

Perancangan User Interface Aplikasi Penjualan Properti menggunakan Metode Design Thinking

User Interface Design of Property Sale Application using the Design Thinking Method

¹Ria Andriani*, ²Muhammad Iqbal Shodikin, ³Rizki Tri Puji Wanggono
^{1,2,3}Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Yogyakarta
*e-mail: ria@amikom.ac.id

(received: 1 Desember 2022, revised: 3 Januari 2023, accepted: 11 Maret 2023)

Abstrak

Munculnya berbagai bidang usaha baru yang didominasi oleh perdagangan menjadi salah satu tanda bahwa ekonomi Indonesia maju dengan pesat, bisnis properti adalah salah satu contohnya, peluang bisnis properti sangat menjanjikan selain untuk tempat tinggal tujuan orang membeli properti adalah sebagai investasi. Saat ini kecenderungan dari calon pembeli dalam mencari informasi tentang sebuah properti yang akan dibeli masih didominasi oleh brosur, surat kabar dan media informasi lainnya seperti Facebook, media seperti ini dirasa kurang menarik dan masih kurang efektif karena terkadang informasi yang disajikan tidak lengkap terkait spesifikasi dari properti yang tersedia. Dari permasalahan tersebut penelitian ini akan merancang *prototype design user interface* aplikasi jual beli dan sewa properti dengan view 360 menggunakan metode *design thinking*. Adapun hasil penilaian menggunakan SEQ dan *feedback* dari responden mendapatkan nilai rata-rata sebesar 6.4 dari nilai rata-rata kelulusan 5.5, maka *usability testing* terhadap *prototype* Aplikasi OHome bisa dikatakan berhasil.

Keywords—User Interface, View 360, Design Thinking.

Kata kunci:

Abstract

The emergence of various new business fields which are dominated by trade is a sign that the Indonesian economy is progressing rapidly, the property business is one example, the property business opportunity is very promising apart from being a place to live, the purpose of people buying property is as an investment. Currently, the tendency of prospective buyers to find information about a property to be purchased is still dominated by brochures, newspapers and other information media such as Facebook, media like this are considered less attractive and less effective because sometimes the information presented is incomplete regarding the specifications of the property. which is available. Based on these problems, this research will design a prototype user interface design for buying and selling and renting property applications with a 360 view using the design thinking method. As for the results of the assessment using SEQ and feedback from respondents getting an average score of 6.4 out of an average passing score of 5.5, the usability testing of the OHome Application prototype can be said to be successful.

Keywords: User Interface, View 360, Design Thinking.

1 Pendahuluan (or Introduction)

Setiap tahun pertumbuhan ekonomi di Indonesia cenderung mengalami peningkatan, Lembaga Internasional seperti World bank, ADB, dan IMF memperkirakan pertumbuhan ekonomi Indonesia berada pada kisaran 5% hingga 5,4%. Hal ini dapat menjadikan pertumbuhan ekonomi Indonesia berada di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi global. [1]

Munculnya berbagai bidang usaha baru yang didominasi oleh perdagangan menjadi salah satu tanda bahwa ekonomi Indonesia maju dengan pesat, bisnis properti adalah salah satu contohnya, peluang bisnis properti sangat menjanjikan selain untuk tempat tinggal tujuan orang membeli properti adalah sebagai investasi. Saat ini kecenderungan dari calon pembeli dalam mencari informasi tentang sebuah properti yang akan dibeli masih didominasi oleh brosur, surat kabar dan media informasi lainnya seperti Facebook, media seperti ini dirasa kurang menarik dan masih kurang efektif karena terkadang informasi yang disajikan tidak lengkap terkait spesifikasi dari properti yang tersedia.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi ada banyak inovasi baru berupa aplikasi atau platform jual beli properti yang bermunculan salah satu tujuannya adalah untuk kemudahan calon pembeli dalam menentukan jenis properti yang akan dipilih dan meninjau kelayakan dari properti tersebut. Inovasi harus tetap dikembangkan salah satunya dengan menggunakan visualisasi view 360 derajat, dimana calon pembeli nantinya akan bisa meninjau kelayakan properti yang akurat tanpa harus datang langsung ke lokasi yang bersangkutan sehingga perlu dibuat sebuah aplikasi atau platform jual beli dan sewa properti berbasis android dengan fitur visualisasi view 360, sebagai langkah awal dalam pembuatan aplikasi tersebut diperlukan design user interface.

Berdasarkan uraian yang sudah dipaparkan di atas, maka penulis akan merancang prototype design user interface aplikasi jual beli dan sewa properti dengan view 360 dengan menggunakan metode design thinking, Design Thinking dikenal sebagai suatu proses berpikir komprehensif yang berfokus menciptakan solusi dengan cara memahami kebutuhan pengguna dengan melakukan pendekatan langsung dengan pengguna melalui tahapan proses dan brainstorming guna mengumpulkan banyak ide [10]. Pengerjaan design user interface pada penelitian ini menggunakan aplikasi Figma. Aplikasi Figma dipilih karena memiliki beberapa keunggulan yang dapat memudahkan kolaborasi designer dan developer. Selain gratis, aplikasi Figma juga dapat dibuka menggunakan browser. File aplikasi Figma juga dapat dibuka di mana saja dan kapan saja menggunakan koneksi internet karena file aplikasi Figma bersifat cloud base (*online*). Hal ini tentunya akan memudahkan kolaborasi antara designer dan developer. Developer dapat melihat tampilan user interface yang telah di-design di mana saja dan kapan saja dengan koneksi internet tanpa harus meng-instal aplikasi Figma.

