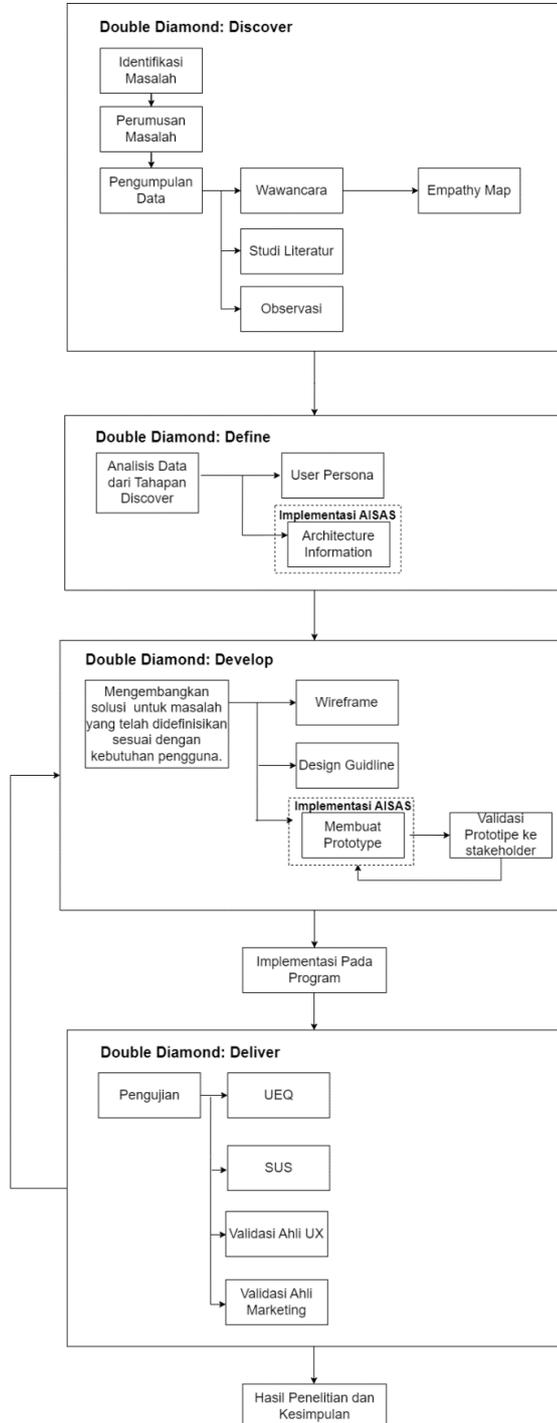


# BAB III METODE PENELITIAN

## 3.1 Desain Penelitian



Gambar 3. 1 Desain Penelitian

Pada bab ini, disajikan gambaran kerangka kerja mulai dari awal hingga selesai penelitian. Gambar 3.1 merupakan gambaran kerangka kerja yang menjelaskan alur tahapan dari penelitian yang akan dilakukan. Berikut merupakan penjelasan tahapan pada penelitian yang telah diilustrasikan pada Gambar 3.1

#### 1. *Double Diamond: Discover*

Tahap ini dimulai dengan mengidentifikasi masalah serta kendala yang terjadi dalam UMKM Guyam Gayem. Dalam mengidentifikasi masalah dan pengumpulan informasi dilakukan dengan berbagai metode yang disesuaikan dengan kebutuhan.

Pada tahapan ini, dilakukan pengumpulan informasi melalui metode wawancara, studi literatur, dan observasi.

