

Analisis *User Experience* pada Pendekatan *User Centered Design* dalam rancangan Aplikasi Placeplus

Yordan Patra Savira
Program Studi Informatika
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta, Indonesia
16523006@students.uii.ac.id

Irving V Papatungan
Program Studi Informatika
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta, Indonesia
irving@uui.ac.id

Beni Suranto
Program Studi Informatika
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta, Indonesia
beni.suranto@uui.ac.id

Abstrak—Munculnya konsep *co-working space* pada *café-café* menyebabkan perlunya pengembangan lebih lanjut karena meningkatnya pengguna dan keberadaannya yang belum banyak di beberapa wilayah. Sebuah aplikasi bernama Placeplus dirancang sebagai solusi dari permasalahan tersebut. Perancangan dan pengembangan aplikasi Placeplus dilakukan menggunakan pendekatan *User Centered Design* (UCD) dengan berorientasikan konsep *Product Market Fit*. Konsep tersebut sering diabaikan sehingga menjadi faktor utama kegagalan dari suatu rintisan bisnis. Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan pernyataan 3 narasumber dan 5 responden sebagai pengguna adalah hanya 1 dari 5 aspek yang diteliti yang sudah dapat mencapai angka kepuasan pengguna pada skala baik dengan nilai rata-rata 83,25. Penilaian 4 aspek lainnya yang memiliki nilai rata-rata terendah 60 kemudian dijadikan fokus utama pada rancangan aplikasi PlacePlus yang selanjutnya akan direkomendasikan kepada sejumlah stakeholder yang ada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya.

Kata Kunci—*Coworking Space*, *Product Market Fit*, *User Centered Design* (UCD)

I. PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman dan teknologi informasi, orang semakin mudah mendapatkan lapangan pekerjaan, khususnya orang yang bekerja di sebuah bisnis digital atau *startup*. Bisnis *startup* tidak banyak membutuhkan orang, tidak terlalu membutuhkan sebuah kantor tetap serta bisa dikerjakan dimana saja. Maka dari itu munculah tren tempat kerja bersama yang disebut *co-working space*.

Co-working space didirikan oleh Stefan Leitner-Sidi dan Michael Poll di Wina, Austria, pada 2002. Sejak saat itu banyak orang dari berbagai sektor bisnis mulai hadir dalam satu tempat. Sebuah tempat dimana para individu dapat saling berinteraksi, dan tidak menutup kemungkinan untuk membuat *networking*.

Rancangan ide rintisan bisnis atau *startup* PlacePlus diciptakan karena mengingat ditemukannya beberapa faktor kegagalan dalam menemukan kebutuhan pasar dengan ketiadaan validasi atas bisnis serta kepastian dari *product-market fit*. Mudah-mudahan, ide rintisan bisnis ini hadir karena melihat penggunaan *co-working space* yang kini tengah menjadi tren namun tidak dilengkapi dengan informasi lengkap mengenai ketersediaan serta detail dari *working space* tersebut. “PlacePlus” sendiri bergerak dalam bidang *online marketplace* yang menawarkan jasa penyewaan ruangan bagi konsumen dengan objek keberadaan *co-*

working space pada *café* yang ada di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya.

Dibalik perkembangan *co-working space* ada beberapa masalah yang dirasakan pengguna yaitu banyak kesulitan terhadap tampilan yang diberikan *co-working space*, informasi tentang *co-working space* yang tersedia kurang lengkap, fasilitas, harga, dan informasi lainnya. Tidak hanya itu pengguna juga menemukan ketidaksamaan antara data yang ada dengan informasi yang diberikan (tidak akurat). Dengan demikian Placeplus datang menjawab kebutuhan pengguna dengan memberikan pelayanan informasi yang detail dan lengkap. Serta memberikan *User Experience* (UX) yang mudah dimengerti pengguna. sekaligus reservasi *co-working space* melalui situs web secara *real time*.

