

# skripsi

*by firdias aulia*

---

**Submission date:** 11-Aug-2022 04:03AM (UTC-0700)

**Submission ID:** 1881339318

**File name:** SKRIPSI\_FIRDIAS\_AULIA\_0214.pdf (1.81M)

**Word count:** 13489

**Character count:** 80778

**PERANCANGAN *USER EXPERIENCE* APLIKASI PETLYFE  
(DIGITALISASI REKAM MEDIS DAN PERAWATAN HEWAN  
PELIHARAAN) MENGGUNAKAN METODE *DESIGN  
THINKING***

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna  
Memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
Pada Prodi Studi Manajemen



OLEH:

**FIRDIAS AULIA**  
NPM: 18.1.02.02.0214

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
2022**

Skripsi Oleh:

**FIRDIAS AULIA**  
NPM: 18.1.02.02.0214

Judul:

**PERANCANGAN *USER EXPERIENCE* APLIKASI PETLYFE  
(DIGITALISASI REKAM MEDIS DAN PERAWATAN HEWAN  
PELIHARAAN) MENGGUNAKAN METODE *DESIGN  
THINKING***

Telah Disetujui Untuk Dijadikan Kepada  
Pamitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Nisantara PGRI Kediri

Tanggal : 12 Juli 20222

Pembimbing I



Dian Kusumaningtyas, M.M.  
NIDN. 0703108302

Pembimbing II



Rina Santanto, M.Pd.  
NIDN. 0730127403

Skripsi Oleh:

**FIRDIAS AULIA**  
NPM: 18.1.02.02.0214


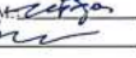
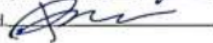
Judul:

**PERANCANGAN *USER EXPERIENCE* APLIKASI PETLYFE  
(DIGITALISASI REKAM MEDIS DAN PERAWATAN HEWAN  
PELIHARAAN) MENGGUNAKAN METODE *DESIGN  
THINKING***

Telah Dipertahankan Di Depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri  
Pada Tanggal: 22 Juli 2022

**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji :

- |               |                                   |  |
|---------------|-----------------------------------|--|
| 1. Ketua      | : Djan Kusumaningtyas, M.M.       |  |
| 2. Penguji I  | : Dodi Kusuma Hadi S., S.H., M.M. |  |
| 3. Penguji II | : Rino Sardanto, M.Pd.            |  |

Mengetahui,  
Dekan FEB,  
  
Dr. Subagyo, M.M.  
NIDN. 0717066601



#### PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firdias Aulia  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/Tgl.Lahir : Kediri, 24 Juli 1998  
NPM : 18.1.02.02.0214  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diaacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 18 Juli 2022

Yang Menyatakan



**FIRDIAS AULIA**  
NPM: 18.1.02.02.0214

### **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Sesungguhnya perbuatan-perbuatan yang baik itu menghapus (dosa) perbuatan-perbuatan buruk”

(Q.S Huud: 114)

“Apabila sesuatu yang kau senangi tidak terjadi maka senangilah apa yang terjadi”

<sup>79</sup>  
(Ali bin Abi Thalib)

“Sabar tanpa batas, memaafkan tanpa menghitung, dan ikhlas tanpa mengharapkan imbalan”

Kupersembahkan karya ini buat:

**Keluargaku**

## ABSTRAK

**Firdias Aulia:** Perancangan *User Experience* Aplikasi PetLyfe (Digitalisasi Rekam Medis dan Perawatan Hewan Peliharaan) Menggunakan Metode *Design Thinking*. Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2022.

Kata kunci: Perancangan, *User Experience*, *Design Thinking*, Aplikasi, *User Experience Questionnaire*.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan ditemukannya pencatatan rekam medis hewan peliharaan yang masih manual sehingga berisiko kerusakan dan kehilangan data, kurangnya kesadaran terhadap perawatan hewan peliharaan, terdapatnya kasus penelantaran dan faktor kesibukan membuat pemilik hewan lalai dalam merawat hewan peliharaan. Berdasarkan permasalahan diatas, penulis memberikan solusi dengan merancang *user experience* dari aplikasi PetLyfe. Aplikasi PetLyfe membantu menyelesaikan masalah pengguna memenuhi kebutuhan perawatan hewan peliharaan. Proses perancangan ini menggunakan metode *design thinking* melalui lima tahapan yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Metode *design thinking* berfokus pada penyelesaian masalah berdasarkan pengalaman pengguna dan efektif untuk memecahkan masalah yang kompleks. Pengujian penelitian ini menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ) dengan hasil nilai aspek daya tarik (*attractiveness*) 1,65 mendapatkan kategori *good*, nilai aspek kejelasan (*perspicuity*) 1,75 mendapatkan kategori *good*, aspek efisiensi (*efficiency*) 1,61 mendapatkan kategori *good*, aspek ketepatan (*dependability*) 1,54 mendapatkan kategori *good*, aspek stimulasi (*stimulation*) 1,74 mendapatkan kategori *excellent*, dan aspek kebaruan (*novelty*) 1,49 mendapatkan kategori *good*.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga mampu menyelesaikan Skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terimah kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan Skripsi Manajemen ini, di antaranya adalah:

1. Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dian Kusumaningtyas, M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, saran, dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
3. Rino Sardanto, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, saran, dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
4. Orang Tua yang selalu memberikan doa dan dukungannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan baik dan tepat waktu.
5. Serta semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini belum sempurna, baik dari isi maupun sistematikanya. Dengan segala kerendahan hati penulis menerima semua saran dan kritik yang bersifat membangun untuk kesempurnaan Skripsi ini. Penulis berharap semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis pribadi maupun para pembaca.

Kediri, 18 Juli 2022

Penulis

## 3 DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

### BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Pengembangan.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6

<b>BAB II</b>	<b>: KAJIAN TEORI DAN PUSTAKA</b>	
	A. Kajian Teori dan Pustaka .....	8
	1. <i>User Experience</i> .....	8
	2. Metode <i>Design Thinking</i> .....	13
	B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu .....	15
	C. Kerangka Berpikir .....	17
<b>BAB III</b>	<b>: METODOLOGI PENELITIAN</b>	
	A. Model Pengembangan .....	19
	B. Prosedur Pengembangan .....	19
	C. Lokasi dan Subjek Penelitian .....	23
	D. Uji Coba Model/Produk .....	23
	E. Validasi Model/Produk .....	24
	F. Instrumen Pengumpulan Data .....	24
	1. Pengembangan Instrumen .....	24
	2. Validasi Instrumen .....	25
<b>BAB IV</b>	<b>: DESKRIPSI, INTERPRETASI, DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Hasil Studi Pendahuluan .....	28
	1. Deskripsi Hasil Studi Lapangan .....	28
	2. Interpretasi Hasil Studi Lapangan .....	29
	3. Desain Awal ( <i>Draft</i> ) Model .....	49
	B. Pengujian Model Terbatas .....	49

1. Uji Validasi Ahli dan Praktisi .....	49
2. Uji Coba Lapangan (Uji Coba Terbatas) .....	50
3. Desain Model Hasil Uji Coba Terbatas .....	54
<b>3</b> C. Pengujian Model Perluasan .....	55
1. Deskripsi Uji Coba Luas .....	55
2. Refleksi dan Rekomendasi Hasil Uji Coba Luas .....	55
3. Desain Model Hasil Uji Coba Luas .....	56
D. Validasi Model .....	56
<b>4</b> E. Pembahasan Hasil Pengembangan/ Penelitian .....	70
1. Spesifikasi Model .....	70
2. Prinsip-Prinsip, Keunggulan, dan Kelemahan Model .....	72
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Model .....	73
<b>BAB V : SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	75
B. Implikasi .....	77
C. Saran .....	78
Daftar Pustaka .....	79
Lampiran-Lampiran .....	81

## DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
41 2.1 : Kajian Penelitian Terdahulu.....	15
3.1 : Daftar pertanyaan wawancara ( <i>Empathize Map</i> ).....	20
3.2 : Daftar Pertanyaan <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ) .....	22
3.3 : Contoh Transformasi Skala UEQ .....	25
3.4 : Skala Penilaian <i>Mean</i> Kuesioner .....	26
3.5 : Kategori UEQ <i>Analysis Data Tools</i> .....	26
4.1 : Kebutuhan <i>Customer</i> .....	33
4.2 : Rata-Rata Hasil Pengukuran Item UEQ PetLyfe .....	59
4.3 : Hasil Rata-Rata Berdasarkan Skala .....	60



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
2.1 : Struktur skala UEQ .....	11
2.2 : Kuesioner dari UEQ .....	12
2.3 : Kerangka Berpikir .....	17
4.1 : <i>Empathy Map</i> PetLyfe .....	30
4.2 : <i>Business Model Canvas (BMC)</i> PetLyfe .....	37
4.3 : Pemetaan target <i>customer</i> PetLyfe .....	38
4.4 : Logo PetLyfe.....	41
4.5 : <i>User Flow</i> Masuk Aplikasi PetLyfe.....	42
4.6 : <i>User Flow</i> Menu Beranda Aplikasi PetLyfe .....	43
4.7 : <i>Prototype</i> Masuk Aplikasi PetLyfe .....	44
4.8 : <i>Prototype Home</i> Aplikasi PetLyfe .....	44
4.9 : Layanan <i>Pet Shop</i> Aplikasi PetLyfe .....	45
4.10 : Layanan <i>Veterinary Clinic</i> Aplikasi PetLyfe .....	45
4.11 : Layanan <i>Education</i> Aplikasi PetLyfe .....	46
4.12 : Layanan <i>Medical Record</i> Aplikasi PetLyfe .....	46
4.13 : Keluar Aplikasi PetLyfe .....	47
4.14 : Hasil <i>Benchmark</i> UEQ Aplikasi PetLyfe.....	48
4.15 : <i>Wireframe</i> Aplikasi PetLyfe .....	49
4.16 : Desain Awal Uji Coba Terbatas .....	54
4.17 : Gambar desain model uji coba luas .....	56

4.18 : <i>Cronbach Alpha</i> Aplikasi PetLyfe .....	58
4.19 : Hasil <i>Benchmark</i> UEQ PetLyfe .....	63
4.20 : Masuk Aplikasi PetLyfe .....	65
4.21 : <i>Home</i> Aplikasi PetLyfe .....	65
4.22 : Layanan <i>Petshop</i> Aplikasi PetLyfe .....	66
4.23 : Layanan <i>Education</i> Aplikasi PetLyfe .....	66
4.24 : Layanan <i>Veterinary Clinic</i> Aplikasi PetLyfe .....	67
4.25 : Layanan <i>Medical Record</i> Aplikasi PetLyfe .....	68
4.26 : Pembayaran Aplikasi PetLyfe .....	69
4.27 : Keluar Aplikasi PetLyfe .....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
1 : Hasil Jawaban Responden.....	81
2 : Transformasi Hasil Jawaban Responden .....	83
3 : Hasil <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ).....	85
4 : Pertanyaan Wawancara .....	88
5 : Pertanyaan Kuesioner .....	89
6 : Dokumentasi Wawancara .....	90
7 : Berita Acara .....	91

**PENDAHULUAN****A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia salah satu negara yang memiliki jumlah hewan peliharaan yang cukup tinggi dan memiliki pangsa pasar yang potensial. Menurut Sadewo et al (2021), hingga tahun 2020 pertumbuhan hewan peliharaan di Indonesia mencapai 7,1% dan pangsa pasar hewan peliharaan di Indonesia mencapai 15,6% di Asia Tenggara. Meningkatnya rasa cinta terhadap hewan peliharaan, menimbulkan kebutuhan yang besar terkait kesediaan alat, bahan, dan jasa tentang perawatan dan pemeliharaan hewan peliharaan. Hal tersebut menjadikan klinik hewan, dokter hewan, dan pemilik hewan peliharaan memiliki peran penting memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan hewan peliharaan.

Menurut Undang-Undang tentang Peternakan dan Perawatan Hewan Pasal 66 Ayat 2 Huruf c Nomor 18 Tahun 2009 yang menyatakan bahwa “Pemeliharaan, pengamanan, perawatan, dan pengayoman hewan dilakukan dengan sebaik-baiknya sehingga hewan bebas dari rasa lapar dan haus, rasa sakit, penganiayaan dan penyalahgunaan, serta rasa takut dan tertekan”. Namun tidak semua masyarakat mempunyai pengetahuan, kesadaran tentang perawatan dan pemenuhan kebutuhan hewan peliharaan. Masih terdapat beberapa kasus terkait penelantaran hewan peliharaan akibat kurangnya edukasi dan berdampak pada hal negatif lainnya seperti bertambahnya kasus

perdagangan satwa secara ilegal sebesar 70% pada tahun 2014 hingga 2015 dan menurut Garda Satwa Indonesia pada tahun 2015 juga terdapat kasus kekerasan pada hewan dan terus mengalami kenaikan tiap tahunnya.

Kesibukan pemilik hewan peliharaan juga bisa menjadi suatu kesalahan dalam merawat dan memelihara hewan peliharaan seperti kelalaian dalam memberikan makan dan minum secara tidak teratur yang bisa mengakibatkan lemas, sakit, dan kematian pada hewan peliharaan. Sedangkan klinik hewan dan dokter hewan juga memiliki peran penting dalam proses perawatan dan proses pemeliharaan hewan yang baik dan benar. Untuk itu, penggunaan data rekam medis sangat penting untuk melakukan identifikasi, pengobatan, dan pelayanan terhadap hewan peliharaan.

Menurut Deviasari et al. (2021), data rekam medis yang masih menggunakan pencatatan secara manual atau kertas akan menyebabkan permasalahan seperti waktu pencarian berkas lama, isi berkas tertukar dan kosong, sehingga terlambatnya pelayanan kepada pasien. Untuk itu, penggunaan rekam medis hewan peliharaan secara elektronik atau *online* menjadi solusi pemilik hewan bisa melakukan pengawasan terhadap kesehatan dan perawatan hewan peliharaan. Berdasarkan hal tersebut, membangun ide bisnis *startup* PetLyfe bisa menjadi solusi atas permasalahan klinik hewan, dokter hewan dan *pet owner* (pemilik hewan peliharaan).

PetLyfe adalah aplikasi yang mendigitalisasi rekam medis dan perawatan hewan peliharaan untuk memenuhi kebutuhan dokter hewan, klinik hewan, dan pemilik atau pecinta hewan peliharaan. Berdasarkan observasi,

selain aplikasi PetLyfe terdapat beberapa aplikasi yang bergerak dibidang yang sama seperti aplikasi PETO, SATWANIAGA, dan HALOVET. PETO adalah aplikasi penyedia jasa untuk hewan peliharaan seperti *pet grooming*, adopsi, mencari teman hewan peliharaan, artikel perawatan, menjual produk hewan, dan layanan asuransi. SATWANIAGA adalah aplikasi dari yang menyediakan layanan servis (*grooming*, transportasi, dokter hewan, dan lain-lain), konsultasi *online*, toko *online*, artikel atau video informasi, dan laporan medis online. Sedangkan HALOVET memberikan layanan cukup berbeda dari 2 aplikasi lainnya yaitu fokus pada pembelajaran di bidang kedokteran hewan dan peternakan sehingga layanan yang ditawarkan yaitu kelas *online* atau webinar, kegiatan sosial seperti donasi dari pembayaran kelas *online* atau webinar, artikel atau video informasi, serta konsultasi *online*. Ketiga aplikasi tersebut merupakan kompetitor aplikasi PetLyfe dan Petlyfe akan memberikan pelayanan yang berbeda seperti digitalisasi rekam medis, pencarian klinik hewan, forum edukasi dan diskusi, dan penampilan aplikasi yang lebih mudah serta menyenangkan untuk digunakan

Untuk bisa menyelesaikan masalah pengguna, bersaing dengan kompetitor dan memperluas pasar, sebelum dikembangkan Aplikasi PetLyfe perlu melakukan penelitian terkait *user experience* untuk mendapatkan pengalaman yang baik dari pengguna. Aplikasi yang baik memerlukan perancangan *user interface* dan *user experience* agar pengguna dapat menggunakan aplikasi dengan efisien dan efektif. *User interface* diperlukan sebagai bentuk tampilan yang akan menghubungkan sistem dengan pengguna

sedangkan “*user experience* yang baik” diartikan sebagai “memenuhi kebutuhan pengguna dengan keanggunan produk yang menyenangkan untuk digunakan dan dimiliki” Aulia et al. (2020). *User experience* dapat menjadi salah satu kunci kesuksesan karena pengguna atau konsumen akan menggunakan produk berdasarkan kegunaan, daya tarik dan desain. Penelitian ini berfokus pada masalah dan pengalaman pengguna untuk itu, pemecahan masalah penelitian ini menggunakan metode <sup>62</sup> *design thinking*.

Metode *design thinking* memberikan pendekatan dengan solusi untuk menyelesaikan suatu masalah dengan memahami kebutuhan manusia. Widodo (2021), menyatakan bahwa metode <sup>44</sup> *design thinking* terdiri dari lima tahapan meliputi (1) *Empathize*, (2) *Define*, (3) *Ideate*, (4) *Prototype*, dan (5) *Test*. “*Design thinking*” diartikan sebagai “rekonstruksi gaya berfikir dan hal baru dalam membuat model bisnis inovatif” Saputra et al. (2016).

Berdasarkan penelitian terdahulu menurut Aditama et al. (2021), dari yang berjudul “Perancangan *User Experience* Aplikasi Pembelajaran Investasi Pasar Modal berbasis *Mobile* menggunakan Metode *Design Thinking*” menyimpulkan bahwa *usability* menunjukkan kategori baik (*Good*) dengan nilai akhir *usability* diatas 80 persen. Penelitian dari Kurniawan et al. (2021) yang berjudul “Perancangan *User Experience* Modul Dosen pada Aplikasi Bimbingan Akademik menggunakan metode *Design Thinking*” menyimpulkan bahwa hasil testing menggunakan *usability testing* dan *user experience questionnaire* menunjukkan nilai yang baik meskipun masih diperlukan perbaikan untuk menjadi lebih sempurna. Sedangkan penelitian

dari Aulia et al. (2020) yang berjudul “Perancangan *User Experience* Aplikasi *Mobile Charity* Menggunakan *Design Thinking*” menyimpulkan bahwa aplikasi memiliki kategori baik untuk diimplementasikan.

Perancangan *user experience* penelitian terdahulu lebih diterapkan di pada aplikasi di bidang pembelajaran dan aplikasi dengan satu objek permasalahan. Sedangkan perancangan *user experience* aplikasi PetLyfe menyelesaikan permasalahan yang lebih kompleks dan melibatkan berbagai aspek dalam pemenuhan perawatan hewan peliharaan. Untuk itu, perancangan *user experience* aplikasi PetLyfe diperlukan untuk menguji apakah dapat memberikan hasil yang baik dan menyelesaikan permasalahan. Perancangan *user experience* menggunakan *design thinking* diharapkan dapat membuat aplikasi yang dikembangkan memiliki pengalaman pengguna yang baik dan membantu pengguna dalam menyelesaikan masalah. Berdasarkan uraian diatas, peneliti melakukan penelitian yang berjudul “Perancangan *User Experience* Aplikasi PetLyfe (Digitalisasi Rekam Medis dan Perawatan Pemeliharaan Hewan Peliharaan) Menggunakan Metode *Design Thinking*”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pencatatan rekam medis hewan peliharaan secara manual sehingga berisiko kerusakan dan kehilangan data.
2. Kurangnya kesadaran dalam merawat dan memelihara hewan peliharaan.



