

E-CATALOGUE* SEBAGAI MEDIA INFORMASI DI ADESS CAFÉ DI KABUPATEN NGAWI BERDASARKAN METODE *UCD (USER CENTERED DESIGN)

**Fican Paradise Al Zauhari¹
Suci Nurfauziah²**

^{1,2} **Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang**

¹fican.fican@gmail.com

² sucinurfauzi@polinema.ac.id

Abstrak

Perkembangan zaman yang semakin canggih, memunculkan kebiasaan baru bagi masyarakat terutama dalam melakukan pencarian informasi secara *online*. Adess Café adalah usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman milik pribadi. Berdasarkan hasil pengamatan, media informasi yang digunakan hanyalah menggunakan foto produk resolusi rendah dan harga yang dicantumkan di Whatsapp dan Instagram. Media informasi yang diberikan sangat terbatas dan kurang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk pengembangan media informasi dengan *E-Catalogue* untuk meningkatkan media informasi di Adess Café di Kabupaten Ngawi. Penelitian ini menggunakan metode Action Research dengan prosedur penelitian yang terdiri dari perencanaan, tindakan, dan observasi. Metode pengumpulan data yaitu wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Pengembangan *E-Catalogue* didasari dengan metode *UCD (User Centered Design)*. Jumlah responden sekaligus menjadi user yang diambil sebanyak 20 yang terdiri dari 2 owner, 1 manajer dan 17 konsumen. Pengukuran efektivitas desain menggunakan metode *Usability Testing (Learnability, Efficiency, Memorability, Errors dan Satisfaction)*. Dari hasil pengukuran data dapat diketahui bahwa skor rata-rata *Usability Testing* sebesar 4.44 Hal tersebut menandakan responden/*User* sangat setuju bahwa *E-Catalogue* sudah sangat efektif digunakan sebagai pengembangan media informasi pada Adess Café di Kabupaten Ngawi.

Kata kunci: *E-Catalogue*, Media Informasi, *UCD (User Centered Design)*, Adess Café

Abstract

The development of today's technology is advanced and easy, giving new habits for the community, especially to look for information online. Adess Café is a privately owned food and beverage business. Based on observations, the information media used only uses low-resolution product photos and prices listed on Whatsapp and Instagram. The informational media used are limited and less effective. This study aims to develop informational media with an E-Catalogue to increase information given in Adess Cafe in Ngawi City. This study uses the Action Research method with research procedures consisting of planning, action, and observation. Data collection methods are interviews, documentation and questionnaires. The development of the E-Catalogue is based on the UCD (User Centered Design) method. The number of respondents as well as users taken was 20 consisting of 2 business owners, 1 manager and 17 consumers. Measurement of design effectiveness uses the Usability Testing method (Learnability, Efficiency, Memorability, Errors and Satisfaction). The measurement results showed that the average score of the Usability Testing is 4.44. This indicates that the respondents strongly agree that the E-Catalogue has very effectively been used as an informational media development for Adess Cafe in Ngawi City.

Keywords: *E-Catalogue*, Information Media, *UCD (User Centered Design)*, Adess Cafe

1. Pendahuluan

1.1 Latar belakang

Pada masa kini dunia usaha memasuki era globalisasi, dimana semua pihak dapat secara bebas memasuki setiap pasar yang dikehendaki baik itu di dalam negeri maupun di luar negeri tanpa ada batasnya lagi. Melihat kondisi yang demikian ini maka sudah seharusnya jika setiap bidang usaha dituntut untuk mengetahui dan mengikuti perkembangan atau perubahan iklim dari setiap kegiatan usaha. Pemasaran ini memainkan peranan penting dalam dunia usaha yang berhubungan dengan kegiatan untuk memperkirakan atau mengantisipasi kebutuhan yang berkaitan dengan kegiatan mengalirnya produk berupa barang dan jasa dari produsen ke konsumen dengan media informasi.

Katalog dalam dunia bisnis berfungsi sebagai media informasi untuk menarik calon konsumen. Catalogue atau dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai buku yang berisi tentang kelebihan suatu produk dari produsen atau penyedia jasa merupakan aset yang sangat bernilai bagi perusahaan atau organisasi, sedangkan E-Catalogue sendiri adalah versi digitalnya. Dalam bisnis katalog produk berisi tentang nama produk, harga produk, deskripsi produk, serta bagaimana konsumen dapat mememesannya, dalam dunia modern sekarang ini, diperlukan katalog dalam media online/digital yang selain dapat menjangkau konsumen, juga dapat memberikan media yang mudah diakses dan lebih praktis dibandingkan katalog produk fisik.

