Vol.1, No.2, November 2022, hal. 143-154
p-ISSN: 2962-7397, e-ISSN: 2962-7117
https://doi.org/10.30998/cpt.v1i2.1277

PERANCANGAN *PROTOTYPE MOBILE APPS* JASA EKSPEDISI PT. POS INDONESIA

Syifa Hannifah Aulia[1)], Dicky Hidayat[2)]
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
***Alamat correspondence:** dickyhidayat@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: PT. Pos Indonesia sebagai perusahaan BUMN yang bergerak dibidang jasa ekpedisi, saat ini memiliki aplikasi *mobile* yang bernama PosAja!. Aplikasi ini untuk memudahkan pemilik UMKM yang kian bertambah pada saat pandemi covid-19 dalam menjalankan bisnisnya. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, ditemukan fakta bahwa aplikasi tersebut masih belum optimal dan belum mampu memenuhi kebutuhan *user,* baik dari segi tampilan *user interface* maupun *user experience*. Perancangan ini bertujuan untuk merancang ulang dan menghasilkan *prototype mobile apps* PosAja! yang efektif bagi *user* dan diharapkan dapat mempermudah proses pengiriman paket sehingga dapat tercipta efektifitas serta efisiensi waktu. Perancangan diawali dengan penelitian kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui observasi, studi pustaka, kuisioner dan wawancara dengan berbagai pihak, baik dari internal PT. Pos Indonesia maupun pihak eksternal seperti pemilik UMKM dan seorang praktisi UI/UX. Data dianalisis menggunakan analisis visual dan analisis matriks perbandingan. Hasil dari perancangan ini berupa *prototype* aplikasi *mobile* jasa ekspedisi PT. Pos Indonesia. Dengan adanya tampilan *prototype* aplikasi *mobile* ini, diharapkan dapat menjadi rekomendasi PT. Pos Indonesia yang mampu menjembatani UMKM dalam melakukan pengiriman paket menggunakan jasa ekspedisi PT. Pos Indonesia.

Kata Kunci: Aplikasi *Mobile*, *User Interface*, *User Experience*, Jasa Ekpedisi, UMKM

Abstract: *PT. Pos Indonesia as a company engaged in expedition services has an application called PosAja! as the medium. This application makes it easier for MSME owners who are growing during the COVID-19 pandemic in running a business. Based on the observations that have been made, it was found that the mobile application for the expedition service of PT. Pos Indonesia is still not optimal and does not meet user needs, both in terms of user interface and user experience.. Therefore, this design aims to design a mobile application prototype that is effective for users and is expected to simplify the package delivery process so that effectiveness and time efficiency can be created. This design method is qualitative in nature with data collection in the form of observations, literature studies, questionnaires and interviews with several parties both from internal PT. Pos Indonesia and external parties such as MSME owners and a UI/UX expert practitioner. After that, a visual analysis of the data and analysis of the comparison matrix were carried out. The results of this design in the form of a prototype mobile application for expedition services PT. Indonesian post. With the appearance of this mobile application prototype, it is hoped that it can become a recommendation for PT. Pos Indonesia which is able to bridge MSMEs in sending packages using the expedition service of PT. Pos Indonesia.*

Keywords: *Mobile Application, User Interface, User Experience, Expedition Service, MSME*

Pendahuluan

ICT atau yang biasa dikenal juga sebagai TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi), merupakan istilah untuk teknologi informasi yang menekankan peran komunikasi dan telekomunikasi yang memungkinkan *user* untuk mengakses, menyimpan, bahkan bertukar informasi satu sama lain. Perkembangan ICT yang pesat saat ini memungkinkan berbagai layanan dapat dikemas dalam bentuk *mobile apps* dengan hanya mengandalkan internet dan *smartphone.* Terlebih di era globalisasi seperti sekarang, dimana pola hidup masyarakat yang sifatnya lebih menuntut menjadi serba praktis, tidak terkecuali jasa ekspedisi (Fitriani, 2014).

Menurut salah satu artikel dalam situs Lalamove.com, ekspedisi secara tidak langsung sudah sering kali dijumpai di kehidupan sehari-hari karena sebagian besar pihak tidak dapat menangani pengiriman tanpa bantuan jasa ekspedisi. Terlebih bagi para pelaku UMKM yang terus meningkat dari tahun ke tahun, khususnya daerah Jawa Barat pada masa pandemi covid-19. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan Usaha Kecil pada tahun 2021, ditemukan fakta bahwa pelaku UMKM di Jawa Barat mengalami peningkatan jumlah menjadi 85% pada tahun 2021, yaitu sebanyak 6,25 juta unit usaha (Nizar, 2021) dengan karakteristik pemilik UMKM di Provinsi Jawa Barat tergolong ke dalam usia produktif yaitu berkisar 24-40 (milenial) yang melek teknologi.

PT Pos. Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang layanan kurir sejak 1746. Arie Lukihardianti dalam artikel yang dilansir dalam republika.co.id, menjelaskan bahwa PT. Pos Indonesia (Persero) pada masa pandemi ini telah menerapkan inovasi berupa *mobile apps* yang bernama PosAja!. Target dari aplikasi ini adalah masyarakat yang berdomisili di *second city* khususnya di Jawa Barat. Aplikasi ini bertujuan untuk memenuhi selera masyarakat khususnya pemilik UMKM yang terus berkembang dan berubah seiring berjalannya waktu (Deni, 2021). Namun aplikasi tersebut masih belum sukses menarik perhatian masyarakat. Observasi terhadap aplikasi tersebut menunjukan bahwa aplikasi tersebut belum optimal dari segi tampilan seperti tidak adanya tombol *login*, *tracking* paket yang sulit terbaca, sulitnya input data, dan berbagai kendala lainnya yang membuat *user* kesulitan saat menggunakannya. Aplikasi juga belum dapat memenuhi kebutuhan *user* karena kurangnya informasi yang disampaikan, serta fitur-fiturnya yang kurang lengkap. Hal ini juga dibuktikan dengan rendahnya rating masyarakat yang didapatkan dari Playstore yaitu 3.1, serta banyak kritik yang ditujukan kepada aplikasi tersebut. Respon tersebut menunjukan bahwa masyarakat tidak puas akan aplikasi tersebut, sehingga mereka lebih tertarik memakai aplikasi lain dari perusahaan ekspedisi swasta yang ada.