3. Belum adanya riset terkait *user experience* pada prototipe aplikasi PetLyfe.
4. Aplikasi PetLyfe belum tentu dapat menyelesaikan masalah pengguna atau masyarakat dalam hal yang berkaitan dengan hewan peliharaan.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan penulis, maka rumusan masalah yang didapat yaitu:

1. Bagaimana perancangan *user experience* pada aplikasi PetLyfe menggunakan metode *design thinking*?
2. Bagaimana hasil pengujian *user experience* pada aplikasi PetLyfe?

### D. Tujuan Pengembangan

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah maka penelitian ini memiliki tujuan untuk:

1. Mengetahui perancangan *user experience* pada aplikasi PetLyfe menggunakan metode *design thinking*.
2. Mengetahui hasil pengujian *user experience* pada aplikasi PetLyfe.

### E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan perancangan, maka manfaat penelitian ini yaitu:

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini digunakan untuk menambah referensi dan ilmu pengetahuan di bidang *research and development*, manajemen, dan khususnya proses pengembangan aplikasi serta bahan memperkaya kajian mengenai perancangan *user experience* pada sebuah aplikasi yang menggunakan metode *design thinking*.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, dan membangkitkan minat serta motivasi untuk melakukan riset lainnya.

### b. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian dapat dijadikan pertimbangan dan bahan kajian ilmiah dalam melakukan riset dibidang yang sama.

### c. Bagi Jurusan

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan referensi di perpustakaan.

### d. Bagi Pengguna Aplikasi PetLyfe

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan informasi dan sarana untuk mempermudah dalam penyelesaian masyarakat terkait hewan peliharaan.

## KAJIAN TEORI DAN PUSTAKA

## A. Kajian Teori dan Pustaka

1. *User Experience*a. *Pengertian User Experience*

Menurut Fajri et al. (2021), *user experience* dimaknai sebagai berikut:

*User experience* merupakan seluruh perasaan atau pengalaman seseorang ketika menggunakan sebuah produk seperti situs web, aplikasi perangkat lunak, dan perangkat seluler yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan saat menggunakan aplikasi.

Sedangkan menurut Himawan & F (2020), *user experience* dimaknai sebagai berikut:

*User experience* dalam bahasa berarti “pengalaman pengguna” yaitu pengalaman yang diberikan *software* atau *website* kepada pengguna agar interaksi yang dilakukan menyenangkan dan menarik.

“*User experience* yang baik” diartikan sebagai “*user experience* yang memenuhi kebutuhan pengguna dengan keanggunan produk yang menyenangkan digunakan dan dimiliki” Aulia et al. (2020).

Sehingga *user experience* adalah segala sesuatu yang dirasakan seseorang terhadap suatu produk dan menilai tentang kemudahan, kenyamanan, kertertarikan, dan kesenangan terhadap produk yang disajikan.

#### **b. Manfaat *User Experience***

Menurut Himawan & F (2020), manfaat dari *user experience* sebagai berikut:

- 1) Memudahkan pengguna: Penerapan *user experience* akan mempermudah pengguna dalam menggunakan aplikasi karena terdapat penilaian aspek *usability*.
- 2) Menarik minat pengguna: Penerapan *user experience* digunakan untuk menarik minat pengguna, karena apabila tidak menarik akan mudah ditinggalkan pengguna.
- 3) Menghasilkan UI yang bagus: Apabila penerapan *user experience* diperhatikan dengan benar, maka akan menghasilkan desain UI yang bagus.
- 4) Memenangkan persaingan: Penerapan *user experience* yang baik dan benar akan bisa memenangkan pasar meskipun terdapat kompetitor yang bergerak dibidang yang sama.
- 5) Berdampak pada kesuksesan: Penerapan *user experience* penting untuk dilaksanakan supaya dapat meningkatkan atau mempertahankan kesuksesan.

#### **c. <sup>1</sup> *User Experience Questionnaire (UEQ)***

Untuk mengukur dan menghasilkan *user experience* yang tepat, maka diperlukan kuesioner penelitian yaitu <sup>1</sup> *User Experience Questionnaire (UEQ)*. *User Experience Questionnaire (UEQ)* diciptakan oleh Laugwitz, Schrepp, dan Held pada tahun 2005 dengan <sup>45</sup> lebih dari 30 bahasa, termasuk Bahasa Indonesia dan bisa digunakan tanpa biaya lisensi. “*User Experience Questionnaire*

(UEQ)” diartikan sebagai “metode evaluasi untuk mengukur *user experience*” Hartzani (2021).

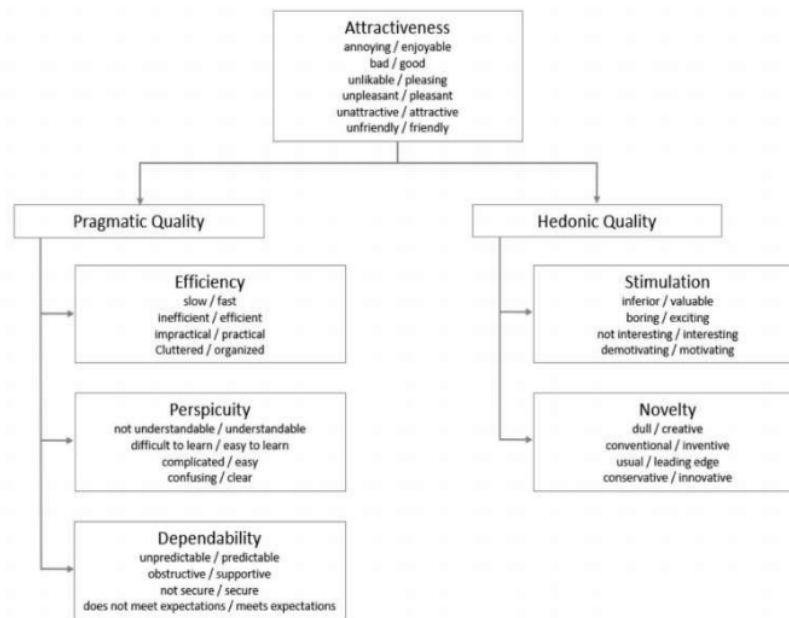
Menurut Fajri et al. (2021), terdapat beberapa aspek penilaian dalam pengujian *User Experience* sebagai berikut:

Pengujian *User Experience* ada 6 aspek penilaian yaitu *attractiveness* (kesan menggunakan produk), *perspicuity* (kemudahan menggunakan produk), *efficiency* (kecepatan), *dependability* (kontrol interaksi terhadap produk), *stimulation* (daya tarik), dan *novelty* (seberapa kreatif dan inovatif produk).

Sedangkan menurut Schrepp (2019), *User Experience Questionnaire* (UEQ) mempunyai 6 skala pengukuran yang dibagi menjadi 26 item pertanyaan sebagai berikut:

- 1) *Attractiveness*: kesan pengguna pada keseluruhan produk, suka atau tidak suka.
- 2) *Perspicuity*: mempelajari cara penggunaan dengan mudah dan menjadi familiar.
- 3) *Efficiency*: pengguna bisa menyelesaikan dengan cepat dan efisien tanpa adanya usaha yang besar.
- 4) *Dependability*: taraf kontrol pengguna dalam interaksi.
- 5) *Stimulation*: taraf motivasi dan kesenangan pengguna.
- 6) *Novelty*: taraf inovasi dan kreativitas yang dapat menarik pengguna.

Struktur skala dibagi menjadi dua yaitu *pragmatic* dan *hedonic*. *Pragmatic* yaitu seberapa sederhana, jelas, dan praktis bagi pengguna untuk mencapai tujuan. Sedangkan *hedonic* yaitu seberapa menstimulasi dan menggugah suatu interaksi bagi pengguna.



Gambar 2.1 Struktur skala UEQ

Kuesioner yang terdapat pada *User Experience Questionnaire* (UEQ) terdiri dari pasangan atribut yang bertolak belakang secara makna yang mempresentasikan produk diteliti. Terdapat lingkaran yang berada diantara atribut yang mempresentasikan gradasi antar atribut yang bertolak belakang dan responden dapat memilih yang lebih dekat dengan sudut pandang terhadap produk.

Menurut Schrepp (2019), berikut daftar pertanyaan dalam kuesioner <sup>1</sup>*User Experience Questionnaire (UEQ)*:

	1	2	3	4	5	6	7	
menyusahkan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menyenangkan
tak dapat dipahami	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat dipahami
kreatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	monoton
mudah dipelajari	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sulit dipelajari
bermanfaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	kurang bermanfaat
membosankan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	mengasyikkan
tidak menarik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menarik
tak dapat diprediksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat diprediksi
cepat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	lambat
berdaya cipta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	konvensional
menghalangi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	mendukung
baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	buruk
rumit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sederhana
tidak disukai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menggembirakan
lazim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	terdepan
tidak nyaman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	nyaman
aman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak aman
memotivasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak memotivasi
mementuhi ekspektasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak memenuhi ekspektasi
tidak efisien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	efisien
jelas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	membingungkan
tidak praktis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	praktis
terorganisasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	berantakan
atraktif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak atraktif
ramah pengguna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak ramah pengguna
konservatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	inovatif

Gambar 2.2 Kuesioner dari UEQ

#### d. UEQ Data Analysis Tool

<sup>54</sup> UEQ *Data Analysis Tool* dikembangkan oleh Dr. Martin

Schrepp yang digunakan untuk mempermudah proses analisis UEQ.

Hartzani (2021), menyatakan bahwa UEQ *Data Analysis Tool*

digunakan untuk mempermudah proses analisa dan pengolahan

data.

Untuk memproses data, peneliti cukup memasukkan data ke dalam

*worksheet excel* yang dapat diunduh pada halaman [ueq-online.org](http://ueq-online.org).

Data statistik diolah secara otomatis untuk menginterpretasikan hasil kuesioner yang telah didapatkan.

Menurut Schrepp (2019), semakin banyak data yang dikumpulkan akan semakin baik dan lebih stabil sehingga akurat kesimpulan data. Untuk produk yang dievaluasi, banyak data yang dibutuhkan bisa sekitar 20 sampai 30 orang. Hal tersebut sudah dapat memberikan hasil yang cukup stabil dan karena tolak ukur berasal dari produk baru makaharus mencapai kategori baik di semua skala.

## 2. Metode *Design Thinking*

### a. Pengertian Metode *Design Thinking*

Menurut Prasetyo et al. (2021), *design thinking* dimaknai sebagai berikut:

<sup>39</sup> *Design thinking* merupakan metode yang digunakan untuk menemukan solusi dari suatu masalah melalui proses kolaboratif dengan pengguna sehingga menghasilkan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna.

Menurut Rusanty et al. (2019), *design thinking* dimaknai sebagai berikut:

<sup>38</sup> *Design thinking* merupakan salah satu metode perancangan sistem yang membutuhkan konsep berpikir dalam menemukan



dan mencari permasalahan yang terjadi dan memiliki beberapa tahapan untuk menemukan masalah.

Sedangkan Aditama et al. (2021), menyatakan bahwa *design thinking* adalah sebuah proses perancangan iteratif yang berpusat pada keinginan, kebutuhan dan masalah dari pengguna.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *design thinking* merupakan metode atau pendekatan untuk memecahkan masalah baik secara praktis maupun kreatif dengan berfokus kepada pengguna untuk menghasilkan sesuatu yang memenuhi kebutuhan pengguna.

#### b. Tahapan-Tahapan Metode *Design Thinking*

Menurut Prasetyo et al. (2021), terdapat 5 tahapan dalam metode *design thinking* antara lain sebagai berikut:

##### 1) *Empathize*

*Empathize* merupakan tahapan pertama *design thinking* yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang masalah yang dihadapi. Biasanya pada tahap ini dilakukan wawancara, observasi dan cara lain untuk mendapatkan data akurat dari calon pengguna.

##### 2) *Define*

Tahapan *define* digunakan untuk mengumpulkan semua informasi pada tahap *empathize* kemudian menggolongkan masalah dan menganalisa data menjadi sebuah sudut pandang.

##### 3) *Ideate*

Tahap *ideate*, akan mengumpulkan informasi dari tahapan sebelumnya untuk menghasilkan ide. Ide yang muncul

ditampung untuk mencari solusi dan ide diuji untuk menemukan ide terbaik untuk menyelesaikan masalah pengguna.

17  
4) *Prototype*

Tahapan ini digunakan untuk mengimplementasikan ide yang sudah didapatkan pada tahapan sebelumnya menjadi produk atau aplikasi uji coba. Pada tahapan ini bisa terjadi penemuan masalah sehingga bisa menjadi sarana untuk memperbaiki produk atau aplikasi sehingga menjadi lebih baik.

5) *Test*

Pada tahapan *test*, *prototype* akan diuji coba untuk melihat apakah *prototype* sudah dapat menyelesaikan masalah pengguna atau belum. Uji coba digunakan untuk mendapatkan *feedback* sehingga memungkinkan terjadi perubahan atau perbaikan produk atau aplikasi untuk memenuhi kebutuhan pengguna.

33  
**B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 2.1**

**Kajian Penelitian Terdahulu**

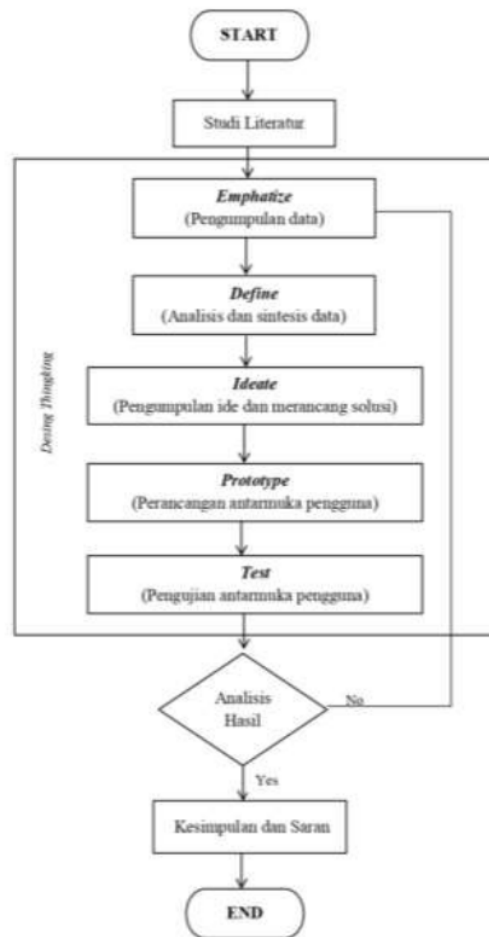
No	Nama Peneliti	Karya Ilmiah	Kesimpulan Karya Ilmiah
1	Aditama et al. (2021)	Perancangan <i>User Experience</i> Aplikasi Pembelajaran Investasi Pasar Modal berbasis <i>Mobile</i> menggunakan Metode <i>Design Thinking</i>	Hasil <i>usability testing</i> menunjukkan nilai dari aspek efektivitas sebesar 93,47%, aspek efisiensi 87,63%, aspek kepuasan 71,25% dan nilai tersebut golongan B ( <i>Good</i> ) dengan nilai akhir <i>usability</i> 84,41%.
2	Kurniawan et al. (2021)	Perancangan <i>User Experience</i> Modul Dosen pada Aplikasi Bimbingan Akademik menggunakan metode <i>Design Thinking</i>	<i>Usability testing</i> menunjukkan aspek efektivitas 88%, efisiensi 86,04%, dan kepuasan 85,5% sedangkan menggunakan <i>user experience questionnaire</i> menunjukkan hasil nilai <i>attractiveness</i> sebesar 2,30, <i>perspicuity</i> 1,85, <i>efficiency</i> 2,00, <i>dependability</i> 2,45, <i>stimulation</i> 2,35 dan <i>novelty</i> 2,10

## Lanjutan

No	Nama Peneliti	Karya Ilmiah	Kesimpulan Karya Ilmiah
3	Fajri et al. (2021)	Perancangan Pengalaman Pengguna Aplikasi Survei Online Berbayar Antar Mahasiswa berbasis Mobile menggunakan Metode <i>Design Thinking</i>	Hasil pengujian <i>usability</i> menunjukkan aspek efektivitas baik dengan nilai diatas 78%, efisiensi dengan <i>overall relative efficiency</i> 2100%, <i>time based efficiency</i> 0,034 sec, dan aspek kepuasan sebesar 74,5%. Sedangkan pengujian UEQ menunjukkan hasil pengalaman pengguna baik karena pada setiap aspek memiliki nilai 0,8.
4	Aulia et al. (2020)	Perancangan <i>User Experience</i> Aplikasi <i>Mobile Charity</i> Menggunakan <i>Design Thinking</i>	Nilai rata-rata pada aspek <i>effectiveness</i> sebesar 85, <i>efficiency</i> 0,117533 detik dan <i>satisfacation</i> 73,3 dalam kategori tingkat <i>acceptability</i> tinggi, <i>grade scale C</i> dan <i>adjective ratings</i> baik.
5	Rusanty et al. (2019)	Perancangan <i>User Experience</i> Aplikasi <i>Mobile Lelenesia (Marketplace Penjualan Lele)</i> Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i>	Halsil pengujian untuk sistem konsumen diperoleh nilai 85 masuk dalam karakteristik <i>acceptability</i> tinggi, <i>grade scale B</i> , <i>adjective rating</i> tergolong <i>excellent</i> dan sistem penjual olahan serta sistem pembudidaya memperoleh karakteristik yang sama.

### C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kajian teori dalam penelitian ini, maka kerangka berpikir yang disusun sebagai berikut:



Gambar 2.3 Kerangka Berpikir

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, penelitian diawali dengan studi literatur yaitu <sup>18</sup> mengumpulkan data pustaka, membaca, mencatat dan

mengolah bahan penelitian. Kemudian melakukan pengumpulan data dan identifikasi permasalahan (*Empathize*) yang sedang dihadapi masyarakat atau pengguna yang dilakukan melalui proses wawancara. Kemudian peneliti menganalisis kebutuhan dan permasalahan (*Define*) dengan *Business Model Canvas* (BMC). Proses selanjutnya membuat ide dan solusi (*Ideate*) dengan strategi pelaksanaan *Business Model Canvas* (BMC) dan *user flow* dalam perancangan aplikasi. Solusi diwujudkan dalam bentuk perancangan aplikasi PETLYFE (*Prototype*) dan langkah terakhir dengan melakukan uji coba (*Testing*) terhadap rancangan aplikasi PetLyfe (*Prototype*) serta menganalisis hasil dan membuat kesimpulan saran dari setiap proses yang dilakukan.

## <sup>12</sup> BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Model Pengembangan

Penelitian dan pengembangan salah satu model yang digunakan untuk melakukan penelitian. Menurut Sugiyono (2017), <sup>21</sup> *Research and Development* (RnD) adalah metode penelitian untuk menghasilkan produk, dan menguji keefektifan produk tertentu. Untuk menghasilkan produk yang digunakan penelitian yang bersifat analisis kebutuhan pengguna dan untuk menguji keefektifan produk maka diperlukan pengujian kepada produk yang dihasilkan.