##### a. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada pemilik UMKM Guyam Gayem yaitu Ibu Rina Mustaqimah. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memperoleh informasi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Guyam Gayem yang mencakup proses promosi dan penjualan yang dilakukan dan untuk memahami kebutuhan dan harapan terkait *website* yang akan dikembangkan kembali. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dan disebutkan pada sub bab 1.1 latar belakang serta hasil wawancara pada lampiran 1, terdapat keinginan dari pemilik UMKM Guyam Gayem untuk meningkatkan usahanya melalui *website* serta mengembangkan sebuah *website* untuk mempromosikan produk dan pemesanan langsung, sehingga pembelian yang dilakukan tidak melalui WhatsApp seperti yang dilakukan saat ini. Selain itu, wawancara juga akan dilakukan kepada pelanggan UMKM Guyam Gayem untuk mengetahui kebutuhan pengguna ketika melakukan pembelian menggunakan *website*. Hasil dari wawancara akan diimplementasikan ke dalam *empathy map* untuk menggambarkan mengenai pengalaman pengguna.

##### b. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mendapatkan informasi serta pengetahuan dari berbagai literatur yang berhubungan dengan masalah yang menjadi fokus penelitian. Dalam tahapan ini dilakukan pencarian informasi

mengenai metode *Double Diamond*, *user experience* dan model AISAS yang akan diimplementasikan pada penelitian yang dilakukan dan metode UEQ dan SUS sebagai acuan dalam melakukan analisis dan evaluasi serta beberapa penelitian terdahulu. Pada tahap ini, informasi didapatkan dari berbagai sumber seperti artikel, jurnal, buku dan bahan bacaan lainnya yang berkaitan dengan topik yang diteliti.

c. Observasi

Observasi dilakukan terhadap objek penelitian, yaitu UMKM Guyam Gayem beserta *website* yang dimiliki sebelumnya. Tujuan dari pengamatan ini adalah untuk mengetahui proses penjualan UMKM Guyam Gayem dan untuk menentukan atau mengidentifikasi fitur-fitur dan informasi dari UMKM yang kemudian akan diimplementasikan pada pengembangan *website* yang akan dirancang menggunakan metode *Double Diamond* dan penerapan kontennya didukung dengan model AISAS.

2. *Double Diamond: Define*

Pada tahap ini bertujuan merumuskan masalah dan mendefinisikan kebutuhan sistem dengan menganalisis informasi yang telah didapatkan dari tahap sebelumnya berdasarkan kebutuhan pengguna. Hasil dari tahap ini, informasi yang didapatkan dibuat dalam bentuk *empathy map*, serta membuat *user persona* untuk mendeskripsikan karakteristik dari target pengguna. Setelah memahami kebutuhan pengguna, dilanjutkan dengan membuat *architecture information* untuk melakukan pemetaan terhadap menu atau fitur yang akan diimplementasikan di *website*.

3. *Double Diamond: Develop*

Pada tahap *develop* berfokus pada implementasi perancangan desain *website* sebagai solusi permasalahan yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Setelah membuat pemetaan untuk fitur dalam bentuk *architecture information* seperti yang telah dilakukan pada tahap *define*, selanjutnya yaitu mengimplementasikan ke dalam tahap desain yang pertama yaitu dengan membuat *wireframe* yang merupakan rancangan awal dari desain *website*. Kemudian dilanjutkan dengan membuat prototipe desain dari *website* yang akan dikembangkan dan mengimplementasikan konten *website* yang mengacu pada

teori model AISAS. Hasil dari prototipe kemudian akan divalidasi dengan melibatkan *stakeholder* untuk mengetahui apakah desain yang dihasilkan sudah sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

4. Mengimplementasikan rancangan desain ke dalam sebuah kode program untuk membangun *website*.

5. *Double Diamond: Deliver*

Pada tahap ini berfokus pada responden karena akan dilakukan pengujian pada produk yang telah dibuat untuk mengetahui apakah produk yang dibuat sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pada tahap ini akan dilakukan *usability testing* kepada pengguna dengan meminta pengguna untuk melakukan eksplorasi terhadap *website* yang dikembangkan, kemudian pengguna akan diminta pendapatnya mengenai *website* tersebut. Kemudian dilakukan pengujian untuk mengetahui nilai *website* dengan menggunakan metode UEQ dan SUS sebagai *feedback* dari pengguna terhadap *website* yang telah dikembangkan.

