

## PERANCANGAN DESAIN UI/UX APLIKASI E-COMMERCE BAHAN PANGAN DI PASAR WAGE PURWOKERTO

Agung Prasetyo<sup>1</sup>, Elianna Gerda Pertiwi<sup>2</sup>, Bachrul Restu Bagja<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Rekayasa Industri dan Desain, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Jln D.I Panjaitan no 128, Purwokerto, Indonesia

e-mail: 18105003@ittelkom-pwt.ac.id <sup>1</sup>, elianna@ittelkom-pwt.ac.id <sup>2</sup>, bachrul@ittelkom-pwt.ac.id <sup>3</sup>

Received : April, 2023

Accepted : May, 2023

Published : July, 2023

### Abstract

*Information technology has driven advances in product and process technology and the formation of an information society. Utilization can be done on media applications on smartphones. In 2021 the number of internet users will reach 212.35 million people supported by 178.49 million e-commerce application users in Indonesia. This can be an opportunity for economic activity during the Covid-19 pandemic to switch to digital media. Wage Purwokerto Market is one of the largest markets that has regional service coverage in the Banyumas Regency area. Based on data from the Department of Trade and Industry of Banyumas Regency, food prices in the Wage Purwokerto market and the sweet market and Sokaraja market are the same. Traders, Wage market managers, and customers show that there has been a decrease in income for food traders and a lot of merchandise is rotten and thrown away, this phenomenon makes customers feel the need for an application to shop online during a pandemic. From the results of the questionnaires distributed to the people of Purwokerto and its surroundings, it shows that of the 54 respondents, 51 of them answered the need for information on food ingredients for daily shopping. Supported by 107,890 QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) users in Banyumas. It supports payments with digital wallets. Mobile apps are needed to meet food needs and to be able to transact online. The Wage Purwokerto market application design (Prototype) uses the User Centered Design (UCD) method which focuses on user needs and habits, with the UCD method the authors conducted tests on 5 respondents at the age of 23-35 years from student work, housewives and basic food shop owners with a 100% presentation of the results the application is easy to operate.*

**Keywords:** Wage Purwokerto Market; User Centered Design (UCD); Mobile Apps.

### **Abstrak**

*Teknologi informasi telah mendorong kemajuan dalam teknologi produk dan proses serta terbentuknya masyarakat informasi. Pemanfaatannya dapat dilakukan pada media aplikasi pada smartphone. Pada tahun 2021 jumlah pengguna internet mencapai 212,35 juta jiwa dengan didukung pengguna aplikasi e-commerce sebesar 178,49 juta jiwa di Indonesia. Hal ini dapat menjadi peluang bagi kegiatan ekonomi di masa pandemi covid19 untuk beralih ke media digital. Pasar Wage Purwokerto merupakan salah satu pasar terbesar yang memiliki cakupan pelayanan regional di wilayah Kab.Banyumas. Berdasarkan dari data dinas perdagangan dan perindustrian Kab.Banyumas, harga bahan pangan di pasar Wage Purwokerto dengan pasar manis serta pasar Sokaraja sama. Pedagang, pengelola pasar Wage, dan pelanggan menunjukkan bahwa terjadi penurunan pendapatan pada pedagang bahan pangan dan banyak dagangan yang busuk dan dibuang, fenomena tersebut membuat pelanggan merasa perlu adanya aplikasi untuk berbelanja online di masa pandemi. Dari hasil kuesioner yang disebar ke masyarakat Purwokerto dan sekitarnya, menunjukkan bahwa dari 54 responden 51 diantaranya menjawab perlunya informasi bahan pangan untuk belanja sehari-hari. Didukung dengan pengguna QRIS (Quick Response Code Indonesian Standar) di Banyumas sebanyak 107.890 merchant. Hal ini mendukung guna pembayaran dengan dompet digital. Aplikasi mobile dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan bahan pangan dan dapat bertransaksi secara online. Perancangan aplikasi (Prototype) pasar Wage Purwokerto menggunakan metode User Centered Design (UCD) yang berfokus pada kebutuhan dan kebiasaan pengguna, dengan metode UCD penulis melakukan pengujian kepada 5 responden pada usia 23-35 tahun dari pekerjaan mahasiswa, ibu rumah tangga dan pemilik warung sembako dengan presentasi hasil 100% aplikasi mudah dioperasikan.*

