yang baik. Lalu dilanjutkan tahapan kedua yaitu wawancara *stakeholder* atau tahapan analisis yang bertujuan mencari permasalahan yang ada di BunkerBrew dan akan menjadi tujuan penelitian. Setelah kedua tahapan tersebut dilaksanakan, dilanjutkan dengan menentukan rumusan masalah atau tahapan analisis dengan menentukan permasalahan yang terjadi di BunkerBrew. Terakhir, dilakukan wawancara *user* atau tahapan desain (*emphatize*) dengan melakukan pemahaman permasalahan pelanggan BunkerBrew berdasarkan tipe kepribadian *conscientiousness*.

D. User Interview

Emphatize merupakan tahapan di mana konsumen BunkerBrew berdasarkan tipe kepribadian *conscientiousness* menjelaskan mengenai permasalahan yang telah dialami. Dalam menyelesaikan tahapan *emphatize*, data-data mengenai konsumen dikumpulkan secara daring dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan yang tercantum pada tabel berikut ini

No .	Tujuan Wawancara	Pertanyaan Wawancara	Hasil Wawancara
1.	Mendapatkan pemahaman tentang seberapa sering responden mengunjungi BunkerBrew. Hal ini dapat membantu dalam mengevaluasi seberapa terikatnya responden terhadap BunkerBrew dan sejauh mana pengalaman mereka dapat diandalkan.	Dalam satu bulan, seberapa sering Anda mengunjungi BunkerBrew?	Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa responden dalam satu bulan mengunjungi BunkerBrew sebanyak satu sampai dengan tiga kali.
2.	Mengetahui apa yang membuat	Menurut Anda, apakah	Berdasarkan hasil

No .	Tujuan Wawancara	Pertanyaan Wawancara	Hasil Wawancara
	responden merasa senang saat mengunjungi BunkerBrew. Hal ini dapat memberikan informasi tentang elemen positif yang menarik bagi pengunjung dan mungkin menjadi daya tarik utama BunkerBrew.	ada yang membuat Anda merasa senang saat mengunjungi BunkerBrew dan apa yang membuat Anda merasa senang saat mengunjungi BunkerBrew?	wawancara dapat disimpulkan bahwa ada suatu hal atau suatu momen saat mengunjungi BunkerBrew, seperti suasana tempat BunkerBrew tersendiri serta momen berkumpul bersama teman-teman.
3.	Mengetahui hal-hal yang dapat mengurangi kepuasan responden saat mengunjungi BunkerBrew. Hal ini dapat membantu dalam mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan untuk meningkatkan pengalaman pengunjung.	Menurut Anda, apakah ada hal yang membuat Anda merasa kurang senang saat mengunjungi BunkerBrew dan apa yang membuat Anda merasa kurang senang saat mengunjungi BunkerBrew?	Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa semua responden memiliki hal yang mengurangi tingkat kepuasan. Dalam hal ini disimpulkan kembali mengenai hal yang membuat responden mengurangi tingkat kepuasan seperti pilihan metode pembayaran yang terbatas, harus antri untuk memesan, harus antri untuk melihat menu.
4.	Mendapatkan pemahaman tentang perasaan dan dampak emosional responden ketika mengalami ketidaknyamanan saat mengunjungi	Bagaimana perasaan anda saat mengalami perasaan kurang menyenangkan tersebut?	Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa responden merasa kesal, sabar, merasa sulit untuk