2 Tinjauan Literatur

Penelitian ini tidak lepas dari penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya sebagai bahan perbandingan dan kajian. Penelitian pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Bagus Laksono tahun 2021 dalam Tugas Akhirnya yang berjudul “Evaluasi dan Perancangan User Interface/ User Experience pada Website INMAX Property Menggunakan Model Double Diamond”. Tujuan penelitian ini adalah mengevaluasi dan Merancang User Interface/ User Experience pada Website INMAX Property Menggunakan Model Double Diamond. Hasil akhir dari penelitian adalah rekomendasi desain antarmuka pengguna (user interface) dari website INMAX Property sesuai dengan kebutuhan pengguna [2].

Pada penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh RB Solichuddin dan EG Wahyuni tahun 2021 yang berjudul “Perancangan User Interface dan User Experience dengan Metode User Centered Design pada Situs Web Kalografi” Tujuan dan hasil dari penelitian ini adalah membuat rancangan desain UI/UX situs web Kalografi dengan metode User Centered Design. Metode UCD melibatkan pengguna dari awal hingga hasil rancangan antarmuka selesai di buat. Hal ini sangat membantu peneliti dan tim dalam menganalisis kebutuhan pengguna secara umum [3].

Penelitian yang ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Elda Chandra Shirvanadi dan Moh. Idris, S.Kom, M.Kom 2021 yang berjudul “Perancangan Ulang Ui/Ux Situs E-Learning Amikom Center Dengan Metode Design Thinking (Studi Kasus: Amikom Center)” Tujuan dari penelitian ini adalah merancang ulang website E-Learning Amikom Center dengan metode design thinking. Hasil dari penelitian ini adalah rancangan design ulang website E-Learning Amikom Center [4].

Penelitian yang keempat adalah penelitian yang dilakukan oleh Valentino Kristian Reynald Nina Setiyawati pada tahun 2022 dalam penelitian yang berjudul “Perancangan ui/ux fitur mentor on

<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>

demand menggunakan metode design thinking pada platform pendidikan teknologi” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan perancangan User Interface (UI) dan User Experience (UX) fitur Mentor on Demand pada platform pendidikan Skilvul, yang akan membantu mentee (siswa) dan mentor melakukan proses mentoring atau kursus secara 1:1 atau bisa disebut satu mentor untuk satu peserta. Berdasarkan hasil pada tahap testing yang menggunakan metric Single Ease Question (SEQ) didapatkan nilai rata - rata pada setiap task pada skala likert dengan angka 6.25 - 7 dari 5 responden yang ada. Hal ini dapat diartikan bahwa alur UX pada prototype yang dihasilkan dapat dipelajari dengan mudah dan telah menjawab kebutuhan dari user serta juga dari pihak Skilvul [5].

User Interface (UI)

Antarmuka pengguna atau disebut juga user interface (UI) adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan tampilan yang berinteraksi langsung antara pengguna dengan suatu mesin atau komputer. Agar menghasilkan tampilan yang bagus, desain dan penyusunan tampilan antarmuka perlu diperhatikan [4].

User Experience (UX)

User Experience adalah bagaimana pengalaman pengguna dalam menggunakan suatu produk. User experience dirancang sebagai pendekatan pengguna dengan produk agar pengguna mendapatkan kemudahan dan kenyamanan selama berinteraksi dengan produk. Interaksi tampilan antarmuka sistem dengan pengguna akan memunculkan sebuah penilaian berdasarkan pengalaman pengguna. User experience meliputi keseluruhan proses yang dilewati oleh pengguna saat berinteraksi dengan sistem [5].

Design Thinking

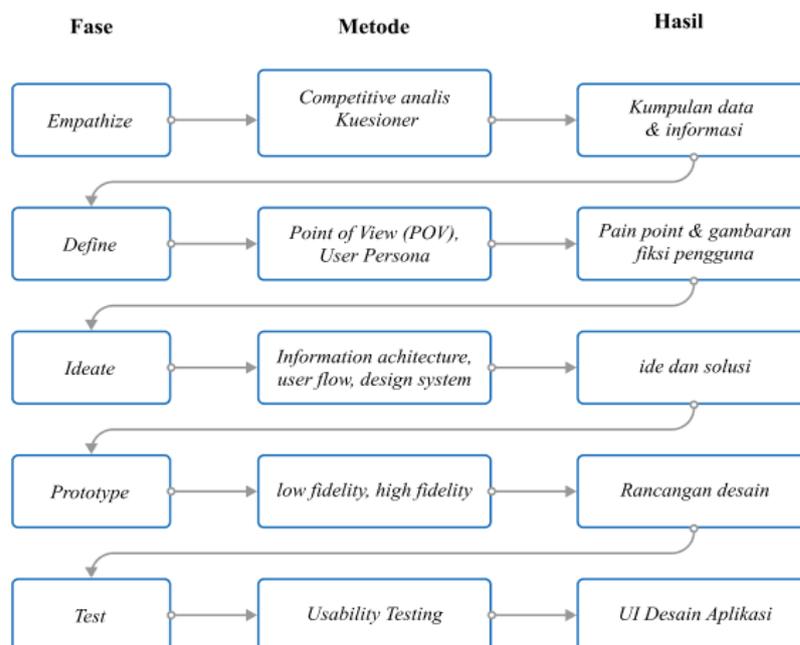
Design thinking merupakan salah satu metode atau kerangka kerja desain yang tujuannya adalah pemecahan suatu permasalahan dari sudut pandang yang berbeda. Design thinking juga merupakan proses design dan metode penyelesaian masalah yang fokus utamanya pada pengguna. Selain hanya sekedar membuat suatu produk yang indah dan menarik, design harus tetap memperhatikan proses dan tahapan dari sebuah desain itu sendiri. beberapa tahapan yang terdapat pada metode design thinking dimulai dari memahami masalah, mengumpulkan informasi, membuat solusi, membangun produk atau aplikasi dari solusi-solusi yang ditawarkan dan pengujian hasil produk atau aplikasi yang sudah dibangun agar mendapat umpan balik dari pengguna. Design thinking memiliki 5 tahapan, antara lain: *empathize, define, ideate, prototyping* dan *testing* [6].