**Kata Kunci:** Pasar Wage Purwokerto; User Centered Design (UCD); Aplikasi Mobile.

## **1. PENDAHULUAN**

Teknologi informasi telah mendorong kemajuan dalam teknologi produk dan proses serta terbentuknya masyarakat informasi (Indrayani, 2012). Hal ini mendukung adanya percepatan kegiatan ekonomi di berbagai sektor guna memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi mengenai sebuah produk guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pemanfaatan teknologi informasi ini dapat dilakukan

menggunakan media aplikasi yang terdapat pada *smartphone* (ponsel cerdas) untuk mempermudah mengakses informasi dimanapun dan kapanpun. Pada tahun 2021 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa. Jumlah ini naik 15,5 persen dari tahun 2020 yang hanya 196,7 juta jiwa (Lidwina, 2021). Kenaikan pengguna internet ini dapat menjadi peluang bagi para pelaku usaha untuk mulai beralih ke digital melalui

pemanfaatan aplikasi di *smartphone* dimasa pandemi covid 19.

Didukung dengan pengguna *e-commerce* atau aplikasi belanja *online* di tahun 2021 sebesar 88,1 persen dari pengguna internet di Indonesia yaitu sebesar 178,49 juta jiwa (Kusnandar, 2021). Data tersebut menjadi peluang bagi kegiatan ekonomi di bidang bahan pangan untuk membantu para pedagang bahan pangan di pasar tradisional seperti sayur, buah dan bumbu masakan yang mengalami penurunan pendapatan akibat dampak covid 19.

Salah satu pasar tradisional di Jawa Tengah yakni Pasar Wage Purwokerto merupakan pasar yang terdapat di kabupaten Banyumas. Keberadaannya pasar Wage sangat penting karena menjadi pasar induk bagi pasar-pasar disekitarnya karena memiliki jangkauan pelayanan regional (Agustian, Adang, Resty Puspa Perdana, 2020). Pasar Wage Purwokerto merupakan pasar yang menyediakan berbagai kebutuhan bagi pedagang yang akan membeli sayuran dan dijual kembali dipasar sekitar seperti pasar Manis, dan pasar Sokaraja sehingga keberadaannya juga sangat penting karena dapat menjadi patokan harga bahan pangan untuk pasar-pasar disekitarnya. Hal ini diperkuat dengan

data dari dinas perdagangan dan perindustrian kabupaten Banyumas per 17 Januari 2022, bahwa harga bahan pangan di Pasar Wage Purwokerto sama dengan pasar Manis dan Pasar Sokaraja.

Kemudian berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap pengelola pasar Wage, dan kepala dinas pertanian dan ketahanan pangan kabupaten Banyumas, penulis mendapatkan hasil bahwa pasar Wage Purwokerto buka 24 jam setiap hari. Akan tetapi, jam ramai pembeli pasar ialah jam 1 sampai 5 pagi. Selain itu, volume pengunjung tidak seramai pada saat sebelum pandemi covid 19 sehingga pedagang mengalami penurunan pendapatan. Hari-hari besar keagamaan seperti hari lebaran idul fitri, imlek dan natal harga bahan pangan mengalami kenaikan, namun tidak banyak masyarakat Purwokerto mengetahui akan kenaikan harga dan ketersediaan bahan pangan tersebut.

Oleh sebab itu, untuk lebih mengetahui perlunya info dan ketersediaan harga bahan pangan kepada masyarakat Purwokerto, penulis sebariskan kuesioner secara *online* melalui media sosial whatsapp dari tanggal 27 Oktober hingga 1 November 2021 kepada 54 responden dari wilayah Purwokerto dan

sekitarnya. Kuesioner ini memiliki 51 responden berusia 20-35 tahun dan 2 orang berusia 37 dan 41 tahun. Terdapat 61,1 % responden berjenis kelamin laki laki dan 38,9% berjenis kelamin perempuan. Terdapat 96 % responden atau sebanyak 51 orang menjawab bahwa perlunya aplikasi *mobile* info harga bahan pangan di pasar Wage Purwokerto untuk belanja sehari hari, dan sebanyak 46,3% atau sebanyak 25 orang menjawab penting untuk mengetahui harga bahan pangan setiap hari dengan 29,6 % atau sekitar 16 orang menjawab sangat amat penting untuk mengetahui harga bahan pangan untuk kebutuhan setiap harinya. Didukung dengan jumlah 55 juta pengguna aktif di Indonesia yang memakai perangkat *mobile* dalam pengaksesannya per bulan dan 28 juta pengguna aktif yang memakai perangkat *mobile* per harinya (Purwanto, 2000). Disisi lain penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standar*) per 10 September 2021 pada *merchant* di wilayah Banyumas berjumlah 107.890 *merchant* (Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2013).