#### <sup>12</sup> B. Prosedur Pengembangan

Penelitian ini menggunakan prosedur perancangan aplikasi PetLyfe <sup>49</sup> menggunakan metode *design thinking* yang terdiri dari 5 tahapan yaitu *phase empathize, define, ideate, prototype, dan testing*. Rancangan aplikasi PetLyfe dibuat menggunakan *design thinking* dengan tahapan penelitian <sup>70</sup> sebagai berikut:

##### a. *Phase Empathize*

Pada tahap pertama ini, peneliti mengumpulkan data atau informasi kepada target pengguna untuk mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan yang sedang dihadapi. Pengumpulan informasi atau <sup>1</sup> data dilakukan dengan melakukan wawancara kepada target pengguna dan

dituangkan dalam *Empathize Map*. Berikut daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada target pengguna:

Tabel 3.1

Daftar pertanyaan wawancara (*Empathize Map*)

Tahapan	Tujuan	Keterangan
<i>Jobs to be Done</i>	Identifikasi kebutuhan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana anda merawat hewan peliharaannya?</li> <li>2. Adakah kendala dalam merawat hewan peliharaan?</li> <li>3. Apakah pernah lupa untuk merawat hewan peliharaan?</li> </ol>
Solusi <i>eksisting</i>	Mengetahui preferensi solusi layanan dari calon pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apabila melakukan perawatan hewan di klinik hewan bagaimana komunikasi dengan dokter hewan?</li> <li>2. Apakah kesulitan untuk mencari klinik hewan dan membeli peralatan kebutuhan hewan peliharaan?</li> <li>3. Apakah pernah menggunakan asuransi hewan? Kalau pernah bagaimana sistem penggunaan asuransi hewan?</li> <li>4. Apakah pernah menggunakan jasa aplikasi sebagai sarana untuk merawat hewan peliharaan?</li> </ol>
Keinginan & harapan	Mengetahui definisi <i>jobs to be done</i> nya selesai	Jika menggunakan jasa layanan suatu aplikasi, apa harapan Anda untuk pelayanan yang diberikan aplikasi tersebut?
Permasalahan	Mengetahui peluang perbaikan solusi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana efektivitas dari perawatan tersebut?</li> <li>2. Apa saja kesulitan dalam melakukannya?</li> <li>3. Bagaimana cara mengatasi kesulitan itu?</li> </ol>
Eksplorasi lebih dalam	Mengetahui preferensi lainnya	Melakukan pengembangan pertanyaan sesuai dengan kondisi narasumber.

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

b. *Phase Define*

Pada tahapan *define*, peneliti menganalisis kebutuhan dan permasalahan pengguna. Peneliti memetakan kebutuhan dan membuat *Business Model Canvas* (BMC) yang bertujuan untuk memetakan

bagaimana pengguna dapat berinteraksi dengan produk yang akan dirancang.

c. *Phase Ideate*

Pada tahap *ideate*, peneliti berfokus pada fase desain proses untuk mengumpulkan ide-ide untuk menciptakan solusi berdasarkan tahapan-tahapan sebelumnya. Pada fase ini terdapat peta ide dan strategi dari pelaksanaan *Business Model Canvas* (BMC) serta *user flow* yang menggambarkan alur dalam penggunaan perancangan aplikasi.

d. *Phase Prototype*

Pada tahapan *prototype*, dilakukan pembuatan desain visual yang dijadikan media komunikasi kepada pengguna ketika berinteraksi dengan sistem. Pembuatan *prototype* aplikasi PetLyfe akan mempermudah dalam memahami permasalahan dan pengalaman pengguna. Pembuatan *prototype* pada penelitian ini menggunakan *tools* Figma.

e. *Phase Testing*

Pada tahapan ini adalah tahapan terakhir yaitu melakukan pengujian dan evaluasi *prototype* aplikasi PetLyfe yang telah diuji kepada pengguna untuk mendapatkan *feedback* apakah solusi yang diberikan dapat mengatasi permasalahan. Dalam pengujian dilakukan pengujian *user experience* menggunakan *User Experience Questionnaire (UEQ)*. Pengujian *User Experience* digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif tentang pengalaman pengguna pada saat kesan pertama



menggunakan produk. Berikut daftar pertanyaan *User Experience Questionnaire* (UEQ):

<sup>1</sup>  
Tabel 3.2

Daftar Pertanyaan *User Experience Questionnaire* (UEQ)

No	Daftar Pertanyaan <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ)
1	Tampilan pada perancangan Aplikasi PetLyfe terlihat menyenangkan?
2	Fitur atau layanan yang diberikan perancangan Aplikasi PetLyfe dapat dipahami dengan baik?
3	Tampilan setiap fitur atau layanan perancangan Aplikasi PetLyfe?
4	Alur dari setiap fitur atau layanan perancangan Aplikasi PetLyfe
5	Fitur <i>Pet Shop</i> pada perancangan Aplikasi PetLyfe?
6	Perasaan selama menggunakan perancangan Aplikasi PetLyfe?
7	Desain pada perancangan Aplikasi PetLyfe?
8	Kemudahan perancangan Aplikasi PetLyfe?
9	Kecepatan akses perancangan Aplikasi PetLyfe?
10	Fitur yang tersedia sudah menjawab permasalahan hewan peliharaan?
11	Fitur atau layanan asuransi hewan pada perancangan Aplikasi PetLyfe?
12	Fitur atau layanan pengingat perawatan hewan peliharaan pada perancangan Aplikasi PetLyfe?
13	Proses <i>login</i> sampai <i>logout</i> pada perancangan Aplikasi PetLyfe?
14	Fitur <i>Veterinary Klinik</i> (Pencarian Klinik) pada perancangan Aplikasi PetLyfe ?
15	Mampu menjadi yang terdepan?
16	Mengalami kendala pada perancangan Aplikasi PetLyfe?
17	Fitur <i>Medical Record</i> pada tanggapan Anda tentang perancangan Aplikasi PetLyfe?
18	Bagaimana informasi yang diberikan pada fitur Education pada perancangan Aplikasi PetLyfe?
19	Fitur atau layanan yang diberikan pada perancangan Aplikasi PetLyfe?
20	Perancangan Aplikasi PetLyfe efisien atau tidak?
21	Penggunaan font, ukuran font, tata bahasa, dan warna perancangan Aplikasi PetLyfe?
22	Metode pembayaran tanggapan Anda tentang perancangan Aplikasi PetLyfe??
23	Tata letak ( <i>Layout</i> ) dari perancangan Aplikasi PetLyfe?
24	Daya tarik dari keseluruhan perancangan Aplikasi PetLyfe?
25	Interaksi Anda terhadap perancangan Aplikasi PetLyfe?
26	Tanggapan Anda tentang perancangan Aplikasi PetLyfe?

### C. Lokasi dan Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memilih lokasi penelitian di Kediri Jawa Timur sebagai tempat penelitian *user experience* rancangan Aplikasi PetLyfe. Sedangkan untuk subjek penelitian adalah masyarakat di daerah Kediri Jawa Timur.

### D. Uji Coba Model/Produk

#### a. Desain Uji Coba

Desain uji coba yang telah dibuat dapat langsung diuji coba kepada pengguna dengan percobaan untuk membangun dan mengevaluasi desain produk yang dihasilkan.

#### b. Subjek Uji Coba

Subjek uji coba rancangan aplikasi PetLyfe adalah masyarakat di daerah Kediri Jawa Timur dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Pria atau wanita usia 20-40 tahun
- 2) Memiliki hewan peliharaan
- 3) Berminat dan peduli terhadap hewan peliharaan
- 4) Domisili di Kediri Jawa Timur (pemilik hewan peliharaan)
- 5) Memiliki pengetahuan tentang dunia hewan
- 6) Memiliki pengetahuan di bidang teknologi

## E. Validasi Model/Produk

Validasi model desain digunakan<sup>23</sup> untuk menetapkan tingkat keefektifan, efisiensi, dan daya tarik dari produk yang dihasilkan. Apabila desain yang dihasilkan belum memenuhi kelayakan maka perlu dievaluasi dan revisi terhadap desain. Validasi aplikasi PetLyfe dilakukan dengan konsultasi kepada ahli dan menguji hasil dari *user experience* yang telah diujikan kepada pengguna.

## F. Instrumen Pengumpulan Data<sup>72</sup>

### 1. Pengembangan Instrumen

Pengembangan instrumen<sup>28</sup> untuk mengumpulkan data yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

#### a. Wawancara

Tujuan melakukan wawancara<sup>26</sup> terkait penentuan permasalahan yang harus diteliti. Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur dan secara *online* melalui aplikasi *zoom meeting*. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara dimana peneliti bebas tidak menggunakan pedoman wawancara secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data. Pedoman wawancara berupa garis besar permasalahan yang ditanyakan.

b. <sup>1</sup> *User Experience Questionnaire* (UEQ)

*User Experience Questionnaire* (UEQ) digunakan untuk pengujian *user experience* dengan mengumpulkan data secara kuantitatif melalui kuisisioner untuk mengetahui kesan pertama dari pengguna setelah menggunakan produk. Kuisisioner penelitian ini menggunakan *google formulir* dan alat yang digunakan untuk menguji adalah UEQ Data Analysis Tools Versi 10.

## 2. Validasi Instrumen

Validasi penelitian ini dilakukan pada proses uji coba *User Experience Questionnaire* (UEQ) menggunakan kuisisioner dengan skala pengukuran *semantic differential* untuk mengukur sikap dan persepsi seseorang. Langkah-Langkah Validasi *User Experience Questionnaire* (UEQ):

- a. Sebelum mendapatkan hasil jawaban dari responden, hasil responden harus dikonversi <sup>8</sup> menjadi bobot nilai diskala dari -3 (setuju sepenuhnya dengan nilai negatif) hingga +3 (setuju sepenuhnya dengan nilai positif). Berikut contoh nilai yang sudah ditranformasikan:

Tabel 3.3

<sup>11</sup> Contoh Transformasi Skala UEQ

Skala Penilaian	1	2	3	4	5	6	7	
Menyusahkan	0	0	0	0	0	0	0	Menyenangkan
Nilai Setelah Transformasi	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	

Lanjutan

Skala Penilaian	1	2	3	4	5	6	7	11
Kreatif	0	0	0	0	0	0	0	Monoton
Nilai Setelah Transformasi	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	

Sumber: Schrepp (2019)

- b. Menguji nilai *Cronbach Alpha* yang menunjukkan jika nilai  $Cronbach\ Alpha > 0,6$  atau  $> 0,7$  diartikan sebagai tingkat yang cukup.
- c. Menguji nilai rata-rata pada setiap indikator pertanyaan kuesioner.

Tabel 3.4

Skala Penilaian *Mean* Kuesioner

Rentang Mean	Keterangan	Warna
$>0,8$	Evaluasi positif	Hijau
$-0,8 - 0,8$	Evaluasi netral	Kuning
$< -0,8$	Evaluasi negatif	Oren

Sumber: Schrepp (2019)

- d. Uji *Benchmark* UEQ

Hasil uji *Benchmark* dalam *UEQ Analysis Data Tools* dibedakan menjadi lima kategori yaitu *Excellent*, *Good*, *Above Average*, *Below Average*, dan *Bad*. Nilai setiap kategori sebagai berikut:

Tabel 3.5

Kategori UEQ *Analysis Data Tools*

	Att.	Eff.	Per.	Dep.	Sti.	Nov.
Excellent	$\geq 1,72$	$\geq 1,64$	$\geq 1,82$	$\geq 1,6$	$\geq 1,5$	$\geq 1,34$
Good	$\geq 1,50$ $< 1,72$	$\geq 1,31$ $< 1,64$	$\geq 1,37$ $< 1,82$	$\geq 1,4$ $< 1,6$	$\geq 1,31$ $< 1,50$	$\geq 0,96$ $< 1,34$
Above Average	$\geq 1,09$ $< 1,50$	$\geq 0,84$ $< 1,31$	$\geq 0,90$ $< 1,37$	$\geq 1,06$ $< 1,40$	$\geq 1,00$ $< 1,31$	$\geq 0,63$ $< 0,96$

## Lanjutan

	Att.	Eff.	Per.	Dep.	Sti.	Nov.
Below	$\geq 0,65$	$\geq 0,50$	$\geq 0,53$	$\geq 0,70$	$\geq 0,52$	$\geq 0,24$
Average	$< 1,09$	$< 0,84$	$< 0,90$	$< 1,06$	$< 1,00$	$< 0,63$
Bad	$< 0,65$	$< 0,50$	$< 0,53$	$< 0,70$	$< 0,52$	$< 0,24$

Sumber: Schrepp (2019)

## Keterangan:

Att. : *Attractiveness* (daya tarik)

Eff. : *Efficiency* (efisiensi)

Per. : *Perspicuity* (kejelasan)

Dep. : *Dependability* (ketepatan)

Sti. : *Stimulation* (stimulasi)

Nov. : *Novelty* (kebaruan)

## BAB IV

### DESKRIPSI, INTERPRETASI, DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Studi Pendahuluan

##### 1. Deskripsi Hasil Studi Lapangan

Kegiatan studi hasil lapangan dilakukan melalui kegiatan wawancara yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan permasalahan masyarakat tentang hewan peliharaan berdasarkan studi literatur tentang adanya permasalahan tentang perawatan dan pemeliharaan hewan peliharaan. Proses wawancara dilakukan secara daring melalui *zoom meeting* bersama 7 responden berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan. Kriteria responden sebagai berikut:

- a. Pria atau wanita berusia 20-40 tahun
- b. Memiliki hewan peliharaan atau ingin memelihara hewan peliharaan
- c. Sadar akan pentingnya perawatan hewan peliharaan
- d. Mampu secara finansial untuk memberikan fasilitas kesehatan bagi hewan peliharaan

Berdasarkan hasil wawancara terdapat responden yang masih mendapatkan informasi terkait perawatan hewan peliharaan dari keluarga atau orang terdekat dimana keabsahan informasi masih diragukan, ada yang mencari informasi melalui internet atau media sosial, lupa jadwal perawatan hewan peliharaan karena kesibukan dan belum mengetahui adanya asuransi hewan. Untuk itu, sebagian responden mengusulkan

untuk adanya aplikasi yang membantu mereka dalam perawatan hewan peliharaan seperti layanan digitalisasi rekam medis, asuransi hewan, pencarian klinik hewan, janji temu dokter hewan, jadwal pengingat perawatan, dan wadah komunitas hewan untuk saling bertukar informasi.

Berdasarkan hasil wawancara, dengan membuat aplikasi PetLyfe tentang digitalisasi rekam medis dan perawatan hewan peliharaan bisa menjadi solusi bagi permasalahan masyarakat. Aplikasi PetLyfe akan menyediakan fitur-fitur sesuai dengan kebutuhan hewan peliharaan seperti digitalisasi rekam medis, asuransi hewan, *pet shop*, forum diskusi, jadwal pengingat perawatan hewan peliharaan, dan lain-lain.

## 2. Interpretasi Hasil Studi Lapangan

Hasil studi lapangan dilakukan dengan menggunakan metode design thinking dengan 7 tahapan sebagai berikut:

### a. *Empathize*

Proses identifikasi permasalahan pengguna dilakukan dengan wawancara secara *online* melalui *Zoom Meeting*. Pertanyaan wawancara secara garis besar meliputi kebiasaan merawat hewan peliharaan, kendala yang dihadapi, dan keinginan solusi dari kendala yang dihadapi. Proses wawancara dilakukan kepada 7 responden dan rekaman video proses wawancara dapat diakses melalui link <https://drive.google.com/drive/folders/1hSFtgNsnuubp7ZgjhQhP00J>



[tM\\_MDcnoQ?usp=sharing](https://t.me/MDcnoQ?usp=sharing). Sedangkan hasil wawancara dituangkan

ke dalam *Empathy Map* seperti dibawah ini:



15  
Gambar 4.1 *Empathy Map* PetLyfe

Gambar *Empathy Map* dapat diakses melalui link aplikasi Miro sebagai berikut:

<https://miro.com/app/board/uXjVOnuy-9k=?moveToWidget=3458764528908796457&cot=10>

75  
Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) *Who are we empathizing with?*

Masyarakat yang memiliki hewan peliharaan dengan usia 20-40 tahun, pecinta hewan peliharaan, dan beminat memelihara hewan peliharaan.

2) *What do we need to DO?*

Menyediakan layanan tentang perawatan dan pemeliharaan hewan peliharaan.

3) *What do they SEE?*

a) Mereka melihat pengalaman orang lain dalam merawat hewan

b) Mereka menyaksikan video lucu tentang hewan peliharaan di internet

c) Mereka mencari *pet shop* atau klinik hewan melalui internet

4) *What do they SAY?*

a) Menurut mereka perawatan hewan penting

b) Mereka ingin kemudahan ketika menggunakan layanan *pet care*

c) Mereka ingin bertemu dalam komunitas pecinta hewan untuk saling bertukar informasi

5) *What do they DO?*

a) Mereka membeli makanan hewan di toko *offline*

b) Mereka menggunakan jasa perawatan dan melakukan perawatan hewan secara mandiri

c) Mereka tidak pernah menggunakan aplikasi yang berhubungan dengan perawatan hewan karena memang belum banyak

6) *What do they HEAR?*

- a) Mereka mendengar dari cara orang lain dalam merawat hewan
- b) Mereka mendengar informasi dari orang lain untuk mencari klinik atau *petshop*
- c) Mereka mendengar informasi dari orang lain terkait hewan yang bisa diadopsi

7) *What do they Think and FEEL?*

- a) Digitalisasi rekam medis penting
- b) Senang ketika bisa berdiskusi dengan komunitas pecinta hewan peliharaan
- c) Bingung mencari klinik hewan dan *pet shop*
- d) Susah mencari informasi perawatan hewan peliharaan

*PAIN:*

- a) *Pet owner* kesulitan ketika memandikan kucingnya yang tidak suka air sehingga seringkali mereka terluka akibat dicakar
- b) *Pet owner* kesulitan mencari *pet shop* dan klinik hewan
- c) *Pet owner* kesulitan untuk membawa hewan peliharaannya
- d) *Pet owner* kesulitan untuk berhubungan secara *online* dengan pihak *pet shop*

*GAIN:*

Mereka berharap ada aplikasi yang dapat mengatasi permasalahan mereka mulai dari pencarian *pet shop*, komunikasi secara *online*

dengan pihak *pet shop*, serta komunitas untuk saling bertukar informasi.

b. *Define*

Pada tahap *Define* analisis kebutuhan dan permasalahan pengguna dituangkan kedalam kebutuhan pengguna dan *Business Model Canvas (BMC)* sebagai berikut:

1) *Kebutuhan Customer*

Tabel 4.1

*Kebutuhan Customer*

<b><i>Kebutuhan Customer</i></b>
1. Konten Edukasi
2. Jual beli produk hewan
3. Pencarian klinik
4. <i>appointment</i> (janji dengan dokter hewan)
5. Komunitas hewan
6. Rekam medis terdigitalisasi
7. Asuransi hewan peliharaan

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

2) *Business Model Canvas (BMC)*

a) *Customer Segments*

*Customer Segments* dari aplikasi PetLyfe terdiri dari pemilik hewan peliharaan (*Pet Owner*), penjual kebutuhan hewan peliharaan (*Pet Shop*), klinik hewan, instansi atau perusahaan yang memerlukan data

epidemiologi, peternak hewan (*Breeder*) dan komunitas pecinta hewan.

