

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>

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

<i>Kebutuhan Customer</i>
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*

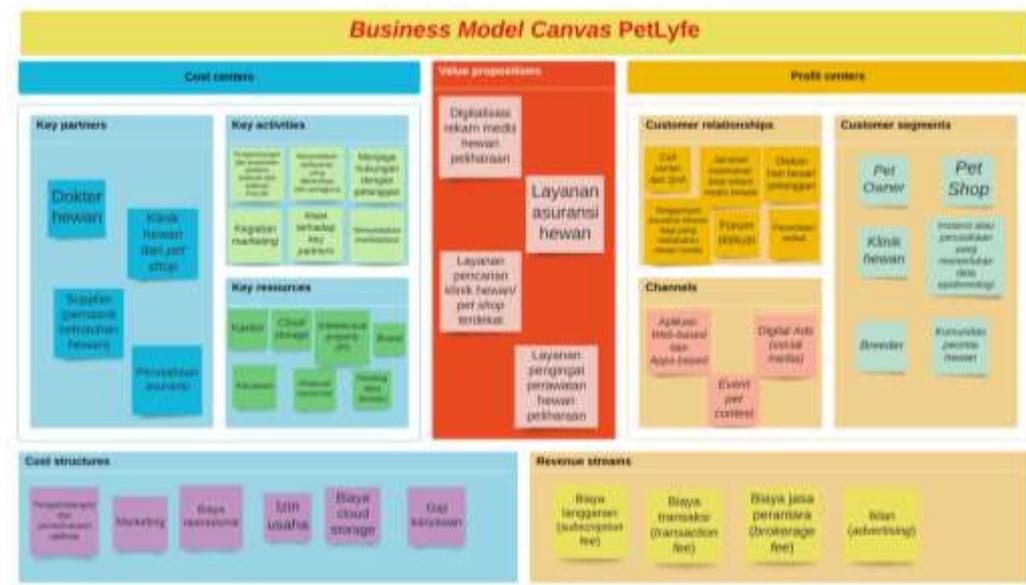
Biaya-biaya yang diperlukan untuk mengimplementasikan aplikasi PetLyfe yaitu pemeliharaan dan pengembangan aplikasi, promosi, izin usaha, biaya operasional, izin usaha, gaji karyawan, dan biaya *cloud storage*

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:

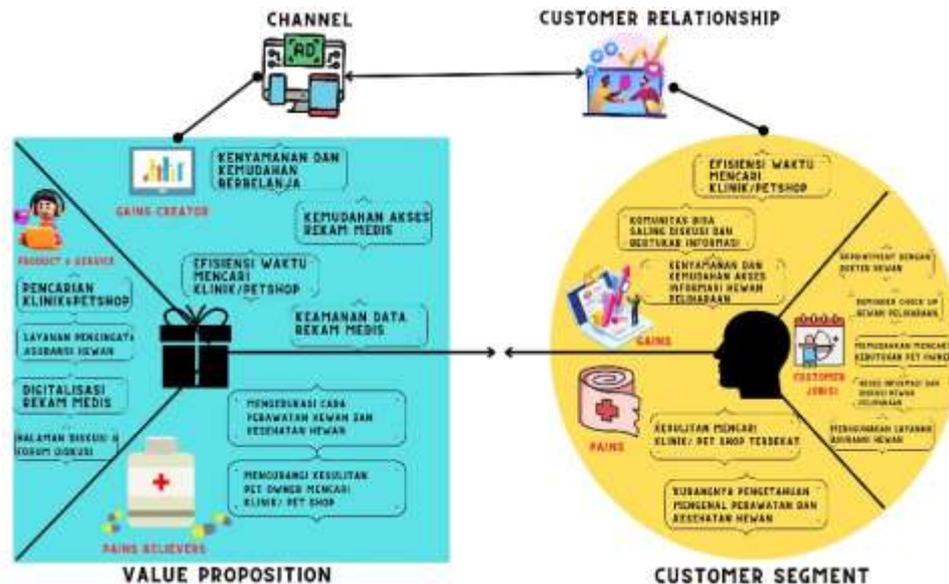
https://lucid.app/lucidspark/3467d29d-b945-4b1a-8649-a5dcb18bea35/edit?viewport_loc=-1732%2C636%2C5464%2C2400%2C0_0&invitationId=inv_b24798c8-2e54-4699-b33e-712c60a7d77a#



