

PERANCANGAN APLIKASI *MOBILE* JEJARING SOSIAL MASJID UNTUK PENGEMBANGAN WIRAUUSAHA

Oleh:

Kurnia Pitri Wijaya¹

*Magister Desain Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Teknologi Bandung*

Deddy Wahjudi²

*Magister Desain Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Teknologi Bandung*

27121099@mahasiswa.itb.ac.id¹ ; deddy@office.itb.ac.id²

ABSTRAK

Masjid adalah pusat berkumpulnya umat Islam dalam aktivitas ibadah. Namun, sejatinya Masjid bukan hanya menjadi tempat ibadah namun juga pusat pengembangan, diantaranya adalah pengembangan ekonomi. Dengan semakin berkembangnya teknologi digital, umat Islam harus dapat beradaptasi. Salah satunya adalah dengan mengoptimalkan masjid sebagai pusat pengembangan ekonomi. Saat ini potensi ekonomi yang ada pada jamaah dan juga lingkungan sekitar masjid belum dapat dimanfaatkan dengan baik. Memakmurkan Masjid juga dapat dimaknai dengan memakmurkan jamaah dan jejaring yang ada disekitarnya secara ekonomi. Melalui perancangan media dalam bentuk aplikasi berbasis *mobile*, potensi tersebut dapat dioptimalkan. Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *design thinking*. Penelitian diawali dengan menggali masalah dan kebutuhan pengguna dengan luaran berupa perancangan terhadap media aplikasi *mobile* untuk menjawab kebutuhan pengguna tersebut. Tujuan media yang dirancang adalah untuk mengembangkan kewirausahaan dari jejaring sosial masjid. Sehingga masjid menjadi pusat pengembangan ekonomi dari jejaring sosial yang ada di sekitarnya. Dari hasil analisis data yang didapatkan, diketahui bahwa pengguna akan memilih berbelanja melalui jejaring sosial masjid jika ada informasi yang memadai tentang hal tersebut. Selama ini tidak ada penghubung antara kebutuhan dan penawaran antar sesama jamaah masjid, sehingga tidak ada interaksi ekonomi didalamnya. Responden juga mengatakan tertarik untuk menjadi wirausaha namun memiliki keterbatasan pengetahuan, keahlian dan sumber daya. Aplikasi yang dirancang diujicoba kepada pengguna dan diukur menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS). Hasil ujicoba yang dilakukan kepada pengguna menunjukkan bahwa aplikasi mendapatkan nilai 71.75 atau masuk dalam kategori baik.

Kata Kunci: *Aplikasi mobile, design thinking, masjid, wirausaha.*

ABSTRACT

The mosque is a gathering center for Muslims in worship activities. However, the truth is that the mosque is not only a place of worship but also a center for development, including economic development. With the development of digital technology, Muslims must be able to adapt. One way is to optimize the mosque as a center for economic development. At present the economic potential that exists in the congregation and also the environment around the mosque cannot be utilized well. Prospering the mosque can also be interpreted as economically prosperous for the congregation and the networks around it. Through media design in the form of application-based mobile, this potential can be optimized. The design method used in this research is design thinking. The research begins with exploring the problems and needs of users with the output being the design of application media mobile to answer the needs of these users. The purpose of the designed media is to develop entrepreneurship from mosque social networks. So that the mosque becomes the center of economic development from

the social networks around it. From the results of the analysis of the data obtained, it is known that users will choose to shop through mosque social networks if there is adequate information about this. So far, there has been no link between demand and supply among fellow mosque congregations, so there has been no economic interaction in it. Respondents also said they were interested in becoming entrepreneurs but had limited knowledge, expertise and resources. The designed application is tested on users and measured using the method System Usability Scale (SUS). The results of trials conducted on users show that the application gets a value of 71.75 or is included in the good category

Keywords: Mobile appliaction, design thinking, mosque, entrepreneur.