b) *Value Proposition*

- 1) Layanan pencarian klinik hewan dan *pet shop*: mempermudah pengguna untuk mencari klinik hewan dan memenuhi kebutuhan hewan peliharaan
- 2) Layanan asuransi hewan: untuk memenuhi jaminan keamanan, keselamatan, dan kesehatan hewan peliharaan
- 3) Layanan pengingat perawatan hewan peliharaan: mempermudah pengguna dalam mengingat waktu perawatan dan pemeliharaan hewan peliharaan
- 4) Digitalisasi rekam medis hewan peliharaan: membantu dokter hewan dalam mengisi data rekam medis dan klinik hewan untuk meminimalisir kerusakan dan kehilangan data rekam medis

c) *Channels*

Aplikasi PetLyfe dapat diakses oleh pengguna melalui *web based* dan *apps based*, *digital ads*, dan *event pet contest* yang digunakan juga sebagai sarana promosi

d) *Customer Relationship*

- 1) *Call Center & QNA* : melayani pengguna apabila ada kesulitan dalam menggunakan aplikasi PetLyfe

- 2) Jaminan keamanan data rekam medis hewan: penjaminan keamanan data rekam medis pemilik hewan dan apabila digunakan untuk hal lain harus berdasarkan kesepakatan bersama
  - 3) Diskon hari besar atau bagi pelanggan loyal: bentuk pemberian penghargaan kepada pelanggan dan *reward* diskon pada hari-hari besar
  - 4) Tanggungan asuransi terhadap hewan peliharaan yang melakukan rekam medis: diberikan kemudahan akses asuransi hewan
  - 5) Forum diskusi: sarana komunikasi dengan pengguna dan bertukar informasi tentang hewan peliharaan
  - 6) Penerbitan artikel seputar perawatan hewan peliharaan: membantu pengguna mendapatkan informasi yang baik dan benar tentang perawatan dan pemeliharaan hewan peliharaan
- e) *Key Partners*

Untuk mengimplementasikan dan menjalankan aplikasi PetLyfe dan bisa berjalan dengan baik, maka PetLyfe akan menjalin kerjasama dengan beberapa mitra kerja seperti dokter hewan, klinik hewan, *pet shop*, dan perusahaan asuransi.

f) *Key Activities*

Aktivitas yang digunakan untuk bisa mewujudkan aplikasi PetLyfe sebagai berikut:

- 1) Mengembangkan dan perawatan platform (*website* dan aplikasi) “Pet Lyfe”
- 2) Menyediakan pelayanan yang dibutuhkan oleh para pelanggan dan platform
- 3) Menjaga hubungan dengan pelanggan
- 4) Menyediakan *marketplace* untuk jual beli produk perawatan hewan
- 5) Kegiatan *marketing* Riset terhadap *key partners* demi mendapatkan mitra yang terbaik

g) *Key Resource*

Sumber daya yang dibutuhkan dalam mengimplementasikan aplikasi PetLyfe yaitu kantor, *hosting atau domain, cloud storage, karyawan, financial resources, intellectual property, brand* dan *partnership*

h) *Cost Structure*

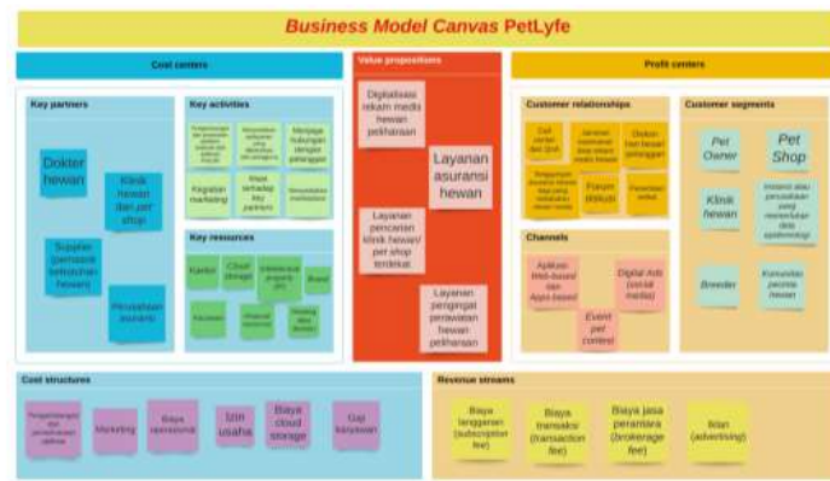
Biaya-biaya yang diperlukan untuk mengimplementasikan aplikasi PetLyfe yaitu pemeliharaan dan pengembangan aplikasi, promosi, izin usaha, biaya operasional, izin usaha, gaji karyawan, dan biaya *cloud storage*

i) *Revenue Stream*

Sumber pendapatan dari aplikasi PetLyfe didapatkan dari biaya transaksi, biaya langganan, biaya jasa perantara, dan iklan.

Link akses gambar *Business Model Canvas* (BMC) Aplikasi PetLyfe:

[https://lucid.app/lucidspark/3467d29d-b945-4b1a-8649-a5dcb18bea35/edit?viewport\\_loc=-1732%2C636%2C5464%2C2400%2C0\\_0&invitationId=inv\\_b24798c8-2e54-4699-b33e-712c60a7d77a#](https://lucid.app/lucidspark/3467d29d-b945-4b1a-8649-a5dcb18bea35/edit?viewport_loc=-1732%2C636%2C5464%2C2400%2C0_0&invitationId=inv_b24798c8-2e54-4699-b33e-712c60a7d77a#)

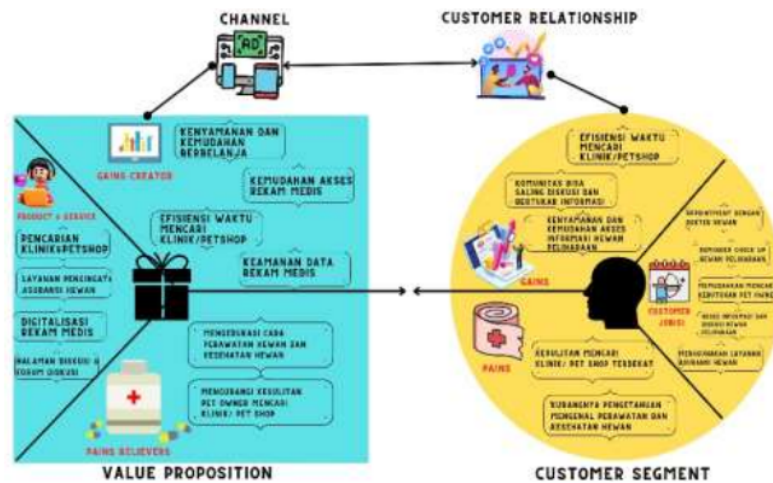


Gambar 4.2 *Business Model Canvas* (BMC) PetLyfe

c. *Ideate*

Proses menciptakan solusi dilakukan dengan implementasi strategi implementasi *Business Model Canvas* (BMC) dan *user flow* aplikasi PetLyfe sebagai berikut:



1) Strategi Implementasi *Business Model Canvas (BMC)* PetLyfea) Pemetaan pemenuhan kebutuhan target *customer*Gambar 4.3 Pemetaan target *customer* PetLyfe

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa *customer segment* menunjukkan segmen pelanggan yang menjadi target. *Customer jobs* menunjukkan aksi yang diinginkan dan dicapai konsumen dengan produk yang ditawarkan yaitu memasukkan data rekam medis, memasukkan jadwal perawatan hewan peliharaan, transaksi produk khusus hewan peliharaan, mencari klinik hewan/*pet shop* terdekat, membuat janji temu dengan dokter hewan, menggunakan layanan asuransi hewan, mengakses informasi dan berdiskusi mengenai hewan peliharaan. Gains menunjukkan manfaat yang diharapkan yaitu kemudahan dalam menelusuri riwayat medis hewan peliharaan,

kemudahan dan kenyamanan akses informasi terpercaya mengenai hewan peliharaan, kemudahan pencarian klinik hewan atau *pet shop*, kenyamanan dan kemudahan berbelanja, serta komunitas untuk saling diskusi dan bertukar informasi. Sedangkan *pains* menunjukkan kumpulan permasalahan seperti kurangnya pengetahuan mengenai perawatan kesehatan hewan, data rekam medis, layanan antar jemput dan, kesulitan mencari klinik hewan/*pet shop* terdekat.

Sedangkan *value proposition* menunjukkan alasan mengapa konsumen menggunakan layanan yang diberikan PetLyfe. *Product & service* yang ditawarkan meliputi layanan pencarian klinik hewan/*pet shop*, asuransi hewan, jadwal dan pengingat, digitalisasi rekam medis hewan peliharaan, halaman edukasi, forum diskusi, dan jual beli produk. *Ganins creator* menunjukkan manfaat yang dirasakan konsumen meliputi fitur mudah digunakan, akses terhadap rekam medis dimana dan kapan saja dengan keamanan yang terjamin, akses terhadap informasi yang lengkap dan terpercaya mengenai hewan peliharaan, efisiensi waktu dalam pencarian klinik hewan/*pet shop* terdekat, kenyamanan dan kemudahan berbelanja. *Pains Relievers* menunjukkan solusi yang ditawarkan PetLyfe meliputi informasi yang lengkap

dan terpercaya mengenai hewan peliharaan, kemudahan dalam pencarian klinik hewan dan *pet shop* terdekat.

b) Strategi *Business Model Canvas* (BMC) PetLyfe

- (1) Membuat desain dan tampilan fisik aplikasi semenarik mungkin.
- (2) Menyajikan fitur dan konten yang menarik dan bermanfaat.
- (3) Menerapkan strategi *all in one* dalam aplikasi PetLyfe yaitu menawarkan kelengkapan fitur seperti digitalisasi rekam medis, asuransi hewan, pencarian klinik hewan, dan lainnya.
- (4) Untuk mendapatkan kepercayaan konsumen menetapkan beberapa strategi yaitu keterbukaan (terbuka akan pelaksanaan transaksi dan perjanjian dengan konsumen), integritas transaksi (kontrol akan semua transaksi yang terjadi), dan perlindungan terhadap informasi atau data agar tidak tersebar.

c) Visi dan Misi PetLyfe

Visi: Meningkatkan kesejahteraan hewan peliharaan di Indonesia berdasarkan lima kebebasan hewan (*5 freedoms of animal welfare*).

Misi:

- (1) Mewujudkan lima kebebasan hewan (*5 freedoms of*

<sup>25</sup> *animal welfare*) yaitu Bebas dari rasa lapar dan haus, bebas dari ketidaknyamanan, bebas dari rasa sakit atau penyakit, bebas untuk mengekspresikan tingkah laku alaminya, dan bebas dari rasa takut atau tekanan.

- (2) Menawarkan digitalisasi rekam medis untuk klinik hewan maupun pemilik hewan.
  - (3) Menjamin keamanan data rekam medis hewan.
  - (4) Membangun kepercayaan customer sebagai pengguna aplikasi PetLyfe.
  - (5) Memberikan kemudahan kepada pemilik hewan dalam mengakses kebutuhan perawatan hewan.
- d) Logo PetLyfe



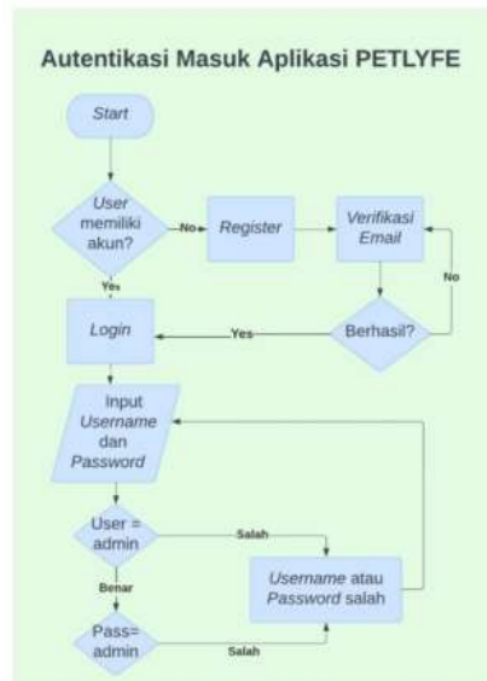
Gambar 4.4 Logo PetLyfe

Filosofi dari logo diatas adalah *love your pet* yang memberikan pengertian bahwa PetLyfe melayani semua jenis hewan peliharaan yang ditunjukkan pada *icon* telapak kaki hewan. Pemberian warna *orange* melambangkan sebuah kehangatan, kegembiraan, dan kebebasan. Sedangkan warna putih melambangkan kepolosan dan keselamatan.

## 2) User Flow Aplikasi PetLyfe

### a) Sebelum Menggunakan Aplikasi PetLyfe

Sebelum memasuki aplikasi PetLyfe, *user flow* yang pertama adalah memasuki sistem yaitu apabila sudah memiliki akun langsung *login* dengan memasukkan *username* dan *password*. Apabila belum memiliki akun diperlukan registrasi terlebih dahulu seperti gambar berikut:

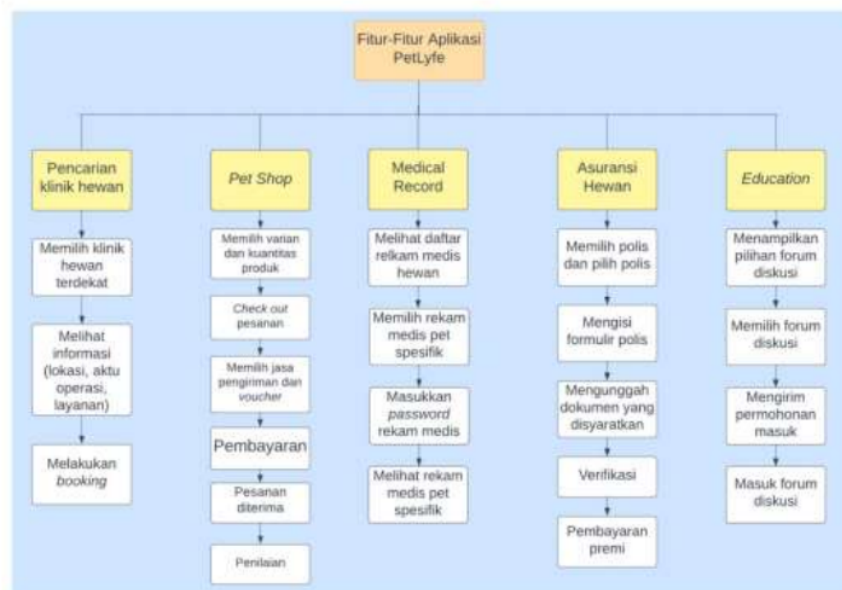


Gambar 4.5 User Flow Masuk Aplikasi PetLyfe

### b) Setelah Memasuki Aplikasi PetLyfe

Setelah memverifikasi data diri maka pengguna akan memasuki menu beranda dalam aplikasi PetLyfe. Menu beranda menunjukkan fitur-fitur atau layanan yang ditawarkan kepada konsumen salah satunya seperti *medical record, education, dan petshop*.

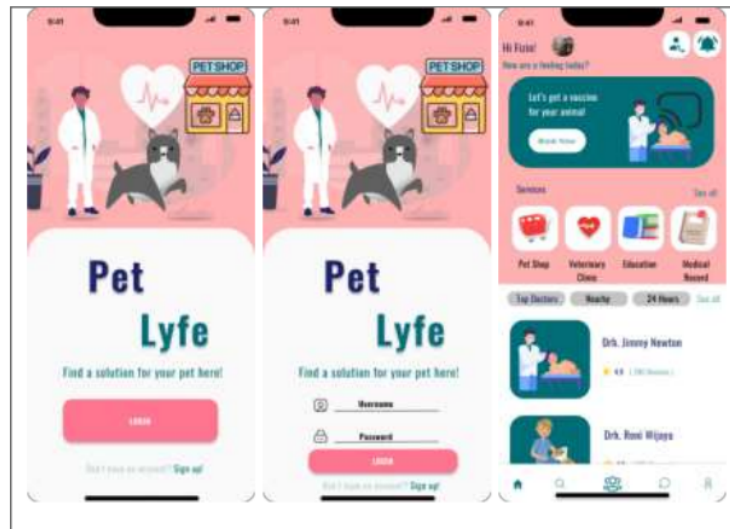
*User flow* menu beranda aplikasi PetLyfe sebagai berikut:



Gambar 4.6 *User Flow* Menu Beranda Aplikasi PetLyfe

d. *Prototype*

1) Masuk Aplikasi PetLyfe



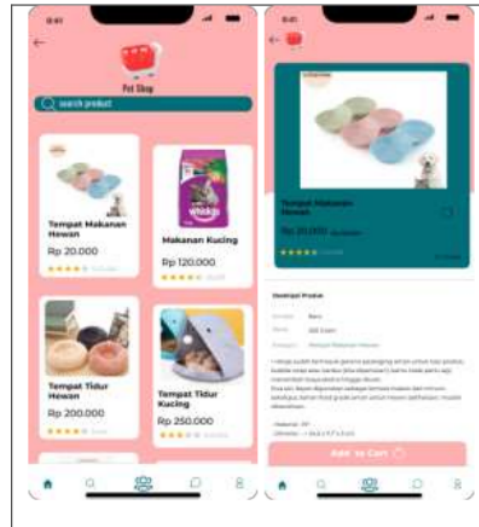
Gambar 4.7 *Prototype* Masuk Aplikasi PetLyfe

2) *Home* Aplikasi PetLyfe



Gambar 4.8 *Prototype* Home Aplikasi PetLyfe

### 3) Layanan *Pet Shop* Aplikasi PetLyfe



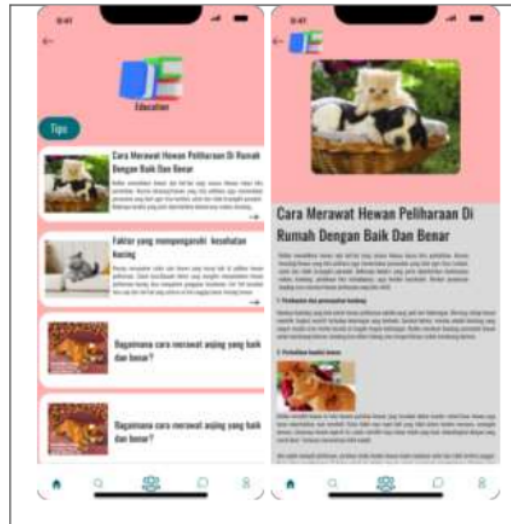
Gambar 4.9 Layanan *Pet Shop* Aplikasi PetLyfe

### 4) Layanan *Veterinary Clinic* Aplikasi PetLyfe

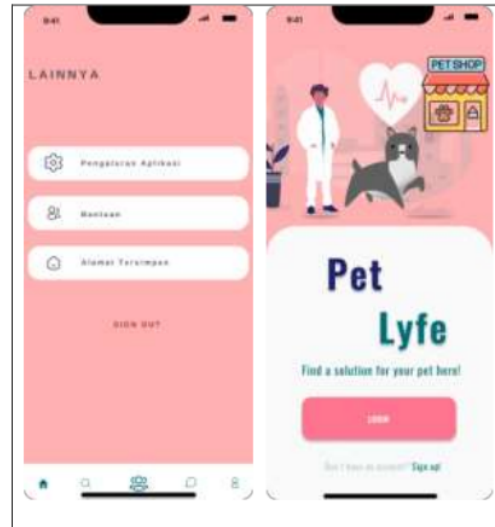


Gambar 4.10 Layanan *Veterinary Clinic* Aplikasi PetLyfe



5) Layanan *Education* Aplikasi PetLyfeGambar 4.11 Layanan *Education* Aplikasi PetLyfe6) Layanan *Medical Record* Aplikasi PetLyfeGambar 4.12 Layanan *Medical Record* Aplikasi PetLyfe

### 7) Keluar Aplikasi PetLyfe

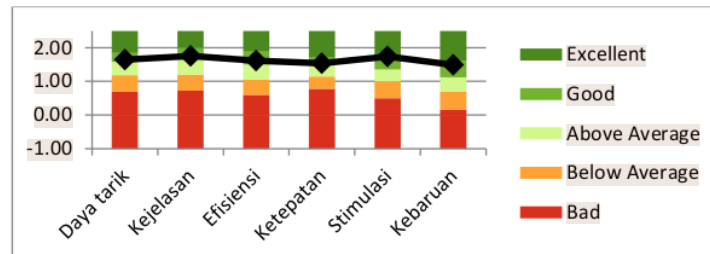


Gambar 4.13 Keluar Aplikasi PetLyfe

### e. *Testing*

Proses terakhir dari tahapan *design thinking* adalah *testing*. Sebelumnya sudah dilakukan uji coba secara terbatas menggunakan *google form* kepada 7 responden, tetapi masih ada beberapa hal yang perlu diperbaiki dari segi pertanyaan yang diajukan karena kurang spesifik dan desain *prototype* yang dihasilkan. Untuk itu, peneliti menguji rancangan *user experience* melalui *User Experience Questionnaire (UEQ)* kepada 27 responden dengan kriteria yang sudah ditentukan.