Usability Testing

Usability testing merupakan metode ux research yang populer. Usability testing mengacu pada evaluasi produk atau layanan dengan mengujinya dengan pengguna yang representatif. Dalam sesi pengujian kegunaan, peneliti meminta peserta untuk melakukan tugas-tugas, biasanya menggunakan satu atau lebih antarmuka pengguna tertentu. Disamping peserta menyelesaikan setiap tugas yang diberikan, peneliti mengamati, mendengarkan, dan mencatat perilaku peserta dan bertanya untuk mendapatkan feedback. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan data kualitatif dan kuantitatif dan menentukan kepuasan partisipan dengan produk, mengidentifikasi masalah dari UI design yang sudah dirancang, menemukan peluang dan kesempatan untuk meningkatkan produk, serta memahami perilaku dan preferensi user [7].

3 Metode Penelitian

Saat merancang desain *user interface* (UI) aplikasi jual-beli dan sewa properti dengan fitur *view 360* derajat menggunakan metode *design thinking*. Metode ini dimulai dari memahami masalah, mengumpulkan informasi, merancang solusi, membuat produk atau aplikasi dari solusi yang telah dirancang sampai tahap pengujian hasil dari produk atau aplikasi yang telah dibuat. Gambar 1 menunjukkan tahap perancangan *user interface* aplikasi ini.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

A. Empathize

Pada tahap ini peneliti mencoba mengamati, memahami, dan berempati terhadap perilaku, emosi, situasi, dan pengalaman pengguna. Pada tahap *empathize*, proses pengumpulan data dilakukan dengan metode *competitive analysis* dan kuesioner. Berikut adalah rincian dari metode tersebut:

Competitive Analysis

Peneliti mengumpulkan beberapa produk yang serupa untuk dianalisis. Ada 12 aplikasi jual beli properti terpopuler yang berhasil peneliti temukan dari sumber *bigalpha.id* sebagai aplikasi kompetitor yang kemudian peneliti amati dan analisis [12]. Analisis yang dilakukan berfokus pada fitur yang berkaitan dengan fitur utama dari aplikasi *OHome* yaitu pencarian properti dan pasang iklan dengan fitur *view 360*. Dalam proses menganalisis produk pesaing, peneliti tidak menemukan satu pun aplikasi yang memiliki fitur *view 360* seperti aplikasi *OHome*. Tentunya ini menjadi sebuah keunggulan untuk aplikasi *OHome*. Selain itu, pengamatan dan analisis dari produk kompetitor juga bertujuan untuk menambah referensi *user interface* baik dari segi warna, *design*, *layout*, maupun *user experience*. Yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan dalam perancangan *user interface* dari aplikasi *OHome*. Adapun daftar aplikasi yang dianalisis oleh peneliti dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Competitive Analysis

No	Kompetitor	Fitur view 360
1	Rumah.com	Tidak ada
2	Rumah123.com	Tidak ada
3	Trovit Homes	Tidak ada
4	DealRumah.id	Tidak ada
5	Lamudi	Tidak ada
6	99.co	Tidak ada
7	OLX	Tidak ada
8	Rumah Dijual	Tidak ada
9	Realoka	Tidak ada
10	Griyaplus	Tidak ada
11	Mitula Rumah	Tidak ada
12	UrbanIndo.com	Tidak ada

Pada tahap ini, hasil survei yang diperoleh dalam proses survei kuesioner akan didefinisikan lebih jelas untuk fokus pada inti masalah. pada tahap pendefinisian masalah dilakukan dengan dua metode, yaitu *point of view* dan *user persona*.

B. Define

Pada tahap ini, hasil survei yang diperoleh dalam proses survei kuesioner akan didefinisikan lebih jelas untuk fokus pada inti masalah. pada tahap pendefinisian masalah dilakukan dengan dua metode, yaitu *point of view* dan *user persona*.

1. Point Of View

Dimulai dari permasalahan yang ditemukan pada tahap *empathize*, peneliti memasukan temuan masalah ke dalam (*point of view*) *POV* untuk didefinisikan lebih jelas dan fokus pada inti permasalahan. Hasil dari proses definisi masalah dalam *Point of View* didapatkan informasi yang dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Point Of View

User	Problem/Need	Insight
Pengguna yang mencari properti melalui platform jual beli properti	Responden kesulitan menemukan informasi yang lengkap ataupun kejelasan tentang kondisi properti yang akan dibeli	Visualisasi view 360 derajat agar kondisi kelayakan properti dapat dilihat dengan jelas

2. User Persona

User Persona dibuat berdasarkan *Point of View (POV)* yang diperoleh. *User persona* dilengkapi dengan serangkaian informasi tentang pengguna yang dapat dilihat pada Gambar 2 berikut.



