

# GOONBRANDING.COM : SISTEM INFORMASI PENYEDIA JASA DESIGN GRAPHIC DAN BRANDING FREELANCE BERBASIS WEBSITE

Aditya Mudji Priambodo<sup>1</sup>, I Gede Juliana Eka Putra<sup>2</sup>,  
Bagus Putu Wahyu Nirmala<sup>3</sup>

Program Studi Sistem Informasi<sup>1) 2) 3)</sup>,  
STMIK Primakara, Denpasar, Bali

<sup>1</sup>diditmudji07@gmail.com, <sup>2</sup>gedejep@primakara.ac.id, <sup>3</sup>bagus.p.wahyu@gmail.com

## ABSTRACT

*The development of digital technology in the past few years has increased quite rapidly, especially in the field of sales judging by the number of e-commerce platforms and other online marketing services that have emerged, and on the other hand many small businesses or MSMEs are starting to be built by the community. This can be seen from the data of state statistics agency where MSME growth has increased from 2011 - 2018 by 3-8% annually. With a fairly rapid growth and increasingly tight competition makak businesses are demanded tobrand their products in order to attract customers either conventionally or online. This Final Task Research aims to help businesses who are just pioneering their business, especially in the city of Denpasar in meeting the needs of branding products or their businesses such as design services, branding production, , in addition they can filter or requestprices according to their needs and for transaction methods can be done online or offline. This research was successfully designed built using waterfall method as well as woocommerce frame work developed by wordpress with mysql database.*

**Keywords :** Branding, Woocommerce, WordPress, Final Task

## ABSTRAK

Perkembangan tekonologi digital dalam kurun waktu beberapa tahun terakhi meningkat dengan cukup pesat terutama pada bidang penjualan dilihat dari banyaknya platform e-commerce dan layanan marketing online lainnya yang muncul, dan di sisi lain banyak juga usaha menengah kecil atau UMKM yang mulai dibangun oleh masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari data badan statistic negara dimana pertumbuhan UMKM terjadi peningkatan dari tahun 2011 – 2018 sebesar 3 – 8% setiap tahunnya. Dengan pertumbuhan yang cukup pesat dan persaingan semakin ketat makak para pelaku usaha di tuntut untuk membranding produk mereka agar menarik minat customer baik secara konvensional atau online. Penelitian Tugas Akhir ini bertujuan untuk membantu para pelaku usaha yang baru merintis usaha mereka khususnya di kota Denpasar dalam memenuhi kebutuhan branding produk atau usaha mereka sperti jasa design, produksi branding, , selain itu mereka bisa mefilter atau merequest harga sesuai dengan kebutuhan mereka dan untuk metode transaksi bisa dilakukan secara online atau offline. Penelitian ini berhasil dirancang dibangun menggunakan metode waterfall serta frame work woocommerce yang dikembangkan oleh wordpress dengan database mysql.

**Kata kunci :** Branding, Woocommerce, Wordpress, Tugas Akhir

## PENDAHULUAN

Perkembangan layanan digital saat ini memiliki banyak keunggulan untuk menjadikan sesuatu hal yang rumit menjadi lebih mudah dalam kehidupan sehari-hari. Dan hal ini berlaku juga pada dunia bisnis. Kehadiran serta perkembangan layanan digital saat ini menjadikan setiap kegiatan transaksi baik itu promosi, penjualan, dan pemasaran produk maupun jasa dapat

dilakukan secara elektronik atau bisa disebut dengan *E-commerce*. Salah satu pemanfaatan dan fungsi *E-commerce* dalam dunia bisnis ialah efisiensi materil (biaya) dan non materil (tenaga dan waktu), disisi materil perusahaan atau pengguna *e-commerce* tidak perlu mengeluarkan biaya banyak untuk media pemasaran seperti pembuatan brosur dan lain sebagainya. Disisi lain seacara non materil perusahaan atau pengguna tidak memerlukan

banyak peralatan atau banyak SDM untuk menjalankan bisnisnya[1].

*E-commerce* memberikan pilihan kepada produsen tentang jenis usaha dan skala usaha yang akan dikembangkan. Dengan mengimplementasikan teknologi informasi *e-commerce*, produsen dapat memilih untuk mengembangkan target pasar kepada pasar global atau hanya fokus terhadap segmen pasar tertentu [2]