Penelusuran melalui Playstore menunjukan bahwa beberapa perusahaan swasta telah memiliki *mobile apps* dengan *user* yang lebih banyak dan mendapatkan respon yang lebih baik dari segi tampilan maupun kemudahan pemakaian. Aplikasi-aplikasi yang dimaksud antara lain Paxel milik PT. Paxel Teknologi Unggul dengan rating 4.9 dan diunduh sebanyak 1 juta lebih *user*, Deliveree milik PT. Angkut Teknologi Indonesia dengan rating 4.9 dan diunduh sebanyak 1 juta *user*, dan anteraja milik PT. Tri Adi Bersama dengan rating 3.9 dan diunduh 1 juta lebih *user*.

Berdasarkan fakta-fakta diatas dapat disimpulkan bahwa perlu adanya perbaikan *user interface* pada *mobile apps* PosAja! agar dapat memudahkan *user* dalam menggunakannya, serta dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap PT. Pos Indonesia sebagai perusahaan milik BUMN dengan tarif murah serta jangkauan area yang lebih luas. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka penelitian ini bermaksud untuk melakukan perancangan ulang *mobile apps* PosAja!. Sebelum perancangan dilakukan, terlebih dahulu dilakukan penelitian dengan metode kualitatif deskriptif, yaitu metode penelitian yang memaparkan keadaan objek

This work is licensed under a CC-BY-NC

yang diteliti sebagai apa adanya, sesuai dengan situasi dan kondisi ketika penelitan tersebut dilakukan Sugiyono (2018). Penelitian awal ini akan menjadi landasan bagi perancangan *(Divergensi).* Perancangan dilakukan dengan menggunakan pendekatan *desain thinking* (Ford, 2010; Hendriyana, 2019), yaitu melalui tahapan *emphatize, define, ideate, prototype*, dan *test.* Diharapkan dengan perancangan ulang *mobile apps* ini menjadi solusi efektif untuk menghubungkan masyarakat *second city* di Jawa Barat, khususnya pemilik UMKM dengan mengacu pada kebutuhan mereka, sehingga dapat membantu dan memudahkan proses pengiriman paket serta meningkatkan loyalitas dari *user* dan pelanggan.

Metode Perancangan

Konsep Media

Dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi, *smartphone* kini telah menjadi perangkat multimedia yang dapat digunakan oleh siapa saja. *Smartphone* memudahkan komunikasi pengguna, menjadi wahana edukasi dan informasi, serta dapat juga mempermudah aktivitas sehari-hari pengguna melalui berbagai aplikasi yang terdapat di dalamnya (Hidayat, 2019). Berdasarkan data Newzoo, pengguna *smartphone* di Indonesia pada 2020 telah mencapai 160,23 juta penduduk. Asosiasi Industri Perangkat Telematika Indonesia (AIPTI) memperkirakan bahwa pengguna *smartphone* di Indonesia terus akan meningkat singnifikan dari tahun ke tahun, dengan prediksi bahwa pada tahun 2025 setidaknya akan ada 89,2 persen populasi penduduk Indonesia yang akan menggunakan *smartphone* dengan sistem operasi android.

Berikut ini adalah spesifikasi media pada perancangan ini:

1. Bentuk Media: *Mobile Apps*
2. Sistem operasi: Android
3. Screen density: HDPi
4. Ukuran Layar: 16:9 (menyesuaikan)

Di samping media utama tersebut di atas, dilakukan juga perancangan pada media sekunder atau pendukung, yaitu media promosi yang akan dibuat untuk meningkatkan awareness pada aplikasi PosAja!

Konsep Kreatif

Pada perancangan ini terdapat beberapa perubahan dari aplikasi sebelumnya, antara lain perubahan pada *user interface* agar berkesan ramah/*friendly*, modern, minimalis, dan kekinian.

Selanjutnya, untuk *user experience* disini *user flow* dirubah menjadi lebih mudah digunakan. Antara lain pada fitur layanan utama yang menjadi point penting pada aplikasi posAja!. Untuk pemilihan paket *user* hanya tinggal memilih panjang dan berat dari paket yang dikirim tanpa perlu mengetik secara manual. Penyampaian informasi dikemas lebih sederhana, serta *step by step* dari awal pemilihan layanan utama hingga paket dijemput oleh O-ranger, dengan informasi secara keseluruhan yang mudah dipahami oleh *user*. Aplikasi akan menggunakan bentuk ikon yang sederhana, penggunaan *flat design*, penggunaan warna dan visual yang konsisten dengan tidak terlalu banyak *whitespace*, tipografi yang terbaca, *layout* dan navigasi yang mudah serta responsif, penempatan *action bars* yang dapat dijangkau, dan serta penggunaan bahasa formal-informal.