Teknologi berbasis multimedia menjadi media pendukung dalam menyampaikan informasi yang efektif, terlebih pada Masyarakat digital (digital society) saat ini. Masyarakat digital merupakan tipe masyarakat yang tumbuh bersama dengan adanya teknologi komunikasi digital, hal ini membuat kehidupan masyarakat saat ini dihabiskan dengan berinteraksi di dunia

digital dengan memanfaatkan media komunikasi digital.

Pemanfaatan teknologi berbasis multimedia untuk pembuatan katalog online, khususnya pada penggunaan media sosial terus meningkat secara signifikan selama beberapa tahun terakhir. Selain itu, penggunaan E-Catalogue akan sangat membantu untuk memberikan informasi secara rinci dan jelas kepada konsumen dan calon konsumen sebuah perusahaan.

User Centered Design (UCD) merupakan metode yang digunakan untuk perancangan desain yang terfokus pada kebutuhan user sehingga desain yang dikembangkan melalui UCD akan dioptimalkan dan fokus pada kebutuhan end-user. Dengan menggunakan metode UCD dengan baik dibutuhkan eksperimen dan pengalaman saat mengalami kegagalan (Wijaya, 2019).

Adess Café adalah usaha yang bergerak dibidang makanan dan minuman milik pribadi yang termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Usaha tersebut populer dengan lele sambal mangutnya Media Informasi yang telah digunakannya yaitu media sosial Instagram dan Whatsapp. Media tersebut terdiri dari informasi mengenai produk yang ditawarkan yaitu foto produk dan nama produk. Isi konten yang sebelumnya hanya berisi informasi yang minim dan hanya nama foto produk dengan resolusi rendah dapat dikembangkan berupa foto produk yang memiliki resolusi tinggi dan informasi yang lengkap.

Dengan media informasi katalog online yang dibuat dengan menggunakan Canva dapat diaplikasikan di Adess Café Ngawi dengan mempublikasikannya di media sosial Instagram, whatsapp, sehingga penyebaran E-Catalogue bisa lebih luas dan meningkatkan informasi akan Adess Café. Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka skripsi ini perlu melakukan penelitian dengan mengambil

Judul “E- Catalogue sebagai media informasi di Adess Cafe berdasarkan metode UCD”

2. Kajian Pustaka

2.1. Kajian Empiris

Yudhistira (2019) Menyatakan bahwa Desain katalog online pada media sosial *Instagram* dengan tujuan untuk memberikan informasi secara detail dan efektif untuk konsumen memilih produk. Setyanti (2017) menyatakan bahwa Desain katalog CV Kajeye Food Malang sudah termasuk kriteria desain katalog yang baik, dan layak digunakan. Fitriani, Djamain, dan Kurniati (2016) menerangkan bahwa aplikasi pengembangan perpustakaan digital dengan fitur E-Catalogue membantu anggota dalam memesan buku secara online dengan mudah. Fitur-fitur yang terdapat pada pengembangan aplikasi perpustakaan digital dapat berjalan dengan baik berdasarkan hasil pengujian dengan UAT (*User Acceptance Test*).

2.2. Kajian Teori

2.2.1. E-Catalogue

Mangkulo (2010:27) katalog *online* adalah daftar barang atau jasa yang dijual melalui toko atau bisnis *online* yang disertakan gambar atau foto produk untuk lebih meyakinkan pelanggan

2.2.2. User Centered Design (UCD)

Amborowati (2012) Konsep dari UCD adalah user sebagai pusat dari proses pengembangan sistem, dan tujuan/sifat-sifat, konteks dan lingkungan sistem semua didasarkan dari pengalaman pengguna.

2.2.3. Media Informasi

Jogiyanto HM (2005) Media Informasi secara umum adalah alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi. Melalui media informasi masyarakat dapat mengetahui informasi yang ada serta dapat saling berinteraksi satu sama lain.