Copyright © 2022 Universitas Mercu Buana. All right reserved

Received: October 31st, 2022

Revised: Desember 22nd, 2022

Accepted: December 29th, 2022

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

PBB (Affairs, 2018) memprediksi bahwa pada tahun 2050, sekitar 68% penduduk dunia akan tinggal di area perkotaan dengan tingkat urbanisasi di negara-negara Asia mencapai 50%. Meningkatnya laju pertumbuhan dan urbanisasi penduduk ini mengakibatkan pergeseran fungsi lahan agraria menjadi kawasan tinggal. Pada tahun 2010 dilaporkan bahwa perubahan fungsi lahan sawah menjadi area peruntukan non pertanian mencapai 110.000 ha/tahun yang setara dengan kehilangan 750.000 ton padi/tahun (Rusida, 2016).

Sekurang-kurangnya 200.000 hektar area pertanian produktif di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta juga mengalami konversi menjadi lahan peruntukan lain setiap tahunnya (Kurniawan, 2017). Hal ini membawa dampak bukan hanya pada kondisi lingkungan akibat konversi lahan, namun juga pada krisis pangan karena pertumbuhan populasi penduduk yang tidak berimbang dengan laju produksi bahan

pangan (Fauzi et al., 2016) sementara ketahanan pangan sangatlah penting dalam kehidupan bernegara (Aulia dan Adhitama, 2021).

Upaya untuk menumbuhkan kemandirian produksi pangan perlu segera dirintis demi memenuhi kebutuhan pangan masyarakat perkotaan (Noorsya & Kustiwan, 2013). Akan tetapi, tingginya harga tanah dan rumah dikawasan perkotaan memunculkan permasalahan baru yaitu terbatasnya luas bangunan rumah dan pekarangan diperkotaan. Cara yang dapat ditempuh adalah dengan menerapkan praktik pertanian perkotaan (Pratama et al., 2022). Pada prinsipnya, pertanian kota memungkinkan masyarakat untuk tetap dapat bercocok tanam sekalipun di lahan sempit.

Meskipun partisipasi masyarakat di Indonesia dalam aktivitas pertanian di perkotaan masih sangat rendah yaitu 11% dari total populasi (Zezza & Tasciotti, 2010), Indonesia memiliki potensi keberhasilan pengembangan pertanian perkotaan. Salah

satu faktor berhasil kegiatan pertanian di perkotaan dipengaruhi banyak faktor adalah adanya komunitas sosial yang bergerak di bidang tersebut (Krikser et al., 2019). Indonesia telah memiliki komunitas yang bergerak dibidang pertanian perkotaan. Komunitas Indonesia Berkebun merupakan contoh komunitas sosial yang awalnya dimulai dari Bandung dan Jakarta. Hingga kini komunitas ini telah menyebar ke tiga puluh tiga kota lain diseluruh Indonesia, termasuk di Kota Yogyakarta (Bauw, 2015). Selain komunitas tersebut, telah muncul Kelompok Pertanian (Poktan) yang berbasis pertanian perkotaan dalam satu wilayah (Yogyakarta, 2018). Praktik pertanian perkotaan di Yogyakarta selama ini telah dilakukan, baik secara perorangan maupun kelompok, seperti kebun bersama dengan sistem berbagi lahan (*land sharing*).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui prioritas kategori dalam pengembangan produk perlengkapan yang dapat digunakan sebagai penunjang pertanian berdasarkan karakter pelaku pertanian perkotaan, perilaku pertanian perkotaan yang terjadi, serta masalah yang dialami di lokasi studi kasus. Secara khusus, generalisasi data dapat dibatasi untuk Kota Yogyakarta dengan studi kasus Kampung Tompeyan, RW 03, Kelurahan Tegalrejo.

Penelitian ini diharapkan dapat mendukung produktivitas praktik pertanian perkotaan di lahan sempit secara khusus di

wilayah Kota Yogyakarta, maupun di wilayah lain di Indonesia dengan tipikal yang serupa. Hasil lain dari penelitian ini berupa saran bagi desainer maupun produsen perlengkapan pertanian dalam pengembangan produk pertanian perkotaan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

2. Rumusan Masalah

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kebutuhan pengguna yang merupakan jamaah atau pengurus masjid dalam rangka mengoptimalkan peran masjid untuk pengembangan kewirausahaan. Perancangan dilakukan untuk menjawab kebutuhan pengguna terhadap pengembangan kewirausahaan pada jejaring sosial masjid melalui media aplikasi *mobile*. Pengujian yang dilakukan pada penelitian ini adalah berkaitan dengan *usability* terhadap *user interface* yang dirancang.