This work is licensed under a CC-BY-NC

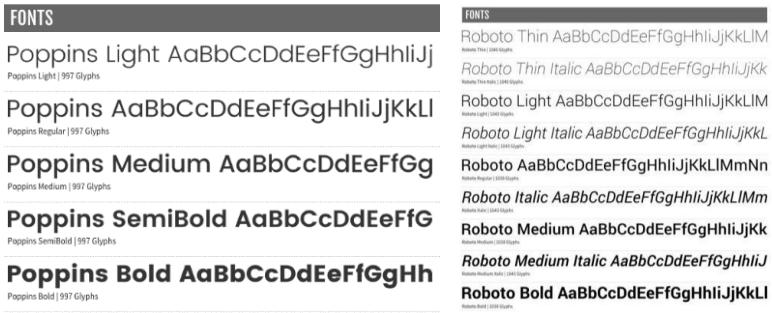
Konsep Visual

Ilustrasi

Jenis ilustrasi yang akan diterapkan pada perancangan ulang aplikasi PosAja! Adalah ilustrasi bergaya *flat design*. Tampilan aplikasi dibuat *simple* agar lebih menonjolkan pesan dan fitur yang ada di dalamnya.

Tipografi

Font yang digunakan adalah "Poppins" dengan dipadukan dengan font "Roboto" secara dominan karena font tersebut memiliki kesan minimalis serta sederhana.



Gambar 1 Poppins dan Roboto
(Sumber: id.pinterest.com, 2022)

Warna

Warna yang digunakan merupakan kombinasi warna analogus. Kombinasi warna tersebut dipilih untuk merepresentasikan *brand* PT. Pos Indonesia dan BUMN.

Gambar 2 Warna
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)

Layout

Layout yang akan digunakan merupakan *layout* vertikal maupun horizontal (*linear layout*). Penggunaan *rounded style* yang konsisten untuk memberikan kesan bebas, fleksibel, dan ringan.

Ikon

Dalam perancangan ulang aplikasi PosAja! akan menggunakan ikon dengam *style outline (rounded)* dan *filled* (*rounded*) karena *style* yang cukup mudah dipahami.

Moodboard

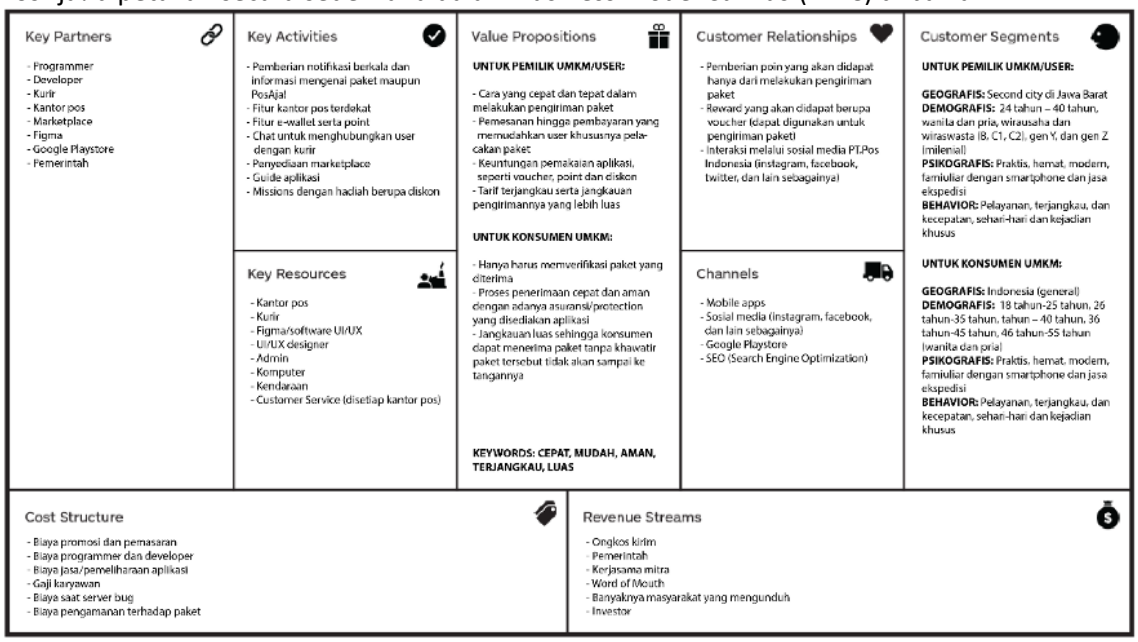
Moodboard di bawah ini akan dipergunakan sebagai standar acuan dalam menentukan karakter dari desain interface yang akan dirancang.

This work is licensed under a CC-BY-NC

Gambar 3 *Moodboard*
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)

Konsep Bisnis

Konsep bisnis untuk membantu menciptakan strategi baru dalam perancangan aplikasi PosAja! dipetakan secara sederhana dalam *Business Model Canvas* (BMC) di bawah ini.



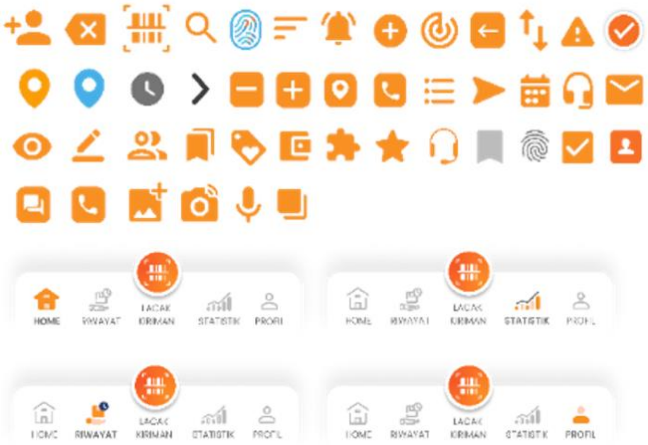
Gambar 4 *Business Model Canvas* aplikasi PosAja!
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)

This work is licensed under a CC-BY-NC

Hasil Perancangan

Ikon

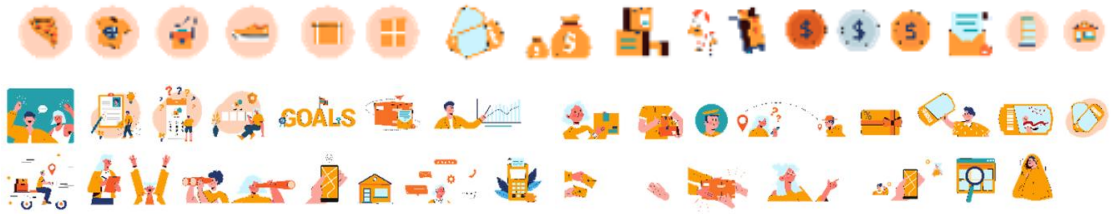
Gambar 5 merupakan aset ikon yang akan digunakan pada aplikasi PosAja!



