

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Participatory Design* dalam merancang pengalaman pengguna sekaligus mengembangkan situs website Baso Jewol Gandasari. Peneliti juga mengimplementasikan elemen-elemen dari metode *Experiential Marketing* sebagai acuan dalam menciptakan fitur dan konten yang dapat memberikan nilai tambah dan meningkatkan interaksi pengguna dengan brand. Setelah *website* dikembangkan, peneliti melakukan pengujian dengan metode usability testing menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ) dan *System Usability Scale* (SUS). Berdasarkan seluruh proses penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Penelitian ini berhasil mengembangkan situs website Baso Jewol Gandasari dengan menggunakan metode *Participatory Design*, yang melibatkan partisipasi aktif dari pengguna, pemilik usaha, dan ahli dalam setiap tahap pengembangan. Metode ini diterapkan secara terstruktur melalui empat tahapan utama, yaitu *framing*, *planning*, *facilitating*, dan *analyzing*. Pada tahap *framing*, peneliti mengidentifikasi target pengguna, seperti pelanggan muda, dewasa, dan pemilik usaha. Tahapan ini bertujuan untuk memahami kebutuhan dan preferensi pengguna, dengan fokus pada navigasi yang mudah dan informasi produk yang jelas. Wawancara dan kuesioner digunakan untuk memvalidasi hipotesis desain awal dan menetapkan arah pengembangan. Tahap *planning* berfokus pada perencanaan aktivitas partisipan. Peneliti meminta partisipan untuk mengeksplorasi *website* lain sebagai referensi dan menggambarkan fitur yang diinginkan. Prioritas fitur ditentukan menggunakan matriks dampak dan usaha. Hasil dari tahapan ini berupa *Sitemap* dan *wireframe*, yang memberikan gambaran awal struktur dan navigasi *website*. Dalam tahap *facilitating*, peneliti mengembangkan *wireframe* dan *mockup* desain awal. Desain ini divalidasi bersama partisipan dan pemilik usaha melalui diskusi dan pengumpulan umpan balik. Berdasarkan masukan yang diperoleh, desain dilakukan iterasi untuk

memastikan kesesuaiannya dengan kebutuhan pengguna dan stakeholder. Tahap terakhir, *analyzing*, melibatkan implementasi desain yang telah diimplementasikan ke dalam kode program. Validasi dilakukan oleh ahli UX untuk mengevaluasi kegunaan dan pengalaman pengguna serta oleh ahli marketing untuk memastikan kesesuaian fitur dan konten dengan strategi pemasaran. Pengujian *usability* menggunakan metode UEQ dan SUS menunjukkan hasil yang memuaskan, dengan website dinilai intuitif, mudah digunakan, dan relevan dengan kebutuhan pengguna.

2. Penerapan metode *Experiential Marketing* dalam pengembangan *website* Baso Jewol Gandasari menunjukkan bahwa pendekatan ini berhasil menciptakan konten dan fitur yang mendukung pengalaman emosional, kognitif, serta keterhubungan pengguna dengan brand hal ini didasari dari validasi ahli marketing. Elemen-elemen utama dari metode ini, yaitu *sense*, *feel*, *think*, *act*, dan *relate*, diimplementasikan melalui fitur dan konten yang dirancang. Pada elemen *sense*, *website* mampu memberikan kesan visual yang positif melalui tata letak yang menarik, gambar produk berkualitas tinggi, dan elemen carousel di laman beranda yang menampilkan promo, varian produk, serta kata-kata promosi. Namun, terdapat rekomendasi perbaikan berupa penambahan animasi interaktif untuk meningkatkan daya tarik visual. Elemen *feel* berhasil menciptakan hubungan emosional dengan pengguna melalui copywriting promosi seperti “Dari mangkuk ke hati, Baso Jewol selalu bikin happy” dan cerita personal tentang brand yang disajikan di laman tentang kami. Panduan pemesanan yang jelas juga memberikan rasa nyaman kepada pengguna selama proses pembelian. Elemen *think* diterapkan melalui fitur seperti alasan memilih Baso Jewol di laman beranda, deskripsi detail produk di laman katalog, serta FAQ yang memberikan informasi logis dan relevan kepada pengguna. Fitur-fitur ini efektif dalam membantu pengguna memahami dan mempercayai produk, sehingga mendukung proses pengambilan keputusan mereka. Pada elemen *act*, *website* dirancang untuk mendorong tindakan pengguna dengan navigasi yang intuitif dan kode promo yang menarik. Namun, perbaikan