Berdasarkan data dan permasalahan tersebut, diperlukan sistem pencarian berupa aplikasi *mobile* yang membantu masyarakat umum di Purwokerto dan

sekitarnya dalam memenuhi kebutuhan bahan pangan setiap hari. Hal ini mendukung perancangan aplikasi *e-commerce* di pasar Wage Purwokerto yang terhubung dengan internet dengan pembayaran melalui dompet digital. Adapun gambaran informasi yang disediakan mulai dari ketersediaan bahan pangan, harga, jasa pengiriman, transaksi pesanan dan daftar penjual. Selain itu, berdasarkan wawancara yang didapat penulis untuk admin aplikasi yang meng-*update* harga bahan pangan yaitu pengelola pasar Wage Purwokerto dan pihak dinas pertanian dan ketahanan pangan kab.Banyumas.

Dalam perancangan aplikasi *e-commerce* dimulai dengan pembuatan *user interface* (UI) yang dapat digunakan sebagai dasar dalam penentuan alur dan kerja dari suatu aplikasi. UI pada aplikasi *mobile* merupakan sebuah tampilan grafis yang dirancang secara interaktif pada aplikasi maupun website guna membantu dan memudahkan pengguna (*user*) dalam memahami dan berinteraksi pada fitur-fitur, konten, serta fungsi-fungsi yang ada di dalamnya (D.I, 2021). Kemudian pada praktiknya proses pengguna berinteraksi dengan tampilan grafis secara baik dapat meningkatkan kenyamanan pengguna saat

mengoperasikan sebuah tampilan *mobile* aplikasi atau website sehingga membuat pengguna (*user*) mengalami kepuasan saat menggunakan aplikasi. Proses ini disebut *User Experience* (UX) (Andriana, 2020).

Dalam perancangan desain UI/UX aplikasi *e-commerce* bahan pangan di pasar Wage Purwokerto menggunakan metode *User Centered Design* (UCD). UCD merupakan sebuah proses desain yang berfokus pada kebutuhan pengguna dengan mengoptimalkan kebutuhan akhir pengguna (*end-user*) serta ditekankan pada keinginan terhadap penggunaan suatu produk. Perancangan desain berdasarkan *behavior* atau kebiasaan terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan suatu produk agar produk tersebut dapat bermanfaat dan mudah digunakan oleh pengguna (Sugiyono, 2014). Hal tersebut sesuai dengan target audiens masyarakat Purwokerto yang berkisar dari 23-35 tahun dengan kebiasaan masyarakat Purwokerto yang suka berbelanja dengan memerlukan info harga bahan pangan untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Dengan begitu perancangan desain aplikasi *e-commerce* bahan pangan di pasar Wage Purwokerto

dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari pengguna. Didukung dengan metode yang digunakan yakni *user acceptance test* (UAT). UAT sendiri merupakan tahap pengujian yang dilakukan guna mengetahui apakah sistem yang telah dirancang sudah memenuhi kebutuhan pengguna dan sesuai dengan skenario bisnis (Andriana, 2020). Dengan demikian, desain aplikasi (*prototype*) pasar Wage Purwokerto memiliki data yang akurat sesuai kebutuhan dan skenario bisnis dalam *e-commerce*, sehingga dapat dikembangkan menjadi aplikasi yang dapat terhubung dengan jaringan internet nantinya.

## 2. METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif merupakan metode penelitian ilmiah berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik yang kemudian dikembangkan berbagai ilmu pengetahuan baru (*discovery*) dalam metode kuantitatif meliputi, kaidah-kaidah yaitu konkrit, empiris, objektif, terukur, rasional dan sistematis (Sugiyono, 2014). Pada perancangan menggunakan metode *user centered design* yang berfokus pada pengguna.

Objek dalam penelitian berjudul perancangan desain UI/UX aplikasi *e-commerce* bahan pangan di pasar Wage Purwokerto merupakan pasar Wage Purwokerto. Dengan subjek penelitian merupakan masyarakat Purwokerto dan sekitarnya, yang sudah menguasai teknologi informasi dan terbuka akan informasi baru. Dengan begitu, penerapan teknologi informasi dinilai sesuai dengan masyarakat Purwokerto.

### 3. PEMBAHASAN

#### 3.1. Data Primer

Data primer merupakan data utama yang digunakan dalam suatu penelitian yang bersifat spesifik karena disesuaikan dengan kebutuhan peneliti. Adapun yang termasuk kedalam data primer yakni wawancara, survei, eksperimen, kuesioner dan lain sebagainya (Rezki, 2021).