Hasil <sup>1</sup> *User Experience Questionnaire (UEQ)* aplikasi PetLyfe menggunakan <sup>31</sup> *UEQ Analysis Data Tools* sebagai berikut:



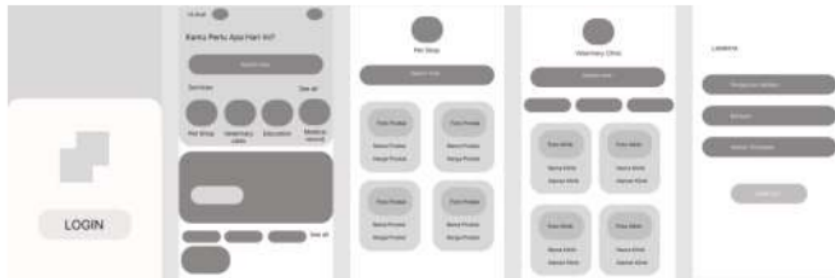
Gambar 4.14 Hasil *Benchmark UEQ* Aplikasi PetLyfe

Hasil *Benchmark UEQ Analysis Data Tools* diatas, menunjukkan bahwa aplikasi PetLyfe <sup>1</sup> pada skala daya tarik, hasil dari aplikasi PetLyfe mencapai <sup>10</sup> nilai rata-rata 1,65 (*Good*), skala kejelasan mendapatkan nilai rata-rata 1,75 (*Good*), skala efisiensi mendapatkan nilai rata-rata 1,61 (*Good*), skala ketepatan mendapatkan nilai rata-rata 1,54 (*Good*), skala stimulasi mendapatkan nilai rata-rata 1,74 (*Excellent*), dan pada skala kebaruan mendapatkan nilai rata-rata 1,49 (*Good*).

Berdasarkan hasil tersebut, bisa menjadi tolak ukur untuk memutuskan apakah suatu produk baru memiliki pengalaman pengguna yang sukses di pasar atau tidak. Produk baru harus mencapai kategori (baik) untuk bisa dibandingkan dengan produk lain dan bersaing di pasar. Hasil *user experience* PetLyfe masuk kedalam kategori tersebut, sehingga aplikasi Petlyfe dapat dibandingkan dan bersaing dengan produklain yang mungkin sejenis.

### 3. Desain Awal (*draft*) Model

Desain awal masih berupa kerangka (*wireframe*) <sup>1</sup> rancangan awal dari sistem aplikasi yang masih sederhana tanpa adanya sentuhan warna dan untuk acuan desain. Berikut gambar tampilan *wireframe* dari aplikasi PetLyfe:



Gambar 4.15 *Wireframe* Aplikasi PetLyfe

Link akses *wireframe* aplikasi PetLyfe:

<sup>67</sup> <https://www.figma.com/file/TZAR3LL83O7eByhtBpqr5/PetLyfe?node-id=0%3A1>

## <sup>3</sup> B. Pengujian Model Terbatas

### 1. Uji Validasi Ahli dan Praktisi

Uji validasi dilakukan oleh narasumber bernama Syahru Ariansyah yang merupakan founder dari “Gredu”, “Edu Tech” dan salah satu Director di “Ahabe” anak perusahaan Nasmoco Group. Berdasarkan hasil wawancara, beliau memberikan pendapat tentang adanya pengembangan fitur tambahan diperbolehkan karena masih memiliki peluang seperti konten hewan peliharaan, memberikan saran alur untuk proses pencarian klinik hewan dan asuransi diperjelas, memberikan pengetahuan tentang

asuransi hewan kepada pengguna karena masih banyak yang beranggapan jika asuransi hewan sesuatu yang membuang-buang uang dan produk asuransi difokuskan kepada *animal health*.

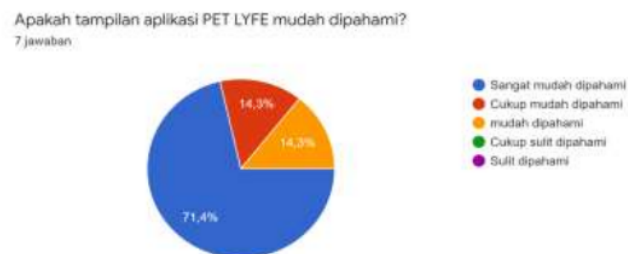
## 2. Uji Coba Lapangan (Uji Coba Terbatas)

Pelaksanaan uji coba lapangan secara terbatas dilakukan kepada 7 responden melalui penyebaran kuisisioner *Google Form*.

Link kuisisioner uji coba terbatas:

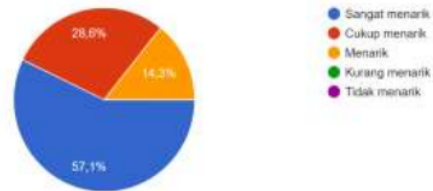
<https://forms.gle/P4LGMdjdb7CtCiAb6>

Hasil kuisisioner sebagai berikut:



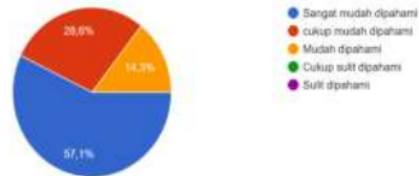
Data diatas menunjukkan 5 orang menjawab sangat mudah ditunjukkan 71,4% *Pie chart* warna biru, kemudian 1 orang menjawab cukup dipahami ditunjukkan 14,3% *pie chart* warna merah, *pie chart* warna kuning menunjukkan mudah dipahami.

Apakah desain UI yang ditampilkan dalam aplikasi PET LYFE menarik untuk dilihat?  
7 jawaban



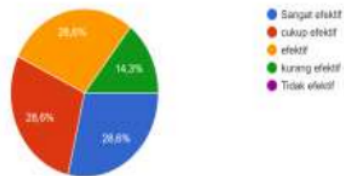
Data diatas menunjukkan 4 orang menjawab sangat mudah ditunjukan 71,4% *Pie chart* warna biru, kemudian 2 orang menjawab cukup dipahami ditunjukkan 28,6% *pie chart* warna merah, *pie chart* warna kuning menunjukkan mudah dipahami

Apakah informasi yang tersedia di dalam aplikasi PET LYFE mudah dipahami?  
7 jawaban



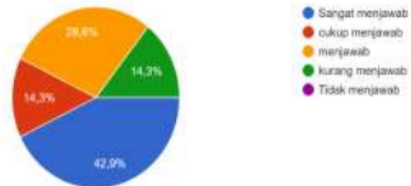
Data diatas menunjukkan 4 orang menjawab sangat mudah ditunjukan 71,4% *Pie chart* warna biru, kemudian 2 orang menjawab cukup dipahami ditunjukkan 28,6% *pie chart* warna merah, *pie chart* warna kuning menunjukkan mudah dipahami

Apakah aplikasi PET LYFE dapat bekerja secara efektif untuk mengakses layanan perawatan hewan peliharaan?  
7 jawaban



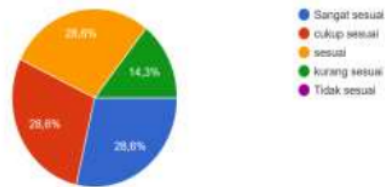
Data diatas menunjukkan 2 orang menjawab sangat mudah ditunjukan 28,6% *pie chart* warna biru, kemudian 2 orang menjawab cukup dipahami ditunjukkan 28,6% *pie chart* warna merah, 28,6% *pie chart* warna kuning, menunjukkan 2 orang menjawab mudah dipahami dan 14,3% *pie chart* warna hijau, menunjukkan 1 orang menjawab kurang efektif

Apakah fitur yang tersedia menjawab permasalahan anda selaku Pet Owner?  
7 jawaban



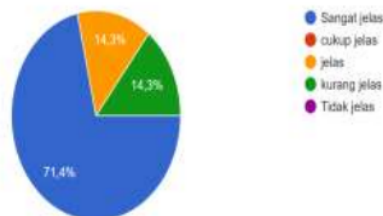
Data diatas menunjukkan 3 orang menjawab sangat mudah ditunjukan 42,9% *pie chart* warna biru, kemudian 1 orang menjawab cukup dipahami ditunjukkan 14,3% *pie chart* warna merah, 28,6% *pie chart* warna kuning, menunjukkan 2 orang menjawab mudah dipahami dan 14,3% *pie chart* warna hijau, menunjukkan 1 orang menjawab kurang efektif

Apakah metode pembayaran yang tersedia sesuai dengan kebutuhan customer?  
7 jawaban



Data diatas menunjukkan 2 orang menjawab sangat mudah ditunjukan 28,6% *pie chart* warna biru, kemudian 2 orang menjawab cukup dipahami ditunjukkan 28,6% *pie chart* warna merah, 28,6% *pie chart* warna kuning, menunjukkan 2 orang menjawab mudah dipahami dan 14,3% *pie chart* warna hijau, menunjukkan 1 orang menjawab kurang efektif

Apakah informasi penyedia jasa (Klinik Hewan, Pet Shop, dan Asuransi Hewan) sudah jelas?  
7 jawaban



Data diatas menunjukkan 5 orang menjawab sangat mudah ditunjukan 71,4% *pie chart* warna biru, kemudian 1 orang menjawab kurang jelas ditunjukkan 14,3% *pie chart* warna hijau, dan *pie chart* warna kuning menunjukkan mudah dipahami ditunjukkan 14,3%.



### 3. Desain Model Hasil Uji Coba Terbatas

Berikut adalah gambar desain awal untuk uji coba terbatas:



12 Gambar 4.16 Desain Awal Uji Coba Terbatas

Berdasarkan hasil kuesioner dapat disimpulkan bahwa masih ada beberapa aspek yang harus diperbaiki dalam model pembuatan aplikasi PetLyfe seperti:

- a. Pertanyaan yang diujikan harus lebih spesifik agar dapat menggali informasi lebih baik.
- b. Peningkatan tampilan desain aplikasi
- c. Penambahan fitur untuk lebih menyelesaikan masalah pengguna
- d. Alur terkait informasi harus lebih mudah dan jelas
- e. Perbaikan terhadap Business Model Canvas (BMC) dikarenakan ada beberapa perubahan penambahan fitur

## **C. Pengujian Model Perluasan**

### **1. Deskripsi Uji Coba Luas**

Uji coba secara luas dilakukan dengan uji *user experience* menggunakan *User Experience Questionnaire (UEQ)* yang kemudian dianalisis menggunakan *UEQ Data Analysis Tools* Versi 10. Uji coba dilakukan kepada pengguna atau responden yang berjumlah 27 responden melalui kuesioner secara *online* yaitu *google form* dengan kriteria yang sudah ditetapkan.

Link pengisian kuesioner *User Experience Questionnaire (UEQ)* PetLyfe: <https://bit.ly/UserExperienceQuestionnaireRancanganAplikasiPETLYFE>

Hasil pengujian *user experience* menunjukkan bahwa pengalaman pengguna terhadap rancangan aplikasi PetLyfe sebagian besar masuk kedalam kategori baik dan terdapat satu aspek yang masuk kedalam kategori baik sekali.

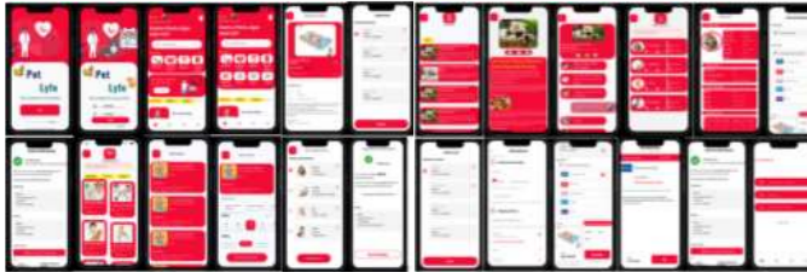
### **2. Refleksi dan Rekomendasi Hasil Uji Coba Luas**

Refleksi hasil uji coba luas dilakukan dengan berusaha memperbaiki perancangan aplikasi PetLyfe lebih baik berdasarkan rekomendasi dari *user experience* uji coba terbatas, dimana masih terdapat beberapa kekurangan sebelumnya. Sedangkan berdasarkan hasil uji coba luas *user experience* memberikan pandangan yang baik terhadap aplikasi PetLyfe, untuk itu hal yang dapat dilakukan yaitu memperkuat proses alur jalannya fitur-fitur aplikasi PetLyfe untuk mempermudah

pengguna dalam menjalankan aplikasi sehingga interaksi dapat berlangsung dengan baik.

### 3. Desain Model Hasil Uji Coba Luas

Berikut adalah desain model untuk uji coba luas:



Gambar 4.17 Gambar desain model uji coba luas

Desain model uji coba luas sudah mengalami beberapa perbaikan seperti perubahan tampilan aplikasi seperti ukuran tulisan dan warna untuk memperjelas tampilan aplikasi, penambahan fitur-fitur yang dapat lebih memenuhi kebutuhan pengguna, dan alur yang lebih baik untuk mempermudah pemahaman pengguna. Perbaikan yang dilakukan terbukti dapat menghasilkan pandangan *user experience* yang baik terhadap aplikasi PetLyfe.

## D. Validasi Model

### 1. Deskripsi Hasil Uji Validasi

Uji validasi model luas dilakukan dengan menguji kepada ahli dan *user experiences* menggunakan *User Experience Questionnaire*

(UEQ) kepada 27 responden. Validasi ahli dilakukan oleh bapak Mada Azhari, Founding Partner Etanee.id, PT Solusi Pangan Pewiratama. Beliau memberikan saran ketika aplikasi ini akan diluncurkan. Terkait adanya *value proposition* digitalisasi rekam medis bisa menggunakan teknologi *blockchain* sehingga data rekam medis dapat diakses semua dokter hewan yang berkepentingan dan bisa menjadi bahan elaborasi dengan pemerintah untuk mengatasi hewan liar. Fitur asuransi juga bisa menjadi apabila ada insiden tak terduga dan meminimalisi pembebanan biaya yang cukup besar dalam satu waktu. Untuk target pengguna aplikasi bisa berdasarkan *conversion based* yaitu menargetkan ke penjualan yaitu tidak masalah apabila memiliki sedikit pengguna namun banyak melakukan transaksi karena aplikasi PetLyfe menjual layanan bukan aplikasi media sosial yang membutuhkan banyak pengguna.

Sedangkan sebelum validasi *User Experience Questionnaire* (UEQ), hasil jawaban responden harus di konversikan menjadi bobot nilai jawaban dari skala -3 hingga +3 dan sebaliknya. Uji validasi diawali dengan mengkonfirmasi *Crobanch Alpha* dengan level  $>0,6$  atau  $>0,7$ . *User experiences* aplikasi PetLyfe menunjukkan nilai *Crobanch Alpha*  $>0,6$  sehingga memiliki konsistensi skala yang baik. Setelah melakukan konfirmasi skala inkonsistensi jawaban, kemudian melakukan perhitungan *mean*, varian, dan *standart deviation*. *User experiences* aplikasi PetLyfe menunjukkan nilai rata-rata  $>0,8$  (evaluasi positif) pada semua item.

Selanjutnya adalah mengkonfirmasi hasil uji *Benchmark* apakah aplikasi PetLyfe masuk kedalam salah satu lima kategori. Secara garis besar menunjukkan bahwa *user experiences* terhadap aplikasi PetLyfe memiliki kategori baik dalam beberapa aspek seperti daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan dan kebaruan masuk dalam kategori baik (*good*). Sedangkan aspek stimulasi masuk dalam kategori bagus sekali (*excellent*).