3. Metode Penelitian

3.1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian pembuatan E-Catalogue ini adalah Adess Café di Kabupaten Ngawi. Kegiatan pembuatan E-Catalogue menggunakan metode UCD difokuskan guna pengembangan Media Informasi di Adess Café Kabupaten Ngawi

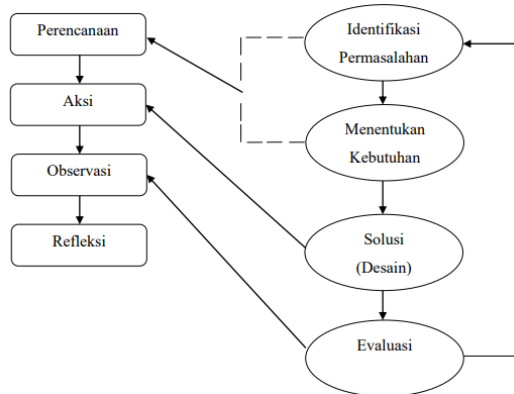
3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan menggunakan metode *Action Research* atau penelitian tindakan. Menurut penelitian Arikunto (2013:129) Menyatakan bahwa penelitian tindakan atau *Action Research* merupakan penelitian tentang hal-hal yang terjadi di masyarakat atau kelompok sasaran, dan hasilnya langsung dapat dikenakan pada masyarakat yang bersangkutan. Kemudian pengembangan tersebut ”dicoba sambil jalan” dalam mendeteksi dan memecahkan masalah yang ada. Model yang dikembangkan oleh Lewin (2013:129). kemudian dikembangkan oleh Kemmis dan Mc Taggart. Kedua ahli ini memandang komponen sebagai langkah dalam siklus, sehingga mereka menyatukan dua komponen yang ke-2 dan ke-3, yaitu tindakan (*acting*) dan Pengamatan (*observing*) sebagai satu kesatuan. Hasil dari pengamatan ini kemudian dijadikan dasar sebagai langkah berikutnya, yaitu refleksi mencermati apa yang sudah terjadi (*reflecting*). Dari terselesaikannya refleksi lalu disusun sebuah modifikasi yang diaktualisasikan dalam bentuk rangkaian tindakan dan pengamatan lagi, begitu seterusnya.

Dari observasi awal di Adess Café Ngawi, untuk media informasi yang digunakan hanya menggunakan Whatsapp dan Instagram saja dengan menampilkan beberapa foto dan nama produk yang membuat informasi yang diberikan dirasa kurang maksimal. Maka dari itu solusi alternatif yang diambil untuk pengembangan media informasi di Adess Café Ngawi adalah dengan membuat E-Catalogue guna untuk meningkatkan informasi yang didapatkan konsumen.

3.3. Diagram Penelitian

Oleh karena itu berikut tahapan-tahapan pokok dalam melaksanakan penelitian tindakan (*Action Research*) ini



3.4. Unit Analisis

Dalam penelitian ini terdapat 3 macam partisipan yaitu unit analisis yang berkaitan dengan fokus atau komponen yang diteliti. Unit analisis digunakan untuk mengidentifikasi keakuratan dan konsistensi alat ukur penelitian. Hasil pengujian terhadap responden akan diolah menjadi hasil data kelayakan *E-Catalogue*.

Partisipan pada penelitian ini berjumlah 20 orang diantaranya adalah 2 pemilik usaha, 1 manager dan 17 konsumen. Beberapa pihak yang terkait dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil dari responden dalam pengujian *E-Catalogue* adalah sebagai berikut:

- a. 2 Pemilik usaha, dengan tujuan untuk memberikan saran terhadap *E-Catalogue* yang sudah dibuat sudah sesuai dengan tujuan perusahaan dan keinginan pemilik
- b. 1 Manager, dengan tujuan untuk memberikan saran terhadap *E-Catalogue* yang sudah dibuat sesuai dengan tujuan perusahaan.
- c. 17 Konsumen, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa bergunanya penggunaan *E-Catalogue* dalam penyampaian informasi serta menarik kepercayaan konsumen