Gambar 5 *Ikon outline* dan *filled* aplikasi PosAja!
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)

Ilustrasi

Gambar 6 menampilkan ilustrasi *flat design* untuk aplikasi PosAja!.



Gambar 6 Ilustrasi aplikasi PosAja!
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)

User Interface

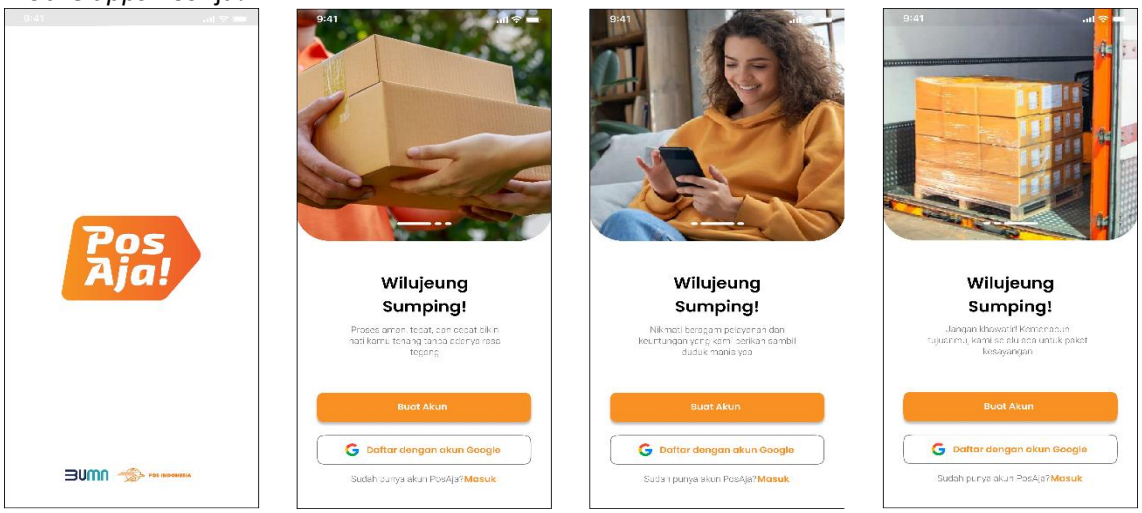
Gambar 7 menunjukkan representasi visual sederhana atau *Low Fidelity Wireframe* dari konten, yaitu gambaran sekilas tentang konten apa yang akan ada di setiap halaman.

Gambar 7 Low Fidelity Wireframe
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)

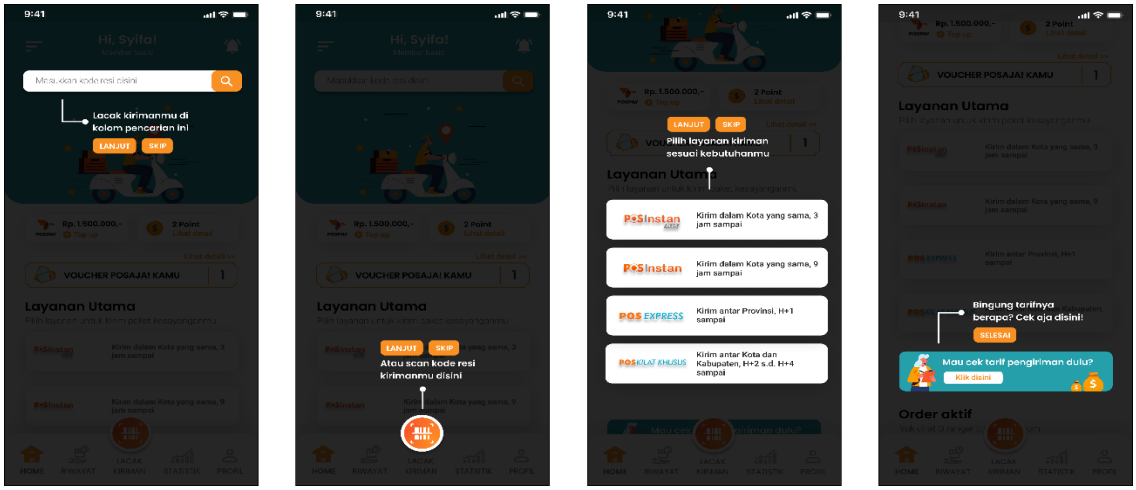
This work is licensed under a CC-BY-NC

Hasil Perancangan

Berikut di bawah ini merupakan hasil perancangan akhir atau *High Fidelity Wireframe* dari *mobile apps* PosAja!.