Abraham Syah

Umur : 27 Tahun
Pekerjaan : Karyawan
Status : Belum menikah
Alamat : Balikpapan

Abraham Syah adalah seorang karyawan dengan umur 27 tahun yang tinggal di Balikpapan. Syah pernah mencari properti berupa rumah untuk dibeli, Syah mencari properti pada platform jual-beli properti. dalam platform tersebut Syah kesulitan untuk mencari informasi properti dan mengecek kondisi kelayakan properti.

Paint Point

Kesulitan memperoleh informasi terkait detail an kelayakan properti yang akan dibeli

Needs

Mebutuhkan Platform Jual-beli properti yang didalamnya memiliki fitur yang dapat memberikan informasi terkait detail dan kelayakan properti yang akan dibeli.

Goals

Mempermudah dalam memperoleh informasi terkait detail dan kelayakan kondisi yang properti yang akan dibeli.

Gambar 2. User Persona

C. Ideate

Pada tahap ini proses mengumpulkan ide dan solusi melalui *brainstorming* dilakukan untuk mendapat ide dan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pada tahap ini juga ide dan solusi yang telah didapat akan diterjemahkan menjadi *information architecture*, *user flow* dan *design system* agar mempermudah penyusunan tahap *prototype* ketika proses perancangan desain *low fidelity* dan *high fidelity*.

1. *Information architecture*

Pada tahap ini *information architecture* disusun sebagai struktur utama agar memudahkan saat proses perancangan. Dalam penyusunan *information architecture* ini peneliti berdiskusi dengan seluruh anggota tim dari *developer* aplikasi *OHome*. Yang kemudian disetujui oleh *project manager*

2. *User Flow*

Pada tahap ini *user flow* dirancang untuk menunjukkan serangkaian proses alur pengguna dari titik awal hingga titik tindakan akhir dengan melalui serangkaian proses. Dalam penyusunan *user flow* ini peneliti juga berdiskusi dengan seluruh anggota tim dari *developer* aplikasi *OHome*. Yang kemudian disetujui oleh *project manager*.

3. *Design System*

Pada tahap ini peneliti membuat *design system* yang berisikan *Typeface*, *Color*, ukuran *button*, Jenis *Icon*, dan dokumentasi lainnya yang digunakan sebagai acuan dalam perancangan *user interface* agar tetap konsisten. Setelah membuat *design system* peneliti berdiskusi dengan tim untuk menyepakati *design system* yang telah dibuat, lalu kemudian disepakati oleh *project manager*. Berikut adalah dokumentasi *design system* yang telah dibuat.

a. *Typography*

Typography dalam *design system* merupakan sekumpulan karakter huruf dengan ukuran, ketebalan, dan *line spacing* yang berbeda. Pada aplikasi ini penulis menggunakan font '*Poppins*'. Font ini dipilih karena memiliki karakter yang minimalis dan memiliki sembilan gaya yang berbeda. '*Poppins*' juga menjadi salah satu *typography* yang populer dan paling sering digunakan.

b. *Colors*

Colors dalam *design system* merupakan sekumpulan warna yang berbeda yang di dalamnya terdapat *primary* dan *secondary color*. Dasar pemilihan didasarkan pada permintaan dari *project manager* yaitu warna biru. Warna biru dipilih karena biru merupakan warna yang memberikan kesan tenang dan bersifat profesional. Efek lain warna biru adalah sering di anggap sebagai warna yang melambangkan kepercayaan dan kenyamanan[14]

c. *Icon*

Icon dalam *design system* merupakan sekumpulan tampilan suatu objek atau gambar dengan tujuan untuk mewakili fungsi dari objek itu sendiri. Peneliti menggunakan *icon* berlisensi gratis dari *Figma Community*. Karena mengingat waktu yang terbatas dalam pengerjaan *project* ini sehingga tidak memungkinkan untuk membuat *icon* secara mandiri.

d. *Button*

Button dalam *design system* merupakan sekumpulan tombol yang memiliki bentuk, ukuran dan fungsi yang berbeda. peneliti memilih menggunakan *style rounded* pada *button* yang dibuat untuk memberikan kesan minimalis dan kalem kepada pengguna.

D. *Prototype*

Pada tahap ini penulis mengimplementasikan aplikasi berdasarkan ide dan solusi yang telah dibuat pada tahap *Ideate* dengan tujuan menghasilkan sebuah desain produk atau aplikasi. pada tahap ini pembuatan desain aplikasi terdapat dua langkah yaitu yang pertama pembuatan *low fidelity* lalu dilanjutkan dengan langkah pembuatan *high fidelity*. adapun detail dari langkah tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Low Fidelity*

Low Fidelity adalah kerangka atau gambaran kasar desain dengan tingkat akurasi dan ketepatan yang masih rendah. *Low fidelity* bertujuan untuk menentukan fungsi yang mendasar dan tata letak dalam sebuah desain.

2. *High Fidelity*

High Fidelity merupakan tahap penerjemahan dari proses *low fidelity* dengan tingkat akurasi dan ketepatan yang tinggi.

E. *Test*

Tahap test merupakan tahap terakhir dari design thinking. Tahap test dilakukan dengan tujuan menguji dan mengevaluasi prototype produk atau aplikasi kepada beberapa pengguna. Dalam tahap test ini masih

sangat memungkinkan jika aplikasi yang dibuat belum sesuai dengan keinginan pengguna. adapun langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam tahap ini adalah sebagai berikut:

a. Membuat *Task Testing*

Sebelum melakukan tahap *testing* penulis membuat *task* atau tugas dengan tujuan mempermudah pengguna dalam melakukan *testing* aplikasi.

b. Menentukan *Evaluator* atau Responden

Penulis menentukan *evaluator* atau responden pengujian *testing*, langkah ini bertujuan untuk mengukur penggunaan aplikasi apakah sudah berjalan dengan baik atau masih terdapat kekurangan yang harus diperbaiki.

c. Melaksanakan *Testing* dengan Mencoba *Prototype* Aplikasi

Tugas yang telah ditentukan penulis pada langkah sebelumnya akan dilaksanakan oleh user untuk mencoba *prototype* aplikasi.

d. Memberikan Pertanyaan Untuk *Evaluator* atau Responden

dalam langkah ini penulis memberikan beberapa pertanyaan kepada *evaluator* atau responden setelah melaksanakan langkah *testing* dengan mencoba *prototype* aplikasi.