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*

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



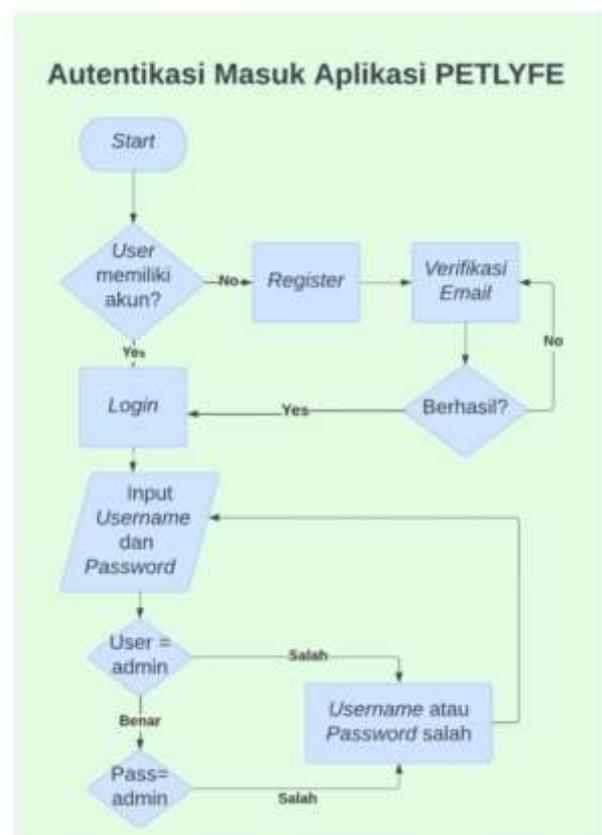
Gambar 4.4 Logo PetLyfe

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:

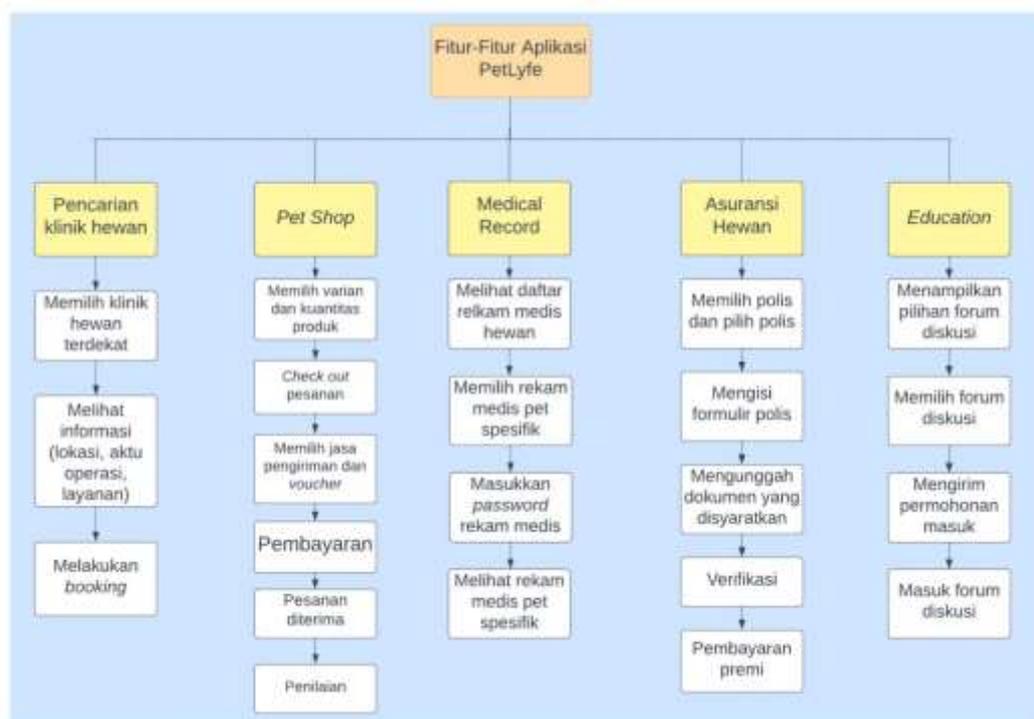


Gambar 4.5 *User Flow* Masuk Aplikasi PetLyfe

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*.