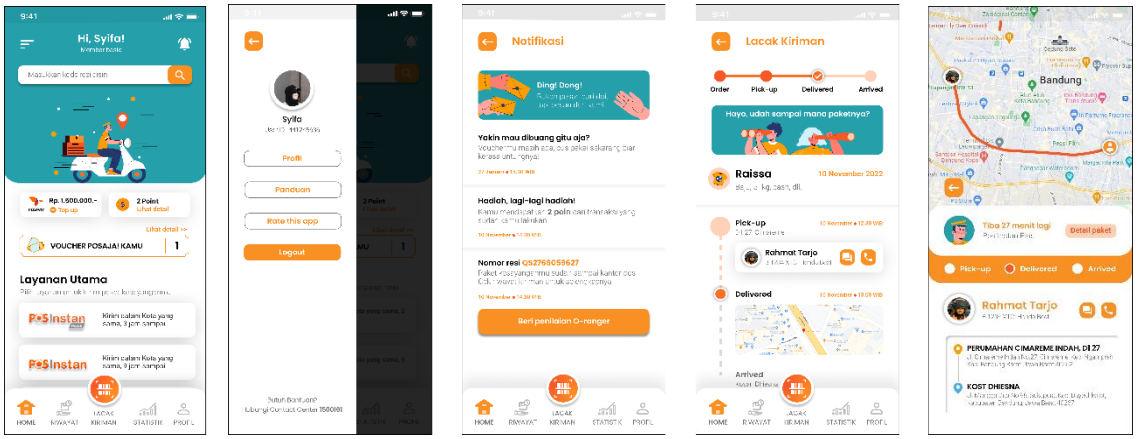


Gambar 8 Logo dan *boarding page*
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)

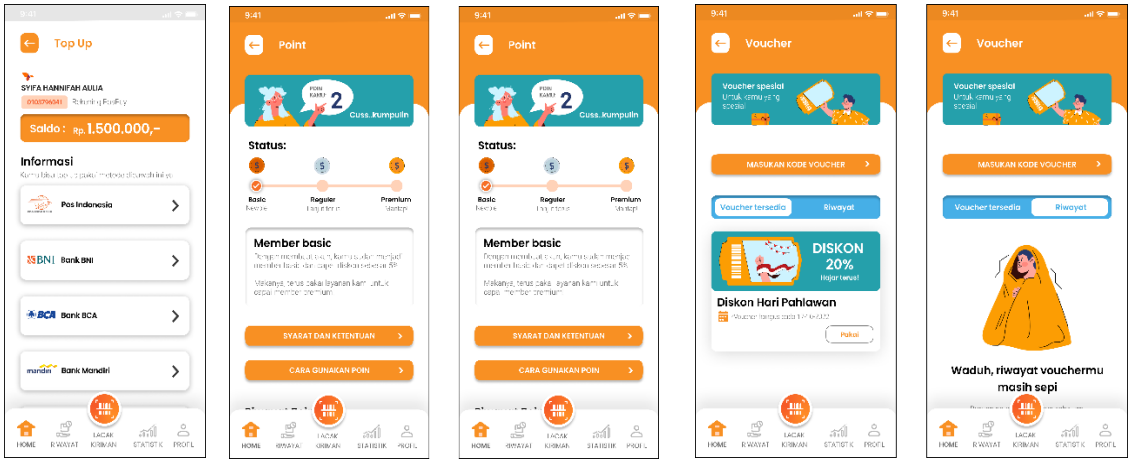


Gambar 9 *Guide*/penjelasan
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)

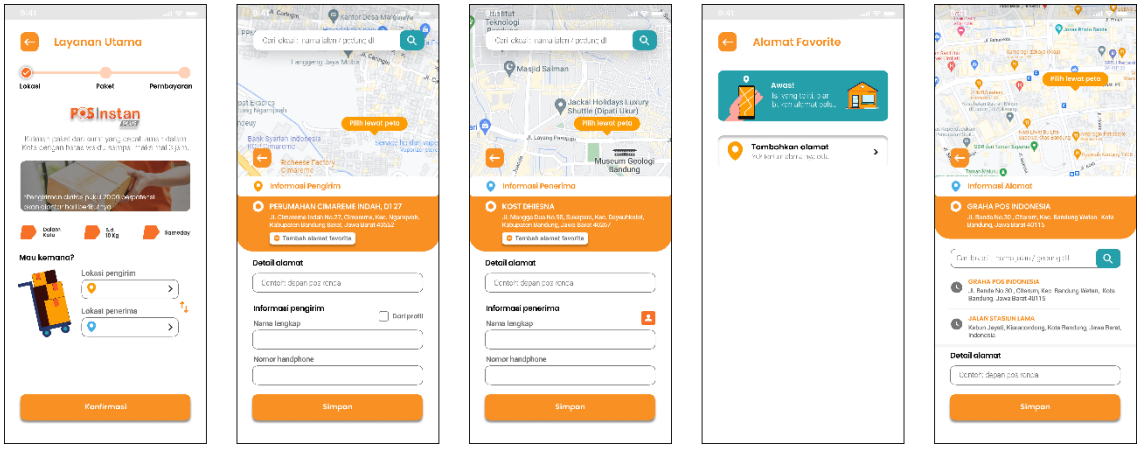
This work is licensed under a CC-BY-NC



Gambar 10 Home, side bar, notifikasi, lacak kiriman
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)