Berdasarkan Data Badan Pusat Statistik (BPS) pada periode tahun 2011 – 2012 - 2013 mencatat kenaikan jumlah UMKM atau Usaha kecil yang baru mulai merintis di seluruh Indonesia di mulai dari jumlah 55,2 juta unit, pada tahun 2012 menjadi 56,5 juta unit lalu di tahun 2013 menjadi 57,8 juta unit UMKM. Dengan begitu di setiap tahunnya terjadi peningkatan jumlah unit UMKM +/- 2,4 % setiap tahunnya. Dan pada tahun 2018 sudah tercatat 59.2 juta unit UMKM yang terbentuk di Indonesia dan 3.79 juta unit atau 8 % dari jumlah keseluruhan sudah memanfaatkan platform online sebagai media pemasarannya[3]. Namun salah satu masalah yang sering terjadi dalam pemasaran online adalah bagaimana membangun *brand*, desain yang mengikuti pasar, membuat kemasan agar menarik pembeli dan persoalan lain yang menyangkut modal, akses ke pasar. Kebanyakan para pelaku bisnis UMKM masih berfokus pada trading dan melupakan sisi branding. Hal ini dapat disebabkan karena ketidaktahuan, ego, atau sifat tertutup mereka atas ide baru, dan merasa cepat puas. Branding sangat penting untuk menjaga sustainability sebuah usaha[4]

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk membuat Gobranding.com : *system* informasi penyedia jasa *design graphic* dan *branding freelance* berbasis *website* guna memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mencari penyedia jasa design grafis yang bisa memenuhi kebutuhan sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Dan memberikan kemudahan bagi para penyedia jasa design grafis pangsa pasar sesuai kebutuhan dan target mereka. Dalam *website* tersebut nantinya akan diberikan berbagai macam fitur bagi penyedia jasa juga di berikan ruang untuk mendeskripsikan diri mereka serta memberikan portofolio hasil kerja mereka. Untuk pembayaran sendiri dilakukan sama seperti *platform e-commerce*

lainnya dimana untuk proses pembayaran melalui admin *website* terlebih dahulu.

## TINJAUAN PUSTAKA

Metode branding dan *system marketplace* atau *e-commerce* sudah banyak digunakan dalam membantu membangun sebuah usaha diantaranya

Aris dan Ihwan [5] Promosi, branding dan niat berwira usaha menjadi kunci keberhasilan dalam membangun sebuah UMKM kreatif.

Dika dan Hayatul [4], Angela [6] menerapkan kreatifitas pada branding dan packaging pada produk UMKM dapat membantu meningkatkan nilai jual produk tersebut.

Dhika [7] *System Aplikasi* memberikan kemudahan kepada user customer dalam menemukan design ilustrator dengan mudah, cepat dan tepat sesuai dengan kebutuhan user

Yahya [8] Sistem *website* menghasilkan *website* layanan penjualan ticket objek wisata yang membantu pengunjung dalam mencari informasi dan membeli ticket objek wisata dengan mudah.

Denie dan Arie [9] Membantu peningkatan penjualan hasil tani secara maksimal dengan menggunakan *Marketplace*

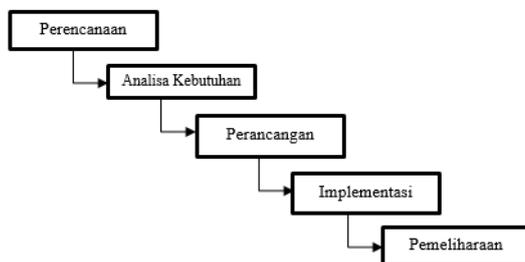
Penelitian ini mengarah kepada pembuatan *website marketplace* yang di peruntukan bagi pencari dan penyedia jasa *branding* yang pada tahap awal berfokus di kota Denpasar, sistem ini dibuat menggunakan *platform woocommerce* yang di kembangkan oleh *CMS wordpress*.. penulis menggunakan *platform* ini karna mudah digunakan dengan berbagai plugin, selain itu penulis juga terfokus pada pengguna terlebih dahulu.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Metode Waterfall

Metode yang digunakan oleh penulis adalah metode *waterfall*, metode *waterfall* adalah salah satu bagian dari SDLC ( *Software Development Life cycle* ) dimana merupakan metode pengembangan perangkat lunak yang memiliki tahapan secara berurutan. Proses dari metode ini di ilustrasikan seperti air terjun yang memiliki tahapan sebagai berikut : Perencanaan, Analisa

Kebutuhan, Perancangan, Implementasi, dan Pemeliharaan[8, 10]



Gambar 1. Metode waterfall

### Pengumpulan Data

Dalam penelitian, adapun cara yang harus dilakukan penulis untuk mengumpulkan data data yaitu sebagai berikut:

#### Observasi

Pada tahapan ini observasi dilakukan dengan mencari data berupa data UMKM baru melalui *website* Badan Statistika, selain itu melihat beberapa *website marketplace* penyedia jasa yang sudah terlebih dahulu ada guna menjadi referensi fitur pada system nantinya.