No .	Tujuan Wawancara	Pertanyaan Wawancara	Hasil Wawancara
	BunkerBrew. Hal ini dapat membantu dalam memahami pentingnya masalah yang dihadapi dan tingkat keparahannya.		melakukan transaksi.
5.	Mengevaluasi pandangan responden tentang peran digitalisasi dalam memecahkan permasalahan yang mungkin muncul saat mengunjungi BunkerBrew. Hal ini dapat memberikan wawasan tentang ekspektasi mereka terhadap penggunaan teknologi dan solusi digital.	Menurut Anda, apakah digitalisasi pada BunkerBrew dapat menjadi solusi untuk permasalahan pada pertanyaan sebelumnya?	Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa digitalisasi merupakan sebuah solusi yang dapat memecahkan permasalahan responden.
6.	Mengetahui fitur-fitur apa yang diharapkan oleh responden jika BunkerBrew memiliki sistem atau platform digital. Hal ini dapat membantu dalam merencanakan pengembangan atau peningkatan infrastruktur teknologi untuk meningkatkan pengalaman pengunjung.	Jika BunkerBrew memiliki sebuah sistem, fitur apa saja yang Anda harapkan?	Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa responden menginginkan dapat melihat menu tanpa harus datang ke kasir, dapat melakukan transaksi dengan hanya satu perangkat dan meminimalisir responden untuk datang ke meja kasir, serta sebuah sistem yang membuat responden dapat melakukan pembayaran melalui

No .	Tujuan Wawancara	Pertanyaan Wawancara	Hasil Wawancara
			transaksi digital.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi paparan objektif peneliti terhadap hasil-hasil penelitian berupa penjelasan dan analisis terhadap penemuan-penemuan penelitian, penjelasan serta penafsiran dari data dan hubungan yang diperoleh, serta pembuatan generalisasi dari penemuan. Apabila terdapat hipotesis, maka pada bagian ini juga menjelaskan proses pengujian hipotesis beserta hasilnya.

Hasil penelitian harus disajikan secara jelas dan sistematis supaya mudah dibaca dan dipahami. Penyajian hasil penelitian dapat dilakukan dengan cara deskriptif (naratif), menggunakan tabulasi, tabel atau grafik, atau dengan menggunakan gabungan dua atau ketiganya secara sekaligus. Penggunaan ketiga cara tersebut disesuaikan dengan jenis data dan sejauh mana deskripsi data akan dijelaskan. Misalnya, pada awal peneliti memaparkan narasi temuannya, kemudian didukung dengan sajian data dalam bentuk tabulasi, tabel atau grafik. Peneliti juga menyajikan data-data hasil penelitian, kemudian didukung grafik dilanjutkan deskripsi naratif [10 pts]. Berikan kemungkinan pengembangan atau penelitian ke depan terkait penelitian ini

A. UI Style Guideline

User Interface Style Guidline digunakan untuk memberikan tampilan antarmuka yang dapat membantu perancangan desain. Berdasarkan hal tersebut dibuatnya *User Interface Style Guidline* akan dicocokkan dengan tipe kepribadian *conscientiousness* dan ciri khas BunkerBrew tersendiri. Terdapat beberapa poin yang akan digunakan pada *User Interface Style Guidline* yaitu *color pallete*, *typography*, *font*

1. Color Pallete

Berdasarkan ciri-ciri orang yang memiliki tipe kepribadian *conscientiousness* didapatkan yaitu memiliki sifat yang detail dan berhati-hati serta ciri khas BunkerBrew merupakan warna hitam atau gelap. Pada hal ini, untuk menstimulasi sifat detail dan berhati-hati dipilihlah warna merah tua dengan campuran coklat yang menjadikan kecocokan antara sifat tipe kepribadian *conscientiousness* dan ciri khas BunkerBrew. Berikut tercantum pada Gambar merupakan warna yang akan digunakan pada saat implementasi *high fidelity* dan implementasi *front end*.



2. Typography

Kepribadian *conscientiousness* merupakan tipe kepribadian yang memiliki sifat akurasi yang tinggi, detail, dan efisien. Pada hal ini, kepribadian *conscientiousness* cocok pada jenis *font* sans-serif. Sans-serif sendiri digambarkan memiliki desain yang terlihat bersih, kejelasan, modern, efisien, dan keterusterangan yang jelas. Hal ini menjadikan font sans-serif memiliki kecocokan dengan sifat tipe kepribadian *conscientiousness*. Font tersebut menggambarkan nilai-nilai sebagai font yang kuno, klasik, dan dapat diandalkan. Font ini juga memberikan kesan konservatif yang sesuai dengan tipe kepribadian *conscientiousness* yang sulit untuk berubah (Svaiko, 2023). Pada penelitian ini akan digunakan salah satu jenis *font* sans-serif yaitu *font* Poppins. Tercantum pada Gambar IV-18 merupakan *font* yang akan digunakan.