Desain antarmuka dan pengalaman pengguna (*Desain User Interface/User Experience- UI/UX*) merupakan hal terpenting yang perlu diperhatikan pada proses reservasi guna memberikan kepercayaan pada *user*. Oleh karena itu Placeplus dalam membuat situs web melibatkan calon pengguna secara langsung agar mendapatkan *feedback* yang positif serta memperhatikan komponen paling utama yang diperlukan yaitu fungsi dan kegunaannya dalam meningkatkan kepuasan pengguna (pengguna aplikasi, pengguna situs web). Peningkatan yang terjadi ini kemudian akan setara dengan angka peningkatan kegunaan dan kesenangan yang dihasilkan pada interaksi pengguna dan produk. Oleh karenanya, penting untuk melakukan observasi dengan dialog langsung terhadap pengguna agar dapat mengidentifikasi pengguna yang akan diteliti lebih lanjut berdasarkan riset dari beberapa pendiri *startup*.

Pendekatan *User Centered Design* (UCD) dipilih dalam penelitian ini mengingat pada pendekatan UCD ini, pengguna dilibatkan secara langsung sebagai hal dasar yang utama atas proses pengembangan sistem. Hasil terbaik dari penelitian ini selanjutnya akan dijadikan sebagai data utama dalam proses pembuatan desain antar muka yang terbaik. Keterlibatan calon pengguna aktif ini menjadi penentu dalam proses pengambilan keputusan terhadap implementasi desain dari rancangan ide rintisan bisnis “PlacePlus” ini.

II. STUDI PUSTAKA

Pada penelitian ini, pendekatan dilakukan dengan analisis *User Experience* (UX) pada *User Centered Design* yang memiliki titik fokus pada sisi *end user* akan digunakan untuk menganalisis kemampuan pengguna berdasarkan

pengalamannya dalam menggunakan situs web placeplus.id.

User Experience (UX) merupakan pandangan atau respon seseorang berdasarkan partisipasi dan penggunaan suatu produk sistem serta layanan (ISO, 2010). UX juga merupakan suatu ilustrasi mengenai perasaan seseorang terhadap interaksi yang dilakukannya dengan objek apapun. Keberhasilan UX setara dengan keberhasilan *situs web* yang dibuat karena semakin baik UX yang didapati, maka kebutuhan pengguna dengan fitur produk dapat dikatakan telah mencapai level sesuai. Hal tersebut kemudian menjadi penentu apakah produk tersebut dapat dikatakan berharga atau memiliki nilai. Elemen lain yang perlu diperhatikan dalam mendapati dalam UX yang baik adalah tingkat kepuasan *user* dalam menemukan produk serta menggunakan situs web tersebut saat pertama kali. Terakhir, faktor lain adalah terkait kesesuaian penggunaan aplikasi ini dengan penyelesaian masalah atau hal-hal yang diinginkan oleh para pengguna (Guo, 2012).

Pada penelitian rancangan bisnis Placeplus ini, analisis UX dipilih mengingat tujuan dari dirancangnya Placeplus sebagai layanan yang ingin mencapai *product market fit* dari penggunaan *coworking space* di Yogyakarta dan sekitarnya. *Product market fit* ini perlu diprioritaskan mengingat pemahaman dalam dunia bisnis itu sendiri yang harus bisa menyentuh level segmentasi pasar. Sebagai salah satu komponen bisnis, nilai-nilai atau elemen apa saja yang perlu diberikan dari startup untuk pasar secara valid dapat diperoleh dari komunikasi langsung dengan calon pengguna (konsumen dari *co-working space* itu sendiri). Dan dalam hal ini, analisis UX dirasa paling sesuai dengan segmen pasar masyarakat Jogja sebagai konsumen dan lebih efisien untuk memperolehnya dibandingkan dengan *User Interface* yang cenderung lebih kompleks.

Sementara itu, *User Centered Design (UCD)* merupakan suatu pendekatan atau teknik dengan menempatkan pengguna sebagai titik pusat dari proses pengembangan sistem yang kemudian bertujuan untuk meningkatkan kepuasan dan kenyamanan dari pengguna tersebut dalam penggunaan sistem atau produk yang dimaksud. Proses UCD merupakan proses yang memerlukan pengulangan atau bersifat iteratif yang mana perlu dilakukan pengulangan sejak tahap awal hingga tahapan implementasi pada proses desain dan evaluasinya. Dalam hal ini, pendekatan UCD dapat dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahapan ini dapat berupa pendekatan secara langsung dan dapat bersifat konsultasi dengan pengguna ataupun menjadikan pengguna sebagai mitra desain yang kooperatif. Cara ini bisa dilakukan melalui survey ataupun wawancara sehingga pengguna dapat menjelaskan secara rinci pengalaman yang dirasakan dan kemudian karakter pengguna dapat dijadikan sebagai output pada tahapan ini.