4 Hasil dan Pembahasan

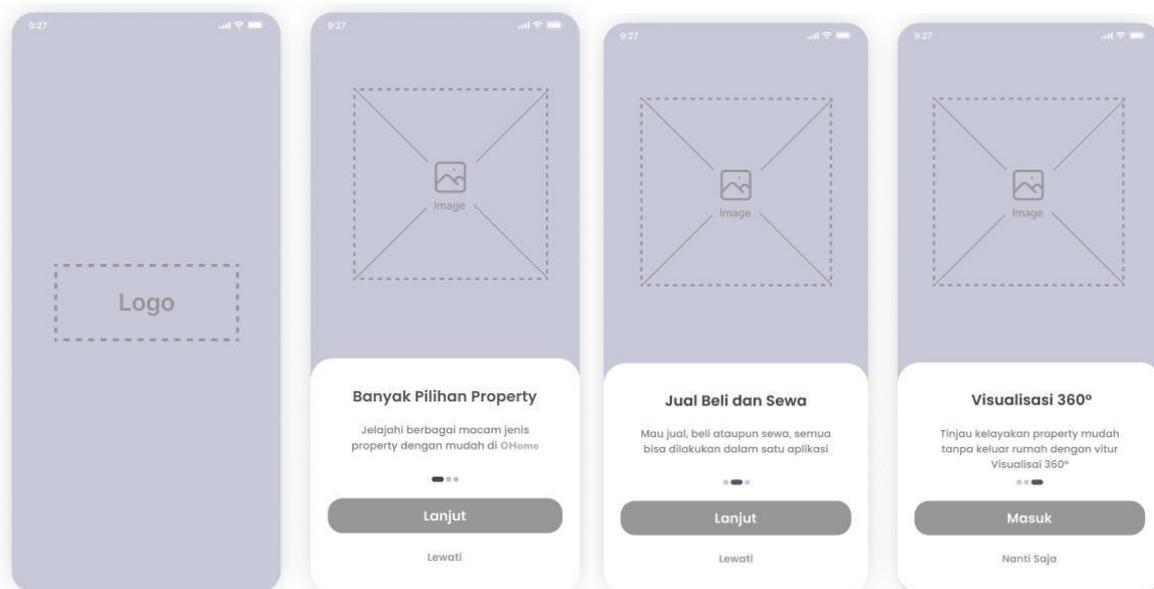
Pada tahap ini ide dan solusi yang peneliti dapatkan pada tahap Ideate mulai diimplementasikan.

1. Implementasi Low Fidelity

Pada tahap ini penulis mengimplementasikan low fidelity sebagai gambaran kasar dengan ketepatan akurasi yang masih rendah dengan tujuan menentukan fungsi yang mendasar dan tata letak dari desain aplikasi.

a. Low Fidelity tampilan Splashscreen dan onboarding

Low fidelity tampilan splashscreen dan onboarding bertujuan untuk memperkenalkan secara singkat tentang produk atau aplikasi. Pada bagian onboarding (kanan atas, dan dua di bawah) yang dapat dilihat pada Gambar 3 tampilan onboarding terdapat dua bagian, bagian atas berisi gambar sebagai ilustrasi. Dan pada bagian bawah berisi penjelasan singkat mengenai fitur yang ada pada aplikasi serta terdapat dua tombol call to action. Berikut adalah low fidelity dari tampilan onboarding dan splashscreen dari aplikasi OHome:

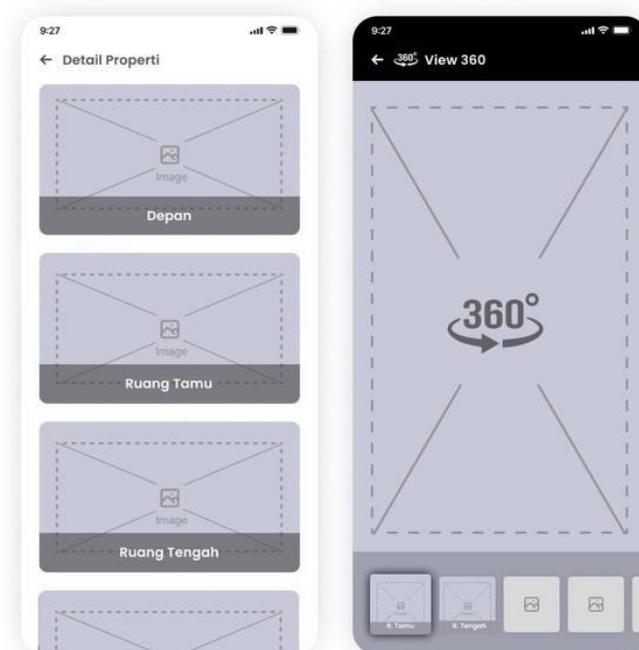


Gambar 3. Low Fidelity Tampilan Splashscreen dan Onboarding

b. *Low Fidelity* Tampilan Galeri Properti 360

Low fidelity Tampilan Galeri Properti 360 menampilkan detail tampilan properti dengan *view* 360 derajat. detail properti dibagi berdasarkan ruangan. Pada tampilan galeri ruangan, masing-masing