3. Shapes

Ketika melakukan desain sebuah *interface* menentukan bentuk tombol merupakan sebuah hal yang krusial, bukan hanya untuk masalah keindahan tetapi bentuk sebuah tombol menjaga konsistensi penggunaan dan mengurangi resiko kesalahan bagi pengguna. Kepribadian *conscientiousness* memiliki tingkat keamanan yang tinggi sehingga jarang terlibat dalam konflik. Kepribadian ini lebih suka menjalankan hal-hal yang sudah familiar, sulit bagi seseorang dengan kepribadian patuh untuk mengambil risiko untuk beradaptasi dengan hal baru. Kepribadian *conscientiousness*

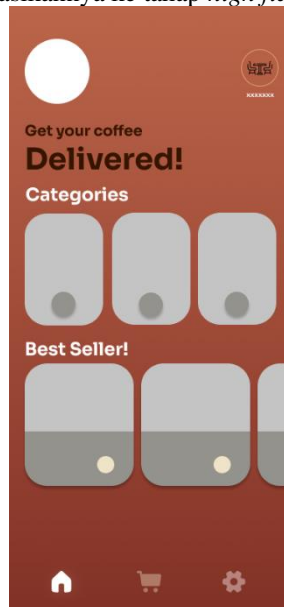
cocok dengan bentuk-bentuk seperti kotak dan persegi panjang, yang memiliki garis lurus, yang mana bentuk-bentuk ini memberikan kesan keamanan, kenyamanan, dan stabilitas (Ayudhia, 2020). Penelitian ini juga menggunakan sudut melengkung atau tepi yang berbentuk melingkar dalam penggunaan bentuk-bentuk, karena penggunaan sudut yang melengkung memberikan kesan aman dan nyaman bagi pengguna (Raikar, 2023).



B. Prototyping

4. Low Fidelity

Setelah menentukan *style guideline* yang didasari preferensi sesuai dengan tipe kepribadian *conscientiousness* akan dilanjutkan dengan membuat desain *low fidelity*. Tahap *low fidelity* merupakan sebuah tahap rancangan suatu desain dengan tingkat akurasi rendah, pada tahap ini desain masih dalam bentuk yang minimal sebagai tahap awal desain sehingga dapat di evaluasi kembali sebelum mengimplementasikannya ke tahap *high fidelity*.



5. High Fidelity

Pada tahap ini, akan dibuat sebuah rancangan akhir sesuai dengan gambaran yang telah dibuat pada tahap *low fidelity*. Dengan menggunakan aplikasi Figma, tahap desain akan dilakukan mengikuti gambaran yang ada dan mengikuti aturan dari prinsip gestalt menjadi tampilan antarmuka yang lebih menarik. Berikut ini adalah tampilan *high fidelity* sebelum dilakukan *usability testing*.



C. Testing

Pada tahapan *usability testing* akan dibagi menjadi tiga poin yang terdiri dari skenario *usability testing*, hasil *usability testing*, dan hasil akhir skor SEQ.

Setelah dibuatnya skenario untuk melakukan *usability testing* kepada pelanggan BunkerBrew, didapatkan hasil berdasarkan pengukuran SEQ yang tercantum pada tabel yang tersedia dibawah ini.

Task	Waktu	Status Penyelesaian	Skor SEQ
1.	11.9 detik	Selesai	7
2.	5.5 detik	Selesai	7
3.	11.2 detik	Selesai	7
4.	10.1 detik	Selesai	7
5.	11.9 detik	Selesai	7
Rata-Rata Skor SEQ			7

Berdasarkan hasil *usability testing* terhadap desain *high fidelity website* BunkerBrew berdasarkan tipe kepribadian *conscientiousness* yang telah dilakukan didapatkan nilai rata-rata skor SEQ dan akan didapatkan hasil akhir total skor SEQ yang tercantum pada tabel dibawah ini.