3.5. Jenis Data

Dalam penelitian ini data primer diperoleh secara langsung dari objek penelitian melalui

wawancara, dan memberi kuesioner langsung dengan pemilik usaha dari Adess Café Ngawi. Data yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah gambaran umum perusahaan serta media informasi yang sudah dilakukan. Data diperoleh berupa jawaban dari wawancara yang selanjutnya disimpulkan. Selain data primer juga digunakan data sekunder. Dalam penelitian ini data sekunder seperti melaksanakan metode UCD diperoleh melalui buku-buku, literatur dan juga jurnal-jurnal yang berkaitan mengenai media informasi. Data sekunder lainnya dapat diperoleh melalui media sosial Whatsapp dan Instagram dari Adess Café Ngawi

3.6. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik wawancara dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan pemilik usaha dari Adess Café Ngawi. Data dari wawancara ini berupa gambaran umum dan sejarah perusahaan, sehingga data yang diperoleh lengkap selain itu pembuatan *E-Catalogue* akan sesuai dengan keinginan dari pihak Adess Café Ngawi. Dalam penelitian ini diambil gambar secara langsung dan mencatat data tentang media informasi dan kendalanya. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa struktur organisasi dan daftar produk yang dijual. Dalam penelitian ini diamati semua media informasi yang ada pada Adess Café Ngawi dan melihat kriteria yang cocok untuk pembuatan *E-Catalogue* di Adess Café Ngawi. Pada penelitian ini diajukan beberapa pernyataan tertulis yang diberikan kepada total 20 responden yang terdiri dari 2 pemilik usaha, 1 manager dan 17 konsumen setelah melihat *E-Catalogue* yang telah dibuat. Menganalisa hasil kuesioner menggunakan analisis deskriptif sehingga ditemukan nilai mean dari perhitungan hasil kuesioner. Aspek yang dinilai adalah 5 variabel usability yaitu learnability, efficiency, memorability, error, dan satisfaction. Rentang nilai mean tiap variabel dikelompokkan menjadi 5 kategori yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pengelompokan Nilai Kategori

Nilai	Kualifikasi
4,01-5,00	Sangat Baik
3,01-4,00	Baik
2,01-3,00	Cukup Baik
1,01-2,00	Kurang
0,01-1,00	Sangat Kurang

Keterangan:

N = Nilai Rata-rata

X = Skor masing-masing variabel

5 = jumlah variabel usability

3.7. Metode Analisis Data

Untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini menggunakan instrumen penelitian kuesioner, penulis menggunakan metode skala likert.

Tabel 2. Skala Likert

Skala	Simbol	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	TS	Tidak Setuju
3	N	Netral
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Dalam analisis tabulasi sederhana, data yang diperoleh diolah dengan rumus menurut Durianto, dkk (2003: 78). Sebagai berikut:

$$P = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Persentase jumlah responden yang memilih kategori tertentu

fi = Jumlah responden yang memilih kategori tertentu

Σfi = Banyaknya jumlah responden

Setiap jawaban responden dari pertanyaan dalam kuesioner diberikan bobot.

$$N = \frac{X_{Learnability} + X_{Efficiency} + X_{Memorability} + X_{Errors} + X_{Satisfaction}}{5}$$

Cara menghitung skor rata-ran diadaptasi dari Kurniawan, dkk (2003: 78) sebagai berikut:

Keterangan:

N = Nilai Rata-rata

X = Skor masing-masing variabel

5 = jumlah variabel usability

4. Hasil dan Pembahasan

Proses yang dilakukan dalam penelitian ini sesuai dengan tahapan siklus yang dijalankan.

4.1. Siklus I



Gambar 1. Halaman pertama E-Catalogue siklus I



Gambar 2. Halaman kedua E-Catalogue siklus I



Gambar 3. Halaman ketiga E-Catalogue siklus I



Gambar 4. Halaman keempat E-Catalogue siklus I

Setelah melakukan penyebaran kuesioner kepada para responden (2) Pemilik Usaha/Owner, 1 manajer, 17 konsumen sebagai penguji desain E-Catalogue Adess Café, berikut hasil perhitungan yang diperoleh dari kuesioner yang mengacu pada pengukuran usability testing pengembangan desain

a. Dimensi *Learnability*

Tabel 3. Kategori Learnability siklus I Seluruh Responden

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor Rataan per item	Skor Rataan per Indikator
	1	2	3	4	5		
1		2	6	9	3	3.68	3.7
2		2	4	11	3	3.75	
3		3	4	9	4	3.7	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dimensi learnability mendapatkan skor 3.7 yang termasuk kedalam kategori baik.