Dalam menghasilkan output riset yang relevan dalam proses pendekatan pengguna, penulis mengharapkan karakter pengguna dapat dipahami yang kemudian dilanjutkan ketika *prototype* awal rancangan selesai dibuat. Dengan adanya beberapa tes awal ini, pengguna diharapkan dapat memberikan evaluasi dari rancangan awal sistem sehingga penulis dapat memahami lebih lanjut relevansi dari sistem ini untuk pengguna serta dapat memperbaharui segera berdasarkan hasil evaluasi kepuasan dari pendapat para pengguna. Tujuan awal

diciptakannya suatu sistem adalah untuk menciptakan kenyamanan serta kemudahan bagi penggunanya. Pendekatan UCD ini diharapkan menciptakan relasi antara perancang sistem dengan pengguna sehingga akurasi dari rancangan dan proses pembuatan sistem itu sendiri dapat tercapai tanpa membutuhkan waktu yang lama dan sesuai dengan keinginan para pengguna.

Output utama dari penggunaan pendekatan ini adalah terpenuhinya kebutuhan user melalui aplikasi yang akan dirancang dan user tidak perlu mengubah perilaku untuk menggunakan situs web. Pendekatan UCD membutuhkan eksperimen, proses pengulangan (iterasi) dan juga pengalaman pengguna saat mengalami kegagalan. Dalam UCD sendiri, terdapat prinsip yang dapat digunakan sebagai panduan dalam menjalankan pendekatan ini yaitu :

- a. Memahami pengguna dengan baik (mengerti latar belakang user)
- b. Desain dibuat berdasarkan evaluasi yang dilakukan pada setiap iterasi
- c. Mengutamakan pengalaman pengguna
- d. Melibatkan pengguna dalam pembuatan dan perancangan desain

Proses perancangan sebuah sistem memiliki beberapa pilihan pendekatan yang dapat digunakan. Akan tetapi, pada penelitian ini, spesifikasi dari pengguna sistem merupakan hal yang penting sehingga penulis memilih pendekatan UCD. Selain UCD, pada hakikatnya terdapat juga pendekatan *Human Centered Design (HCD)* yang notabene sering dianggap sama dengan UCD terutama bagi golongan awam. Seperti yang telah penulis sebutkan sebelumnya, yang menjadi perbedaan signifikan antara keduanya adalah HCD adalah pendekatan yang cenderung terbuka bagi seluruh pengguna sedangkan UCD memiliki titik fokus pada pengguna yang spesifik.

Output dari pengalaman para pengguna merupakan hal yang krusial pada proses penentuan awal UX dalam sebuah situs web. Proses rancangan ini kemudian merupakan suatu hal yang sangat penting karena bertujuan untuk membangun kesan terbaik bagi para penggunanya. Oleh karenanya, penting untuk menentukan spesifikasi pengguna sehingga pendekatan UCD ini penulis anggap sebagai pendekatan yang relevan. Dan di sisi lain, penggunaan dari objek *co-working space* yang terdapat pada situs web placeplus.id sendiri masih mencakup kalangan terbatas sehingga penting untuk mengoptimalkan hasil evaluasi dari pengguna yang spesifik melalui pendekatan UCD.

Sebagai sebuah situs web, placeplus.id tentunya kedepan akan memiliki kompetitor sehingga penting untuk membuat suatu perbedaan yang signifikan yang kemudian akan membuat situs web ini beda dan unggul dari para kompetitornya. Meskipun terdapat beberapa aspek lain seperti proses bisnis dan sebagainya, UX juga merupakan hal yang mendasar yang perlu diperhatikan pada setiap rancangan situs web. Dengan penentuan kebutuhan para pengguna yang memiliki akurasi yang tepat, disertai dengan proses perancangan, pembuatan *prototype* awal serta melakukan pengujian, terciptanya sebuah sistem dengan pendekatan UCD yang baik akan mendapatkan output sistem yang berguna bagi seluruh target penggunanya.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada proses perancangan situs web Placeplus.id, terdapat beberapa tahapan yang diinisiasi dengan tahap analisis. Tahapan ini yang kemudian menjadi fokus penulis pada penelitian ini. Pada tahap analisis tersebut, terdapat tiga bahasan utama yaitu analisis cara reservasi, analisis proses bisnis dan wawancara *stakeholder*. Selain pemilik bisnis dari *co-working space* itu sendiri, penting untuk mengetahui melalui sudut pandang pengguna (*user*). Oleh karenanya, pada penelitian ini, setelah melakukan studi pustaka, penulis menggunakan pendekatan *User Centered Design* (UCD) dalam menganalisis serta mengumpulkan data.