	Pelanggan 1	Pelanggan 2	Pelanggan 3	Pelanggan 4	Pelanggan 5
Skor Rata-Rata	7	7	6.8	6.6	7
Total Skor SEQ			6.88		

D. User Acceptance Testing

Task	Flow	Hasil Pengujian	
		Accept	Reject
Melihat menu	Melihat menu di dalam home	✓	
Mengubah kategori menu	Klik tombol kategori yang ingin dipilih.	✓	

Task	Flow	Hasil Pengujian	
		Accept	Reject
Melihat detail menu	Klik menu yang ingin dipilih.	✓	
Mengubah kuantitas menu	Klik Icon Keranjang.	✓	
	Klik tambah atau kurang untuk mengurangi menu yang dipilih.	✓	
Menghapus menu	Klik kurangi kuantitas <i>item</i> sampai menu hilang di keranjang.	✓	
Melakukan pemesanan	Klik <i>button</i> pesan di halaman keranjang bagian bawah.	✓	
Melakukan pembayaran	Klik pembayaran yang ingin dipilih.	✓	
	Pilih pembayaran yang ingin dipilih.	✓	
	Melakukan pembayaran.	✓	

Berdasarkan hasil uji coba *user acceptance testing* yang telah dilakukan didapatkan hasil yang tercantum pada Tabel V-18 yaitu pengujian alur *user acceptance testing* membuktikan bahwa *task flow prototype website* BunkerBrew sudah sesuai dengan harapan pelanggan berdasarkan *usability testing* karena seluruh *task* sudah terbukti berjalan dengan baik tanpa hambatan, serta pelanggan juga sudah merasa desain dapat diterima dengan baik dalam segi *user interface*, *user experience*, maupun implementasi *prototype* dalam bentuk *website*.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menggunakan metode *design thinking*, telah dibahas sebuah rancangan *prototype e-commerce* dalam bentuk *website* untuk BunkerBrew dengan desain yang didasari oleh tipe kepribadian DISC (*conscientiousness*) dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Menciptakan *user interface* dan *user experience e-commerce* BunkerBrew berdasarkan tipe kepribadian *user conscientiousness* yang melibatkan beberapa langkah strategis. Penelitian mendalam tentang preferensi dan kebiasaan pengguna *conscientiousness* menjadi kunci utama dalam mendesain tampilan yang bersih, terstruktur, dan efisien. Pengguna *conscientiousness* akan cocok dengan desain yang menonjolkan ketelitian, keteraturan, dan fitur pembantu keputusan untuk membantu mereka dalam berbelanja dengan lebih mudah.
2. Menciptakan sistem penjualan yang efisien dan praktis memerlukan perencanaan matang dan implementasi teknologi yang tepat. Otomatisasi proses penjualan, serta fitur pembayaran yang aman dan mudah diakses akan meningkatkan efisiensi dalam sistem penjualan.

3. Membuat aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan berguna untuk BunkerBrew dengan melibatkan tahap analisis dan komunikasi yang intensif. Mengidentifikasi kebutuhan BunkerBrew dan memahami alur kerja yang ada untuk membantu dalam mengembangkan aplikasi yang tepat sasaran. Selain itu, melakukan uji coba akan memastikan bahwa aplikasi tetap relevan dan memberikan manfaat yang signifikan bagi BunkerBrew.