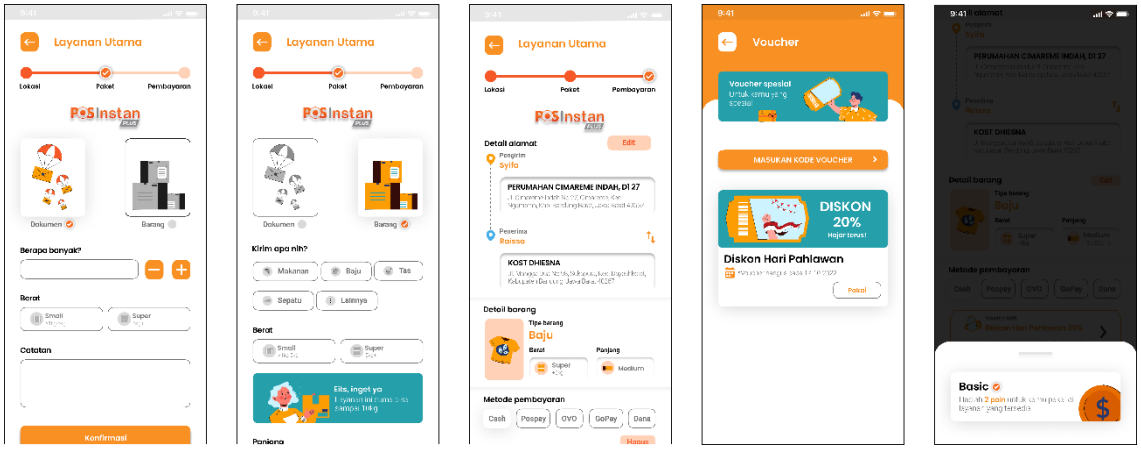


Gambar 11 *Top up, point,* dan *voucher*
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)

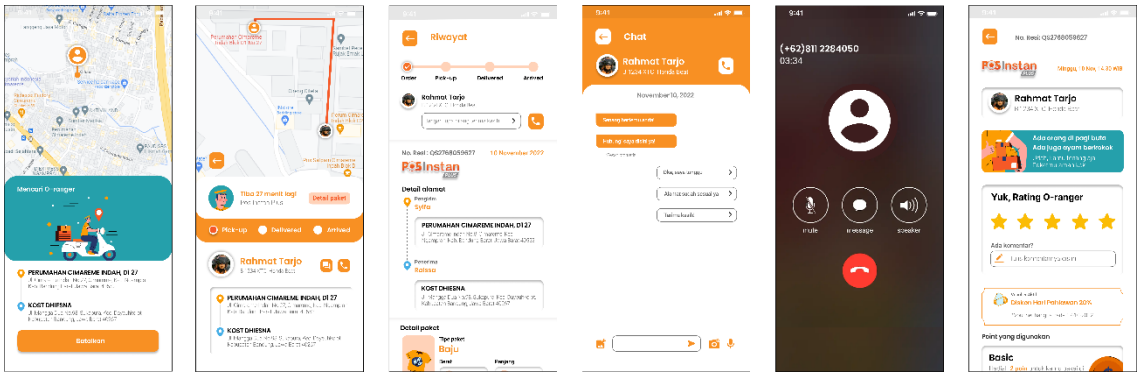


Gambar 12 Layanan Utama (langkah 1, penentuan lokasi dan data diri)
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)

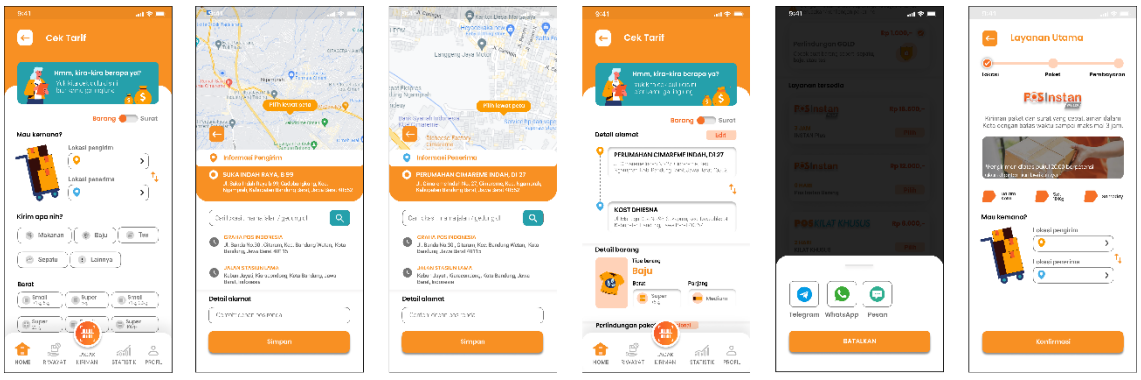
This work is licensed under a CC-BY-NC



Gambar 13 Layanan utama (langkah 2, pemilihan paket)
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)

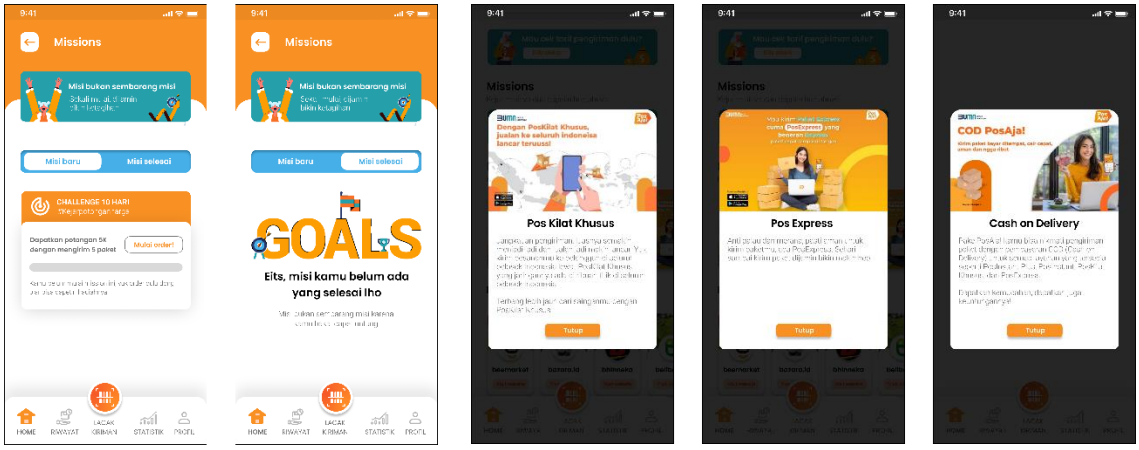


Gambar 14 Penemuan O-ranger
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)