Selain itu, untuk memastikan kualitas *website* yang dikembangkan akan divalidasi oleh ahli UX terkait *user experience website* dan oleh ahli marketing untuk menilai penerapan konten *website* yang dibangun dengan menggunakan model marketing AISAS. Jika diperlukan perbaikan berdasarkan hasil pengujian, maka dapat dilakukan iterasi dan perbaikan ke tahap *develop* untuk dipastikan bahwa solusi yang dihasilkan sudah memenuhi kebutuhan pengguna.

6. Hasil penelitian kemudian dilanjutkan dengan pembuatan dokumentasi dan kesimpulan

## 3.2 Alat dan Bahan Penelitian

### 3.2.1 Alat Penelitian

Pada penelitian ini, digunakan alat yang dapat membantu dalam melakukan penelitian dan mengembangkan *website* yang terdiri dari perangkat keras dan perangkat lunak. Berikut adalah alat bantu yang digunakan:

1. Perangkat Keras

a. Laptop dengan spesifikasi:

i. Processor : AMD Ryzen 7 PRO 3700U

- ii. RAM : 16 GB
  - iii. Sistem Operasi : Microsoft Windows 10 Pro  
64-bit
2. Perangkat Lunak
- a. Web browser
  - b. Microsoft Office
  - c. Figma
  - d. Visual Studio Code
  - e. XAMPP

### 3.2.2 Bahan Penelitian

Terdapat beberapa bahan penelitian yang digunakan diantaranya:

1. Data wawancara kepada pemilik UMKM untuk mendapatkan informasi mengenai seputar bisnis yang dijalankan dan mengenai spesifikasi dan kebutuhan *website* yang akan dikembangkan.
2. Data hasil wawancara dengan pengguna mengenai pengalaman pembelian dan kebutuhan dalam *website*.
3. Data hasil pengujian UEQ dan SUS pada situs *website* Guyam Gayem setelah dikembangkan.
4. Data hasil validasi dari ahli UX dan marketing.

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Pada penelitian ini, populasi terdiri dari dua kelompok yaitu pelanggan dari UMKM Guyam Gayem dan calon pelanggan dari UMKM Guyam Gayem yaitu masyarakat umum atau orang yang belum pernah menjadi pelanggan UMKM Guyam Gayem. Kemudian untuk sampel penelitian ini diambil secara acak dan harus dipastikan bahwa sampel yang digunakan merupakan bagian dari populasi.

### 3.4 Metode Pengukuran Nilai *User experience*

Dalam penelitian ini, metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) dan *System Usability Scale* (SUS) yang dijelaskan pada sub bab 2.10 dan 2.11, akan digunakan untuk menilai pengalaman pengguna (UX) serta kegunaan atau fungsionalitas *website* yang telah dikembangkan. Implementasi dari pengukuran ini akan dilakukan pada tahap akhir penelitian yang bertujuan untuk mengetahui

nilai akhir dari *website* yang telah dikembangkan. Dalam evaluasi SUS dan UEQ dibahas dalam bagian instrumen penelitian di sub bab 3.6

### 3.5 Validasi Ahli

Penerapan metode marketing AISAS yang dijadikan acuan dalam penyusunan konten dan fitur *website* memerlukan validasi dari seorang yang ahli dalam bidang marketing. Oleh karena itu, dalam proses ini dibantu oleh seorang yang ahli dibidang marketing, yaitu Hira Hanifah yang merupakan staff marketing di Telkom Indonesia dan Ibu Dr. Heni Mulyani, M. Pd seorang dosen program studi Akuntansi di Universitas Pendidikan Indonesia.

Selain itu, *website* juga akan divalidasi oleh seorang ahli *user experience* untuk memvalidasi terkait elemen *user experience* yang ada pada *website*. Pada proses validasi ini dibantu oleh Nadira yang sudah memiliki cukup pengalaman dan bekerja sebagai UI/UX Designer di Rupa. IA dan memiliki berbagai sertifikasi di bidang UX untuk memvalidasi hal tersebut.