3. Orisinilitas

Perancangan karya menjadikan komunitas atau jamaah Masjid sebagai objek dengan tujuan dan tema utama tentang pengembangan kewirausahaan. Karya ini dimaksudkan agar potensi Masjid bukan hanya sebagai tempat ibadah, tapi juga pengembangan berbagai hal yang berkaitan dengan kehidupan diantaranya adalah aktivitas wirausaha.

Terdapat beberapa karya sebelumnya yang telah dipublikasikan dengan konsep sejenis. Diantaranya adalah aplikasi *mobile* DMI Kota Semarang yang dirancang dan

dipublikasikan oleh Galuh Wilujeng Saraswati dan Rahmat Trindanda Pramudya Amar (2020). Aplikasi yang berisi tentang berbagai informasi kegiatan yang ada di Masjid pada ruang lingkup wilayah Kota Semarang. Aplikasi juga terdapat fitur daftar UMKM yang terhubung. Namun, aplikasi ini masih bersifat satu arah dan secara desain belum memiliki satu ciri khas khusus. Desain tampilan sebuah aplikasi harus memiliki ciri khas sehingga menciptakan citra produk dan mudah dikenali. (Mastra: 2018)

Selain itu terdapat juga aplikasi IKPELMAS yang dirancang oleh Tafrid S. Musa, Yaulie Deo Y Rindengan, Arie S.M. Lumenta (2020). Berbagai fitur menyajikan informasi pelayanan dan program Masjid serta lokasi Masjid terdekat. Aplikasi ini memiliki fitur yang masih terbatas. Tidak semua fitur dapat diakses. Fitur masih terbatas pada berbagai informasi dan bersifat satu arah.

Kemudian yang menjadi pembeda perancangan karya penelitian ini dengan dua karya sebelumnya adalah pada perancangan ini aplikasi lebih interaktif atau dua arah. Setiap pengguna dapat berbagi apapun potensi wirausahanya, mulai dari produk atau jasa, hingga mencari berbagai pelatihan keahlian yang dapat menunjang pengembangan wirausaha. Selain itu juga terdapat fitur dasar lainnya seperti informasi kegiatan dan lain sebagainya.

4. Tujuan dan Manfaat

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh jejaring jamaah Masjid dapat meningkatkan kewirausahaan. Penelitian ini juga untuk mengetahui pengaruh perancangan sebuah aplikasi *mobile* Masjid dapat meningkatkan dan mengembangkan kewirausahaan dari pengguna aplikasi yang merupakan jamaah Masjid.

B. KONSEP PERANCANGAN

1. Kajian Sumber Perancangan

Kajian sumber perancangan menjelaskan tentang media dan objek yang yang diteliti seperti *interface* (antarmuka) aplikasi *mobile*, kewirausahaan dan potensi yang dimiliki oleh Masjid.

Salah satu yang menunjang tampilan dan sistem suatu aplikasi adalah terdapat desain tampilan pada setiap jendela atau antarmuka dari menu yang ditawarkan oleh aplikasi. Desain tampilan ini disebut *user interface*. *Interface* adalah sebuah *tools* yang digunakan oleh pengguna untuk melakukan manipulasi terhadap objek digital. Sedangkan *User Interface* merupakan rangkaian keputusan berulang yang mengarah pada suksesnya implementasi dari interaksi terhadap *tools digital* yang ditampilkan. (Roth,2017)

Dalam era global yang serba tak terbatas, persaingan menjadi semakin terbuka. Namun, tentu saja peluang yang ada dalam usaha atau bisnis juga semakin banyak dan terbuka. Dengan semakin

berkembangnya teknologi siapapun saat ini dapat mengakses berbagai peluang untuk menjadi wirausaha. Kewirausahaan adalah suatu kemampuan kreatif dan inovatif dalam melihat peluang dari perubahan yang positif untuk membawa bisnis terus bertumbuh. (Saragih, 2017).