pada visual kode promo, penambahan *checkout* cepat, serta ilustrasi pada laman Cara Pesan dapat lebih memotivasi pengguna untuk menyelesaikan transaksi. Elemen *Relate* menunjukkan bahwa ulasan pelanggan, video *influencer*, dan elemen *call-to-action* di laman beranda mampu membangun kepercayaan dan keterhubungan dengan pengguna. Penyempurnaan konten ulasan dan video yang lebih personal diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap brand.

3. Peneliti melakukan pengujian menggunakan UEQ untuk mengevaluasi kualitas pengalaman pengguna terhadap sistem yang dikembangkan. Hasil analisis dan perhitungan menggunakan UEQ dapat dilihat pada penjelasan berikut:
 - a. Skala *Attractiveness* menghasilkan nilai sebesar 2,33. Nilai tersebut tergolong dalam kategori *Excellent*.
 - b. Skala *Perspiciuity* menghasilkan nilai sebesar 2,40. Nilai tersebut tergolong dalam kategori *Excellent*.
 - c. Skala *Efficiency* menghasilkan nilai sebesar 2,30. Nilai tersebut tergolong dalam kategori *Excellent*.
 - d. Skala *Dependability* menghasilkan nilai sebesar 1,96. Nilai tersebut tergolong dalam kategori *Excellent*.
 - e. Skala *Stimulation* menghasilkan nilai sebesar 2,16. Nilai tersebut tergolong dalam kategori *Excellent*.
 - f. Skala *Novelty* menghasilkan nilai sebesar 1,88. Nilai tersebut tergolong dalam kategori *Excellent*.
4. Berdasarkan hasil perhitungan SUS, nilai yang diperoleh merepresentasikan tingkat kegunaan sistem yang dikembangkan. Pada penelitian ini memperoleh nilai sebesar 83, yang menunjukkan nilai tersebut termasuk ke dalam kategori “*Excellent*” berdasarkan skala penilaian SUS.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis menyadari bahwa masih terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan. Oleh karena itu, penulis

memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat membantu serta menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya.

1. Disarankan untuk melakukan pemilihan partisipan yang lebih selektif dalam penelitian selanjutnya. Hal ini penting untuk memastikan bahwa partisipan yang terlibat benar-benar mewakili target audiens yang relevan dengan produk yang diteliti.
2. Penelitian selanjutnya dapat lebih fokus pada pengembangan teknik dan alat yang memfasilitasi partisipasi aktif dari pengguna selama tahap *facilitating*. Misalnya, melalui penggunaan *platform* kolaborasi daring yang lebih interaktif atau metode visualisasi prototipe yang lebih canggih untuk membantu pengguna memahami konsep desain dengan lebih mudah.
3. Penelitian lanjutan dapat memfokuskan pada pengembangan model iteratif yang lebih terstruktur dan efisien dalam metode *participatory design*, sehingga mempermudah integrasi masukan pengguna dalam waktu yang lebih singkat.
4. Diharapkan untuk memperbanyak jumlah responden dalam pengujian UEQ dan SUS agar mendapatkan hasil yang lebih representatif dan valid. Dengan melibatkan lebih banyak responden, penelitian dapat mencakup variasi yang lebih luas dalam pengalaman dan persepsi pengguna terhadap *website*.