## 2. Interpretasi Hasil Uji Validasi

Berikut hasil uji validasi *User Experience Questionnaire (UEQ)* aplikasi PetLyfe:

### a. Nilai *Cronbach Alpha* Aplikasi PetLyfe

Daya tarik		Kejelasan		Efisiensi		Ketepatan		Stimulasi		Kebaruan	
Items	Correlation	Items	Correlation	Items	Correlation	Items	Correlation	Items	Correlation	Items	Correlation
1, 12	0.51	2, 4	0.69	9, 20	0.38	8, 11	0.57	5, 6	0.83	3, 10	0.17
1, 14	0.52	2, 13	0.68	9, 22	0.58	8, 17	0.65	5, 7	0.77	3, 15	0.17
1, 16	0.46	2, 21	0.64	9, 23	0.58	8, 19	0.69	5, 18	0.67	3, 26	0.67
1, 24	0.63	4, 13	0.53	20, 22	0.86	11, 17	0.50	6, 7	0.84	10, 15	0.47
1, 25	0.65	4, 21	0.79	20, 23	0.65	11, 19	0.59	6, 18	0.66	10, 26	0.00
12, 14	0.29	13, 21	0.63	22, 23	0.74	17, 19	0.82	7, 18	0.59	15, 26	0.35
12, 16	0.34	Average	0.66	Average	0.63	Average	0.63	Average	0.73	Average	0.30
12, 24	0.54	Alpha	0.89	Alpha	0.87	Alpha	0.87	Alpha	0.91	Alpha	0.64
12, 25	0.49	Conf. Int. Alpha (5%)	0.78	Conf. Int. Alpha (5%)	0.76	Conf. Int. Alpha (5%)	0.76	Conf. Int. Alpha (5%)	0.84	Conf. Int. Alpha (5%)	0.31
14, 16	0.66		0.94		0.93		0.93		0.95		0.81
14, 24	0.44										
14, 25	0.47										
16, 24	0.58										
16, 25	0.58										
24, 25	0.81										
Average	0.53										
Alpha	0.87										
Conf. Int. Alpha (5%)	0.77										
	0.93										

Gambar 4.18 *Cronbach Alpha* Aplikasi PetLyfe

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa semua nilai *Cronbach Alpha* masing-masing item lebih dari 0,6. Pada item daya tariki memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0,87. Item kejelasan memiliki

nilai *Cronbach Alpha* 0,89. Pada item efisiensi memiliki *Cronbach Alpha* 0,87. Pada item ketepatan memiliki *Cronbach Alpha* 0,87. Item stimulasi memiliki *Cronbach Alpha* 0,91. Sedangkan item kebaruan memiliki *Cronbach Alpha* 0,64. Hal tersebut menunjukkan bahwa *user experiences* PetLyfe mempunyai konsistensi skala yang cukup dan dapat mengintrepetasikan setiap item pada skalanya.

b. Hasil Pengukuran Nilai Rata-Rata *User Experiences* PetLyfe

Berikut hasil pengukuran nilai rata-rata *user experiences* PetLyfe:

Tabel 4.2

Rata-Rata Hasil Pengukuran Item UEQ PetLyfe

Item	Mean	Variance	Std. Dev.	No	Left	Right	Scale
1	1.6	1.7	1.3	27	menyusahkan	Menyenangkan	Daya tarik
2	1.6	1.2	1.1	27	tak dapat dipahami	dapat dipahami	Kejelasan
3	1.6	1.9	1.4	27	kreatif	Monoton	Kebaruan
4	1.7	0.8	0.9	27	mudah dipelajari	sulit dipelajari	Kejelasan
5	1.8	1.1	1.0	27	bermanfaat	kurang bermanfaat	Stimulasi
6	1.6	1.3	1.1	27	membosankan	Mengasyikkan	Stimulasi
7	1.7	1.5	1.2	27	tidak menarik	Menarik	Stimulasi
8	1.2	2.2	1.5	27	tak dapat diprediksi	dapat diprediksi	Ketepatan
9	1.4	2.4	1.5	27	Cepat	Lambat	Efisiensi
10	1.0	1.8	1.4	27	berdaya cipta	Konvensional	Kebaruan
11	1.7	0.9	0.9	27	Menghalangi	Mendukung	Ketepatan
12	1.6	1.4	1.2	27	Baik	Buruk	Daya tarik
13	1.7	1.3	1.1	27	Rumit	Sederhana	Kejelasan
14	1.6	1.1	1.0	27	tidak disukai	Menggemirakan	Daya tarik

Lanjutan

Item	Mean	Variance	Std. Dev.	No	Left	Right	Scale
15	1.6	1.2	1.1	27	Lazim	Terdepan	Kebaruan
16	1.7	0.9	1.0	27	tidak nyaman	Nyaman	Daya tarik
17	1.5	0.7	0.8	27	Aman	tidak aman	Ketepatan
18	1.8	0.7	0.8	27	Memotivasi	tidak memotivasi	Stimulasi
19	1.7	0.7	0.8	27	memenuhi ekspektasi	tidak memenuhi ekspektasi	Ketepatan
20	1.8	1.1	1.1	27	tidak efisien	Efisien	Efisiensi
21	1.9	0.9	0.9	27	Jelas	Membingungkan	Kejelasan
22	1.6	0.9	1.0	27	tidak praktis	Praktis	Efisiensi
23	1.7	0.6	0.8	27	Terorganisasi	Berantakan	Efisiensi
24	1.5	0.7	0.8	27	Atraktif	tidak atraktif	Daya tarik
25	1.8	0.7	0.8	27	ramah pengguna	tidak ramah pengguna	Daya tarik
26	1.8	1.9	1.4	27	konservatif	Inovatif	Kebaruan

Tabel 4.3

Hasil Rata-Rata Berdasarkan Skala

Pragmatic and Hedonic Quality		UEQ Scales (Mean and Variance)		
<b>Daya tarik</b>	<b>1,65</b>	<b>Daya tarik</b>	1.648	0.64
<b>Kualitas Pragmatis</b>	<b>1,63</b>	<b>Kejelasan</b>	1.750	0.76
		<b>Efisiensi</b>	1.611	0.84
		<b>Ketepatan</b>	1.537	0.76
<b>Kualitas Hedonis</b>	<b>1,62</b>	<b>Stimulasi</b>	1.741	0.90
		<b>Kebaruan</b>	1.491	0.80

Berdasarkan hasil diatas, kualitas pragmatis menunjukkan aspek teknis yang mencapai tujuan fitur-fitur yang disediakan. Pengguna aplikasi PetLyfe dapat mencapai tujuan yang diinginkan secara jelas,

efisien dan tepat. Sedangkan kualitas hedonis berhubungan dengan emosi pengguna terhadap aplikasi PetLyfe pada motivasi, kesenangan dan kebaruan dari desain.

Penilaian aspek daya tarik (*attractiveness*) bernilai positif yaitu 1,648. Menurut persepsi pengguna, aplikasi PetLyfe mempunyai tampilan yang baik sehingga pengguna senang menggunakannya, nyaman ketika mengoperasikan aplikasi PetLyfe, adanya fitur pengingat perawatan hewan menjadi solusi bagi pengguna, fitur pencarian klinik hewan menjadi kabar gembira, dan interaksi pengguna dengan sistem berjalan baik.

Aspek kejelasan (*perspicuity*) bernilai positif yaitu 1,750. Menunjukkan bahwa keseluruhan fitur yang diberikan aplikasi PetLyfe dapat dipahami dengan baik, alur dari setiap fitur dapat dipelajari, proses masuk dan keluar aplikasi sederhana dan penggunaan jenis tulisan, penggunaan ukuran tulisan, warna dan bahasa terlihat jelas. Hal ini menunjukkan pengguna dapat menggunakan aplikasi PetLyfe dengan baik.

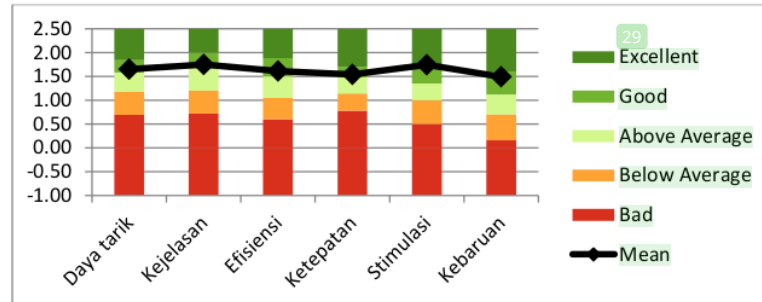
Pada aspek efisiensi (*efficiency*) bernilai positif yaitu dengan angka 1,611. Menunjukkan bahwa pengguna dalam akses rancangan aplikasi PetLyfe dapat berjalan dengan relatif cepat, efisien untuk digunakan dengan adanya tata letak (*lay out*) yang terorganisir dengan baik pada setiap desain, dan metode sistem pembayaran yang praktis digunakan dengan adanya berbagai saluran alternatif pembayaran.



Aspek ketepatan (*dependability*) bernilai positif dengan angka 1,537. Menunjukkan bahwa tingkat kemudahan dapat diprediksi dengan baik oleh pengguna, tingkat keamanan dan kepercayaan cukup baik terhadap adanya fitur rekam medis digital hewan peliharaan, dan fitur-fitur yang diberikan memenuhi ekspektasi pengguna sehingga dapat menyelesaikan masalah.

Pada aspek stimulasi (*stimulation*) bernilai positif dengan angka 1,741. Menunjukkan bahwa fitur *pet shop* bermanfaat bagi pengguna untuk memenuhi kebutuhan hewan peliharaan, selama mengoperasikan rancangan aplikasi PetLyfe terasa mengasikkan dengan adanya berbagai pilihan fitur dan desain yang menarik, serta adanya fitur *education* dan forum diskusi dalam aplikasi PetLyfe diharapkan dapat memotivasi pengguna untuk merawat hewan peliharaan lebih baik.

Aspek kebaruan (*novelty*) bernilai positif dengan angka 1,491. Menunjukkan bahwa fitur yang disediakan cukup menjawab permasalahan pengguna, rancangan aplikasi PetLyfe dapat bersaing dengan aplikasi yang sejenis, dan rancangan aplikasi cukup inovatif dengan adanya berbagai fitur perawatan hewan peliharaan.

c. Hasil Uji *Benchmark* UEQ PetLyfeGambar 4.19 Hasil *Benchmark* UEQ PetLyfe

Hasil *Benchmark* UEQ *Analysis Data Tools* diatas, menunjukkan bahwa aplikasi PetLyfe pada skala daya tarik, hasil dari aplikasi PetLyfe mencapai nilai rata-rata 1,65 (*Good*), skala kejelasan mendapatkan nilai rata-rata 1,75 (*Good*), skala efisiensi mendapatkan nilai rata-rata 1,61 (*Good*), skala ketepatan mendapatkan nilai rata-rata 1,54 (*Good*), skala stimulasi mendapatkan nilai rata-rata 1,74 (*Excellent*), dan pada skala kebaruan mendapatkan nilai rata-rata 1,49 (*Good*).

Berdasarkan hasil tersebut, bisa menjadi tolak ukur untuk memutuskan apakah suatu produk baru memiliki pengalaman pengguna yang sukses di pasar atau tidak. Produk baru harus mencapai kategori (baik) untuk bisa dibandingkan dengan produk lain dan bersaing di pasar. Hasil *user experience* PetLyfe masuk kedalam kategori tersebut, sehingga aplikasi Petlyfe dapat dibandingkan dan bersaing dengan produk lain yang mungkin sejenis.

### 3. Kevalidan, Kepraktisan, dan Keefektifan Model

Kevalidan, kepraktisan, dan keefektifan model desain sebagai berikut:

- a. Kevalidan rancangan aplikasi PetLyfe diujikan kepada para ahli dan <sup>8</sup> *user experience* dengan menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ) dengan skala pengukuran *semantic differential* dengan skala 1 sampai 7 yang menunjukkan kategori 1 (jika alternatif di kiri ekstrim ditandai) ke kategori 7 (jika alternatif di kanan ekstrim ditandai).
- b. Kepraktisan rancangan aplikasi PetLyfe dilihat dari model desain yang mempermudah pengguna dalam mengoperasikan, menyediakan berbagai fitur perawatan dan kebutuhan hewan peliharaan sehingga pengguna bisa mendapatkan informasi lebih banyak hanya dalam satu aplikasi dan proses uji coba kepada pengguna dilakukan secara *online* melalui *google form* sehingga bisa jangkauan lebih luas.
- c. Keefektifan rancangan aplikasi PetLyfe dengan membuat *prototype* aplikasi PetLyfe sehingga lebih bisa dipahami oleh pengguna.

#### 4. Desain Akhir Model

Desain akhir model aplikasi PetLyfe sebagai berikut:

##### a. Masuk Aplikasi PetLyfe



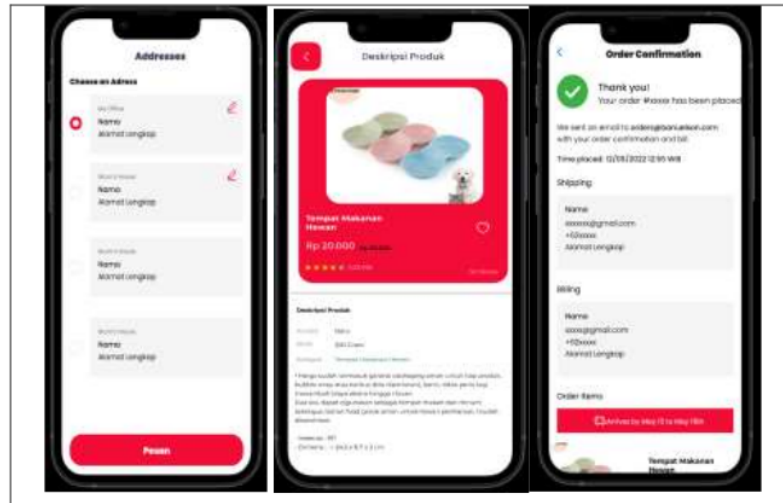
Gambar 4.20 Masuk Aplikasi PetLyfe

##### b. Tampilan *Home* Aplikasi PetLyfe



Gambar 4.21 *Home* Aplikasi PetLyfe

c. Layanan *Pet Shop* Aplikasi PetLyfe

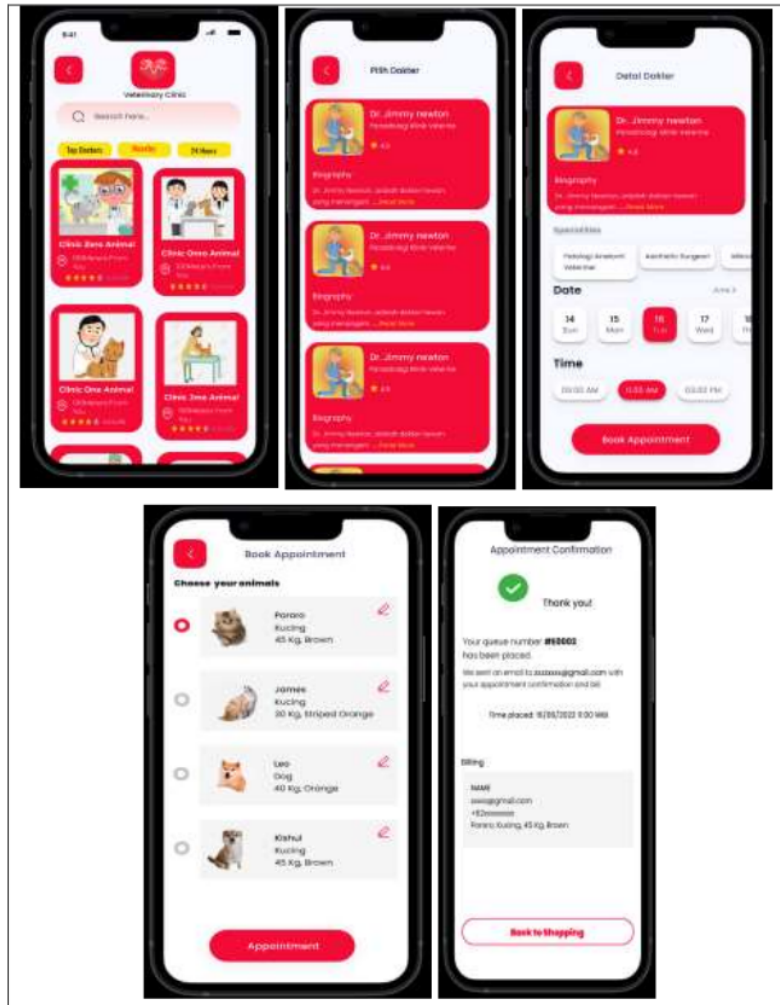


Gambar 4.22 Layanan *Petshop* Aplikasi PetLyfe

d. Layanan *Education* Aplikasi PetLyfe

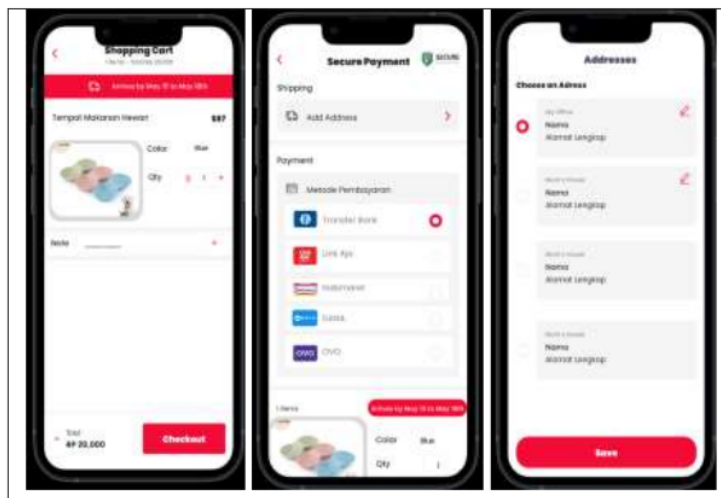


Gambar 4.23 Layanan *Education* Aplikasi PetLyfe

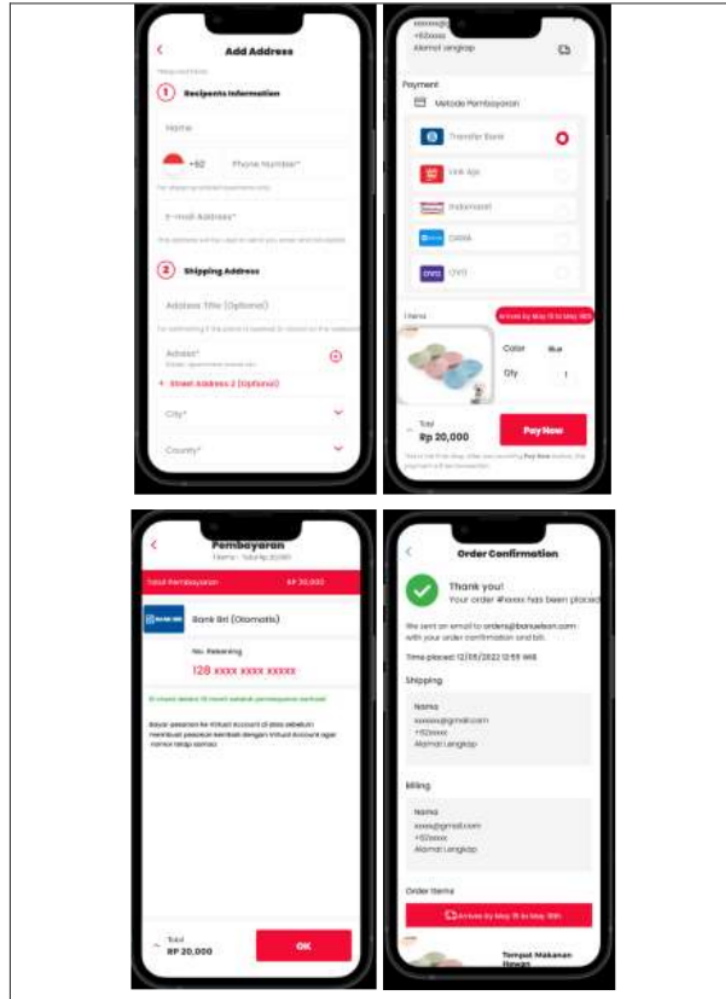
e. Layanan *Veterinary Clinic* Aplikasi PetLyfeGambar 4.24 Layanan *Veterinary Clinic* Aplikasi PetLyfe

f. Layanan *Medical Record* Aplikasi PetLyfeGambar 4.25 Layanan *Medical Record* Aplikasi PetLyfe

## g. Pembayaran Aplikasi PetLyfe



Lanjutan



Gambar 4.26 Pembayaran Aplikasi PetLyfe



#### h. Keluar Aplikasi PetLyfe



Gambar 4.27 Keluar Aplikasi PetLyfe

Prototype aplikasi PetLyfe bisa diakses melalui:

<https://drive.google.com/file/d/1MhAtSlk2-dOpY-6B6B9OkpEknxR96ZK9/view?usp=sharing>

Atau

<https://www.figma.com/proto/FM3C0Pr50y0db20qOHyGJ6/Pet-Lyfe-Prototype?node-id=7%3A2&scaling=scale-down&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=7%3A2>

## **E. Pembahasan Hasil Pengembangan/Penelitian**

### **1. Spesifikasi Model**

#### a. Masuk Aplikasi PetLyfe

Pada saat pengguna masuk aplikasi PetLyfe akan terdapat menu *login* bagi pengguna yang sudah memiliki akun dan memasukkan *username dan password* dan bagi pengguna yang belum memiliki akun bisa mendaftarkan diri terlebih dahulu (*sign*

*up*). Setelah itu akan muncul halaman utama (*home*) dari aplikasi PetLyfe yang menampilkan berbagai fitur dari aplikasi PetLyfe dan informasi-informasi lainnya.

b. Layanan *Pet Shop*

Fitur atau layanan *pet shop* digunakan untuk mempermudah pengguna memenuhi kebutuhan hewan peliharaan. Ketika pengguna memilih (klik) menu *pet shop* akan muncul berbagai produk yang dibutuhkan hewan peliharaan. Klik gambar produk untuk mengetahui informasi lebih jelas tentang produk. Ketika ingin melakukan pemesanan klik pesan masukkan beberapa informasi dan tunggu konfirmasi atas pesanan yang sudah dilakukan.

c. Layanan *Veterinary Clinic*

Fitur atau layanan *veterinary clinic* digunakan untuk mempermudah pengguna mencari klinik hewan terdekat dan melakukan proses janji temu untuk pemeriksaan hewan peliharaan. Pengguna dapat memilih klinik hewan terdekat yang ingin dikunjungi. Setelah itu akan ditampilkan berbagai informasi tentang dokter hewan yang bertugas baik itu biografi atau kredibilitas dokter hewan, dan jadwal dokter hewan. Setelah memilih dokter hewan, silahkan memilih jadwal janji temu dan melakukan *appointment* serta menunggu konfirmasi atas *appointment* .

d. Layanan *Education*

Fitur atau layanan *education* digunakan untuk memberikan informasi terkait perawatan dan pemeliharaan hewan peliharaan dan wadah forum diskusi. Pengguna dapat membaca berbagai informasi atau artikel yang sudah tersedia dan dapat melakukan percakapan dengan orang lain pada menu *chat* yang sudah disediakan

e. Layanan *Medical Record*

Layanan *medical record* menunjukkan riwayat pemeriksaan kesehatan dan perawatan hewan peliharaan dari dokter hewan. Pengguna (pemilik hewan) dapat mengakses informasi terkait rekam medis hewan peliharaan dengan klik menu *medical record*.

f. Pembayaran

Desan pembayaran menunjukkan alur yang harus dipenuhi ketika melakukan pemesanan produk. Rancangan aplikasi PetLyfe menawarkan berbagai metode pembayaran sehingga mempermudah pengguna mendapatkan keinginannya. Klik metode pembayaran yang dipilih dan *checkout* pembelian produk.