Pendekatan UCD ini adalah pendekatan pada perancangan desain yang berfokus pada kebutuhan user, sehingga desain aplikasi yang dikembangkan melalui UCD akan dioptimalkan dan fokus pada kebutuhan *end-user*. Proses yang digunakan dalam pendekatan UCD pada analisis dan pengumpulan data di penelitian ini adalah dengan melakukan aktivitas sebagai berikut:

A. Wawancara (*interview*)

Wawancara dilakukan untuk berinteraksi dengan pengguna dengan maksud untuk mencari tahu apa yang dibutuhkan pengguna dari sistem yang akan dibuat. Hal ini dilakukan untuk studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti. Pada penelitian ini, proses *in depth interview* dilakukan secara tatap muka terhadap tiga narasumber yaitu Jifa Malika Sari (staff dan operator *Sinergi Coworking Space*), Malinda Hestiyana (penyewa *working space*) dan Najla Indah A. (penyewa *working space*). Pertanyaan yang diajukan terbagi menjadi tiga golongan tergantung pada subjek pertanyaan diajukan dengan *output* jawaban isian dari narasumber. Adapun beberapa pertanyaan yang diajukan adalah sebagai berikut :

- 1) Pemilik (*owner*)
 - a) Bagaimana cara memasarkan *co-working space*?
 - b) Bagaimana cara mendapatkan laporan kinerja *co-working space*?
 - c) Menurut Anda, apakah proses yang digunakan saat ini cukup efektif dan efisien?
- 2) Pengelola (*management*)
 - a) Bagaimana proses reservasi *co-working space* dilakukan?
 - b) Bagaimana cara berkomunikasi dengan konsumen?
 - c) Menurut Anda, apakah proses yang digunakan saat ini cukup efektif dan efisien?
- 3) Penyewa *co-working space*
 - a) Bagaimana cara Anda mengetahui informasi mengenai detail *co-working space*?
 - b) Bagaimana cara melakukan reservasi *co-working space* yang pernah Anda lakukan?
 - c) Bagaimana cara berkomunikasi dengan *co-working space* sejauh ini yang pernah Anda lakukan?
 - d) Apakah proses yang digunakan saat ini cukup efektif dan efisien?

B. Kuesioner

Pada tahapan ini, terdapat lima pertanyaan berdasarkan *user experience* yang dilakukan terhadap 5 responden dengan rentan usia 18-35 tahun. 5 karakter usia ini dipilih berdasarkan pertimbangan kemampuan ekonomi serta intensitas mahasiswa atau pun pekerja dalam penggunaan *co-working space* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain itu, terdapat empat objek utama penilaian *coworking space* yang dipilih berdasarkan pertimbangan popularitas serta jaraknya dengan kawasan mahasiswa maupun daerah industri pekerja. *Coworking space* tersebut adalah

- Sinergi Coworking Space, Jalan Cenderawasih No. 32B Yogyakarta
- Relasi Co-working Space, Mlati, Yogyakarta
- Kolektif Collaboration Space, Ngaglik, DI Yogyakarta
- BeeHive Coffe & Working Space, Sleman, DI Yogyakarta

C. Task Modelling

Proses ini merupakan tahapan dalam menganalisis dan menggambarkan bagaimana pengguna melaksanakan tugas pada sistem yang mencakup apa saja yang dapat dilakukan dan hal apa saja yang perlu diketahui pengguna. Selain itu juga berfungsi untuk memeriksa tugas pengguna dalam mengetahui dengan baik apa yang dibutuhkan pengguna dari *interface* dan bagaimana pengguna nyaman menggunakannya. Tahapan ini dapat dilakukan sebelum maupun setelah mendapatkan *output* dari *in depth interview*.