#### Wawancara

Pada tahapan ini peneliti mewawancarai 5 pelaku UMKM terlebih dahulu yang ada di kota Denpasar serta mewawancarai 5 pelaku penyedia jasa terlebih dahulu. Materi yang menjadi bahan wawancara yaitu kebutuhan baik penyedia seperti penyedia membutuhkan informasi tentang nominal harga yang di tawarkan oleh pengguna jasa, penyedia juga menginginkan ruang untuk memajang hasil kerja maupun produk mereka. Begitu juga pengguna jasa yang ingin melihat portofolio atau lembar kerja para penyedia jasa sebagai acuan untuk memilih penyedia *branding* yang tepat sesuai kebutuhan, sehingga di dapatkan hasil berupa data dari kegiatan wawancara tersebut berupa data kebutuhan *branding* dari setiap UMKM dan data kriteria kemampuan dari setiap penyedia jasa.

### Studi Literatur

Pada tahapan ini peneliti mengumpulkan data dari berbagai referensi berupa buku dan jurnal yang memiliki topic relevan dengan penelitian yang dilakukan.

### Analisa Data

Analisa data yang dilakukan penulis adalah dengan observasi dan validasi kebutuhan konsumen secara langsung. tahap validasi pasar adalah pengujian ide produk sebelum di pasarkan dengan melakukakn wawancara kepada narasumber terkait dengan kendala-kendala yang terjadi pada usaha yang sedang di jalankan. dalam validasi pasar teknik yang digunakan oleh penulis, yaitu sebagai berikut :

#### Lean Canvas

*lean canvas* adalah rencana dasar dari pembuatan *website goonbranding.com* dimana menjadi ide pokok dalam melakukakn validasi pasar [11] yang di gambarkan sebagai berikut:

Lean Canvas		Designed for	Designed by	
<b>Problem</b> - Sulitnya mencari jasa branding dengan harga yang terjangkau - penyedia jasa branding saat ini mencari pasar - kurang kepastian bila penyedia jasa branding di kota-kota	<b>Solution</b> - penyedia UMKM / pengguna yang mencari jasa branding - penyedia jasa branding yang menawarkan jasa branding online - penyedia jasa branding yang menawarkan jasa branding online	<b>Unique Value Proposition</b> - jasa branding yang menawarkan jasa branding online - jasa branding yang menawarkan jasa branding online	<b>Unfair Advantage</b> - jasa branding yang menawarkan jasa branding online - jasa branding yang menawarkan jasa branding online	<b>Customer Segments</b> - Penyedia jasa branding - Pengguna yang mencari jasa branding online
<b>Existing Alternatives</b> - penyedia jasa branding online - penyedia jasa branding online	<b>Key metrics</b> - 10 jumlah Postingan - 15 pengguna terdaftar - 1 Transaksi berhasil - Postingan berbayar - penawaran jasa branding	<b>High-Level Concept</b> - Jasa branding online - Jasa branding online	<b>Channels</b> - Mengajak influencer jasa branding - Promosi di sosial media - Penawaran langsung kepada pengguna	<b>Early Adopters</b> - Penyedia jasa branding yang sedang mencari pasar di kota Denpasar - pelaku usaha yang masih awam tentang branding di Kota Denpasar
<b>Cost Structure</b> - Biaya Maintenance website - Biaya promosi atau pemasaran		<b>Revenue Streams</b> - Penawaran harga yang di berikan kepada penyedia jasa transaksi melalui acuan dengan ketentuan sebagai berikut: potongan 5% jika transaksi di bawah Rp. 100.000 potongan 10% jika transaksi diatas Rp. 100.000		

Gambar 2. lean canvas

Adapun penjelasan yang terdapat pada gambar diatas sebagai berikut :

- Problem**, adalah asumsi permasalahan yang akan di selesaikan dengan dibuatnya *website goonvranding.com* dan disini penulis menerangkan bahwa problem yang ingin diselesaikan disini ada 3 *point* utama yakni yang pertama sulitnya mencari jasa *branding* dengan harga terjangkau, kedua kurangnya pasar bagi

penyedia jasa freelance, dan ketiga kurangnya rasa kepercayaan oleh pengguna kepada penyedia yang berlokasi berjauhan.