REFERENSI

- [1] K. Mutrofin, A. N. Muhammad, and M. Mahmud, "PERAN UMKM DALAM MEMPERTAHANKAN EKONOMI JAWA TIMUR SELAMA PANDEMIC COVID – 19," *Jurnal el-Idaarah*, 2021.
- [2] A. S. Putera *et al.*, "Pemberdayaan UMKM Coffee Shop Melalui Pendampingan Pengembangan Kelas Pelatihan Kopi Profesional," *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 5, no. 2, pp. 212–221, May 2023, doi: 10.24036/abdi.v5i2.444.
- [3] Rahmi Yati, "Survei APJII: Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang," 2023.
- [4] B. Berlilana, R. Utami, and W. M. Baihaqi, "Pengaruh Teknologi Informasi Revolusi Industri 4.0 terhadap Perkembangan UMKM Sektor Industri Pengolahan," *Matrix : Jurnal Manajemen Teknologi dan Informatika*, vol. 10, no. 3, pp. 87–93, Nov. 2020, doi: 10.31940/matrix.v10i3.1930.
- [5] A. M. Rakanita, "PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI DESA KARANGSARI KECAMATAN KARANGTENGAH KABUPATEN DEMAK," 2019.
- [6] K. Nurjaman, "Pemberdayaan E-Commerce di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia," *Jurnal Abdimas Peradaban*, 3(1), 34-40., 2022.
- [7] Mark Mosley, *Dictionary of Data Management*. Technics Publications, 2008.
- [8] Sevilla, "Efisiensi: Pengertian, Konsep, Jenis, Manfaat, dan Tolak Ukurnya," *Gramedia.com*, 2023.
- [9] I. Perdana, P. I. Santosa, N. A. Setiawan, and S. Wimbarti, "Confirmation of Personality Types Using Visual Evoked Potential with User Interface Design Stimulus," *Journal of Computer Science*, vol. 17, no. 11, pp. 1138–1146, Nov. 2021, doi: 10.3844/jcssp.2021.1138.1146.
- [10] Hermawan Honggo Widagdo and Cristeddy Asa Bakti, "APLIKASI PENGETESAN KARAKTER PERSONAL BERDASARKAN METODE DISC BERBASIS WEB," *Science Technology and Management Journal*, vol. 1, no. 1, pp. 18–25, Jan. 2021, doi: 10.53416/stmj.v1i1.15.

- [11] S.Sridevi, "USER INTERFACE DESIGN," *International Journal of Computer Science and Information Technology Research*, 2014.
- [12] D. T. Bauer, S. Guerlain, and P. J. Brown, "The design and evaluation of a graphical display for laboratory data," *Journal of the American Medical Informatics Association*, vol. 17, no. 4, pp. 416–424, Jul. 2010, doi: 10.1136/jamia.2009.000505.
- [13] N. Rafianto, "Penerapan Metode Scrum Pada Pembuatan User Experience Landing Page Sistem Informasi Lentera," *Jurnal Sistem Informasi dan Sains Teknologi*, 3(2), 492081., 2021.
- [14] D. Julian, T. Sutabri, and E. S. Negara, "Perancangan UI/UX Aplikasi Forum Diskusi Mahasiswa Universitas Bina Darma Dengan Menerapkan Metode Design Thinking," *JURNAL TEKNOLOGI DAN ILMU KOMPUTER PRIMA (JUTIKOMP)*, 6(1), 33-40., 2023.
- [15] I. Santiko, A. Prasetyo, and P. Novianthy, "Implementasi DISC Pada Sistem Psikotest Seleksi Peserta KKL STMIK Amikom Purwokerto," *Jurnal Ilmiah IT CIDA*, vol. 5, no. 1, Jul. 2019, doi: 10.55635/jic.v5i1.86.
- [16] H. Holling and R. Schwabe, "An Introduction to Optimal Design," *Z Psychol*, vol. 221, no. 3, pp. 124–144, Jan. 2013, doi: 10.1027/2151-2604/a000142.
- [17] T. Ningtiyas, P. Setyosari, and H. Praherdiono, "PENGEMBANGAN MEDIA POP-UP BOOK UNTUK MATA PELAJARAN IPA BAB SIKLUS AIR DAN PERISTIWA ALAM SEBAGAI PENGUATAN KOGNITIF SISWA," *Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, pp. 115–120, Jun. 2019, doi: 10.17977/um038v2i22019p115.
- [18] U. Umar, H. Hasratuddin, and E. Surya, "Pengembangan LKPD Berbasis Model Think Aloud Pair Problem Solving Untuk Meningkatkan Kemampuan Pemecahan Masalah Matematis Siswa SD Negeri 067248 Medan," *Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika*, vol. 6, no. 3, pp. 3402–3416, Nov. 2022, doi: 10.31004/cendekia.v6i3.1884.