

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini, metode *Double Diamond* digunakan dalam pengembangan *website* untuk UMKM Guyam Gayem. Selain itu, metode marketing AISAS juga diimplementasikan sebagai rujukan atau acuan dalam penyusunan fitur dan konten untuk *website*. Setelah itu, *website* di evaluasi berdasarkan kegunaan dan tingkat pengalaman pengguna dalam menggunakan *website* dengan menggunakan metode SUS dan UEQ. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan metode *Double Diamond* untuk mengembangkan kembali *website* Guyam Gayem sebagai *website* penjualan dilakukan dengan empat tahapan. Tahap pertama yaitu *Discover* untuk mengeksplorasi masalah dan memperoleh pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan preferensi pengguna. Hal ini dilakukan dengan wawancara dan observasi yang kemudian hasil wawancara tersebut diimplementasikan kedalam *empathy map*. Tahap *Define* dilakukan untuk merumuskan dan mendefinisikan masalah. Hal ini dilakukan dengan pembuatan *user persona* dan *architecture information*. Tahap *Develop* dilakukan untuk menghasilkan solusi yang inovatif dan berfokus pada halaman pengguna. Sehingga, pada tahap ini dilakukan validasi kepada stakeholder untuk memastikan bahwa *prototype* yang dihasilkan telah memenuhi kebutuhan stakeholder sebelum diimplementasikan kedalam kode program dan nantinya digunakan oleh pengguna. Dan yang terakhir tahap *Deliver* melibatkan pengujian dan validasi ke berbagai pihak. Pada proses validasi melibatkan ahli UX untuk menilai dari segi kegunaan dan pengalaman pengguna dan ahli marketing untuk memvalidasi terkait penerapan fitur dan konten yang dirancang dengan menggunakan teori AISAS sebagai acuannya. Selain itu, metode UEQ dan SUS digunakan untuk menguji pengalaman pengguna dan fungsionalitas *website*.
2. Metode marketing AISAS diimplementasikan sebagai rujukan dalam penyusunan fitur dan konten *website* yang kemudian divalidasi oleh ahli

marketing. Tahap *Attention* diimplementasikan dengan penggunaan *heading* atau *tagline* yang menarik dihalaman *landing page*, menampilkan halaman produk yang dihalaman beranda, menampilkan produk *best seller* dan produk terbaru dihalaman beranda, menampilkan banner promosi dan menggunakan *heading* yang mencolok untuk menyoroti poin-poin penting atau promosi dalam *website*. Tahap *Interest* bertujuan untuk menarik minat pengguna *website*. Hal ini diimplementasikan dengan menampilkan gambar dan video produk di halaman beranda, menyediakan informasi yang informatif dan detail terkait produk, menampilkan keunikan atau ciri khas dari UMKM, menampilkan ulasan pelanggan, visi misi dan sertifikasi yang dimiliki oleh UMKM untuk meningkatkan minat dan kepercayaan pelanggan terhadap produk. Tahap *Search* diimplementasikan dengan menyediakan fitur pencarian untuk membantu pengguna mencari produk yang diinginkan dengan efisien, menampilkan ulasan pelanggan, menyediakan informasi mengenai cara pembayaran dan pemesanan melalui *website*, menampilkan informasi mengenai toko *offline* dari Guyam Gayem dan menampilkan informasi mengenai cara bergabung menjadi reseller. Tahap *Action* diimplementasikan dengan menyediakan *button* atau *Call to Action* yang menonjol dan jelas, dan memberikan promo kepada pelanggan yang melakukan pembelian melalui *website*. Tahap terakhir yaitu *Share* diimplementasikan dengan menyediakan fitur testimoni dan menggunakan *copywriting* yang dapat mengajak atau mendorong pelanggan untuk membagikan ulasan setelah melakukan pembelian. Berdasarkan validasi dengan ahli, hasil penerapan konten dan fitur pada *website* sudah dapat menarik perhatian pengguna dan memenuhi setiap tahapan pada metode AISAS. Hanya saja dibagian tahapan *share* diperlukan adanya langkah tambahan yang dapat mendorong dan memotivasi pengguna untuk dapat menggunakan fitur testimoni yang telah disediakan, yaitu untuk dapat berbagi pengalaman terkait produk. Selain itu dalam penggunaan gambar dalam *website* untuk detail produk lebih difokuskan agar lebih terlihat bentuk dari produk nya, karena gambar produk yang digunakan dalam *website* ini lebih fokus terhadap kemasan nya saja.

3. Evaluasi yang dilakukan pada *website* Guyam Gayem menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS) dan *User Experience Questionnaire* (UEQ). Dari sisi kegunaan yang dievaluasi dengan menggunakan SUS, *website* ini mendapatkan nilai sebesar 89 yang termasuk dalam kategori *Excellent* dan *Acceptable* dalam skala penilaian SUS. Sedangkan hasil dari metode UEQ menunjukkan bahwa *website* Guyam Gayem mendapatkan umpan balik positif dari pengguna karena seluruh penilaian skala UEQ termasuk kedalam kategori *Excellent*. Adapun hasil penilaian UEQ yang telah dihitung sebagai berikut:
  - a. Skala *Attractiveness* mendapatkan nilai rata-rata sebesar 2,54. Nilai tersebut termasuk kedalam kategori *Excellent*
  - b. Skala *Perspicuity* mendapatkan nilai rata-rata sebesar 2,63. Nilai tersebut termasuk kedalam kategori *Excellent*
  - c. Skala *Efficiency* mendapatkan nilai rata-rata sebesar 2,52. Nilai tersebut termasuk kedalam kategori *Excellent*
  - d. Skala *Dependability* mendapatkan nilai rata-rata sebesar 2,39. Nilai tersebut termasuk kedalam kategori *Excellent*
  - e. Skala *Stimulation* mendapatkan nilai rata-rata sebesar 2,36. Nilai tersebut termasuk kedalam kategori *Excellent*
  - f. Skala *Novelty* mendapatkan nilai rata-rata sebesar 2,05. Nilai tersebut termasuk kedalam kategori *Excellent*.

## 5.2 Saran

Penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan. Oleh karena itu, terdapat beberapa saran untuk penelitian sebelumnya

1. Melakukan tahap *discover* lebih luas dan mendalam lagi untuk mendapatkan informasi dan kebutuhan pengguna dari berbagai karakteristik pelanggan.
2. Penelitian ini tidak meneliti sampai ke dampak *website* terhadap tingkat pemesanan atau penjualan UMKM. Oleh karena itu, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat mengetahui pengaruh dari *website* Guyam Gayem ini terhadap penjualan produk dan promosi produk.
3. Diharapkan pada penelitian selanjutnya, jumlah responden untuk UEQ dan SUS dapat ditingkatkan, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih banyak dan bervariasi.

4. Diharapkan dapat menyediakan pilihan berbagai jenis ongkir yang dapat memberikan fleksibilitas kepada pelanggan. Hal ini penting karena di *website* penjualan ini ongkirnya hanya menggunakan JNE, sementara beberapa pelanggan mungkin memiliki preferensi ekspedisi lain yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. Menyediakan berbagai pilihan jasa pengiriman juga bisa meningkatkan kepuasan pelanggan.