- **Existing Alternative**, adalah cara atau metode lain yang dilakukan oleh pengguna jika tidak ada website ini yakni, pergi ketempat *printing / advertising* bagi pengguna jasa, bekerja pada tempat *printing / advertising* dan perusahaan yang memiliki bidang *branding* bagi penyedia jasa dan mencari kenalan yang menguasai atau berada di bidang *branding*.
- **Solution**, adalah apa yang bisa didapat dan digunakan dalam website ini yakni, pengguna dapat mencari kebutuhan *branding* sesuai yang mereka inginkan dan bagi penyedia mendapatkan cara pemaaran dan customer baru.
- **Key Metrics**, adalah apa yang dapat di pantau dan di monitoring oleh admin *digital* melalui *admin*.
- **Unique Value Proposition**, adalah nilai tambah bagi *website* ini disbanding dengan *website* pencari jasa lainnya yakni *website* ini memberikan kemudahan antara pengguna dan penyedia jasa dalam berkomunikasi dan bernegosiasi dalam bidang *branding* suatu produk.
- **High-Level Concept**, adalah penjelasan singkat yang mencakup segala deskripsi fungsi *website* ini dalam suatu kalimat.
- **Unfair Advantage**, adalah keunggulan atau kelebihan *website* ini yang sulit atau tidak ada dalam *website* pencari kerja atau jasa lainnya. Dan disini penulis membuat bahwa start up serupa masih jarang dan hamper belum ada khususnya di daerah Bali, lalu metode pembaayran yang menggunakan 2 metode.
  - **Channels**, adalah cara memasarkan atau menyebarkan informasi mengenai *website* ini, yakni dengan cara mengajak para *freelancer* di bidang jasa *branding*, promosi secara langsung di social media dan mendatangi langsung pengguna untuk mengenalkan dan mencoba menggunakan *website* ini.
  - **Customer Segmen**, adalah pengguna yang menjadi target pasar *website* ini, yakni pengguna jasa yang di utamakan adalah pemilik usaha yang baru di rintis dan penyedia jasa *branding* yang berstatus *freelance*.
  - **Early Adopters**, adalah perkiraan pengguna yang akan sering menggunakan *website* ini yakni penyedia jasa berstatus *freelance* yang kesulitan mencari pasar dan pengguna jasa yang baru saja membangun usaha dan masih awam dengan dunia *branding*.
  - **Cost Structure**, adalah daftar biayan yang akan di keluarkan dalam membangun dan menjalankan *website* ini, yakni biaya perawatan *website* dan biaya promosi atau pemasaran *website*.
  - **Revenue Streams**, adalah sumber pendapatan yang didapatkan dari *website* ini, yakni admin menarik potongan disetiap transaksi atau pembayaran kepada penyedia jasa dengan catatan sebagai berikut, pemotongan biaya 5% jika transaksi di bawah Rp. 100.000 (serratus ribu rupiah) dan 10% jika transaksi diatas nilai Rp. 100.000 (serratus ribu rupiah).

### Validation Board

Validation board adalah cara selanjutnya untuk menentukan validasi pasar yang terdapat pada gambar berikut :

Track Pivots	Start	1st Pivot	2nd Pivot	3rd Pivot	4th Pivot
Customer Hypothesis	User Pada Usia 20-50 tahun				
Problem Hypothesis	Susah Mencari penyedia jasa branding				
Solution Hypothesis					

Design Experiment	Riskiest Assumption	Results	Invalidated	Validated
- Minimnya Informasi Jasa Branding Freelance di Denpasar - Mencari Jasa Branding dengan Harga Terjangkau - Sult mencari partner untuk konsultasi branding usaha - Lokasi penyedia Jasa - Kurangnya Penilaian Penyedia Jasa	Harga Design Grafis Terjangkau Method - Wawancara Minimum Success Criterion - 1520 User	<b>GET OUT OF THE BLDG</b>	1	1
			2	2
			3	4
			4	3
			5	5
			6	6

Gambar 3. Validation Board 1

Track Pivots	Start	1st Pivot	2nd Pivot	3rd Pivot	4th Pivot
Customer Hypothesis	User Pada Usia 20-50 tahun	UMKM/UKM Muda di kota Denpasar			
Problem Hypothesis	Susah Mencari penyedia jasa branding	Kesulitan Mencari Jasa Branding Dengan Harga Terjangkau			
Solution Hypothesis		Goonbranding.com			

Design Experiment	Riskiest Assumption	Results	Invalidated	Validated
- Minimnya Informasi Jasa Branding Freelance di Denpasar - Mencari Jasa Branding dengan Harga Terjangkau - Sult mencari partner untuk konsultasi branding usaha - Lokasi penyedia Jasa - Kurangnya Penilaian Penyedia Jasa	Harga Design Grafis Terjangkau Method - Wawancara Minimum Success Criterion - 1215 User	<b>GET OUT OF THE BLDG</b>	1	2
			2	1
			3	4
			4	3
			5	5
			6	6

Gambar 4. Validation Board 2

Adapun penjelasan yang terdapat pada gambar di atas sebagai berikut:

- *Customer hypothesis* adalah sasaran pasar yang dituju oleh penulis. Pada tahap 1 penulis menyasar yakni para *User* usia 20-50 tahun karna usia tersebut adalah usia yang sudah bijak dalam melakukan transaksi *online*. Lalu pada tahap 2 penulis menyasar *user* para pelaku *UMKM/UKM* muda di kota Denpasar guna mencari data yang lebih *spesifik* lagi.
- *Problem Hypothesis* adalah masalah yang terdapat pada penelitian ini pada tahap 1 adalah sulitnya mencari pasar penyedia jasa branding terutama freelance, dan pada tahap 2 adalah sulitnya mencari jasa branding dengan harga terjangkau.
- *Solution hypothesis* adalah solusi dalam penelitian untuk mengatasi

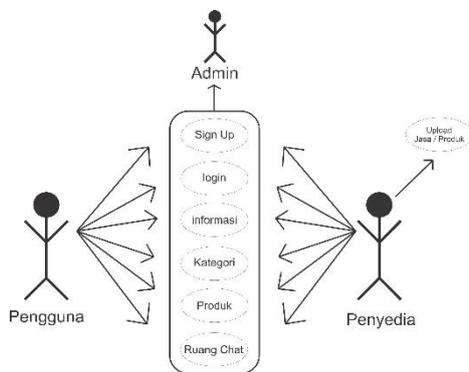
pengguna dan penyedia tentang informasi serta transaksi jasa branding dan setelah melakukan pivot 1x maka ditemukan solusi yakni *goonbranding.com*.

- *Design Experiment* adalah mendefinisikan ulang percobaan yang telah penulis buat, di tahap ini design experiment yang penulis buat adalah 1) masih minimnya informasi jasa branding 2) Mencari jasa branding dengan harga terjangkau 3) sulitnya mencari partner untuk konsultasi branding. 4) kurangnya penilaian bagi penyedia jasa dan lokasi penyedia jasa branding.
- *Risket Assumption* dalam *design experiment* asumsi yang paling beresiko untuk pengguna dan penyedia adalah jasa branding dengan harga terjangkau.
- *Method* metode yang digunakan dalam validasi pasar adalah wawancara yang dilakukn pada penyedia jasa dan beberapa pemilik *UMKM* muda.
- *Minimum Success Criterion* penentuan validitas penelitian yang dilakukan adalah pada tahap 1 15 dari 20 *user*. dan pada tahap 2 12 dari 15 *user*.
- *Invalidated* dalam wawancara dan penyebaran kuisioner terdapat asumsi yang tidak valid, lalu asumsi yang tidak valid tersebut akan dilakukan pivot. Salah satu asumsi yang tidak valid adalah penyedia jasa branding freelance di Denpasar masih sedikit.
- *Validated* adalah asumsi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan penyedia jasa antara lain minimnya informasi jasa branding, mahalnya branding pabrikan serta kurangnya testimony terhadap penyedia jasa.
- *Pivot* ditahap ini asumsi yang tidak valid akan digantikan dengan asumsi yang sesuai bagi pengguna dan penyedia jasa branding.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

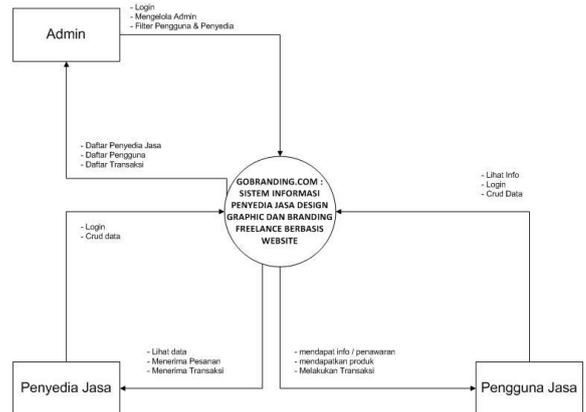
**Hasil Rancangan Sistem**

Dalam perancangan *gobranding.com* : sistem informasi penyedia jasa design graphic dan branding freelance berbasis website ini terdapat 3 pengguna yang terlibat yakni Admin, Penyedia jasa, dan Pelaku UMKM sebagai pengguna jasa. Admin dapat melihat segala proses transaksi di dalam website baik itu pembayaran atau proses pengiriman produk serta admin juga bertugas memfilter pengguna yang dinilai dari keaktifan serta penilaian penyedia jasa yang dilakukan oleh pengguna jasa dan sebaliknya terhadap pengguna jasa. Penyedia jasa dapat meng akses ruang produk, ruang chat, dan juga ruang informasi. Pengguna jasa dapat melihat ruang produk, kategori, penyedia jasa, informasi terkini seputar branding dan juga Mengakses ruang chat saat melakukan negosiasi maupun transaksi dengan penyedia jasa. Berikut use case yang dapat dilihat pada gambar.