Pada proses mendapatkan data primer penulis melakukan sebar kuesioner terlebih dahulu guna memastikan apakah aplikasi *e-commerce* di pasar Wage Purwokerto dibutuhkan atau tidak, setelah memperoleh hasil langkah selanjutnya penulis melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Pada sebar kuesioner yang penulis sebar, memiliki 54 responden dan terdiri dari 51 responden berusia 20 sampai dengan 35 tahun dan 2 orang berusia 37 dan 41 tahun. Terdapat 64,4 % responden berjenis kelamin laki laki dan 39,6% berjenis kelamin perempuan. sekitar 96 % responden atau sebanyak 51 orang menjawab perlunya aplikasi *mobile* info harga bahan pangan di pasar Wage Purwokerto, untuk memudahkan belanja sehari-hari serta dari skala 1-5 (sangat tidak ingin mengetahui sampai sangat amat penting untuk mengetahui) sebanyak 46,3% atau sebanyak 25 orang menjawab penting untuk mengetahui harga bahan pangan setiap hari dan 30,2 % atau sekitar 16 orang menjawab sangat amat penting untuk mengetahui harga bahan pangan untuk kebutuhan setiap hari.

Berdasarkan hasil kuesioner, observasi dan wawancara terhadap pihak-pihak yang terkait di pasar Wage Purwokerto dapat disimpulkan bahwa masyarakat Banyumas terutama Purwokerto, memerlukan aplikasi untuk memudahkan mereka dalam mengetahui harga bahan pangan dan berbelanja di pasar secara *online*. Terdapat faktor yang mempengaruhi naik turunnya harga bahan pangan yakni terhambatnya

distribusi, musim hujan, banyak tidaknya hasil panen petani dan biasanya harga naik saat lebaran idul fitri, lebaran haji, perayaan natal dan tahun baru. Disisi lain, pedagang mengalami penurunan pendapatan di masa pandemi covid19, karena berkurangnya pengunjung serta banyak barang dagangan yang dibuang karena sudah busuk dan tidak layak dijual. Minimnya informasi mengenai info harga bahan pangan dan penempatan papan informasi yang kurang sesuai sehingga tidak diketahui oleh masyarakat dan pedagang pasar. Pedagang juga merasa memerlukan informasi harga bahan pangan untuk dapat menghitung jumlah barang yang akan dibeli dan dijual kembali, serta baik pembeli, pengelola, dan pedagang pasar Wage menerapkan protokol kesehatan.

### 3.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sengaja dikumpulkan yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Data-data yang dimaksud berupa diagram, grafik atau tabel sebuah informasi penting seperti sensus penduduk atau daftar harga bahan pangan yang dikeluarkan pemerintah dinas. Data sekunder dapat dikumpulkan melalui sumber buku, situs maupun dari

dokumen milik pemerintah (Rezkia, 2021).

Pada proses mendapatkan data sekunder penulis mengunjungi dinas terkait data yang valid berdasarkan ketersediaan dan harga bahan pangan dipasar-pasar yang terdapat di kabupaten Banyumas. Adapun dinas yang dituju oleh penulis ialah dinas perindustrian dan perdagangan kabupaten Banyumas.

### 3.3. Analisis Data

Metode *User Acceptable Test* (UAT) merupakan solusi yang dibuat dalam proses verifikasi sebuah sistem pada suatu rancangan guna mengetahui kesesuaian dengan pengguna (*end-user*) (Anggi, 2022). Pada dasarnya pengujian dan pengembang mengidentifikasi masalah dan memperbaikinya selama tahap awal fungsionalitas, seperti tabel berikut:

Tabel 1 Bobot nilai

[Sumber:Dokumentasi Pribadi]

Jawaban	Bobot
A. Sangat Setuju (SS)	5
B. Setuju (S)	4
C. Cukup setuju (K)	3
4. Kurang setuju setuju (TS)	2
5. Sangat tidak setuju (STS)	1

Data yang telah didapat kemudian diolah dengan mengkalikan setiap poin

jawaban dengan bobot yang sudah ditentukan dengan tabel bobot nilai (Anggi, 2022). berdasarkan skor yang telah ditetapkan dihitung sebagai berikut:

- Jumlah skor responden yang menjawab SS = Total SS X 5 =
- Jumlah skor responden yang menjawab S = Total S x 4 =
- Jumlah skor responden yang menjawab K = Total K x 3 =
- Jumlah skordari responden yang menjawab TS = Total ST x 2 =
- Jumlah skor dari responden yang menjawab STS = Total STS x 1 =