b. Dimensi *efficiency*

Tabel 4. Kategori Efficiency siklus I Seluruh Responden

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor Rataan per item	Skor Rataan per Indikator
	1	2	3	4	5		
1		1	4	11	4	3.9	3.4
2			6	11	3	3.85	
3	3	6	5	6		2.7	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dimensi *Efficiency* mendapatkan skor 3.4 yang termasuk kedalam kategori baik.

c. Dimensi *Memorability*

Tabel 5. Kategori Memorability siklus I Seluruh Responden

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor Rataan per item	Skor Rataan per Indikator
	1	2	3	4	5		
1			3	12	5	4.1	3.4
2	3	5	7	3	2	2.8	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dimensi *Memorability* mendapatkan skor 3.4 yang termasuk kedalam kategori baik.

d. Dimensi *Errors*

Tabel 6. Kategori Errors siklus I Seluruh Responden

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor Rataan per item	Skor Rataan per Indikator
	1	2	3	4	5		
1	4	6	4	5	1	2.6	3.2
2		1	4	11	4	3.9	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dimensi *Errors* mendapatkan skor 3.2 yang termasuk kedalam kategori baik.

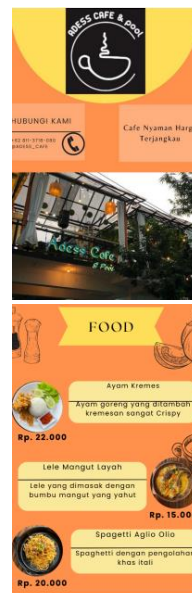
e. Dimensi *Satisfaction*

Tabel 7. Kategori Satisfaction siklus I Seluruh Responden

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor Rataan per item	Skor Rataan per Indikator
	1	2	3	4	5		
1		4	7	7	2	3.35	3.5
2		2	9	3	6	3.65	
3		3	8	5	4	3.5	
4		3	5	6	6	3.75	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dimensi Satisfaction mendapatkan skor 3.5 yang termasuk kedalam kategori baik

4.2. Siklus II



(a)



(b)

(c)



(d)



(e)

(a) : Gambar 1. Halaman Pertama E-Catalogue Siklus II

(b) : Gambar 2. Halaman Kedua E-Catalogue Siklus II

(c) : Gambar 3. Halaman Ketiga E-Catalogue Siklus II

(d) : Gambar 4. Halaman Keempat E-Catalogue Siklus II

(e) : Gambar 5. Halaman Kelima E-Catalogue Siklus II

Setelah melakukan penyebaran kuesioner kepada para responden (2 Pemilik Usaha/Owner, 1 manajer, 17 konsumen sebagai penguji desain E-Catalogue Adess Café, berikut hasil perhitungan yang diperoleh dari kuesioner yang mengacu pada pengukuran usability testing pengembangan desain

f. Dimensi *Learnability*

Tabel 8. Kategori Learnability siklus I Seluruh Responden

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor Rataan per item	Skor Rataan per Indikator
	1	2	3	4	5		
1				9	11	4.5	4.3
2				13	7	4.3	
3				16	4	4.2	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dimensi learnability mendapatkan skor 4.3 yang termasuk kedalam kategori Sangat baik.

g. Dimensi *efficiency*

Tabel 9. Kategori Efficiency siklus I Seluruh Responden

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor Rataan per item	Skor Rataan per Indikator
	1	2	3	4	5		
1				7	13	4.4	4.6
2				4	16	4.8	
3				12	8	4.6	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dimensi *Efficiency* mendapatkan skor 4.6 yang termasuk kedalam kategori Sangat baik.

h. Dimensi *Memorability*

Tabel 10. Kategori Memorability siklus I Seluruh Responden

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor Rataan per item	Skor Rataan per Indikator
	1	2	3	4	5		
1				8	12	4.6	4.5
2				11	9	4.4	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dimensi *Memorability* mendapatkan skor 4.5 yang termasuk kedalam kategori Sangat baik.

i. Dimensi *Errors*

Tabel 11. Kategori Errors siklus I Seluruh Responden

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor Rataan per item	Skor Rataan per Indikator
	1	2	3	4	5		
1				16	4	4.2	4.4
2				8	12	4.6	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dimensi *Errors* mendapatkan skor 4.4 yang termasuk kedalam kategori Sangat baik.