**Gambar 5.** Use case diagram

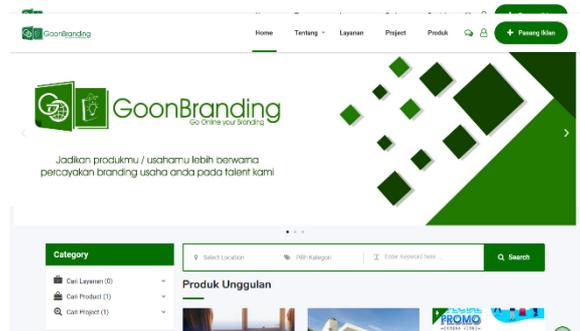
Adapun diagram konteks Website Gobranding yang menjelaskan alur system nantinya yang terdapat 3 entitas yakni, admin, penguuna jasa dan penyedia jasa. Masing – masing entitas terdapat pada diagram berikut.



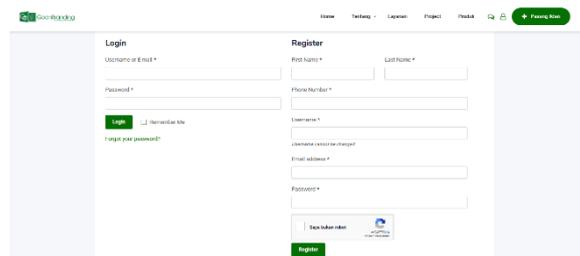
**Gambar 6.** Diagram Konteks

**Tampilan Website Goonbranding**

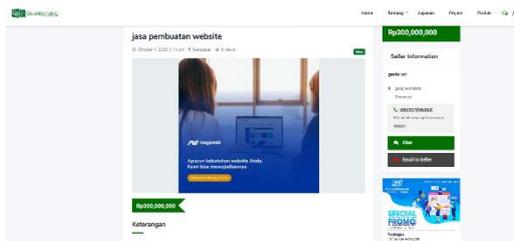
Setelah penulis melakukan perancangan system dan perancangan antar muka, selanjutnya penulis melakukan *development* system yang sebelumnya sudah melalui proses analisa kebutuhan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan berikut tampilan dari *website*.



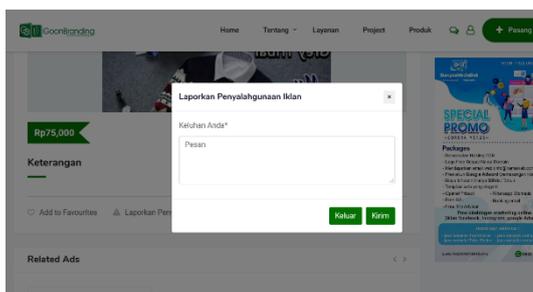
**Gambar 7.** Tampilan Awal *website*



**Gambar 8.** Halaman *login* dan *register*



Gambar 9. Tampilan Iklan



Gambar 10. Tampilan Laporan Penyalahgunaan

Setelah penulis melakukan perancangan dan *development*, langkah selanjutnya yang dilakukan penulis adalah pengujian terhadap *website goonbranding.com* kepada pengguna *website*, yang dimana pengujian ini merupakan pengujian tahap kedua pada penelitian saat *website* ini sudah selesai dibuat. Metode pada penelitian dan pengujian yang digunakan adalah metode pengujian system SUS, dimana metode ini sudah memiliki instrument kuisioner untuk di ujikan kepada pengguna dan bersifat tertutup. Kemudian pengujian ini terdiri dari 10 responden yang terdiri dari 5 responden penyedia jasa dan 5 pemilik UMKM / pengguna jasa, yang dimana digolongkan lagi berdasarkan umur, dimana responden ini merupakan perwakilan bagi pengguna *website goonbranding.com* dengan jarak usia 20 – 50 tahun. Yang dapat di lihat dari table berikut :

Tabel 1. Sample uji coba *goonbranding.com*

Usia		Kategori
Usia 20 - 35 Tahun	Usia 36 - 50 Tahun	
5 orang	-	Pengguna
3 orang	2 orang	Penyedia

Kemudian penulis akan memberikan *website* kepada responden untuk diuji coba oleh responden dan selanjutnya memberikan kuisioner kepada responden terkait bagaimana penggunaan *website goonbranding.com*

Selanjutnya setelah penulis melakukan pengujian kepada responden, kemudian penulis merekap hasil dari responden pada kuisioner tertutup, yang selanjutnya akan dihitung menggunakan aturan perhitungan pengujian SUS yang dimana akan mendapatkan hasil layak atau tidaknya *website goonbranding.com* bagi pengguna. Berikut merupakan table hasil rekap pada responden, yang terdapat pada tabel :