## 2. Prinsip-Prinsip, Keunggulan, dan Kelemahan Model

a. Prinsip Model Aplikasi PetLyfe

- 1) Menyelesaikan masalah pengguna
- 2) Desain aplikasi yang menarik dan mudah diakses pengguna
- 3) Alur pengoperasian setiap fitur jelas

- 4) Tipografi teks yang mudah dibaca dan dipahami
- b. Keunggulan Model Aplikasi PetLyfe
- 1) Memberikan fitur-fitur yang cukup lengkap untuk perawatan dan pemeliharaan hewan peliharaan
  - 2) Akses informasi yang mudah
  - 3) Jaminan keamanan data
  - 4) Alur proses yang cukup jelas dan mudah
  - 5) Update terbaru terkait informasi perawatan hewan peliharaan
- c. Kelemahan Model Aplikasi PetLyfe
- 1) Fitur klinik hewan dan janji temu dengan dokter hewan yang tidak bisa diakses disemua tempat
  - 2) Rawan mengalami kesalahan sistem

### **3. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Model**

#### **a. Faktor Pendukung Implementasi Model**

- 1) Tampilan yang mudah dipahami pengguna
- 2) Adanya pengguna yang *friendly*
- 3) Memiliki alur yang cukup jelas
- 4) Penggunaan teknologi

#### **b. Faktor Penghambat Implementasi Model**

- 1) Kurangnya pengenalan kepada pengguna
- 2) Terdapat pengguna yang belum menguasai penggunaan teknologi

- 3) Tidak sesuai dengan harapan pengguna
- 4) Pengguna mengisi tes uji coba dengan tergesa-gesa dan tidak membaca petunjuk

**SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN****A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Perancangan *user experience* aplikasi PetLyfe menggunakan metode *design thinking* dapat menghasilkan aplikasi yang tepat guna dan tepat sasaran. Metode *design thinking* tahap pertama yaitu *emphatize* dengan proses wawancara dan membuat *empathy map* berdasarkan wawancara untuk mempermudah proses identifikasi masalah. Selanjutnya tahap *define* dengan membuat daftar kebutuhan dan *Business Model Canvas* (BMC). Untuk proses menciptakan solusi (*ideate*) dilakukan dengan membuat strategi implementasi dari *Business Model Canvas* (BMC) dan *user flow* untuk mempermudah alur pembuatan prototype. Tahap selanjutnya adalah *prototype* yaitu desain rancangan aplikasi PetLyfe berdasarkan tahap-tahap sebelumnya dan tahap terakhir dari metode *design thinking* adalah *testing*. Pengujian dilakukan kepada pengguna dengan menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ).
2. Hasil pengujian *User Experience Questionnaire* (UEQ) kepada 27 responden menyimpulkan bahwa pengalaman pengguna terhadap rancangan aplikasi PetLyfe dalam kategori baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil dari aspek daya tarik (*attractiveness*) sebesar 1,65

mendapatkan kategori *good*, aspek kejelasan (*perspicuity*) sebesar 1,75  
mendapatkan kategori *good*, aspek efisiensi (*efficiency*) sebesar 1,61  
mendapatkan kategori *good*, aspek ketepatan (*dependability*) sebesar 1,54  
mendapatkan kategori *good*, aspek stimulasi (*stimulation*) sebesar 1,74  
mendapatkan kategori *excellent*, dan aspek kebaruan (*novelty*) sebesar  
1,49 mendapatkan kategori *good*.

3. Hasil pengujian *User Experience Questionnaire* (UEQ) menunjukkan bahwa keseluruhan aspek menurut persepsi pengguna memiliki tampilan yang menarik, nyaman digunakan, interaksi dengan sistem berjalan baik, alur pengoperasian bisa dipahami pengguna, dan fitur-fitur yang diberikan bisa mengatasi solusi pengguna.
4. *User experience* mempunyai peran penting untuk bisa menilai dan memberikan evaluasi kepada produk yang sedang dihasilkan. *User experience* menjadi salah satu kunci kesuksesan karena pengguna yang akan menggunakan produk sehingga produk yang baik adalah produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan menjadi solusi dari permasalahan pengguna.

## B. Implikasi

### 1. Implikasi Teoritis

Menurut Fajri et al. (2021), *user experience* dimaknai sebagai berikut:

<sup>2</sup> *User experience* merupakan seluruh perasaan atau pengalaman seseorang ketika menggunakan sebuah produk seperti situs web, aplikasi perangkat lunak, dan perangkat seluler yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan saat menggunakan aplikasi.

“*User experience* yang baik” diartikan sebagai “memenuhi kebutuhan pengguna dengan keanggunan produk yang menyenangkan untuk digunakan dan dimiliki” Aulia et al. (2020)

Menurut Prasetyo et al. (2021) tahapan <sup>14</sup> metode *design thinking* ada lima yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.

### <sup>45</sup> 2. Implikasi Praktis

Implikasi praktis hasil penelitian ini bahwa aplikasi PetLyfe dapat membantu menyelesaikan masalah pengguna terkait perawatan dan pemeliharaan hewan peliharaan seperti membantu memenuhi kebutuhan hewan peliharaan, mengingatkan jadwal perawatan hewan peliharaan, dan dapat klinik hewan maupun dokter hewan dalam mendigitalisasi rekam medis yang dapat diakses dimanapun oleh pemilik hewan sebagai bahan evaluasi dalam merawat hewan peliharaan.



### C. Saran

#### 1. Bagi Peneliti

Meskipun hasil penelitian sudah cukup baik masih diperlukan perbaikan dalam perancangan aplikasi PetLyfe terkait memperjelas alur proses agar aplikasi PetLyfe bisa segera diluncurkan dan melakukan uji kepada responden yang lebih banyak untuk bisa mendapatkan bahan evaluasi lebih baik. Penelitian selanjutnya peneliti bisa melakukan pengukuran *user experience* untuk aplikasi sejenis dan melakukan perbandingan hasil evaluasi antar aplikasi dan untuk mengetahui kelayakan kompetisi dengan kompetitor.

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan mampu menguji *user experience* dengan jumlah responden dan dapat menghasilkan rancangan aplikasi yang lebih baik dan menyelesaikan masalah pengguna.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, W., Tolle, H., & Rokhmawati, R. I. (2021). Perancangan User Experience Aplikasi Pembelajaran Investasi Pasar Modal berbasis Mobile menggunakan Metode Design Thinking. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 5(10).
- Aulia, N., Andryana, S., & Gunaryati, A. (2020). Perancangan User Experience Aplikasi Mobile Charity Menggunakan Metode Design Thinking. *Sisfotenika*, 11(1), 26. <https://doi.org/10.30700/jst.v11i1.1066>
- Deviasari, T., Wahyuni, T., Fadhilah, N., & Salmay, W. (2021). *Pendampingan dan Sosialisasi Pemanfaatan Rekam Medis Elektronik Pada Klinik Hewan*. 319–326.
- Fajri, N., Maulidya, H., Tolle, H., & Rokhmawati, R. I. (2021). *Perancangan Pengalaman Pengguna Aplikasi Survei Online Berbayar Antar Mahasiswa berbasis Mobile menggunakan Metode Design Thinking*. 5(8), 3356–3366. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Hartzani, A. G. (2021). *EVALUASI USER EXPERIENCE PADA DOMPET DIGITAL OVO MENGGUNAKAN USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE (UEQ)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Himawan, H., & F, Y. M. (2020). Interface USER EXPERIENCE. In *Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UPN Veteran Yogyakarta* (Cetakan Pe, Vol. 59). Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UPN Veteran Yogyakarta.
- Kurniawan, A., Tolle, H., & Az-Zahra, H. M. (2021). Perancangan User Experience Modul Dosen pada Aplikasi Bimbingan Akademik menggunakan metode Design Thinking. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 5(10).
- Prasetyo, M. A., Rozikin, M. C., Dewi, R. S., Informasi, S., Internasional, U., & Indonesia, S. (2021). PERANCANGAN USER INTERFACE ( UI ) & USER EXPERIENCE ( UX ) APLIKASI PENCARI KOST ABC DI KOTA XYZ MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING. *Aisyah Journal Of*

*Informatics and Electrical Engineering*, 3(1), 36–44.

Rusanty, D. A., Tolle, H., & Fanani, L. (2019). Perancangan User Experience Aplikasi Mobile Lelenesia ( Marketplace Penjualan Lele ) Menggunakan Metode Design Thinking. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(11), 10484–10493.

Sadewo, E., Siregar, F. H., Sukirna, I., Adisusanto, J., & Fauzan, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik Hewan di Indonesia. *Muhammadiyah Riau Accounting and Business Journal*, 2(2). <https://doi.org/10.37859/mrabj.v2i2.2331>

Saputra, T. A., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2016). *IMPLEMENTASI DESIGN THINKING DALAM MEMBANGUN INOVASI MODEL BISNIS PERUSAHAAN PERCETAKAN*. 2008, 833–844.

Schrepp, M. (2019). *User Experience Questionnaire Handbook-All you need to know how to apply the UEQ succesfully in your projects*.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, cv.

Widodo, A. C. (2021). Penerapan Metode Pendekatan Design Thinking dalam Rancangan Ide Bisnis Kalografi. *Informatics Departement Universitas Islam Indonesia*, 2, 2.

# Lampiran

22  
Lampiran 1. Hasil Jawaban Responden

No	Items																										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	
1	6	6	2	2	2	5	6	4	2	2	5	2	5	5	5	6	3	1	2	6	2	6	2	2	2	1	6
2	6	6	1	1	1	6	6	7	2	2	6	6	6	7	7	7	2	2	1	7	1	6	1	2	2	2	7
3	6	6	2	2	2	6	6	6	2	2	6	2	6	6	6	6	1	1	1	7	2	6	2	2	2	1	6
4	6	7	1	1	2	6	6	6	1	2	6	2	7	6	6	6	2	2	2	6	1	6	2	2	2	2	6
5	6	5	3	3	2	6	6	5	2	3	5	3	3	5	5	6	2	2	2	6	2	6	2	2	2	2	6
6	7	6	2	1	1	7	7	6	2	1	7	1	6	7	7	7	2	2	2	6	2	6	2	2	2	1	7
7	6	7	1	1	1	7	7	7	1	4	7	1	7	7	7	6	2	1	1	7	1	7	2	2	2	2	7
8	5	5	3	3	6	6	6	3	5	6	6	2	6	6	6	6	3	3	2	6	2	6	2	2	2	2	6
9	6	6	2	2	2	5	6	5	2	5	6	2	6	5	5	6	2	2	2	6	2	6	2	3	2	2	6
10	4	6	4	3	3	6	5	3	6	4	5	3	6	4	4	6	3	2	3	6	3	6	3	5	4	3	6
11	6	6	2	3	2	6	7	6	7	4	6	2	7	5	6	6	3	3	3	6	3	6	3	5	3	2	7
12	5	6	7	2	1	7	7	7	1	1	7	1	7	7	7	7	2	1	2	7	1	7	1	2	3	1	1
13	6	5	3	3	2	6	4	5	4	3	6	3	7	6	6	4	2	2	3	5	1	5	2	2	2	2	7
14	6	5	2	2	2	5	5	3	3	5	3	3	5	7	5	5	3	3	3	3	5	3	5	3	4	3	7
15	6	6	3	2	2	5	6	3	2	3	6	2	6	6	6	6	2	3	2	6	2	6	2	2	2	2	6
16	6	6	2	4	2	6	6	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	6	6	2	2	2	6	6	5	2	3	6	1	6	6	7	6	2	1	2	7	2	6	2	2	2	2	6
18	6	6	1	2	2	6	6	6	2	2	7	1	6	6	6	6	2	2	2	7	2	6	2	2	2	2	6
19	6	6	1	2	2	6	7	6	2	2	6	2	6	5	6	6	2	2	2	6	2	6	2	2	2	2	6
20	7	6	2	2	2	6	6	6	2	2	6	2	6	6	6	6	2	2	2	6	2	6	2	2	3	2	6
21	7	6	1	2	2	6	6	6	2	2	6	2	6	6	6	6	2	2	2	6	2	6	2	2	2	2	7



55  
 Lampiran 2. Transformasi Hasil Jawaban Responden

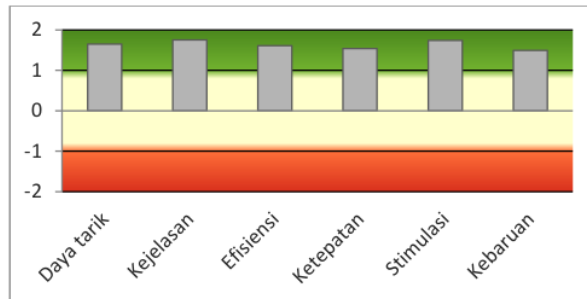
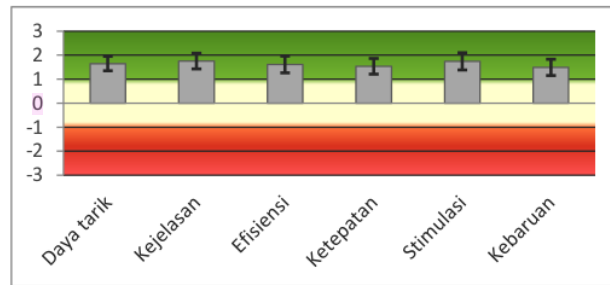
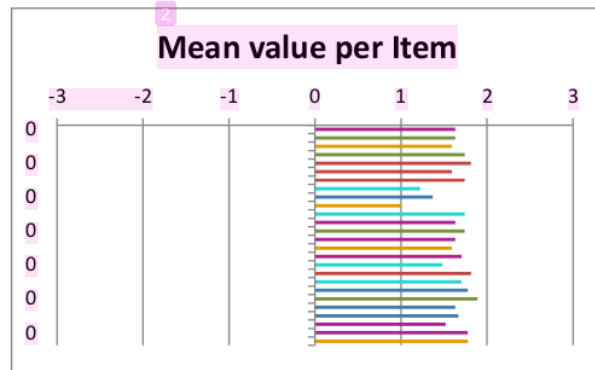
No	Items																										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	
1	2	2	2	2	1	2	0	2	2	1	2	1	1	1	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	-2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2
4	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
5	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	-1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
6	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3
7	2	3	3	3	3	3	3	3	0	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3
8																											
1	1	1	1	1	2	2	2	1	-1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
9	2	2	2	2	1	2	1	2	-1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
10																											
0	2	0	1	1	2	1	1	2	0	1	1	2	0	0	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	0	1	2
11																											
2	2	2	1	2	2	3	2	3	0	2	2	3	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	3
12																											
1	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	1	-3
13	2	1	1	1	2	2	0	1	0	1	2	1	3	2	2	0	2	2	1	1	3	1	3	1	2	2	3
14	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	3
15																											
2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
16	2	2	0	2	2	2	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
17	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2

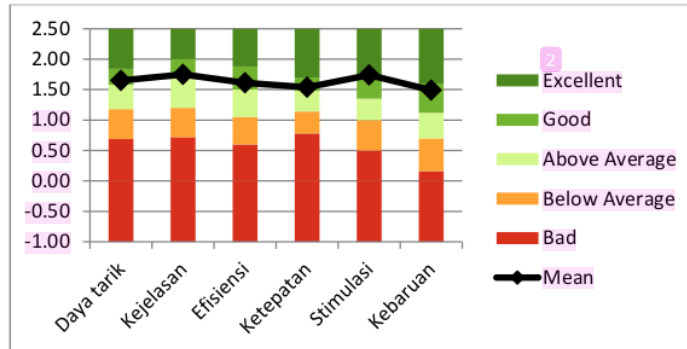
No	Items																										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	
18	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
19	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
20	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
21	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
22	2	3	2	2	3	2	2	3	3	0	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
23	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
24	2	2	2	3	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2
25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
26	3	1	1	0	2	2	2	3	2	-3	2	-1	1	1	0	1	-1	0	0	0	0	0	0	1	-1	0	1
27	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
27	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	-1	-1	-1	-1	1	1	1	1	-1	1	-1	1	1	1	-1



Lampiran 3. Hasil *User Experience Questionnaire* (UEQ)