### 3.6 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, data informasi mengenai produk yang dikembangkan dikumpulkan menggunakan kuesioner. Hasil kuesioner tersebut akan dianalisis untuk menentukan nilai dari produk yang diteliti. Selain itu, observasi dan wawancara juga dilakukan terhadap UMKM Guyam Gayem, yang menjadi studi kasus dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini terdapat instrumen penelitian yang digunakan yaitu *User experience Questionnaire* (UEQ), *System Usability Scale* (SUS), validasi oleh ahli UX, dan validasi oleh ahli marketing terkait penerapan konten *website* yang didukung dengan model AISAS.

Tabel 3. 1 Instrumen Pengujian *System Usability Scale*

No	Pernyataan	Skala
1	Saya berpikir akan menggunakan sistem ini lagi	1-5
2	Saya merasa sistem ini rumit untuk digunakan	1-5
3	Saya merasa sistem ini mudah untuk digunakan	1-5
4	Saya membutuhkan bantuan dari orang lain atau teknisi dalam menggunakan sistem ini	1-5

No	Pernyataan	Skala
5	Saya merasa fitur-fitur sistem ini berjalan dengan semestinya	1-5
6	Saya merasa ada banyak hal yang tidak konsisten (tidak serasi) pada sistem ini	1-5
7	Saya merasa orang lain akan memahami cara menggunakan sistem ini dengan cepat	1-5
8	Saya merasa sistem ini membingungkan	1-5
9	Saya merasa tidak ada hambatan dalam menggunakan sistem ini	1-5
10	Saya perlu membiasakan diri terlebih dahulu sebelum menggunakan sistem ini	1-5

Tabel 3.1 merupakan tabel instrument pengujian dalam *System Usability Scale*, yang terdiri dari 10 pernyataan yang dijadikan sebagai tolok ukur dalam pengujian kegunaan. Skala yang digunakan dalam penilaian tersebut yaitu 1 untuk menunjukkan tidak setuju dan 5 untuk menunjukkan sangat setuju dengan pernyataan.

Tabel 3. 2 Instrumen Pengujian *User experience Questionnaire*

Variabel	Pertanyaan	Skala
<i>Attractiveness</i>	Apakah sistem ini menyenangkan saat digunakan?	1-7
	Apakah sistem ini baik atau buruk?	1-7
	Apakah sistem ini disukai oleh <i>user</i> ?	1-7
	Apakah sistem ini nyaman saat digunakan?	1-7
	Apakah sistem ini menarik?	1-7
	Apakah sistem ini ramah pengguna?	1-7
<i>Efficiency</i>	Apakah sistem ini dapat beroperasi dengan cepat?	1-7
	Apakah sistem ini efisien?	1-7

Variabel	Pertanyaan	Skala
	Apakah sistem ini praktis untuk digunakan?	1-7
	Apakah sistem ini terorganisir?	1-7
<i>Perspiciuity</i>	Apakah sistem ini dapat dipahami?	1-7
	Apakah sistem ini mudah dipelajari?	1-7
	Apakah sistem ini mudah (tidak rumit) digunakan?	1-7
	Apakah sistem ini jelas dan tidak membingungkan?	1-7
<i>Dependability</i>	Apakah sistem ini dapat diprediksi?	1-7
	Apakah sistem ini mendukung kebutuhan <i>user</i> ?	1-7
	Apakah sistem ini aman untuk digunakan?	1-7
	Apakah sistem ini dapat memenuhi ekspektasi <i>user</i> ?	1-7
<i>Novelty</i>	Apakah sistem ini kreatif atau membosankan?	1-7
	Apakah sistem ini berdaya cipta?	1-7
	Apakah sistem ini menggunakan inovasi terbaru?	1-7
	Apakah sistem ini inovatif atau konservatif?	1-7
<i>Stimulation</i>	Apakah sistem ini bermanfaat untuk <i>user</i> ?	1-7
	Apakah sistem ini meng-asyikan atau membosankan?	1-7
	Apakah sistem ini menarik?	1-7
	Apakah sistem ini dapat memotivasi <i>user</i> ?	1-7

Tabel 3.2 merupakan tabel instrumen pengujian dalam *User experience Questionnaire*, yang terdiri dari 26 yang dijadikan sebagai tolok ukur dalam pengujian metode ini. Skala yang digunakan dalam penilaian tersebut yaitu satu sampai tujuh.