**Jumlah skor total =**

Hasil jawaban dari responden sebanyak 32 orang yang didapat dapat kemudian dapat dihitung nilai tertinggi dan terendah seperti berikut :

**Nilai Tertinggi** = Jumlah responden x item pertanyaan x 5 = (seandainya semua menjawab SS)

**Nilai Terendah** = Jumlah responden x item pertanyaan x 1 = (seandainya semua menjawab STS)

Jika total nilai diperoleh, maka penilaian interpretasi responden terhadap sistem tersebut adalah hasil nilai yang dihasilkan dengan menggunakan rumus berikut:

Gambar 2 Rumus UAT  
Sumber: id.scribd.com

$$P = \frac{F}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

P=Presentase

F=Frekuensi jawaban

N=Jumlah responden

Tabel 2 nilai presentase  
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Interval Presentase Pencapaian	Nilai	Kualifikasi
0%-19,99 %	1	Sangat tidak setuju
20%-39,99%	2	Tidak setuju
40%-59,99%	3	Kurang setuju
60%-79,99%	4	Setuju
80%-100%	5	Sangat setuju

Dari hasil UAT merupakan dokumen menunjukkan hasil pengujian berdasarkan bukti pengujian inilah yang diambil kesimpulan, apakah sistem yang diuji telah dapat diterima atau tidak. Dapat ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3 kriteria interpretasi skor  
[Sumber:dokumentasi pribadi]



0%-20%	Sangat lemah
21%-40%	Lemah
41%-60%	Cukup
61%-80%	Kuat
81%-100%	Sangat kuat

### 3.4. Hasil dan pembahasan

Penelitian ini merupakan sebuah *prototype* aplikasi di perangkat *mobile* yang dapat diaplikasikan oleh calon *user* (pengguna) yang sesuai dengan target audiens nantinya, dengan metode *User Centered Design* (UCD) yang digunakan serta dengan mengkombinasikan hasil dari *study competitor* yakni *deep analisys competitor* dan *talk to user* atau wawancara dengan pengguna becer, menghasilkan ide dasar perancangan sebagai berikut :

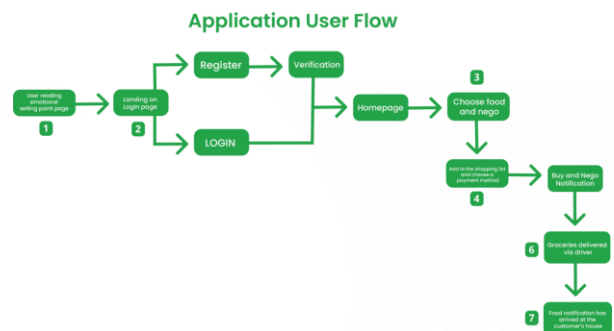
- Tampilan *user interface* yang mudah dipahami dan digunakan
- Layout* konsisten
- Terdapat manu kontak masuk dan resep makanan
- Rute pengiriman barang
- Adanya fitur tawar-menawar
- Fitur toko jual bahan pangan bahan pangan
- Fitur daftar harga bahan pangan secara nasional

h. Pembayaran melalui tunai/cod serta dompet digital yakni ovo/linkaja dan gopay

i. Alur kerja aplikasi yakni perjalanan komunikasi dari pengguna (*user*) hingga ke penjual (admin aplikasi) maupun sebaliknya.

j. Di akhir perancangan karya terdapat pengujian (*testing*) untuk menguji apakah desain UI/UX dapat diterima atau tidak 32 orang yang akan menggunakan aplikasi pasar wage Purwokerto.

### 3.5. Hasil karya



Gambar 3 *Userflow*

[Sumber: dokumentasi pribadi]

a. Dalam *userflow* terdapat alur komunikasi yang meliputi :

a) *User reading emotional selling point*

Pada tahap pertama ini pengguna membaca penyebab dibuatnya aplikasi pasar wage,serta manfaat dan bentuk kontribusi yang pengguna dapatkan dari

menggunakan aplikasi pasar wage purwokerto di masa pandemi Covid-19.