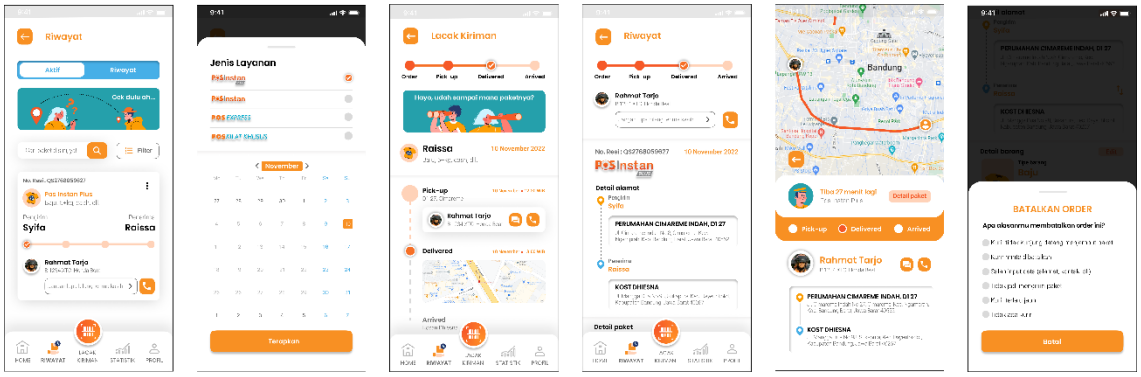


Gambar 15 Cek tarif (barang dan surat)
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)

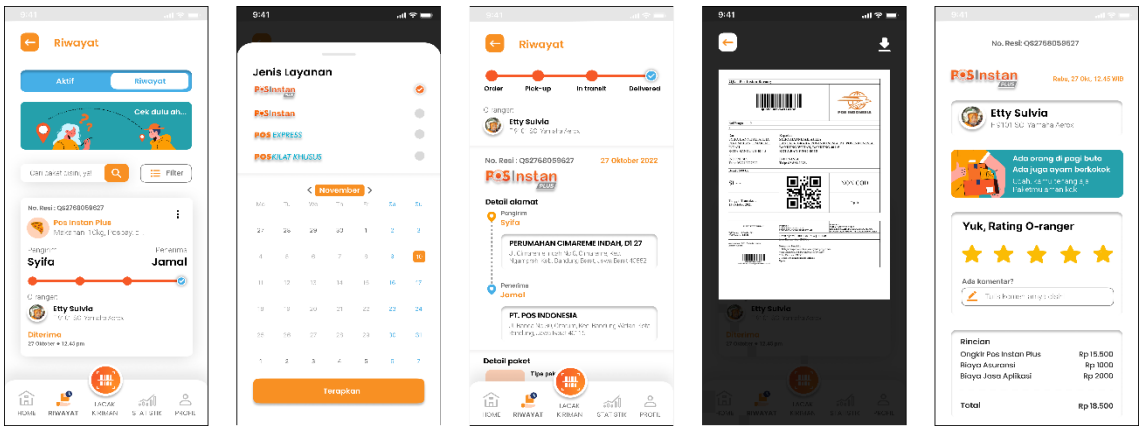
This work is licensed under a CC-BY-NC



Gambar 16 Missions dan highlight
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)

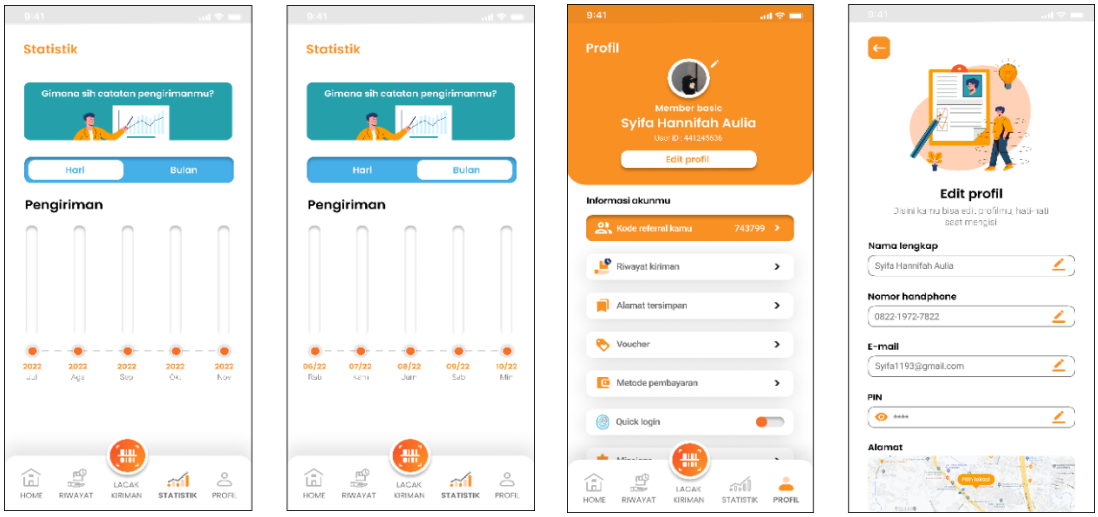


Gambar 17 Riwayat (aktif)
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)