j. Dimensi *Satisfaction*

Tabel 12. Kategori Satisfaction siklus I Seluruh Responden

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor Rataan per item	Skor Rataan per Indikator
	1	2	3	4	5		
1				12	8	4.4	4.4
2				11	9	4.45	
3				11	9	4.45	
4				13	7	4.35	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dimensi Satisfaction mendapatkan skor 4.4 yang termasuk kedalam kategori Sangat baik

Pembahasan

Pada penelitian ini dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden terhadap E-Catalogue yang dibuat. Kuesioner dibuat untuk menilai keefektifan desain berdasarkan usability testing (Learnability, Efficiency, Memorability, Errors, dan Satisfaction), responden terdiri dari 2 pemilik usaha, 1 manajer, 17 konsumen. Berdasarkan hasil penyajian data action research, diperoleh hasil bahwa E-Catalogue telah memenuhi kriteria usability testing yang menggunakan skala likert yang masuk ke kategori sangat setuju. Hal ini terbukti dengan perolehan skor skala yang telah ditentukan.

Usability Testing dimensi pertama yaitu dimensi learnability yang menginformasikan mengenai pernyataan 1 “Tulisan yang digunakan pada halaman utama dapat dibaca”, pernyataan 2 “Dalam E-Catalogue ini memberikan gambaran tentang identitas perusahaan, proses produksi dan produk yang dijual di Adess Café yang mudah dipahami oleh pengguna dan konsumen”, dan pernyataan 3 “E-Catalogue Adess Café ini memudahkan pengguna untuk mencari informasi yang dibutuhkan”. Skor rataan yang didapatkan dimensi learnability yaitu 4,3. Skor ini termasuk dalam rentang 4,01-5,0 dan masuk ke kategori sangat efektif. E-Catalogue ini dikatakan sangat efektif karena E-

Catalogue tersebut membuat responden terutama konsumen dapat memahami tentang identitas dan produk yang dijual di Adess Café. Hal ini dibuktikan dari perolehan nilai yang masuk dalam kategori sangat efektif.

Kedua, yaitu dimensi efficiency yang menginformasikan mengenai pernyataan 4 “E-Catalogue Adess Café ini dapat diakses dengan mudah”, pernyataan 5 “Pergantian satu halaman ke halaman lainnya tidak membutuhkan waktu yang lama”, dan pernyataan 6 “E-Catalogue tidak mengandung halaman yang tidak dibutuhkan pengguna”. Skor rata-rata yang didapatkan dimensi efficiency yaitu 4,6. Skor ini termasuk ke rentang 4,01-5,0 dan masuk ke dalam kategori sangat efektif. E-Catalogue ini dikatakan sangat efektif karena E-Catalogue tersebut menurut responden mudah untuk diakses dan tidak memiliki halaman yang tidak dibutuhkan. Hal ini dibuktikan dari perolehan nilai yang masuk dalam kategori sangat efektif.

Ketiga, yaitu dimensi memorability yang menginformasikan mengenai pernyataan 7 “Nama Cafe dan logo ditampilkan pada E-Catalogue”, dan pernyataan 8 “Warna yang digunakan dalam E-Catalogue memberikan kesan brand image”. Skor rata-rata yang didapatkan dimensi memorability yaitu 4,5. Skor ini termasuk ke rentang 4,01-5,0 dan masuk ke dalam kategori sangat efektif. E-Catalogue ini dikatakan sangat efektif karena E-Catalogue tersebut menurut responden mudah untuk diingat dan memiliki brand image perusahaan. Hal ini dibuktikan dari perolehan nilai yang masuk dalam kategori sangat efektif.

Keempat, yaitu dimensi errors yang menginformasikan mengenai pernyataan 9 “E-Catalogue Adess Café ini tidak memiliki kesalahan informasi”, dan pernyataan 10 “Adanya contact person apabila membutuhkan bantuan”. Skor rata-rata yang didapatkan dimensi errors yaitu 4,4. Skor ini termasuk ke rentang 4,01-5,0 dan masuk ke

dalam kategori sangat efektif. E-Catalogue ini dikatakan sangat efektif karena E-Catalogue tersebut menurut responden tidak ada kesalahan di dalamnya sehingga masih dapat dipahami serta memiliki contact person bila diperlukan. Hal ini dibuktikan dari perolehan nilai yang masuk dalam kategori sangat efektif.