Wirausahawan merupakan seorang inovator yang dapat mengubah suatu kesempatan menjadi sebuah ide bisnis yang dapat bernilai tambah. (Kusuma, et.al. 2021). Ketika persaingan menciptakan pilihan tanpa batas, semua mencari cara untuk terhubung secara emosional dengan pelanggan agar menjadi tak tergantikan, dan menciptakan hubungan yang lebih lama. Proses tersebut dilakukan dengan disiplin dan digunakan untuk membangun kesadaran dan memperluas pelanggan loyalitas. (Ramayanti, 2020). Melalui aplikasi yang dirancang, pengguna akan terhubung dengan jejaring sosial dan komunitas sehingga dapat meningkatkan loyalitas.

Menurut data yang dilansir dari situs Kementerian Agama Republik Indonesia, pada 2022 terdapat 290.178 Masjid di seluruh Indonesia. Mulai dari Masjid Agung, Besar, Raya, Jami' hingga yang bersejarah. Dengan jumlah yang sangat besar ini tentu saja menjadi potensi sangat besar bagi umat Islam untuk mengembangkan berbagai hal. Termasuk salah satunya adalah dengan membangkitkan perekonomian umat.

Majelis Ulama Indonesia sendiri melalui Fatwa Nomor 34 Tahun 2013 tentang Pemanfaatan Area Masjid untuk Kegiatan Sosial dan yang Bernilai Ekonomis telah memberikan sebuah arahan bagi umat Islam agar dapat mengoptimalkan potensi tersebut dengan memberikan dua rekomendasi yaitu:

- 1) Masyarakat dihimbau melaksanakan kegiatan muamalah di tempat-tempat yang dapat mendekatkan diri pada Allah SWT, seperti di aula masjid, di Islamic Center dan sejenisnya;
- 2) Pengurus Masjid dihimbau untuk secara kreatif memakmurkan masjid dengan penyediaan sarana prasarana yang dapat mendukung kegiatan ibadah dan mu'amalah masyarakat.

2. Landasan Perancangan

Perancangan ini dilandasi dari penelitian yang dilakukan dengan metode bauran antara kualitatif dan kuantitatif.

Data tentang pengguna didapat dari wawancara, kuesioner dan observasi terhadap objek penelitian. Berdasarkan data yang didapatkan tersebut dilakukan perancangan dengan luaran berupa karya interaktif yang dapat menyelesaikan masalah pengguna yang sudah diteliti. Melalui *design thinking* perancangan terhadap aplikasi dilakukan berdasarkan data yang telah didapat sehingga luaran dalam penelitian ini adalah menghasilkan sebuah media untuk membantu menyelesaikan masalah

pengguna berupa aplikasi berbasis *mobile*.

3. Tema/Ide/Judul

Tema besar yang diangkat dalam perancangan karya ini adalah tentang optimalisasi peran masjid untuk pengembangan wirausaha secara digital. Maka dalam perancangan yang dilakukan berisi berbagai elemen desain yang berkaitan dengan masjid.

Dalam berbagai fitur yang dikembangkan dalam perancangan ini juga dimaksudkan agar pengguna dimudahkan dalam mencari informasi yang berkaitan dengan masjid dan komunitas sosial yang berkaitan dengan masjid, termasuk juga jejaring wirausaha.

4. Konsep Pewujudan/Penggarapan

Perwujudan dari media aplikasi *mobile* yang dirancang adalah menampilkan 3 fitur utama yang dimaksudkan untuk menjawab kebutuhan pengguna. Dan fitur lainnya yang merupakan tambahan berupa fitur berbagi informasi sesama pengguna.

Fitur utama dalam aplikasi menampilkan kemudahan bagi pengguna sebagai penjual untuk memasarkan produk mereka ke dalam jejaring yang ada. Fitur selanjutnya, pengguna dapat mencari dan membeli berbagai kebutuhan harian yang disediakan oleh sesama anggota komunitas jamaah. Fitur ketiga dimaksudkan untuk mempertemukan pengguna yang memiliki minat untuk berwirausaha maupun meningkatkan pengetahuan seputar wirausaha. Kemudian fitur tambahan

dihadirkan untuk berbagi informasi sesama pengguna mulai dari informasi kegiatan, komunitas, dan lainnya.