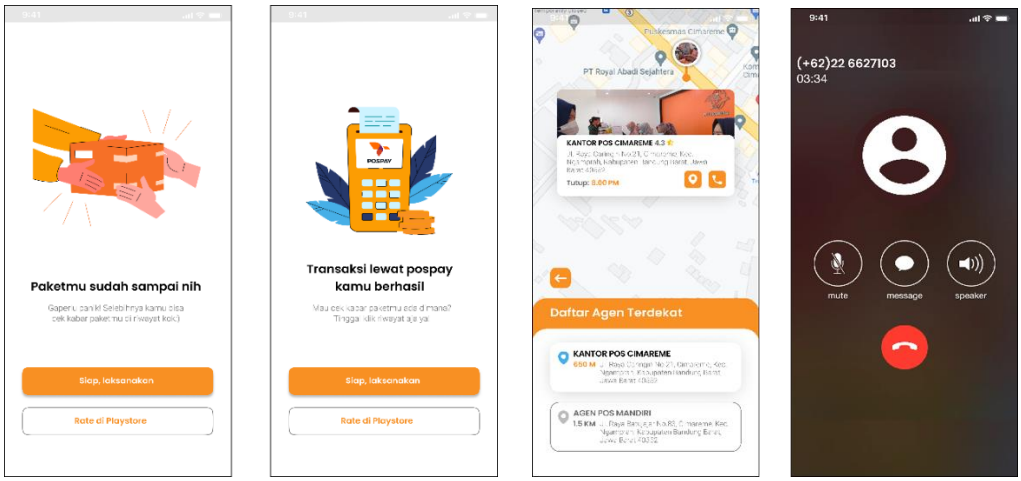


Gambar 18 Riwayat (riwayat)
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)

This work is licensed under a CC-BY-NC



Gambar 19 Statistik dan profil
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)



Gambar 21 Notifikasi *pop up* dan kantor pos terdekat
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2022)

Simpulan

Hasil temuan dari penelitian ini memperlihatkan bahwa baik tampilan maupun fitur yang terdapat dalam aplikasi PosAja! milik PT. Pos Indonesia masih belum memenuhi kebutuhan *user*. Aplikasi tersebut masih membuat *user* kesulitan saat memakainya dengan beragam kendala yang ada seperti tidak adanya halaman *login*, pendaftaran yang sulit, pengisian data pengiriman serta paket yang tidak *to the point*, dan lain sebagainya.

Perancangan ini menghasilkan *prototype mobile apps* PosAja! yang dapat memenuhi kebutuhan *user* melalui penambahan fitur dan tampilan aplikasi saat digunakan, sehingga dapat memberikan solusi permasalahan bagi *user*, khususnya pemilik UMKM di *second city* Jawa Barat. Dengan menggunakan beberapa landasan teori yang tepat dan sesuai, terbentuklah konsep perancangan visual pada *user interface,* baik ilustrasi, *layout*, tipografi, warna, dan ikon dengan desain simple/sederhana dengan penambahan beberapa fitur sehingga dapat mencapai *user*

This work is licensed under a CC-BY-NC

friendly. Desain yang ditampilkan jelas dan ringkas, tidak terlalu monoton seperti tulisan saja atau gambar saja agar lebih mudah dibaca dan dilihat serta memperjelas navigasi dan hierarki agar pesan tersampaikan dengan baik.

Daftar Pustaka

Bidik Milenial, PT Pos Luncurkan Platform Digital Pos Aja!. Diakses pada https://www.republika.co.id/berita/qyjhqx383/bidik-milenial-pt-pos-luncurkan platform-digital-pos-aja (21 Maret 2022, 23.32 WIB).

Hendriyana, Husein. (2021). Metode Penelitian Penciptaan Karya Practice-Ied Research and Practice Based Research Seni Rupa, Kriya dan Desain. Yogyakarta: Andi

Hidayat, D., & Mat Desa, M. (2019). REPRESENTASI NILAI-NILAI PANDANGAN HIDUP ORANG SUNDA DALAM *MOBILE APPS* KISAH LUTUNG KASARUNG (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES). *Demandia : Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, Dan Periklanan, 4*(01), 81 - 97. doi:10.25124/demandia.v4i01.1973.

Intip Tren Jasa Pengiriman Barang di Masa Pandemi. Diakses pada https://www.liputan6.com/bisnis/read/4476920/intip-tren-jasa-pengiriman-barang-di-masa pandemi (11 Oktober 2021, 15.53 WIB).

Jumlah *E-Commerce* di Jawa Barat Terbanyak Nasional. Diakses pada https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/17/jumlah-e-commerce-di-jawa-barat-terbanyak-nasional (08 Agustus 2022, 18.00 WIB).

Lawe, I. G. A. R., & Hidayat, D. (2020). Implementasi Prinsip Multimedia Learning pada E-Book Interaktif "Popout! The Tale Of Peter Rabbit". *DESKOMVIS: Jurnal Ilmiah Desain Komunikasi Visual, Seni Rupa Dan Media*, *1*(3), 210-217.

Pelaku UMKM Jabar Harus Didorong Melek Digitalisasi Marketing. Diakses pada https://jabarekspres.com/berita/2021/11/23/pelaku-umkm-jabar-harus-didorong-melek-digitalisasi-marketing/ (08 Agustus 2022, 18.00 WIB).

Pentingnya Layanan Pengiriman Untuk Bisnis Anda. Diakses pada https://www.lalamove.com/id/blog/jasa-ekspedisi-untuk-bisnis (3 Maret 2022, 11.57 WIB).

Perkembangan Teknologi, Informasi dan Komunikasi. Diakses pada https://acehprov.go.id/berita/kategori/serba-serbi/80-perkembangan-teknologi-informasi-dan-komunikasi (28 Maret 2022, 20.43 WIB).

Soewardikoen D, Widiatmoko. (2019). Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: PT Kanisius.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods) Bandung: Alfabeta.

Untuk Melek Digitalisasi Marketing, Pelaku UMKM Jabar Harus Didorong. Diakses pada https://sumedang.jabarekspres.com/2021/11/24/untuk-melek-digitalisasi-marketing-pelaku-umkm-jabar-harus-didorong/ (09 Juli 2022, 8.30 WIB).

This work is licensed under a CC-BY-NC