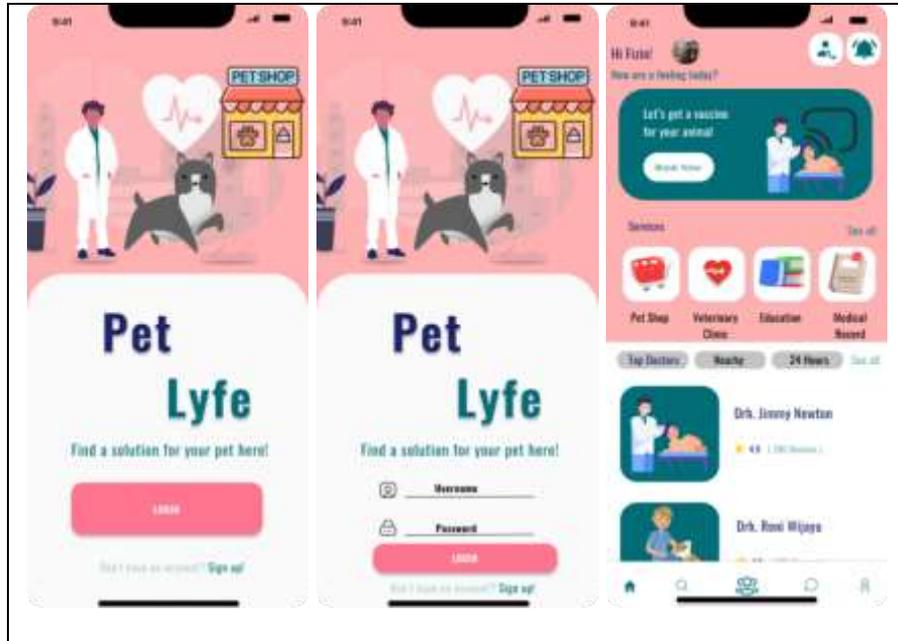
User flow menu beranda aplikasi PetLyfe sebagai berikut:



Gambar 4.6 User Flow Menu Beranda Aplikasi PetLyfe

d. *Prototype*

1) Masuk Aplikasi PetLyfe



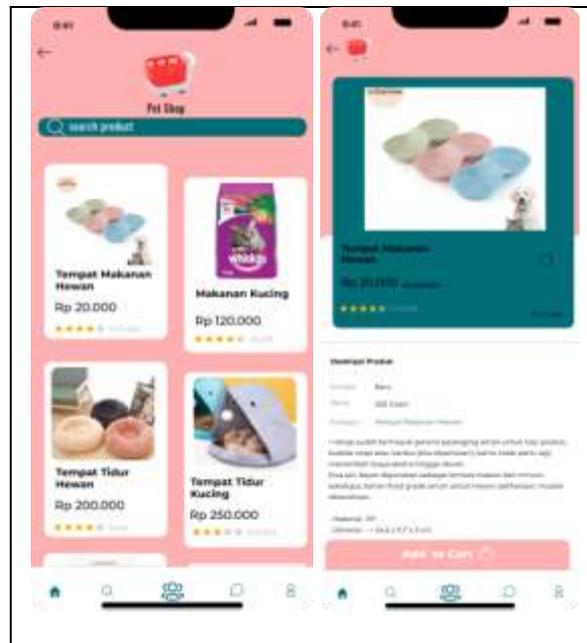
Gambar 4.7 *Prototype* Masuk Aplikasi PetLyfe

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

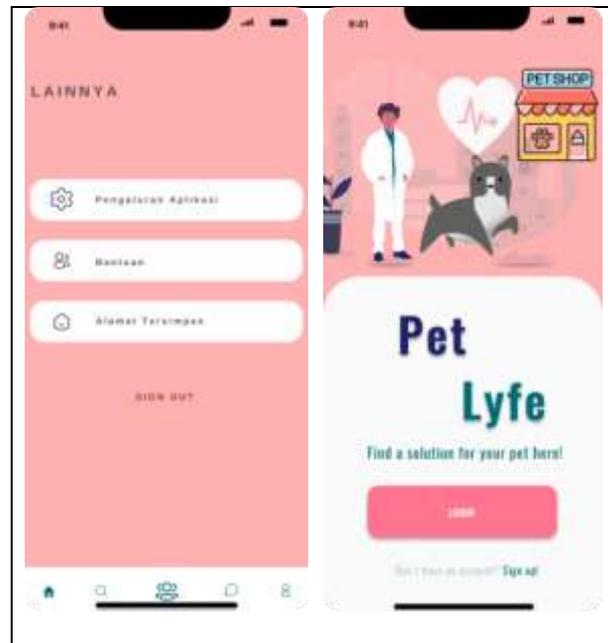
4) Layanan *Veterinary Clinic* Aplikasi PetLyfe