D. Prototyping

Prototyping suatu proses membangun solusi perancangan yang konkrit yang berawal dari pengguna dan kebutuhan pengguna. Hal ini mewakili model produk yang akan dibangun, mensimulasikan, fungsionalitas atau operasi sistem. Perancangan *prototype* ini dilakukan dengan menyesuaikan beberapa hal yang menjadi fokus utama pada kesimpulan maupun *output* dari proses konvensional yang telah dilakukan sebelumnya yaitu *in depth interview* dan *task modelling*. Kedua *output* yang didapat dari proses-proses ini diasumsikan sebagai gambaran kasar mengenai hal-hal yang dibutuhkan oleh pemilik, pengelola serta pengguna *co-working space* dan menjadi acuan dalam menemukan *product market fit* berdasarkan nilai kepuasan pengguna. Dalam proses perancangan dan uji coba *prototype* ini, penulis bekerja sama dengan rekan penulis yang memegang peranan sebagai *UI & UX Designer* untuk membuat serta kemudian melakukan iterasi terhadap *prototype* yang telah dirancang..

IV. ANALIS DAN PEMBAHASAN

Dari *in depth interview* yang telah dilakukan kepada tiga narasumber pada penelitian ini, penulis mendapati beberapa *output* yang berupa pernyataan isian dari pengelola dan penyewa *co-working space* mengenai beberapa hal yang perlu diperhatikan pada *startup* bisnis *co-working space*, yaitu :

- a. Tersedianya kemudahan pemesanan yang dapat menjangkau lebih banyak golongan

- b. Visibilitas terhadap ketersediaan fasilitas co-working space secara rinci
- c. Kemudahan proses pembayaran (offline atau online transactions)
- d. Tawaran promo dari stakeholders terhadap penyewa
- e. Fleksibilitas perubahan reservasi

Kemudian, 5 poin utama dari hasil *in depth interview* ini penulis jadikan sebagai acuan dalam menentukan solusi atas permasalahan yang selama ini dihadapi dan dijadikan kedalam 5 aspek utama pada pertanyaan di tahap kuesioner, yaitu :

- Q1: Akses pembayaran
- Q2: Fleksibilitas ketersediaan
- Q3: Kecepatan respon dari admin / sistem
- Q4: Fasilitas dan promo
- Q5: Tampilan sistem / layanan

Pertanyaan-pertanyaan ini diajukan pada tahap kuesioner dengan respon menggunakan skala nilai dari 1 sampai 100. Skala tersebut kemudian terbagi menjadi beberapa penilaian, yaitu :

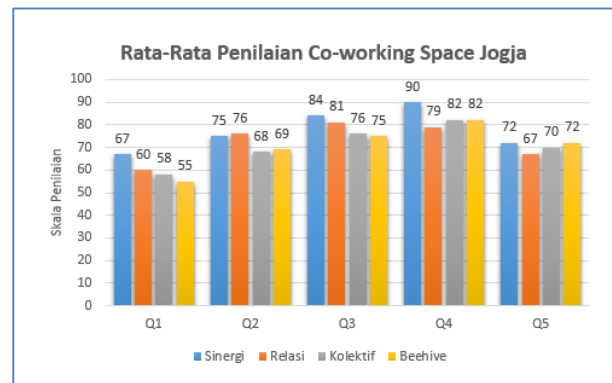
- 0 – 60 : sangat kurang
- 61 – 69 : kurang baik
- 70 – 79 : cukup
- 80 – 89 : baik
- 90 – 100 : sangat baik

Tabel 1. Data Penilaian Co-working Space

Nama Co-working Space	Kriteria					
	User	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5
Sinergi	User 1	60	80	80	90	65
	User 2	65	75	80	90	75
	User 3	60	65	85	85	80
	User 4	80	70	85	90	70
	User 5	70	85	90	95	70
Relasi	User 1	50	85	90	75	65
	User 2	65	75	90	85	75
	User 3	60	80	80	70	60
	User 4	60	70	75	80	65
	User 5	65	70	70	85	70
Kolektif	User 1	65	65	85	75	70
	User 2	50	55	80	75	70
	User 3	50	60	70	80	70
	User 4	55	80	70	95	65
	User 5	70	80	75	85	75
Beehive	User 1	50	75	75	80	70
	User 2	50	80	80	80	70
	User 3	50	70	80	75	75
	User 4	60	55	70	90	80
	User 5	65	65	70	85	65