Variance	Std. Dev.	No.	Left	Right	Scale	
1.7	1.3	27	menyusahkan	menyenangkan	Daya tarik	
1.2	1.1	27	tak dapat dipahami	dapat dipahami	Kejelasan	
1.9	1.4	27	kreatif	monoton	Kebaruan	
0.8	0.9	27	mudah dipelajari	sulit dipelajari	Kejelasan	
1.1	1.0	27	bermanfaat	kurang bermanfaat	Stimulasi	
1.3	1.1	27	membosankan	mengasyikkan	Stimulasi	
1.5	1.2	27	tidak menarik	menarik	Stimulasi	
2.2	1.5	27	tak dapat diprediksi	dapat diprediksi	Ketepatan	
2.4	1.5	27	cepat	lambat	Efisiensi	
1.8	1.4	27	berdaya cipta	konvensional	Kebaruan	
0.9	0.9	27	menghalangi	mendukung	Ketepatan	
1.4	1.2	27	baik	buruk	Daya tarik	
1.3	1.1	27	rumit	sederhana	Kejelasan	
1.1	1.0	27	tidak disukai	menggembirakan	Daya tarik	
1.2	1.1	27	lazim	terdepan	Kebaruan	
0.9	1.0	27	tidak nyaman	nyaman	Daya tarik	
0.7	0.8	27	aman	tidak aman	Ketepatan	
0.7	0.8	27	memotivasi	tidak memotivasi	Stimulasi	
0.7	0.8	27	memenuhi ekspektasi	tidak memenuhi ekspektasi	Ketepatan	
1.1	1.1	27	tidak efisien	efisien	Efisiensi	
0.9	0.9	27	jelas	membingungkan	Kejelasan	
0.9	1.0	27	tidak praktis	praktis	Efisiensi	
0.6	0.8	27	terorganisasi	berantakan	Efisiensi	
0.7	0.8	27	atraktif	tidak atraktif	Daya tarik	
0.7	0.8	27	ramah pengguna	tidak ramah pengguna	Daya tarik	
1.9	1.4	27	konservatif	inovatif	Kebaruan	





<sup>20</sup> Scale	Mean	Comparisson to benchmark	<sup>13</sup> Interpretation
<b>Daya tarik</b>	1.65	<b>Good</b>	10% of results better, 75% of results worse
<b>Kejelasan</b>	1.75	<b>Good</b>	10% of results better, 75% of results worse
<b>Efisiensi</b>	1.61	<b>Good</b>	10% of results better, 75% of results worse
<b>Ketepatan</b>	1.54	<b>Good</b>	10% of results better, 75% of results worse
<b>Stimulasi</b>	1.74	<b>Excellent</b>	In the range of the 10% best results
<sup>20</sup> <b>Kebaruan</b>	1.49	<b>Good</b>	10% of results better, 75% of results worse

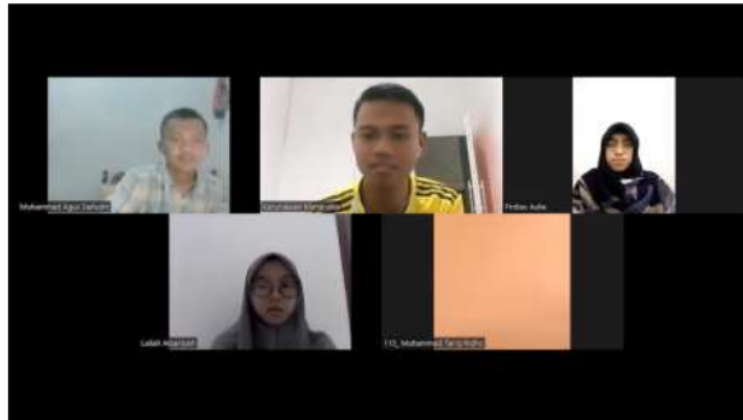
## Lampiran 4. Pertanyaan Wawancara

<b>Tahapan</b>	<b>Tujuan</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Jobs to be Done</i>	Identifikasi kebutuhan	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Bagaimana anda merawat hewan peliharaannya?</li> <li>5. Adakah kendala dalam merawat hewan peliharaan?</li> <li>6. Apakah pernah lupa untuk merawat hewan peliharaan?</li> </ol>
Solusi <i>eksisting</i>	Mengetahui preferensi solusi layanan dari calon pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Apabila melakukan perawatan hewan di klinik hewan bagaimana komunikasi dengan dokter hewan?</li> <li>6. Apakah kesulitan untuk mencari klinik hewan dan membeli peralatan kebutuhan hewan peliharaan?</li> <li>7. Apakah pernah menggunakan asuransi hewan? Kalau pernah bagaimana sistem penggunaan asuransi hewan?</li> <li>8. Apakah pernah menggunakan jasa aplikasi sebagai sarana untuk merawat hewan peliharaan?</li> </ol>
Keinginan & harapan	Mengetahui definisi <i>jobs to be done</i> nya selesai	Jika menggunakan jasa layanan suatu aplikasi, apa harapan Anda untuk pelayanan yang diberikan aplikasi tersebut?
Permasalahan	Mengetahui peluang perbaikan solusi	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Bagaimana efektivitas dari perawatan tersebut?</li> <li>5. Apa saja kesulitan dalam melakukannya?</li> <li>6. Bagaimana cara mengatasi kesulitan itu?</li> </ol>
Eksplorasi lebih dalam	Mengetahui preferensi lainnya	Melakukan pengembangan pertanyaan sesuai dengan kondisi narasumber.

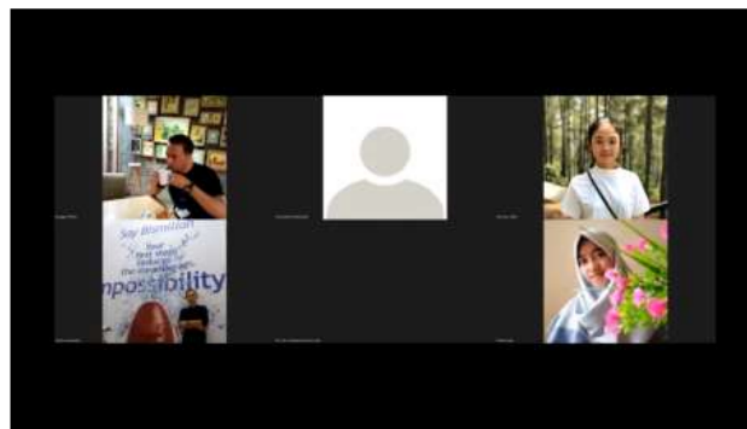
## Lampiran 5. Pertanyaan Kuesioner

No	Daftar Pertanyaan <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ)
1	Tampilan pada perancangan Aplikasi PetLyfe terlihat menyenangkan?
2	Fitur atau layanan yang diberikan perancangan Aplikasi PetLyfe dapat dipahami dengan baik?
3	Tampilan setiap fitur atau layanan perancangan Aplikasi PetLyfe?
4	Alur dari setiap fitur atau layanan perancangan Aplikasi PetLyfe
5	Fitur <i>Pet Shop</i> pada perancangan Aplikasi PetLyfe?
6	Perasaan selama menggunakan perancangan Aplikasi PetLyfe?
7	Desain pada perancangan Aplikasi PetLyfe?
8	Kemudahan perancangan Aplikasi PetLyfe?
9	Kecepatan akses perancangan Aplikasi PetLyfe?
10	Fitur yang tersedia sudah menjawab permasalahan hewan peliharaan?
11	Fitur atau layanan asuransi hewan pada perancangan Aplikasi PetLyfe?
12	Fitur atau layanan pengingat perawatan hewan peliharaan pada perancangan Aplikasi PetLyfe?
13	Proses <i>login</i> sampai <i>logout</i> pada perancangan Aplikasi PetLyfe?
14	Fitur <i>Veterinary Klinik</i> (Pencarian Klinik) pada perancangan Aplikasi PetLyfe ?
15	Mampu menjadi yang terdepan?
16	Mengalami kendala pada perancangan Aplikasi PetLyfe?
17	Fitur <i>Medical Record</i> pada tanggapan Anda tentang perancangan Aplikasi PetLyfe?
18	Bagaimana informasi yang diberikan pada fitur Education pada perancangan Aplikasi PetLyfe?
19	Fitur atau layanan yang diberikan pada perancangan Aplikasi PetLyfe?
20	Perancangan Aplikasi PetLyfe efisien atau tidak?
21	Penggunaan font, ukuran font, tata bahasa, dan warna perancangan Aplikasi PetLyfe?
22	Metode pembayaran tanggapan Anda tentang perancangan Aplikasi PetLyfe??
23	Tata letak ( <i>Layout</i> ) dari perancangan Aplikasi PetLyfe?
24	Daya tarik dari keseluruhan perancangan Aplikasi PetLyfe?
25	Interaksi Anda terhadap perancangan Aplikasi PetLyfe?
26	Tanggapan Anda tentang perancangan Aplikasi PetLyfe?

Lampiran 6. Dokumentasi Wawancara



Wawancara Kepada Responden



Wawancara Bersama Ahli

## Lampiran 7. Berita Acara



PERSETUJUAN BAK

**BERITA ACARA  
KEMAJUAN PEMBIMBINGAN  
PENULISAN KARYA TULIS ILMIAH**

1. NAMA MAHASISWA : FIRDIAS AULIA  
 NPM : 18.1.02.02.0214  
 Fak/Jur/Prodi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen  
 Alamat Rumah : De. Tambakrejo Kec. Esumh Kab. Kediri  
 Alamat email : firdiasaulia24@gmail.com  
 No. Telp. / HP : 0823 3842 0926
2. DOSEN PEMBIMBING I : Dian Kusumaningtyas, M.M.  
 Alamat Rumah : Perumahan Mojoroto Indah Blok D-28  
 Alamat email : dian.kusuma@unpkediri.ac.id  
 No. Telp. / HP : 0856 4813 8804
3. DOSEN PEMBIMBING II : Ptuo Sardanto, M.Pd.  
 Alamat Rumah : Jl. Coklatan Raya 46 Tulip Kediri  
 Alamat email : ruosardanto@gmail.com  
 No. Telp. / HP : 0857 3566 8801
4. JUDUL KTI :  
Perancangan User Experience Aplikasi PetLuffy ( Digitalisasi  
Bekam Medis dan Perawatan Hewan Peliharaan ) Menggunakan  
Metode Design Thinking

## Catatan :

1. Periode Bimbingan (Sesuai SK Rektor) : \_\_\_\_\_  
 2. Jadwal Bimbingan : \_\_\_\_\_

	Hari	Pukul	Tempat / Ruang
Pembimbing I	Rabu	09.00	Prodi
	Kamis	08.00	Prodi
Pembimbing II	Selasa	09.30	Prodi
	Rabu	16.00	Prodi

3. Kemajuan Bimbingan : \_\_\_\_\_

## Pembimbing I

NO.	TANGGAL	MATERI	MASALAH	TT. DOSEN
1.	24-3-2022	Judul	Konsultasi Judul Acc	
2.	30-3-2022	Bab I	Revisi Bab I	
3.	3-4-2022	Bab I	Acc Bab I	
4.	13-4-2022	Bab II	Revisi Bab II	
5.	20-4-2022	Bab II	Acc Bab II	
6.	22-4-2022	Bab III	Revisi Bab III	
7.	27-4-2022	Bab III-IV	Acc Bab III Revisi Bab IV	
8.	30-5-2022	Bab IV-V	Acc Bab IV-V Revisi Daftar Pustaka	
9.	15-6-2022	Daftar pustaka	Acc	

## Pembimbing II

NO.	TANGGAL	MATERI	MASALAH	TT. DOSEN
1	21-3-2022	Judul	Konultasi judul	
2	28-3-2022	Bab I	Revisi Bab I; penambahan terdahulu	
3	2-4-2022	Bab I	Acc Bab I, Bab II kaitungan	
4	11-4-2022	Bab II	Revisi Bab I, & III penambahan materi	
5	18-4-2022	Bab II & III	Bab II ACC, Revisi Bab III ACC.	
6	21-4-2022	Bab IV & V	Revisi Bab IV & Bab V	
7	26-5-2022	Bab IV & V	Bab IV & Bab V ACC.	
8	14-6-2022		Revisi pustaka, ujian ACC.	



Kediri, 12 Juli 2022  
Mahasiswa Ybs,

Firdas Aulia  
NPM 18.102.02.0214



# skripsi

---

## ORIGINALITY REPORT

---

**20%**  
SIMILARITY INDEX

**19%**  
INTERNET SOURCES

**6%**  
PUBLICATIONS

**11%**  
STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

**1** repository.ub.ac.id 3%  
Internet Source

---

**2** Submitted to Universitas Brawijaya 2%  
Student Paper

---

**3** repository.unpkediri.ac.id 2%  
Internet Source

---

**4** adoc.pub 1%  
Internet Source

---

**5** jurnal.ar-raniry.ac.id 1%  
Internet Source

---

**6** docs.google.com 1%  
Internet Source

---

**7** jtiik.ub.ac.id 1%  
Internet Source

---

**8** library.palcomtech.com 1%  
Internet Source

---

**9** link.springer.com 1%  
Internet Source

---

10	<a href="http://ejurnal.stmik-budidarma.ac.id">ejurnal.stmik-budidarma.ac.id</a> Internet Source	<1 %
11	<a href="http://repo.palcomtech.ac.id">repo.palcomtech.ac.id</a> Internet Source	<1 %
12	<a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	<1 %
13	<b>Rochmad Fauzi, Azhar Ahmad Smaragdina, Febrianto Alqodri, Fauzy Satrio Wibowo. "Benchmarking the User Experience of SIONLAP (Sistem Informasi Online Laboratorium Pendidikan) an IT-based Laboratory Management System", 2021 7th International Conference on Electrical, Electronics and Information Engineering (ICEEIE), 2021</b> Publication	<1 %
14	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://theses.fh-hagenberg.at">theses.fh-hagenberg.at</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://publikasi.dinus.ac.id">publikasi.dinus.ac.id</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<1 %

---

19	<a href="http://ejournal.uksw.edu">ejournal.uksw.edu</a> Internet Source	<1 %
20	Submitted to Universitas Kristen Duta Wacana Student Paper	<1 %
21	Submitted to Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta Student Paper	<1 %
22	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	<1 %
23	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	<1 %
24	<a href="http://ejurnal.seminar-id.com">ejurnal.seminar-id.com</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://sagittariusgirlonfire.wordpress.com">sagittariusgirlonfire.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
26	<a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="http://www.megapolitanpos.com">www.megapolitanpos.com</a> Internet Source	<1 %
28	<a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source	<1 %
29	<a href="http://jurnal.pcr.ac.id">jurnal.pcr.ac.id</a> Internet Source	<1 %

---

[repo.undiksha.ac.id](http://repo.undiksha.ac.id)

30

Internet Source

<1 %

31

Submitted to Udayana University

Student Paper

<1 %

32

[eprints.ums.ac.id](http://eprints.ums.ac.id)

Internet Source

<1 %

33

[lib.unnes.ac.id](http://lib.unnes.ac.id)

Internet Source

<1 %

34

[www.coursehero.com](http://www.coursehero.com)

Internet Source

<1 %

35

[eprints.uny.ac.id](http://eprints.uny.ac.id)

Internet Source

<1 %

36

[repository.its.ac.id](http://repository.its.ac.id)

Internet Source

<1 %

37

[es.scribd.com](http://es.scribd.com)

Internet Source

<1 %

38

[j-ptiik.ub.ac.id](http://j-ptiik.ub.ac.id)

Internet Source

<1 %

39

[journal2.um.ac.id](http://journal2.um.ac.id)

Internet Source

<1 %

40

[repositori.usu.ac.id](http://repositori.usu.ac.id)

Internet Source

<1 %

41

[repository.unhas.ac.id](http://repository.unhas.ac.id)

Internet Source

<1 %

42	<a href="http://www.jurnal.payungnegeri.ac.id">www.jurnal.payungnegeri.ac.id</a> Internet Source	<1 %
43	Submitted to Universitas Kristen Satya Wacana Student Paper	<1 %
44	<a href="http://www.neliti.com">www.neliti.com</a> Internet Source	<1 %
45	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
46	Borce Stojkovski, Gabriele Lenzini, Vincent Koenig, Salvador Rivas. "What's in a Cyber Threat Intelligence sharing platform?", Annual Computer Security Applications Conference, 2021 Publication	<1 %
47	<a href="http://docobook.com">docobook.com</a> Internet Source	<1 %
48	<a href="http://jti.aisyahuniversity.ac.id">jti.aisyahuniversity.ac.id</a> Internet Source	<1 %
49	<a href="http://widuri.raharja.info">widuri.raharja.info</a> Internet Source	<1 %
50	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
51	<a href="http://adoc.tips">adoc.tips</a> Internet Source	<1 %

<1 %

52

[entingganesha.com](http://entingganesha.com)

Internet Source

<1 %

53

[garuda.kemdikbud.go.id](http://garuda.kemdikbud.go.id)

Internet Source

<1 %

54

Submitted to Universitas Negeri Semarang

Student Paper

<1 %

55

[moam.info](http://moam.info)

Internet Source

<1 %

56

Submitted to Universitas Pendidikan Ganesha

Student Paper

<1 %

57

[digilibadmin.unismuh.ac.id](http://digilibadmin.unismuh.ac.id)

Internet Source

<1 %

58

[kkn.undiksha.ac.id](http://kkn.undiksha.ac.id)

Internet Source

<1 %

59

[ojs.unpkediri.ac.id](http://ojs.unpkediri.ac.id)

Internet Source

<1 %

60

[aswir-astaman.blogspot.com](http://aswir-astaman.blogspot.com)

Internet Source

<1 %

61

[ejournal.unkhair.ac.id](http://ejournal.unkhair.ac.id)

Internet Source

<1 %

62

[ejr.stikesmuhkudus.ac.id](http://ejr.stikesmuhkudus.ac.id)

Internet Source

<1 %

63	<a href="http://jurnal.fkip.uns.ac.id">jurnal.fkip.uns.ac.id</a> Internet Source	<1 %
64	<a href="http://repository.ar-raniry.ac.id">repository.ar-raniry.ac.id</a> Internet Source	<1 %
65	Submitted to UPN Veteran Yogyakarta Student Paper	<1 %
66	<a href="http://digilib.uin-suka.ac.id">digilib.uin-suka.ac.id</a> Internet Source	<1 %
67	<a href="http://forum.figma.com">forum.figma.com</a> Internet Source	<1 %
68	<a href="http://scholar.google.com">scholar.google.com</a> Internet Source	<1 %
69	<a href="http://doczz.net">doczz.net</a> Internet Source	<1 %
70	<a href="http://eprints.uns.ac.id:443">eprints.uns.ac.id:443</a> Internet Source	<1 %
71	<a href="http://jurnal.stkipppgritulungagung.ac.id">jurnal.stkipppgritulungagung.ac.id</a> Internet Source	<1 %
72	<a href="http://lp2m.unpkediri.ac.id">lp2m.unpkediri.ac.id</a> Internet Source	<1 %
73	<a href="http://repository.dinamika.ac.id">repository.dinamika.ac.id</a> Internet Source	<1 %
74	<a href="http://repository.ipb.ac.id">repository.ipb.ac.id</a> Internet Source	<1 %

75

[www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)

Internet Source

<1 %

76

Ririn Hendrawati, Bambang Ismanto, Ade Iriani. "Pengembangan Website Bimbingan Belajar di Sekolah Dasar", Jurnal Basicedu, 2021

Publication

<1 %

77

[www.spssindonesia.com](http://www.spssindonesia.com)

Internet Source

<1 %

78

Martin Schrepp, Andreas Hinderks, Jörg Thomaschewski. "Chapter 37 Applying the User Experience Questionnaire (UEQ) in Different Evaluation Scenarios", Springer Science and Business Media LLC, 2014

Publication

<1 %

79

[eprints.uns.ac.id](http://eprints.uns.ac.id)

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On