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



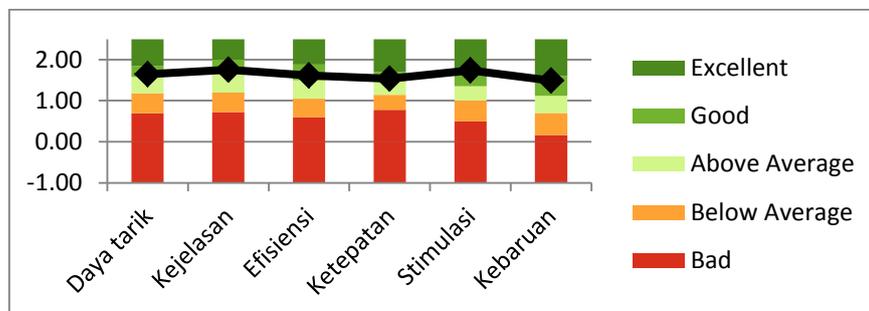
Gambar 4.13 Keluar Aplikasi PetLyfe

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 *User Experience Questionnaire (UEQ)* aplikasi

PetLyfe menggunakan *UEQ Analysis Data Tools* sebagai berikut:



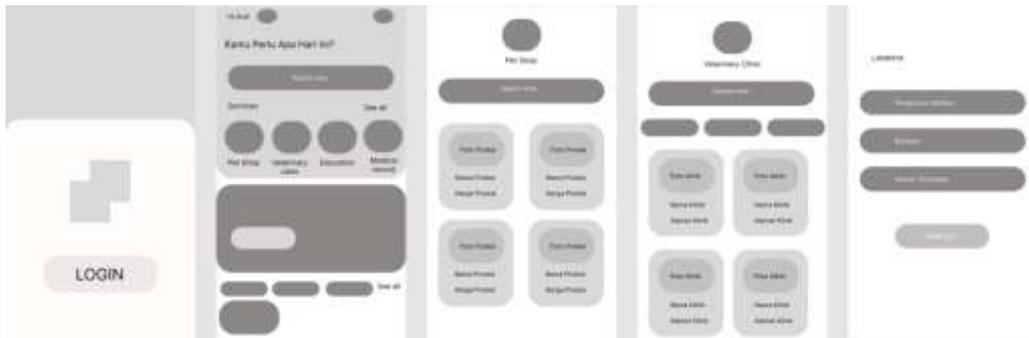
Gambar 4.14 Hasil *Benchmark UEQ* Aplikasi PetLyfe

Hasil *Benchmark UEQ Analysis Data Tools* diatas, menunjukkan bahwa aplikasi PetLyfe 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. Desain Awal (*draft*) Model

Desain awal masih berupa kerangka (*wireframe*) 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:

<https://www.figma.com/file/TZAR3LL83O7eByhtBpjqr5/PetLyfe?node-id=0%3A1>

B. Pengujian Model Terbatas

1. Uji Validasi Ahli dan Praktisi

Uji validasi dilakukan oleh narasumber bernama Syahrul 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*.

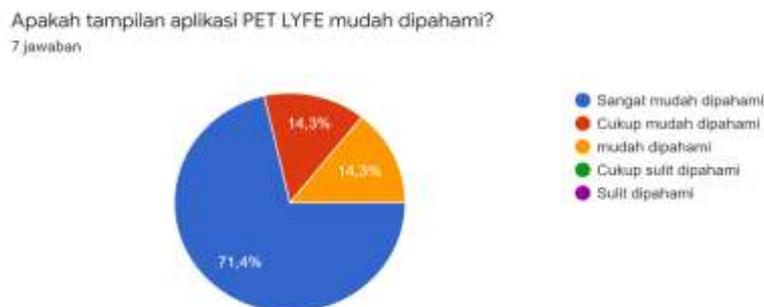
2. Uji Coba Lapangan (Uji Coba Terbatas)

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

Link kuisisioner uji coba terbatas:

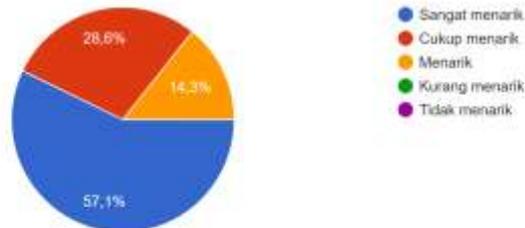
<https://forms.gle/P4LGMdjdb7CtCiAb6>

Hasil kuisisioner sebagai berikut:



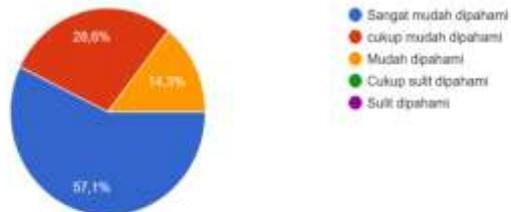
Data diatas menunjukkan 5 orang menjawab sangat mudah ditunjukan 71,4% *Pie chart* warna biru, kemudian 1 orang menjawab cukup dipahami ditunjukkan 14,3% *pie chart* warna merah, *pie chart* warna kuning menunjukkan mudah dipahami.