ruangan ditampilkan dalam bentuk *card* seperti yang dapat dilihat pada Gambar 4 bagian kiri dengan tujuan agar tampilan *cover* dan nama dari masing-masing ruangan dapat terlihat jelas oleh pengguna. Ketika *card* ruangan tersebut ditekan oleh pengguna, pengguna akan diarahkan menuju tampilan *view 360* dari ruangan tersebut yang dapat dilihat pada Gambar 4 bagian kanan. Pada tampilan ini pada bagian bawah terdapat mini galeri ruangan properti yang dapat ditekan oleh pengguna dengan tujuan agar pengguna dapat berganti dari ruangan satu ke ruangan yang lain dengan mudah. Berikut adalah tampilan Galeri Properti 360 dari aplikasi *OHome*.



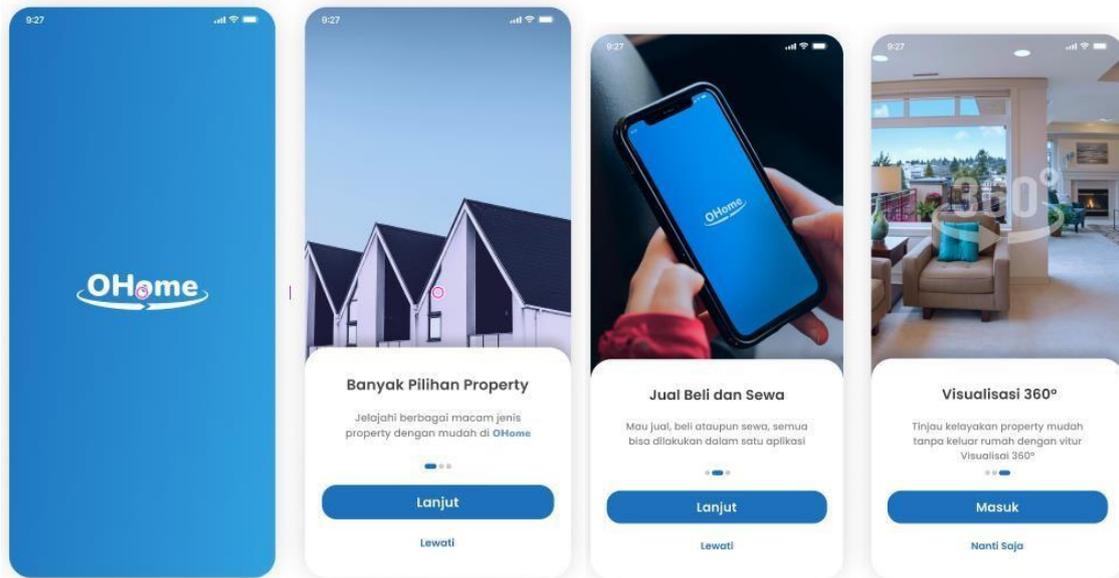
Gambar 4. Low Fidelity Tampilan Galeri Properti 360

2. Implementasi High Fidelity.

Pada tahap ini hasil tampilan dari proses low fidelity diterjemahkan menjadi high fidelity dengan tingkat akurasi dan ketepatan yang tinggi. Hasil dari proses perancangan high fidelity adalah sebagai berikut:

a. High Fidelity Tampilan Splashscreen dan onboarding

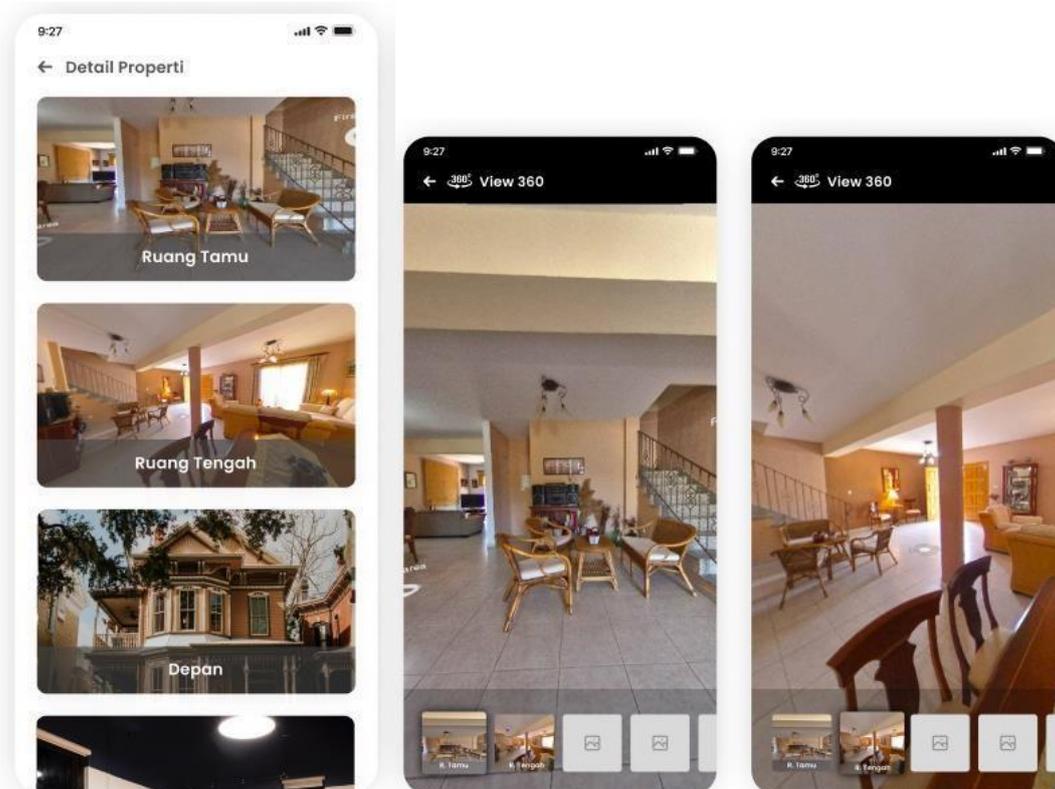
Pada high fidelity tampilan splashscreen dan onboarding peneliti tidak melakukan perubahan besar. Peneliti menambahkan foto sebagai ilustrasi dan warna sesuai dengan identitas dari aplikasi *OHome*. Adapun high fidelity dari tampilan splashscreen dan onboarding dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. High Fidelity Tampilan Splashscreen dan Onboarding