**b) *Landing on login page***

Pada tahap ini pengguna melakukan proses *login* dengan memasukan *username* dan *password* yang dimiliki dan langsung masuk ke halaman beranda, jika tidak memiliki akun maka dilanjutkan pada proses registrasi, dan membuat akun untuk selanjutnya login ulang dengan *username* dan *password* yang dimiliki hingga masuk ke beranda

**c) *Choose food and nego***

Setelah masuk ke beranda pengguna merasakan *user experience* dari sebuah tampilan UI yang terdiri dari bahan pangan sehari-hari dan menu resep, kontak masuk, pesanan dan komoditas yang membuat pengguna kemudian memilih akan membeli apa yang akan dimasukan ke dalam keranjang. Selain itu terdiri dari terdapat penjual yang memiliki promo nego yang dapat digunakan oleh *user* guna menawar kepada penjual apakah boleh dengan menawar harga sewajarnya atau dengan *list* nego yang telah tersedia, ketika *user* memilih maka nego akan dikirim

**d) *Add to the shopping list and choose the payment method***

Setelah *list* bahan pangan dimasukan ke dalam keranjang pengguna, selanjutnya dibawa ke pemilihan pembayaran dapat berupa tunai atau COD (*Cast On Delivered*)

**e) *Buy and Nego Notifications***

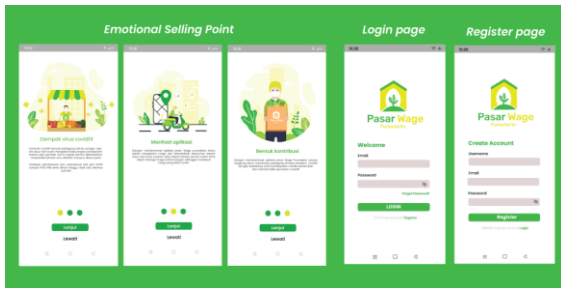
Pada tahap ini *user* akan dibawa ke pembelian dan mendapat notifikasi hasil nego jika memilih bahan pangan yang dinego, ketika berhasil maka diteruskan di *driver* untuk segera diantar namun jika tidak berhasil akan dikembalikan dengan harga semula.

**f) *Groceries delivered via driver***

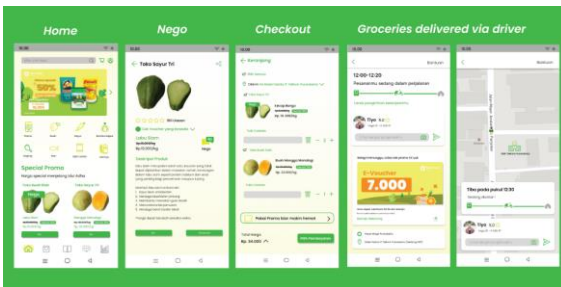
Setelah barang siap maka *driver* menjemput ke penjual dan membawa keranjang hasil belanjaan ke rumah/alamat yang tertera di akun *user* untuk dikirim

**g) *Food notifications has arrived at the costumer's house***

*Driver* sampai di alamat tujuan dengan mengantar belanja sesuai keranjang dan muncul notifikasi bahwa *driver* telah sampai ditujuan guna memberitahukan bahwa pesannya telah sampai.



Gambar 4 *artboard userflow*  
[Sumber: dokumentasi pribadi]



Gambar 5 *artboard userflow*  
[Sumber: dokumentasi pribadi]

### **h) Psikologi Warna**

Perlambangan warna menjadi pengetahuan yang mendukung pembacaan terkait psikologi warna. Warna mempunyai perlambangan yang berbeda dari setiap masa dan budayanya, yang mana hal tersebut merujuk pada penemu dari teori tersebut. Setiap warna mempunyai atau memberi kesan tersendiri, baik positif atau negatif, bahkan warna dapat memengaruhi emosi dari orang yang melihatnya (Wahyudi & Heriwati, 2021).

Tabel 5 Psikologi Warna

[Sumber: Jurnal Ergonomi Patricia Z, *Ekrut.com*, *solusiprinting.com*]

Warna	Psikologi warna
26A349	Warna hijau <i>forest</i> dapat menimbulkan kesegaran pada suatu produk (Panjaitan, 2022). Hal ini diterapkan dalam memberikan kesan kesegaran produk bahan pangan
96C93F	Warna hijau <i>yale</i> mampu memberikan kesan tenang dan santai (Yogananti, 2015). Hal ini diterapkan dalam memberikan gambaran pada saat pengiriman barang agar <i>user</i> tenang dan santai dalam pengiriman sedang diperjalanan
DCE124	<i>Banana yellow</i> dapat mempengaruhi suasana hati pengguna menjadi gembira (Panjaitan, 2022). Hal ini diterapkan pada voucher atau promo.
F68C1F	Warna <i>orange</i> dapat menciptakan

	antusiasme dan menggugah selera makan <i>user</i> (Yogananti, 2015). Hal ini dapat diterapkan pada ilustrasi di menu resep masakan.
--	---