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



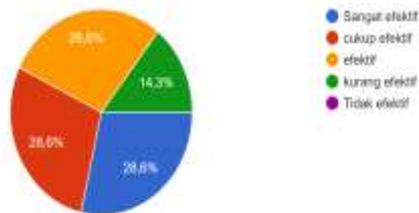
Data diatas menunjukkan 4 orang menjawab sangat mudah ditunjukan 71,4% *Pie chart* warna biru, kemudian 2 orang menjawab cukup dipahami ditunjukkan 28,6% *pie chart* warna merah, *pie chart* warna kuning menunjukkan mudah dipahami

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



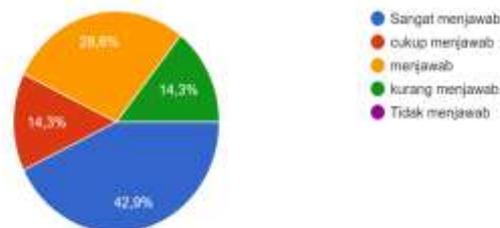
Data diatas menunjukkan 4 orang menjawab sangat mudah ditunjukan 71,4% *Pie chart* warna biru, kemudian 2 orang menjawab cukup dipahami ditunjukkan 28,6% *pie chart* warna merah, *pie chart* warna kuning menunjukkan mudah dipahami

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



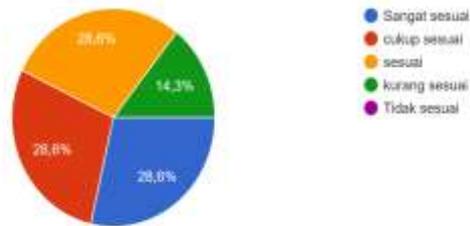
Data diatas menunjukkan 2 orang menjawab sangat mudah ditunjukan 28,6% *pie chart* warna biru, kemudian 2 orang menjawab cukup dipahami ditunjukkan 28,6% *pie chart* warna merah, 28,6% *pie chart* warna kuning, menunjukkan 2 orang menjawab mudah dipahami dan 14,3% *pie chart* warna hijau, menunjukkan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

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



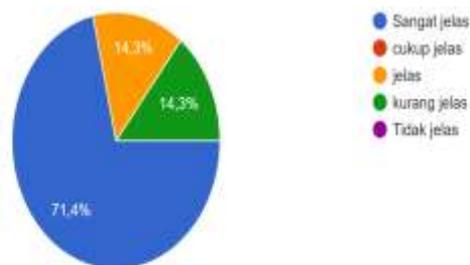
Data diatas menunjukkan 3 orang menjawab sangat mudah ditunjukan 42,9% *pie chart* warna biru, kemudian 1 orang menjawab cukup dipahami ditunjukkan 14,3% *pie chart* warna merah, 28,6% *pie chart* warna kuning, menunjukkan 2 orang menjawab mudah dipahami dan 14,3% *pie chart* warna hijau, menunjukkan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



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:

- Pertanyaan yang diujikan harus lebih spesifik agar dapat menggali informasi lebih baik.
- Peningkatan tampilan desain aplikasi
- Penambahan fitur untuk lebih menyelesaikan masalah pengguna
- Alur terkait informasi harus lebih mudah dan jelas
- 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	
Item	Correlation	Item	Correlation	Item	Correlation	Item	Correlation	Item	Correlation	Item	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	0.60	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	0.78	Conf. Int. Alpha	0.76	Conf. Int. Alpha	0.76	Conf. Int. Alpha	0.84	Conf. Int. Alpha	0.31
14, 16	0.66	Alpha (5%)	0.94	Alpha (5%)	0.93	Alpha (5%)	0.93	Alpha (5%)	0.95	Alpha (5%)	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	Menggembirakan	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)		
Daya tarik	1,65	Daya tarik	1.648	0.64
Kualitas Pragmatis	1,63	Kejelasan	1.750	0.76
		Efisiensi	1.611	0.84
		Ketepatan	1.537	0.76
Kualitas Hedonis	1,62	Stimulasi	1.741	0.90
		Kebaruan	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.