Tabel 3. 3 Validasi Model Marketing AISAS

<b>Variabel</b>	<b>Implementasi</b>	<b>Penilaian/Pendapat</b>
<i>Attention</i>	Menggunakan judul atau <i>headline</i> yang dapat menarik perhatian di halaman <i>landing page</i> (bagian hero section) atau halaman utama untuk menarik <i>user</i> masuk kedalam situs <i>website</i> .	
	Menggunakan heading yang besar dan mencolok untuk menyoroti poin-poin penting atau promosi.	
	Menyediakan produk <i>best seller</i> dan produk terbaru di halaman <i>website</i>	
	Menampilkan produk di halaman utama atau beranda <i>website</i> untuk menarik perhatian pengunjung pertama kali.	
	Gambar produk disajikan secara menarik dan HD dan visual yang menarik	
	Menampilkan banner promosi atau penawaran spesial	
<i>Interest</i>	Menampilkan gambar dan video produk yang menarik di halaman utama untuk membangunkan minat <i>user website</i> .	

Variabel	Implementasi	Penilaian/Pendapat
	Menyediakan informasi yang menarik dengan menampilkan informasi yang informatif (detail) tentang produk (deskripsi dan bahan bahan)	
	Membuat konten <i>website</i> yang menjelaskan keunggulan atau keunikan dari produk atau dari UMKM	
	Menampilkan testimonial pelanggan untuk memberikan kepercayaan terhadap pengunjung <i>website</i>	
	Menyediakan visi misi perusahaan dan sertifikasi dari UMKM (Sertifikat halal) agar dapat meningkatkan minat dan kepercayaan pelanggan terhadap produk	
	Menampilkan gambar dan video produk yang menarik di halaman utama untuk membangunkan minat <i>user website</i> .	
<i>Search</i>	Menyediakan navigasi yang jelas dan pencarian produk yang mudah diakses sehingga dapat membantu <i>user</i> menemukan produk yang dicari	
	Menampilkan testimonial pelanggan	

Variabel	Implementasi	Penilaian/Pendapat
	Menyediakan informasi mengenai cara melakukan pemesanan dan cara pembayaran	
	Memberikan informasi mengenai toko offline tersedia dimana saja dan alamat dari UMKM ini	
	Memberikan informasi mengenai cara bergabung menjadi reseller	
<i>Action</i>	Menyediakan tombol atau <i>button</i> (CTA) yang menonjol dan jelas di halaman produk untuk mendorong <i>user</i> melakukan tindakan pembelian	
	Memberikan promo kepada pelanggan yang melakukan pembelian melalui <i>website</i>	
	Setelah fitur testimoni pelanggan, menyediakan sebuah CTA seperti “Beli Sekarang” yang langsung mengarahkan pengunjung <i>website</i> ke langkah pembelian	
<i>Share</i>	Menggunakan <i>copy writing</i> yang dapat mengajak atau mendorong pelanggan untuk membagikan testimoni setelah membeli produk atau merekomendasikan kepada teman-teman mereka	
	Menyediakan fitur bagi <i>user</i> untuk dapat berbagi pengalaman mereka mengenai produk	

Tabel 3.3 merupakan hasil implementasi dari penerapan konten dan fitur dengan menggunakan acuan model marketing AISAS. Hasil penerapan tersebut akan di validasi oleh seorang yang ahli dibidang tersebut.