Tabel 2. Skor Responden

No	Kode Responden	Usia	Nilai Responden									
			Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
1	R1	23	4	1	5	2	4	2	4	2	5	4
2	R2	23	4	1	5	2	4	2	4	2	5	4
3	R3	23	4	2	5	2	4	3	5	2	4	4
4	R4	44	4	2	5	2	4	2	5	2	4	4
5	R5	22	3	2	4	1	4	3	3	1	5	2
6	R6	25	5	1	5	1	4	2	5	1	5	2
7	R7	31	5	2	4	1	5	1	4	2	5	1
8	R8	44	4	3	4	1	5	2	5	1	5	2
9	R9	27	5	1	5	2	4	1	5	2	4	1
10	R10	23	5	2	4	2	5	1	4	1	5	1

Selanjutnya rekap tersebut akan dihitung menggunakan aturan perhitungan SUS, dimana metode ini menggunakan skal *linkert* dimana responden diminta mengisi penilaian ‘‘Sangat Tidak Setuju’’, ‘‘Tidak Setuju’’, ‘‘Netral’’, ‘‘Setuju’’, ‘‘Sangat Setuju’’ dari sepuluh pertanyaan yang di ajukan kepada responden. Setiap pertanyaan memiliki skor kontribusi. Untuk pertanyaan dengan nomor ganjil yakni 1,3,5,7,9 maka skor kontribusinya adalah posisi skala nilai di kurangi 1, lalu untuk pertanyaan dengan nomor genap yakni 2,4,6,8,10 skor kontribusinya adalah 5 dikurangi posisi skala nilai pernyataan. Setelah itu kalikakn jumlah skor kontribusi dengan nilai 2,5 untuk endapatkan nilai keseluruhan. Nilai keseluruhan berkisar 0-100 [12].

$$Skor\ SUS = ((R1 - 1) + (5 - R2) + (R3 - 1) + (5 - R4) + (R5 - 1) + (5 - R6) + (R7 - 1) + (5 - R8) + (R9 - 1) + (5 - R10)) * 2.5$$

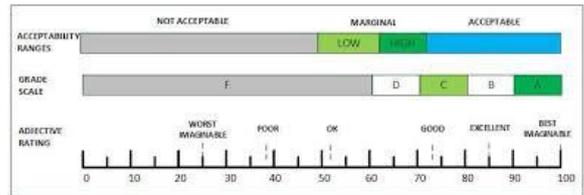
Gambar 11. Rumus SUS

Kemudian dari rumus yang penulis terapkan dengan rekapan hasil kuisioner yang sudah penulis buat sebelumnya. Maka didapatkan hasil sebagai berikut.

No	Kode Responden	Usia	Nilai Responden										Jumlah	Nilai (Jumlah x 2,5)
			Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10		
1	R1	23	3	4	4	3	3	3	3	3	4	1	31	77.5
2	R2	23	3	4	4	3	3	3	3	3	4	1	31	77.5
3	R3	23	3	3	4	3	3	2	4	3	3	1	29	72.5
4	R4	44	3	3	4	3	3	3	4	4	3	1	31	77.5
5	R5	22	2	3	3	4	3	2	2	4	4	3	30	75
6	R6	25	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	37	92.5
7	R7	31	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36	90
8	R8	44	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	34	85
9	R9	27	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	36	90
10	R10	23	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	36	90
Skor rata-rata													827,5	
Hasil Akhir													82,75	

Berdasarkan pada tabel diatas, hasil pada rumus tersebut di jumlahkan lagi dan mendapatkan hasil senilai 827,5 selanjutnya hasil tersebut akan di bagi 10 agar mendapat nilai rata-rata. Setelah dibagi 10 maka didapatkan nilai rata-rata 82,5 setelah mendapatkan nilai rata-rata, maka langkah selanjutnya untuk menentukan adalah menentukan *Grade* atau tingkatan penerimaan *website goonbranding*, pada jurnal Usman Ependi [13] dikatakan bahwa dalam menentukan hasil penilaian terdapat 3 sudut pandang yakni *acceptability*, *grade scale* dan *adjective rating*. Pada *acceptability* terdapat tiga tingkatan yakni *not acceptable*, *marginal (low/ high)* dan *acceptable*. Lalu pada *grade scale* terdiri dari A,B,C,D dan F. pada *adjective rating* terdiri dari beberapa tingkatan yakni *worst imaginable*, *poor*, *ok*, *good*, *excellent* dan *best imaginable* yang di implementasikan melalui point 0 – 100. Dari 3 tingkatan tersebut dan seperti yang di perlihatkan oleh gambar dibawah yakni *acceptability* digunakan untuk memperlihatkan nilai penerimaan *system*, sedangkan *grade scale* dan *adjective rating* digunakan untuk melihat tingkatan *system* dengan ketentuan sebagai berikut:

Grade A : Dengan Skor  $\geq 80,3$   
 Grade B : Dengan Skor  $\geq 74$  dan  $< 80,3$   
 Grade C : Dengan Skor  $\geq 68$  dan  $< 74$   
 Grade D : Dengan Skor  $\geq 51$  dan  $< 68$   
 Grade F : Dengan Skor  $< 51$