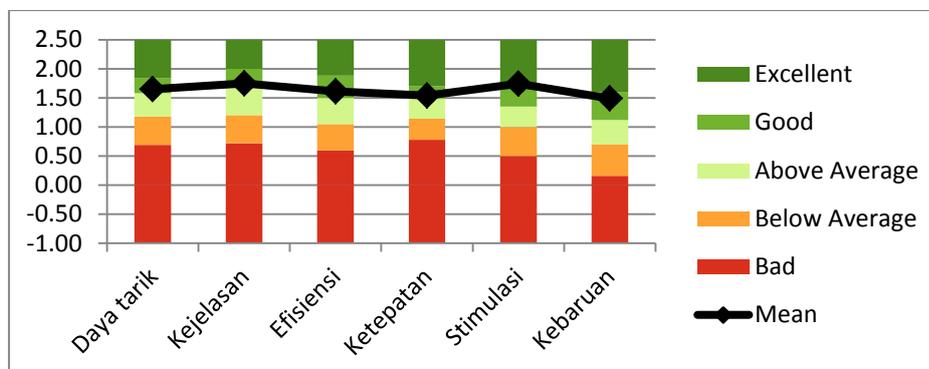
Pada aspek efisiensi (*efficiency*) bernilai positif yaitu dengan angka 1,611. Menunjukkan bahwa pengguna dalam akses rancangan aplikasi PetLyfe dapat berjalan dengan relatif cepat, efisien untuk digunakan dengan adanya tata letak (*lay out*) yang terorganisir dengan baik pada setiap desain, dan metode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



Gambar 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*), sakala 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 *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