Kelima, yaitu dimensi satisfaction yang menginformasikan mengenai pernyataan 11 “Produk yang dicari di toko fisik ada di E-Catalogue”, pernyataan 12 “Gambar dari produk di E-Catalogue adalah gambar nyata dan asli dari toko fisik”, pernyataan 13 “E-Catalogue Adess Café ini membuat pengguna dan konsumen merasa puas dengan informasi yang diberikan”, dan pernyataan 14 “Ingin mengunjungi kembali halaman E-Catalogue Adess Café”. Skor rata-rata yang didapatkan dimensi satisfaction yaitu 4,4. Skor ini termasuk ke rentang 4,01-5,0 dan masuk ke dalam kategori sangat efektif. E-Catalogue ini dikatakan sangat efektif karena E-Catalogue tersebut menurut responden puas dengan informasi yang diberikan dalam E-Catalogue seperti nama menu serta harga dan ada beberapa yang memiliki foto produk yang cukup jelas. Hal ini dibuktikan dari perolehan nilai yang masuk dalam kategori sangat efektif.

Implikasi

Berikut adalah implikasi-implikasi yang terkait dengan penelitian yang telah dilakukan:

1) Implikasi Teoritis

Pembuatan E-Catalogue menggunakan canva sebagai media informasi menjadi lebih mudah dan lebih leluasa dengan fasilitas yang disediakan aplikasi/ website tersebut sehingga dapat menghasilkan hasil yang baik. Selain itu pembuatan E-Catalogue dibuat dengan menggunakan metode Usability Testing UCD (User Centered Data) yang memperkuat pengukuran efektivitas desain tersebut. Hal ini dibuktikan dengan hasil Analisa

kuesioner yang disebar kepada 20 responden yaitu 2 pemilik usaha, 1 manajer, 17 konsumen. Analisa tersebut menyatakan bahwa E-Catalogue yang dibuat sangat efektif digunakan sebagai pengembangan media informasi

2) Implikasi Praktis

Implikasi praktis dari E-Catalogue ini adalah sebagai pengembangan media informasi untuk meningkatkan minat beli pada Adess Café Ngawi. Kemudian E-Catalogue dicantumkan di Biografi di Instagram dan Whatsapp Adess Café. Dengan tujuan agar konsumen dan calon konsumen mendapat informasi tentang menu-menu yang ditawarkan di Adess Café.

- ## 3) Implikasi Penelitian yang Akan Datang
- Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis, saran yang dapat diberikan yaitu menggunakan aplikasi-aplikasi pendukung lain agar hasil lebih maksimal dan dapat memanfaatkan lebih banyak fitur yang telah disediakan aplikasi tersebut

5. Simpulan Dan Saran

5.1. Simpulan

Adess café merupakan usaha yang bergerak di bidang food and beverages. Berdiri di akhir tahun 2021 yang berlokasi di JL. Teuku Umar no.09 Kab.Ngawi, Jawa Timur. Produk yang ditawarkan beraneka ragam jenis makanan dan makanan ringan serta minuman kopi dan non-coffe. Media informasi yang dilakukan oleh Adess Café adalah word of mouth, story Instagram dan story Whatsapp yang berisi foto makanan dan terkadang promo yang diberikan. Informasi ini dirasa masih kurang sehingga diatasi dengan membuat E-Catalogue yang bisa sekaligus menjadi menu sekaligus media informasi pada Adess Café.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Action Research dengan prosedur penelitian Analisis Masalah, Pencarian Solusi,

Membuat Desain, Melakukan Evaluasi. Dalam hasil penelitian berdasarkan penyebaran kuesioner yang telah dibagikan kepada 2 pemilik usaha, 1 manajer, 17 konsumen. Pengukuran efektivitas desain menggunakan metode usability testing. Hasil penelitian berdasarkan penyebaran kuesioner didapatkan skor rata-rata sebesar 4,02 yang masuk dalam kategori sangat efektif. Maka kesimpulan yang dapat diperoleh dari E-Catalogue Adess Café yang dibuat sangat efektif untuk digunakan sebagai media informasi pada Adess Café

5.2. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan untuk Adess Café antara lain sebagai berikut:

1. Dapat menjadikan E-Catalogue sebagai catalog yang dicetak untuk di café.
2. Dapat membuat E-Catalogue baru sebagai update suatu saat nanti ketika ada menu baru yang dijual di Adess Café sebagai media informasi selanjutnya.