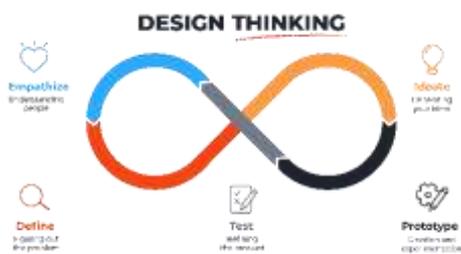
Dalam perancangan, desain sebuah media digital tak hanya menentukan citra terhadap produk tapi juga dapat meningkatkan ketertarikan. Dalam konteks media digital yang berhubungan dengan jual beli, akan meningkatkan penjualan. (Mastra, 2018).

C. METODE/ PROSES PERANCANGAN

Dalam pengumpulan datanya penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Peneliti menggunakan metode kualitatif karena membutuhkan eksplorasi mengenai permasalahan yang akan diteliti. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, dalam bentuk deskripsi berupa kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah Moleong (2010) dalam Fahlevi (2019:104).

Sedangkan metode perancangan yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *Design Thinking*. metode ini digunakan didasarkan pada solusi untuk pengalaman dari objek yang dipelajari. Menekankan pada pemecahan masalah yang berkaitan dengan objek yang digunakan. Untuk mengetahui kegunaan produk yang

penting untuk mendapatkan masukan dari pengalaman pengguna (Makalalag, 2021: 270). Proses dalam metode *design thinking* merupakan proses iteratif dengan beberapa tahapan untuk mengidentifikasi dan memahami pengguna, masalah pengguna, dan solusi yang memungkinkan peneliti mendefinisikan masalahnya dari sudut



Gambar 1. Design Thinking
Sumber: maqe.com

D. ULASAN KARYA

Dalam era global yang serba tak terbatas, persaingan menjadi semakin terbuka. Namun, tentu saja peluang yang ada dalam usaha atau bisnis juga semakin banyak dan terbuka. Dengan semakin berkembangnya teknologi siapapun saat ini dapat mengakses berbagai peluang untuk menjadi wirausaha. Kewirausahaan adalah suatu kemampuan kreatif dan inovatif dalam melihat peluang dari perubahan yang positif untuk membawa bisnis terus bertumbuh. (Saragih, 2017). Wirausahawan merupakan seorang inovator yang dapat mengubah suatu kesempatan menjadi sebuah ide bisnis yang dapat bernilai tambah. (Kusuma, et.al. 2021)

Tahap Emphatize

Pada tahapan awal ini dilakukan identifikasi terhadap karakteristik pengguna yang men-

jadi sasaran melalui persona pengguna, serta kebutuhan atau masalah yang dihadapi oleh pengguna berkaitan berkaitan dengan topik yang diteliti. Dari hasil wawancara yang dilakukan dapat diidentifikasi beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Mayoritas responden merupakan pengguna dari aplikasi berbelanja *online* aktif.
- 2) Responden memilih berbelanja melalui aplikasi dikarenakan banyak promosi, harga yang murah dan produk yang variative.
- 3) Responden akan memilih berbelanja ke sesama jamaah atau jejaring masjid jika produk tersedia.
- 4) Responden mendukung jika masjid memfasilitasi jamaah dalam berwirausaha salah satunya dengan aplikasi digital.
- 5) Semua responden tertarik untuk membuka bisnis baru. Namun terkendala pengetahuan, keterampilan dan modal. Mereka menyambut baik jika hal tersebut difasilitasi oleh masjid.

Tahap Define

Tahapan ini mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh pengguna. Setelah ditemukan beberapa masalah yang telah di *emphatize*, peneliti merangkum masalah mendasar yang perlu untuk diselesaikan. Kemudian dilakukan simpulan mengenai cara untuk membantu mengatasi persoalan tersebut (Nurlela, 2019).

Dari data yang telah diuraikan

sebelumnya telah didapatkan gambaran tentang kebutuhan dari pengguna. Berdasarkan hal tersebut tahap ini menguraikan yang menjadi pemecahan masalah dari kebutuhan pengguna yang didapatkan dari hasil *emphaty* sebelumnya sebagai berikut :