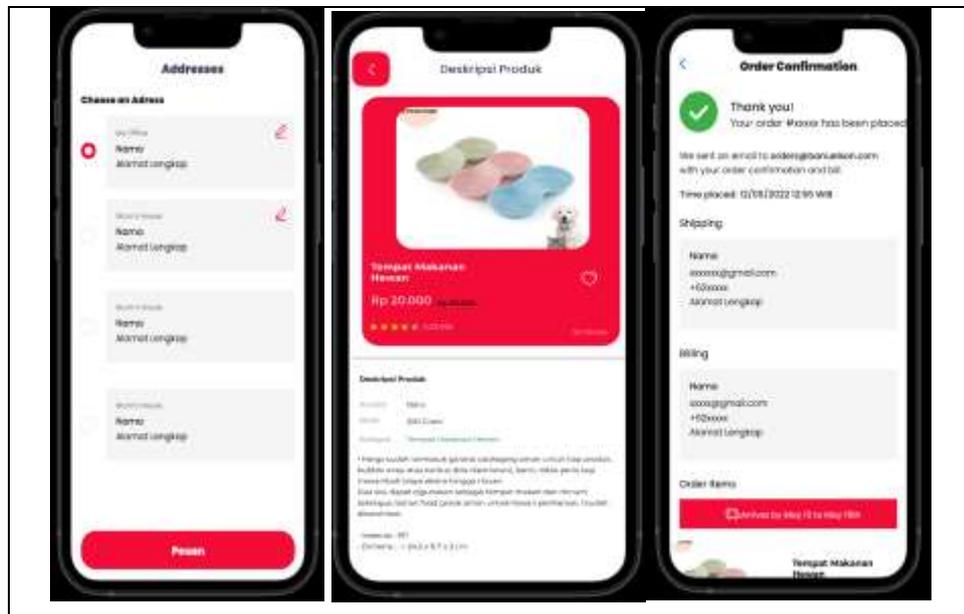
Gambar 4.20 Masuk Aplikasi PetLyfe

b. Tampilan *Home* Aplikasi PetLyfe



Gambar 4.21 *Home* Aplikasi PetLyfe

c. Layanan *Pet Shop* Aplikasi PetLyfe

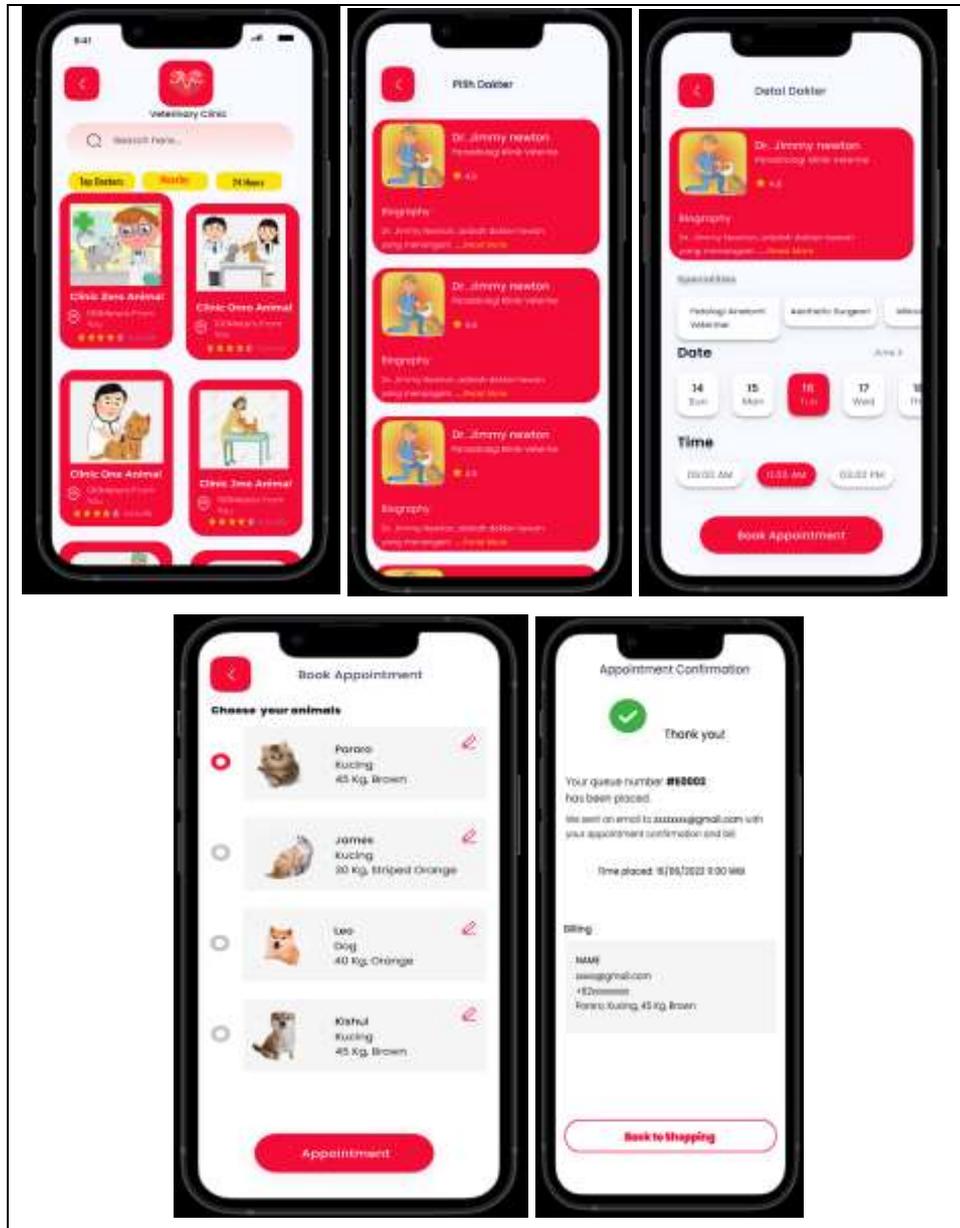


Gambar 4.22 Layanan *Petshop* Aplikasi PetLyfe

d. Layanan *Education* Aplikasi PetLyfe