Kombinasi dari pertanyaan dan jawaban dari responden kemudian penulis olah pada suatu tabel guna melihat rata-rata dari nilai kolektif masing-masing pertanyaan sebagai variabel pada UX. Tahapan ini dilakukan untuk menguji validitas dari data yang telah didapat sebelumnya. Nilai ini kemudian akan menentukan masing-masing variable UX dimana menjadi faktor terpenuhinya *product market fit* pada suatu sistem atau layanan, yang dalam penelitian ini ditujukan pada rancangan situs web Placeplus.id sebagai konsep rancangan bisnis pada *coworking space* lokal.

Penilaian tersebut kemudian diakumulasikan menjadi suatu grafik yang tertera pada gambar 1 berdasarkan nilai rata-rata. Rata-rata didapatkan dari nilai kumulatif penilaian lima pengguna (*user*) terhadap empat *co-working space* populer di Jogja dan berada pada radius kurang dari 15 kilometer dari pusat kampus. Kemudian, jumlah penilaian pada satu *co-working space* di bagi 5. Angka rata-rata ini kemudian dijumlahkan kembali dengan rata-rata pada aspek yang sama di objek *co-working space* yang berbeda lalu dibagi 4 (jumlah *co-working space* sebagai objek penilaian). Hasil tersebut adalah nilai akhir dari rata-rata pada lima aspek hasil dari *in depth interview* yang dibahas dan dijadikan aspek utama pada pertanyaan kuisisioner yaitu Q1, Q2, Q3, Q4 dan Q5.



Gambar 1. Rata-Rata Penilaian Co-working Space Jogja

Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata pada gambar 1 dari lima responden penilaian terhadap empat *co-working space* populer di daerah Yogyakarta dan sekitarnya, rata-rata Q1 menduduki peringkat terendah dengan nilai 60 dan terbilang sangat kurang berdasarkan skala penilaian mengenai akses pembayaran *online* yang seharusnya disediakan oleh layanan dalam reservasi *co-working space*. Hal ini menjelaskan bahwa tanggapan pengguna dari layanan pemakaian atau reservasi *coworking space* yang sangat perlu diprioritaskan pertama berdasarkan nilai kepuasannya adalah terkait akses pembayaran yang selama ini masih terbatas sehingga dalam hal ini, data *in depth interview* mengenai penyesuaian akses pembayaran menjadi *online* dapat menjadi solusi pada permasalahan ini.

Permasalahan selanjutnya adalah mengenai tampilan atau sistem layanan yang selama ini telah ada. Hal ini ditunjukkan pada rata-rata Q5 di gambar 1 yaitu sejumlah 70,25 atau dapat dikatakan cukup berdasarkan hasil penilaian. Menanggapi data ini, dalam perancangan situs web Placeplus diperlukan tampilan menarik dikarenakan data ini menjelaskan bahwa pada layanan yang ada, tampilan atau sistem layanan yang ada saat ini masih belum mampu memenuhi kepuasan pengguna. Beberapa hal lagi yang perlu diperhatikan berdasarkan peringkat rata-rata

penilaian *coworking space* yang menggambarkan kepuasan pengguna adalah fleksibilitas ketersediaan atau transparansi dari ketersediaan akses coworking space tersebut dengan rata-rata Q2 72 (cukup) pada gambar 1, kecepatan respon admin atau sistem dalam reservasi coworking space dengan rata-rata Q3 79 (cukup) pada gambar 1 dan terakhir adalah tawaran menarik dari reservasi itu sendiri baik berupa tambahan fasilitas ataupun promo dengan rata-rata Q4 83,25 (baik).