Secara fungsional sistem yang dirancang telah memenuhi luaran yang diharapkan. Dalam pengujiannya penulis menggunakan media google form dengan mendatangi responden secara langsung guna memudahkan proses pengujian yang akan dilakukan. Adapun kisi-kisi instrumen dan pertanyaannya sebagai berikut:

Tabel 6 kisi-kisi instrumen

[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

No	Aspek yang dinilai	Indikator	Jumlah Butir
1	Penerimaan Sistem	Desain	6
2		Kemudahan	5
3		Efisien	6

Variabel	Pertanyaan	SS	S	K	TS	TS	(%)
Desain	P1	18	14	0	0	0	91,25
	P2	16	12	4	0	0	87,5
	P3	15	15	1	0	1	86,25
	P4	15	17	0	0	0	84,35
	P5	20	8	4	0	0	90
	P6	19	12	1	0	0	98,75
Kemudahan	P7	11	16	5	0	0	69,35
	P8	21	9	2	0	0	91,85
	P9	13	18	1	0	0	87,5
	P10	12	12	8	0	0	82,5
	P11	16	10	5	1	0	85
Efisien	P12	10	14	8	0	0	81,25
	P13	19	12	1	0	0	91,25
	P14	13	13	6	0	0	84,35
	P15	12	16	4	0	0	85
	P16	15	15	2	0	0	84,35
	P17	16	11	4	0	0	91,85
<b>Total</b>		<b>263</b>	<b>222</b>	<b>56</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1.475,35</b>
<b>Rata rata</b>		<b>15,44</b>	<b>1,28</b>	<b>3,28</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>86,61</b>

Berikut ini merupakan tabel hasil kuesioner responden setelah dijumlahkan menurut jawabannya masing-masing:

Tabel 7 Hasil responden

[Sumber: dokumentasi pribadi]

- Jumlah Skor SS =  $263 \times 5 = 1315$
  - Jumlah skor S =  $222 \times 4 = 888$
  - Jumlah Skor K =  $56 \times 3 = 168$
  - Jumlah skor TS =  $1 \times 2 = 2$
- Jumlah Total Skor** = 2373

Dasil dari jawaban responden kemudian dapat dihitung nilai tertinggi dan terendah sebagai berikut:

$$\text{Nilai tertinggi} = 32 \times 17 \times 5 = 2720$$

$$\text{Nilai terendah} = 32 \times 17 \times 1 = 544$$

Berdasarkan perhitungan yang menyatakan nilai tertinggi adalah 2720, dapat dicari presentase sebagai berikut:

$$\frac{2373}{2720} \times 100\% = 87,23 \%$$

Tabel 8 Hasil akhir data kuantitatif  
[Sumber: Dokumentasi pribadi]

Kategori Jawaban	Frekuensi jawaban	Skor	Total skor
Sangat Setuju	103	103 x 5 = 515	858
Setuju	78	78 x 4 = 312	
Kurang setuju	10	10 x 3 = 30	
Tidak setuju			
Sangat tidak setuju	1	1 x 1 = 1	
<b>Presentase</b>	$\frac{858}{6} = 143$	$\frac{143}{160} \times 100\% = 89,35 \%$	

Hasil kuisioner yang telah dihitung berdasarkan opsi jawaban dari 32 orang dapat diambil nilai rata rata dari dari pengolahan tersebut berdasarkan 3 indikator yakni desain, kemudahan dan efisiensi. Dari ketiga indikator tersebut memiliki presentase berbeda beda, yang pertama 89% dari segi *user* menjawab sangat setuju dengan tampilan desain aplikasi pasar Wage Purwokerto, kemudian 87,75% *user* menjawab sangat setuju dengan kemudahan yang ditawarkan dalam mengoperasikan aplikasi pasar Wage Purwokerto dan terakhir dari segi efisien mendapatkan

presentase 67% *user* menjawab setuju dengan efisiensi yang ditawarkan oleh aplikasi pasar Wage Purwokerto.