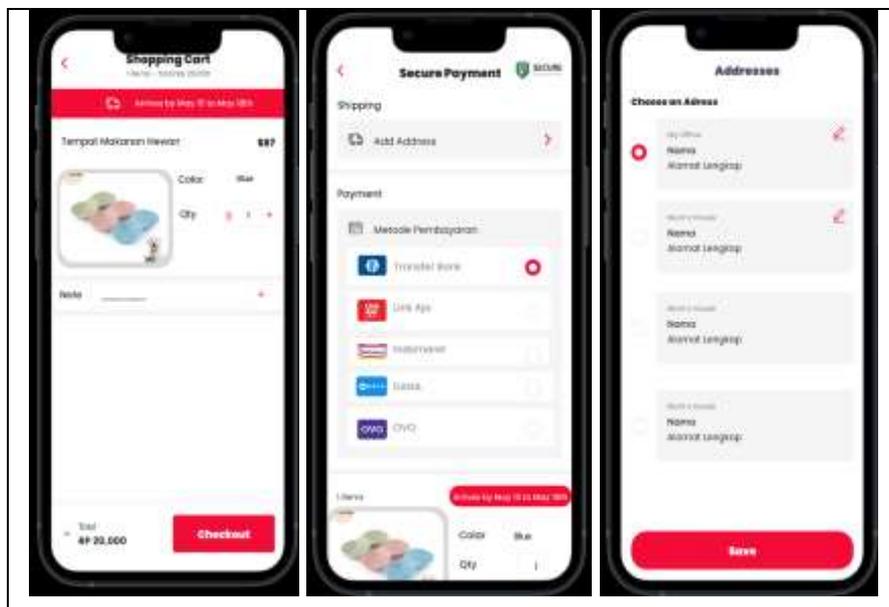


Gambar 4.23 Layanan *Education* Aplikasi PetLyfe

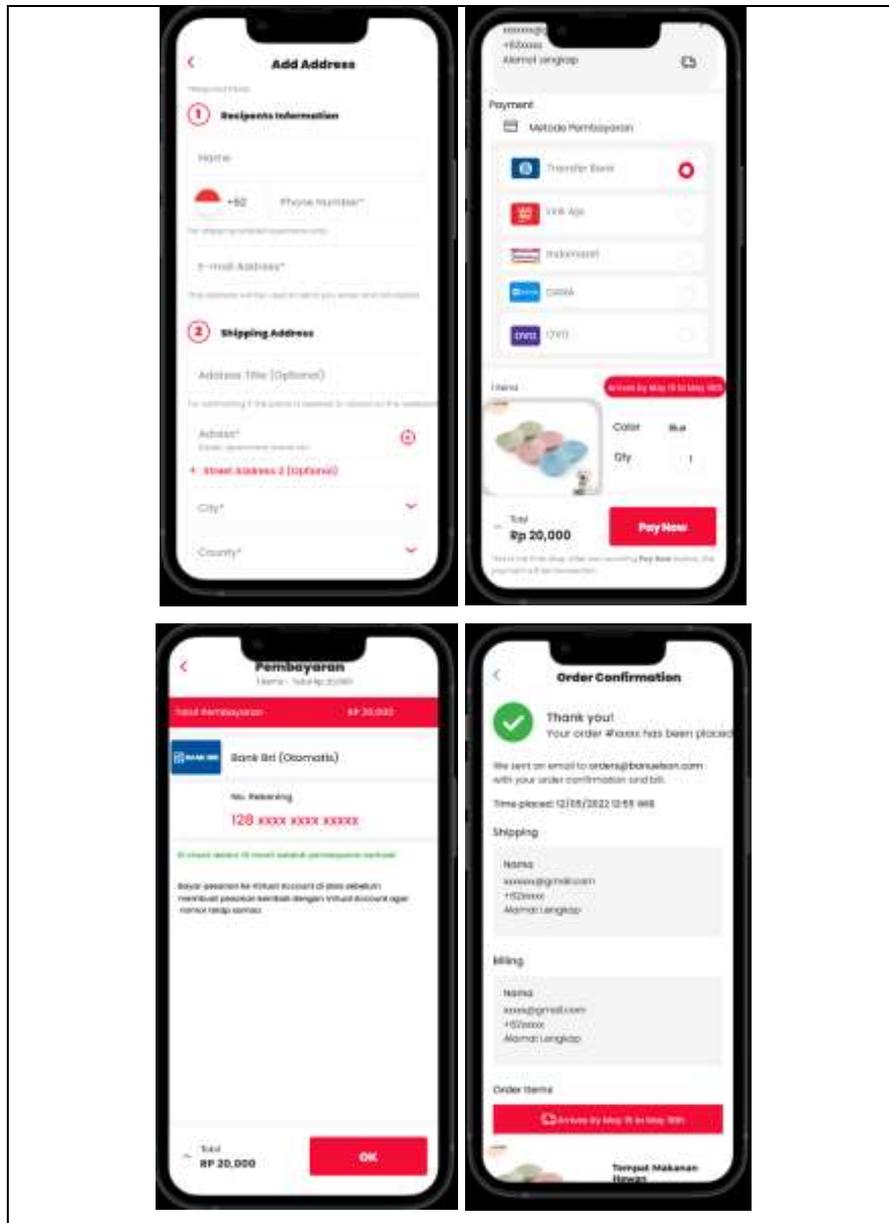
e. Layanan *Veterinary Clinic* Aplikasi PetLyfeGambar 4.24 Layanan *Veterinary Clinic* Aplikasi PetLyfe

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

Desain 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