Dari kelima penilaian rata-rata *co-working space* berdasarkan kuisioner yang ada di penelitian ini, hanya terdapat satu aspek yang menduduki skala penilaian baik. Oleh karenanya, dari sini dapat terlihat aspek mana yang perlu diprioritaskan dalam perancangan sekaligus pengembangan mengenai kepuasan pengguna pada situs web Placeplus.id kedepannya.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis *User Experience (UX)* yang dilakukan melalui proses konvensional wawancara tatap muka bersama tiga narasumber, didapatkan output sebagai penentuan kebutuhan pengguna atau *product market fit* berupa beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penyesuaian terhadap pengguna yaitu beberapa *co-working space* kurang akses pembayaran secara *online* karena tidak bekerja sama dengan penyedia lapak coworking space dan pembayaran kebanyakan masih konvensional yaitu dengan cash dan *debit/credit card*, ada beberapa sudah bekerja sama dengan OVO dan Gopay, disitu penulis mendapat ide untuk mengajak coworking space untuk bekerja sama dengan place plus agar jangkauan coworking space semakin luas. Hal-hal tersebut telah secara rinci dijabarkan pada bab sebelumnya. Kemudian barulah rancangan prototype dapat dieksekusi menyesuaikan *output* ini dan apabila setelah proses uji coba dirasa masih ada yang perlu ditambahkan, proses ini kemudian dapat dilakukan secara iterasi sehingga dapat mewujudkan secara terbaik kebutuhan dari pengguna aplikasi Placeplus tersebut. Tak hanya itu, tahapan *task modelling* juga dilakukan guna menguji validitas dari data yang diperoleh ketika melakukan *in depth interview* dan juga kuisioner.

Saran untuk pengembangan penelitian dikemudian hari adalah tentang penambahan kuantitas narasumber serta kualitas dari pertanyaan yang diajukan. Selain itu, proses kuisioner dengan penambah kuantitas responden dan ojek ajuan pertanyaan juga dapat menjadi alternatif selanjutnya pada pendekatan UCD yang juga bisa dilakukan demi mencapai *output* kebutuhan pengguna secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Krisnoanto, A., Brata, A. H., & Ananta, M. T. (2018, Desember). Penerapan Metode User Centered Design pada Aplikasi E-Learning Berbasis Android (Studi Kasus: SMAN 3 Siduarjo). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2(12), 6495-6501.
- [2] Paskalis, P., Hidayati, S.Kom., M.T., H., & Darwiyanto, S.T., M.T., E. (2015, April). Implementasi User Centered Design untuk Merancang Antarmuka Sistem Informasi Eksekutif pada PT Pos Indonesia. *e-Proceeding of Applied Science*, 1(1), 432.
- [3] Saputri, Intan S. Yatana., Fadhli, Mardhiah., Surya, Ibnu. (2017). Penerapan Metode UCD (User Centered Design) pada E-Commerce Putri Intan Shop Berbasis Web. *Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(2), 269-278.
- [4] Abras, C., Maloney-Krichmar, D., Preece, J. (2004) User-Centered Design. In Bainbridge, W. *Encyclopedia of Human-Computer Interaction*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- [5] Gahran, A., 2011. What's a Mobile App?. [online] diakses dari: <http://www.contentious.com/2011/03/02/whats-a-mobile-app/>
- [6] Rouse, M., 2016. Social Media. [online] diakses dari: <http://whatis.techtarget.com/definition/social-media>
- [7] Winter, J., 2015. What is User Experience?. [online] diakses dari: <https://www.usertesting.com/blog/2015/08/13/what-is-user-experience>
- [8] Arikunto, S., 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi IV. Jakarta: Rineka Cipta.
- [9] Norman, D.A., 2013. *The Design of Everyday Things, Revised and Expanded Edition*. [online] diakses dari: <http://cc.droolcup.com/wpcontent/uploads/2015/07/The-Design-of-Everyday-Things-Revised-and-ExpandedEdition.pdf>
- [10] International Standarts Office (ISO), 1998. ISO 9241 – 11 Ergonomic Requirements for Office Work with Visual Display Terminal (VDTs) – Part 11: Guidance on Usability. *Electronic Documents*. Geneva: ISO.
- [11] Titcomb, J., 2016. Mobile Web Usage Overtakes Desktop for First Time. [online] diakses dari: <http://www.telegraph.co.uk/technology/2016/11/01/mobile-web-usage-overtakesdesktop-for-first-time>
- [12] Guo, F., 2012. More Than Usability: The Four Elements of User Experience, Part I. [online] diakses dari: <http://www.uxmatters.com/mt/archives/2012/04/more-than-usability-the-four-elements-of-user-experience-part-i.php>