Gambar 12. Pemilaian SUS

Berdasarkan pada nilai-nilai *grade* diatas, dapat di simpulkan bahwa, *website goonbranding.com* dapat diterima bagi penggunaanya. Hal ini dapat di buktikan dari rata-rata nilai 82,75 dimana dapat diartikan pada tingkatan *grade scale* masuk ke dalam *grade A* dan pada *adjective rating* masuk pada kategori *excellent*. Dengan ini *website goonbranding.com* dapat menjadi sarana bagi para pelaku usaha untuk mencari solusi bagi branding usaha mereka dan bagi para penyedia jasa menjadi tempat pasar baru untuk mencari pelanggan.

**SIMPULAN**

*Website goonbranding.com* telah dibuat sesuai dengan rancangan menggunakan metode *waterfall*, *CMS wordpress* sebagai *platform* dan *Plugin woocommerce* sebagai plugin pembuatan tabel iklan dan fitur-fitur pendukung pada *website*. Selain itu *website* juga memiliki fungsi utama unggulan di bandingkan dengan *website* lainnya dimana *website* ini di khususkan bagi para penyedia dan pengguna jasa *branding* selain itu disini juga pengguna dan penyedia jasa bisa memposting atau mengiklankan apa yang mereka butuhkan atau tawarkan. Dengan begitu para pelaku usaha yang akan memulai usaha mereka tidak kesulitan dalam mencari solusi untuk *branding* usaha mereka dan para penyedia jasa juga tidak kesulitan dalam mencari pelanggan atau pasar mereka. Sedangkan untuk pengujian *website goonbranding* menggunakan metode pengujian *system usability scale (SUS)* bagi pengguna menilai apakah sistem yang dibuat sudah sesuai atau tidak dengan kebutuhan dan keinginan pengguna. Pengujian sistem ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada penyedia jasa dan juga pengguna jasa yang masing-masing berjumlah 5 orang, yang dimana hasil pengujian akan diolah menggunakan perhitungan metode *SUS*. Kemudian dari perhitungan tersebut didapatkan hasil bahwa *website goonbranding.com* dapat diterima bagi pengguna dibuktikan dengan *grade adjective rating* yakni nilai rata-rata 82,75 Dan masuk pada *grade A*

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Maryama, "Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha," *Liquidity*, vol. 2, p. 7, 2013.
- [2] E. A. Wibowo, "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Proses Bisnis," p. 8, 2012.
- [3] K. Ayuwuragil. (2018, 15/11). *Kemenkop UKM: 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online*. Available: [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com)
- [4] H. M. Dhika Amalia K, "Peningkatan Pendapatan Dan Daya Saing Produk Pada Usaha Mikro Melalui Strategi Packing, Branding, Dan Online Marketing (Peyek Mbak Anna Ponorogo Jawa Timur)," *Cendekia Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 1, p. 8, 2019.
- [5] I. S. Aris Wijanarko, "Faktor Kunci Keberhasilan UMKM, *Key Success Factor Of Small And Medium Enterprises*," *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis & Call*, p. 15, 2016.
- [6] A. Oscario, "Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun *Brand*," *Humaniora*, vol. 4, p. 12, 2013.
- [7] D. Kameswara, "Pembuatan dan perancangan aplikasi penyedia jasa ilustrator desain grafis berbasis website," *Ensiklopedia of Journal*, vol. 1, pp. 39-47, 1 April 2019.
- [8] M. W. A. Yahya Dwi wijaya, "Sistem Informasi Penjualan Tiket Wisata Berbasis Web Menggunakan Metode Waterfall " *seminar nasional teknologi dan informasi 2019*, pp. 273 - 276, 2019.
- [9] A. Y. S. Deni Apriadi, "E Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian," *Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi*, vol. 1, p. 6, 2017.
- [10] D. S. S. Thya Safitri, "Rancang Bangun Sistem Informasi Praktek Kerja Lapangan Berbasis Web dengan Metode Waterfall," *Infotel*, vol. 7, p. 6, 2015.
- [11] W. D. Michael Dwianto Nirwan, "Barriers in Implementing the Lean Startup Methodology in Indonesia – Case Study of B2B Startup," *Procedia*, p. 7, 2014.
- [12] I. A. H.N., "Pengujian Usability Website Menggunakan System Usability Scale Website Usability Testing using System Usability Scale," *IPTEK-KOM*, vol. 17 no. 1, pp. 31-38, juni, 2015 2015.
- [13] U. Ependi, "SYSTEM USABILITY SCALE VS HEURISTIC EVALUATION: A REVIEW " *Simetris*, vol. 10, pp. 65-74, 1 April 2019 2019.