b. High fidelity Tampilan Galeri Properti 360

High fidelity Tampilan Galeri Properti 360 menampilkan detail tampilan properti dengan *view* 360 derajat. detail properti dibagi berdasarkan ruangan. Adapun *high fidelity* dari tampilan galeri properti dapat dilihat pada Gambar 6 di bawah ini.



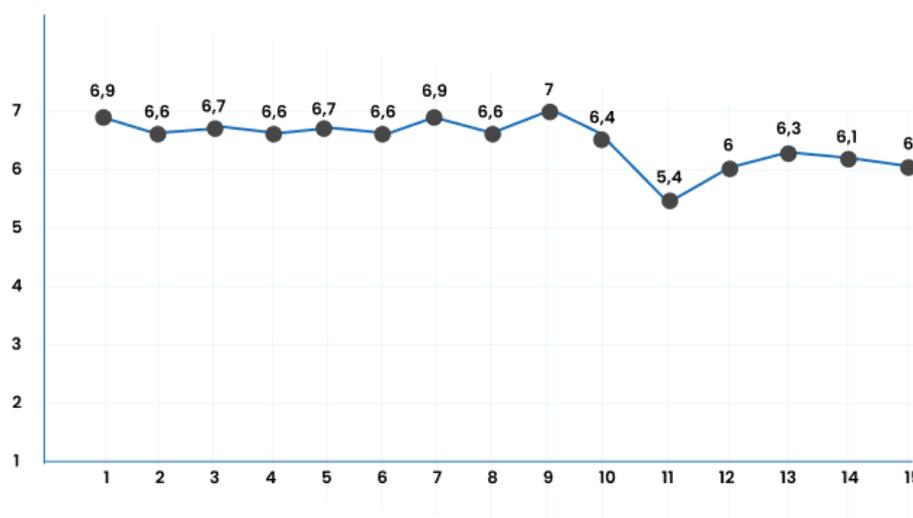
Gambar 6. High fidelity Tampilan Galeri Properti 360

3. Testing

Pada tahap ini pengujian dilakukan untuk memvalidasi solusi desain yang sudah dibuat. Peneliti melakukan pengujian prototype design dengan tujuan mendapat feedback. feedback dari responden ini yang nantinya digunakan untuk mengevaluasi solusi desain dalam prototype. Perbaikan desain akan dilakukan jika terdapat solusi desain yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan pengguna. Adapun skenario pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. [TASK 1] Meminta responden untuk melakukan pendaftaran akun baru pada aplikasi OHome dari onboarding sampai masuk pada homescreen. observasi apa yang dilakukan responden, bertanya mengenai kendala dan kekurangan.
2. [TASK 2] Meminta responden untuk melakukan logout akun, observasi apa yang dilakukan responden, bertanya mengenai kendala dan kekurangan.
3. [TASK 3] Meminta responden untuk login ke dalam aplikasi, observasi apa yang dilakukan responden, bertanya mengenai kendala dan kekurangan.
4. [TASK 4] Meminta responden untuk mencari properti yang dijual dengan rincian : Rumah klasik yang berada di Sleman dengan rentang harga 500.000.000 – 800.000.000, sampai pada fitur view 360. observasi apa yang dilakukan responden, bertanya mengenai kendala dan kekurangan.
5. [TASK 5] Meminta responden untuk mencari properti yang disewakan dengan rincian : Rumah klasik yang berada di Sleman dengan rentang harga 20.000.000 – 50.000.000, dengan frekuensi sewa per tahun, sampai pada fitur view 360. observasi apa yang dilakukan responden, bertanya mengenai kendala dan kekurangan.
6. [TASK 6] Meminta responden mengiklankan properti yang akan dijual dengan rincian : tipe properti adalah rumah, lokasi di Sleman, luas bangunan 100 m², harga Rp. 760.000.000, 2 kamar mandi, 4 kamar tidur, observasi apa yang dilakukan responden, bertanya mengenai kendala dan kekurangan.
7. [TASK 7] Meminta responden mengiklankan properti yang akan disewakan dengan rincian : tipe properti adalah rumah, lokasi di Sleman, frekuensi sewa pertahun, luas bangunan 100 m², harga Rp. 42.000.000, 2 kamar mandi, 4 kamar tidur, observasi apa yang dilakukan responden, bertanya mengenai kendala dan kekurangan. Observasi apa yang dilakukan responden, bertanya mengenai kendala dan kekurangan.