6. Daftar Rujukan

- Alifio, F., & Khabibah, U. (n.d.). *Aplikasi Adobe Photoshop CS6 Untuk Pembuatan Katalog Online Sebagai Pengembangan Media Promosi pada Media Sosial Instagram di Good Project Warehouse Pandaan*.
- Ardiyatna, R., Sudjanarti, D., Niaga, A., & Malang, P. N. (n.d.). *Desain E-Catalog Menggunakan Aplikasi Adobe Photoshop CS3 Sebagai Pengembangan Promosi di Instagram untuk Meningkatkan Minat Beli pada Three Brother Blitar*.
- Fitriani, Y., Djamain, Y., Dwi Kurniati, R., Teknik Informatika, J., & Tinggi Teknik PLN, S. (2016). *Perancangan E-Katalog pada Perpustakaan Digital STT-PLN Berbasis WEB* (Vol. 9, Issue 2). www.library.sttpln.ac.id.
- Indra Gunawan, M., Indah Rokhmawati, R., & Hendrakusma Wardani, N. (2019).

- Evaluasi dan Perbaikan Antarmuka Pengguna Menggunakan Pendekatan User Centered Design (UCD) dan Card Sorting (Studi Kasus: Website Awake Project Malang)* (Vol. 3, Issue 5). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Mangkulo, Hengki Alexander. 2010. *Membuat Toko Online dengan Facebook*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Mufarokhah, R. K., & Sudjanarti, D. (n.d.). *Desain E-Catalog di Instagram dengan Menggunakan Coreldraw X7 sebagai Media Iklan untuk Meningkatkan Minat Beli pada Waroeng Tepi Sawah Karangploso Kab. Malang*.
- Raharjo, K., & Pribadi, J. D. (n.d.). *Pembuatan Media Promosi E-Catalogue Melalui Instagram dengan Menggunakan Coreldraw untuk Meningkatkan Penjualan di Sukun Jaya Malang*.
- Saputra-, I., & Utomo-, H. (n.d.). *Hubungan Pembuatan E-Catalogue sebagai Pengembangan Media Iklan dengan Menggunakan Coreldraw X7 di Instagram untuk Meningkatkan Minat Beli di CV. Istana Jaya Malang*.
- Setyanti, N., & Khabibah, U. (n.d.). *Aplikasi Adobe Photoshop CS6 untuk Pembuatan Desain Katalog sebagai Media Promosi di CV Kajeje Food Malang*.
- Shinta Dewi, D., Hendra Brata, A., & Fanani, L. (2018). *Penerapan User Centered Design dalam Pembangunan Aplikasi Informasi Hostel berbasis Android* (Vol. 2, Issue 12). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Sripathi, V., & Sandru, V. (2008). *International Journal of Emerging Technology and Advanced Engineering Effective Usability Testing-Knowledge of User Centered Design is a Key Requirement*. In *Certified Journal* (Vol. 9001, Issue 1). www.ijetae.com
- Sandra Yatana Saputri, I., Fadhli M., Surya I. (2017). *Penerapan Metode UCD (User Centered Design) pada E-Commerce Putri Intan Shop Berbasis Web*
- Supardianto., Binsar Tampubolon (2020). *Penerapan UCD (User Centered Design) Pada Perancangan Sistem Informasi Manajemen Aset TI Berbasis Web di Bid TIK Kepolisian Daerah Kepulauan Riau*
- Yatana Saputri, I. S., Fadhli, M., & Surya, I. (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. <https://doi.org/10.25077/teknosi.v3i2.2017.269-278>
- Kusnandar, Viva Budy. *Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia* (2021, Oktober 14). Retrived April 27, 2022, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>
- Wijaya, Alvia Shanardi. *User Centered Design* (2019, Mei 31). Retrived April 19,2022 <https://sis.binus.ac.id/2019/05/31/user-centered-design/>