Dari hasil pengolahan kuesioner diatas, kemudian disajikan ke dalam bentuk sebagai berikut:

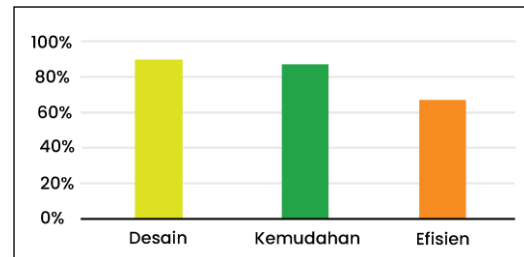


Diagram hasil akhir data kuantitatif

[Sumber: dokumentasi prbadi]

#### 4. KESIMPULAN

Dalam perancangannya aplikasi pasar Wage Purwokerto sudah melalui proses dalam metode *user centered design* dan dalam pengujiannya menggunakan metode *user acceptance test* dengan 32 orang yang menjadi responden (*user*). Perngujian terdiri dari 3 indikator yakni, desain yang mendapat 89,23% dengan *user* menjawab sangat setuju dengan tampilan aplikasi, kemudian dalam kemudahan aplikasi mendapat 87,75% dengan *user* menjawab sangat setuju dan terakhir efisien mendapat presentase 67% dengan *user* menjawab setuju dengan efisiensi yang ditawarkan oleh aplikasi pasar Wage Purwokerto. Selain itu, tingkat

penerimaan sangat kuat yakni 87,23%, pada tanggapan dari *user* setelah menggunakan aplikasi pasar Wage Purwokerto.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa perancangan aplikasi sudah memenuhi persyaratan fungsional dan sudah sesuai dokumen *user acceptable test*, dibuktikan dengan tercapainya tingkat kemudahan dalam pemakaian (*perceived ease of use*) dan keyakinan akan kebermanfaatannya (*perceived usefulness*) dengan tampilan desain yang mudah dipahami. Dengan begitu aplikasi (*prototype*) pasar Wage Purwokerto sudah siap dikembangkan kedalam aplikasi yang terhubung dengan jaringan internet.

## REFERENSI

Agustian, Adang, Resty Puspa Perdana, and B. R. (2020). Strategi stabilisasi harga pangan pokok pada era pandemi Covid-19. *Pusat Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian*, 3, 389–390.

Andriana, M. (2020). *User Acceptance Test*. SIS Universitas Bina Nusantara. <https://sis.binus.ac.id/2020/10/28/user-acceptance-test/>

Anggi. (2022). *UAT Adalah Tahapan Penting Dalam Mendesain Produk*. Accurate. <https://accurate.id/marketing-manajemen/uat-adalah/>

D.I, P. I. (2021). *Genjot Target Merchant QRIS, BI Purwokerto Gelar*

*QRIS Ngapak Festival 2021 - Wiradesa.co*. Wiradesa. <https://www.wiradesa.co/genjot-target-merchant-qr-is-bi-purwokerto-gelar-qr-is-ngapak-festival-2021/>

Indrayani, H. (2012). Penerapan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Efektivitas, Efisiensi dan Produktifitas Perusahaan. *Jurnal EL-RIYASAH*, 3(1), 48–56. <https://doi.org/10.24014/JEL.V3I1.664>

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2013). *Kementerian Komunikasi dan Informatika*. Kominfo. [https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+orang/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+orang/0/berita_satker)

Kusnandar, V. B. (2021). *Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia*. KataData. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>

Lidwina, A. (2021). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. KataData. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>

Panjaitan, R. (2022). *Psikologi warna: 10 Warna yang memengaruhi marketing dan branding*. Universitas STEKOM. <https://bisnis-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Psikologi-warna-10-Warna-yang-memengaruhi-marketing-dan-branding/ce2575945491168e19b00715da76c5bbdf8f0084>

Purwanto, K. A. (2000). Pengembangan

Pasar Wage sebagai Pasar Induk di Purwokerto (Landasan Konseptual Perencanaan dan Perancangan) [UII Yogyakarta]. In *Universitas Islam Indonesia*.

<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/831>

Rezka, S. M. (2021). *Kenali 4 Perbedaan Data Sekunder dan Data Primer Saat Melaku... DQLab*. <https://dqlab.id/kenali-4-perbedaan-data-sekunder-dan-data-primer-saat-melakukan-penelitian>

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D* (19th ed.). Alfabeta.

Wahyudi, L., & Heriwati, S. H. (2021). Social Criticism about the 2019 Election Campaign in the Comic Strip Gump n Hell. *Dewa Ruci: Jurnal Pengkajian Dan Penciptaan Seni*, 16(1), 56–66. <https://doi.org/10.33153/DEWARUCI.V16I1.3231>

Yogananti, A. F. (2015). Pengaruh Psikologi Kombinasi Warna Dalam Website. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 1(01), 45–54.

<https://doi.org/10.33633/ANDHARUPA.V1I01.956>