Dari usability testing terhadap 15 responden yang telah dilakukan, diperoleh hasil berupa penilaian menggunakan SEQ dan feedback dari responden. Penilaian SEQ oleh responden mendapatkan nilai rata-rata sebesar 6.4 dari nilai rata-rata kelulusan 5.5, maka usability testing terhadap prototype Aplikasi OHome bisa dikatakan berhasil. Adapun SEQ tingkat kemudahan dari 15 responden dapat dilihat pada Gambar 7 berikut.



Gambar 7. Grafik SEQ tingkat kemudahan

5 Kesimpulan

Dari hasil penelitian, perancangan dan pembahasan yang dilakukan diperoleh kesimpulan bahwa *Design user interface* aplikasi jual-beli dan sewa properti dengan fitur view 360 derajat dengan nama

OHome berhasil dirancang dengan menggunakan metode *design thinking*. Adapun tahapan dalam perancangan ini dimulai dari proses *Empathize, Define, Ideate, Prototype dan Testing*. Dari hasil pengujian *usability testing* tingkat kemudahan yang telah dilakukan terhadap *prototype* aplikasi tersebut, maka dapat dikatakan berhasil memberikan kemudahan kepada pengguna dengan mendapatkan nilai rata-rata sebesar 6.4 dari nilai rata-rata kelulusan 5.5.

Referensi

- [1] “Kinerja Ekonomi Triwulan I-2022 Tumbuh Kuat, Prospek ke Depan Semakin Solid,” Mei 2022. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/4063/kinerja-ekonomi-triwulan-i-2022-tumbuh-kuat-prospek-ke-depan-semakin-solid> (accessed Jul. 20, 2020).
- [2] R. P. Putra, A. Riyadi, and S. Wardani, “Rancang Bangun Sistem Informasi Persewaan Dan Penjualan Properti Di Diy Berbasis Web,” *Seminar Nasional Dinamika Informatika 2017 Universitas PGRI Yogyakarta*, p. 10, 2017.
- [3] A. A. Razi and I. R. Mutiaz, “Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan Ui/Ux Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan Dan Temuan Barang Tercecer,” *Demandia : Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*, vol. 3, no. 2, p. 19, 2018.
- [4] B. Laksono, “Evaluasi dan Perancangan User Interface-User Experience Pada Website INMAX Property Menggunakan Model Double Diamond,” *Universitas Dinamika*, 2021.
- [5] R. B. Solichuddin and E. G. Wahyuni, “Perancangan ui/ux fitur mentor on demand menggunakan metode design thinking pada platform pendidikan teknologi” *JIPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, vol. 7, No 3. 9, 2022.
- [6] E. C. Shirvanadi, “Perancangan Ulang Ui/Ux Situs E- Learning Amikom Center Dengan Metode Design Thinking (Studi Kasus: Amikom Center),” *Universitas Islam Indonesia*, p. 80, 2019.
- [7] V.K. Reynaldi dan Nina Setiyawati, “Pembuatan Desain Tampilan Website Layanan Mentor On Demand Menggunakan Aplikasi Figma,” *Universitas Amikom Yogyakarta*, 2022.
- [8] M. N. E. Ghiffary, T. D. Susanto, and A. H. Prabowo, “Analisis Komponen Desain Layout, Warna, dan Kontrol pada Antarmuka Pengguna Aplikasi Mobile Berdasarkan Kemudahan Penggunaan (Studi Kasus: Aplikasi Olride),” *Jurnal Teknik ITS*, vol. 7, no. 1, pp. 143–148, Apr. 2018, doi: 10.12962/j23373539.v7i1.28723.
- [9] N. Setiyawati, H. D. Purnomo, and E. Mailoa, “User Experience Design on Visualization of Mobile-Based Land Monitoring System Using a User-Centered Design Approach,” *Int. J. Interact. Mob. Technol.*, vol. 16, no. 3, pp. 47–65, 2022, doi: 10.3991/IJIM.V16I03.28499.
- [10] C. Phelps, B. Garrette, and O. Sibony, *Cracked It!*, Jouy-en-Josas: PalgraveMacmillan, 2018.
- [11] K. Morgan, “Usability Testing 101,” *Usability Testing 101*, 2019. <https://www.nngroup.com/articles/usability-testing-101/> (accessed Jul. 21, 2022).
- [12] D. Aksara, “12 Aplikasi Jual Beli Rumah Terbaik 2021,” *12 Aplikasi Jual Beli Rumah Terbaik 2021*, May 08, 2021. <https://bigalpha.id/news/12-aplikasi-jual-beli-rumah-terbaik-2021> (accessed Jul. 21, 2020).
- [13] Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,” in *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, CV. Alfabeta, 2017.
- [14] Akarapi, “Arti Warna Logo Perusahaan dan Pengaruh Emosionalnya Pada Konsumen,” 20. <https://desainlogodesign.com/arti-warna-pada-logo-perusahaan-dan-pengaruh-emosionalnya-pada-konsumen> (accessed Aug. 03, 2022).
- [15] R. Z. A. Dzazuly, W. H. N. Putra, and N. H. Wardani, “Evaluasi Usability dan Perbaikan Desain Antarmuka Pengguna Website Perpustakaan Kota Malang menggunakan Metode Evaluasi Heuristik,” ... *Tekno. Inf. dan Ilmu ...*, vol. 3, no. 6, pp. 6115–6124, 2019.
- [16] M. Multazam, “Perancangan User Interface dan User Experience pada Placeplus menggunakan pendekatan User Centered Design,” *Univ. Islam Indones.*, vol. 1, p. 8, 2020