- 1) Jamaah Masjid akan memilih berbelanja kepada sesama jamaah atau yang ada dalam jejaring Masjid jika ada saluran yang menyediakannya. Responden mengatakan tidak saling mengetahui jika antar jamaah sebenarnya menjual sesuatu yang mungkin mereka butuhkan. Oleh sebab itu, dirancang aplikasi berbasis *mobile* yang dapat membantu jamaah dan jejaring komunitas Masjid untuk mencari berbagai kebutuhan yang diperlukan melalui aplikasi tersebut.
- 2) Masjid menjadi tempat berkumpulnya berbagai potensi umat Islam. Dalam kasus ini, yang menjadi studi adalah Masjid Al Hikmah yang ada di Jakarta Selatan yang disekitarnya terdapat berbagai pusat pendidikan mulai TK hingga Kampus. Tentu saja potensi ini harus dioptimalkan para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya. Oleh sebab itu dirancang sebuah aplikasi agar para pelaku usaha dapat memasarkan produk dan jasanya melalui aplikasi dengan jamaah dan warga sekitar masjid yang menjadi penggunanya.

- 3) Pada objek kajian, generasi muda yang merupakan jamaah Masjid tersebut aktif dalam memakmurkan kegiatan Masjid. Mereka tertarik untuk memulai usaha namun sering terkendala pengetahuan, kemampuan, dan modal. Oleh sebab itu dalam aplikasi yang akan dirancang juga memfasiliasi pengguna untuk mencari berbagai pelatihan yang dapat meningkatkan kapasitas wirausaha.

Tahap Ideate

Dalam tahapan ini disusun ide terhadap solusi yang dibutuhkan oleh pengguna atas kebutuhan dan pemasalahan yang ada. Maka dirancang sebuah aplikasi berbasis *mobile* yang mampu mengoptimalkan potensi dan peran masjid untuk menjawab kebutuhan tersebut, sehingga masjid menjadi pusat pengembangan terhadap wirausaha bagi jamaah dan jejaring yang ada.

Dari data yang diperoleh pada tahap *emphatize* di atas, beberapa fitur yang dikembangkan dari perancangan ini untuk menjawab persoalan pengguna adalah:

- 1) Fitur yang dapat digunakan pengguna untuk menjual barang/jasa yang dimiliki kepada pengguna lain
- 2) Fitur yang dapat digunakan pengguna untuk mencari berbagai kebutuhan harian yang disediakan oleh pengguna lain yang merupakan bagian dari jejaring
- 3) Fitur jejaring komunitas dimana sesama pengguna dapat berinteraksi, baik itu dengan sesama pengguna yang ada di

Masjid yang sama, maupun di Masjid lain yang ada di sekitarnya.

4) Fitur yang dapat memungkinkan pengguna untuk mengikuti berbagai

kegiatan pengembangan wirausaha, baik itu yang dibuat oleh sesama pengguna maupun diselenggarakan oleh pihak lain.

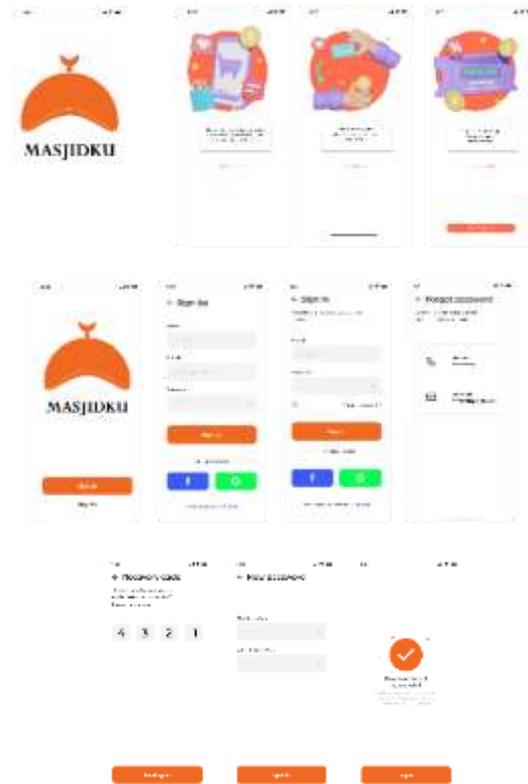


Gambar 2. Konsep Dasar Aplikasi
Sumber: Observasi

Tahap Prototype

Tahapan ini semua *framework* yang telah disusun telah diimplementasikan menjadi sebuah aplikasi yang dapat dioperasikan sebagai contoh untuk kemudian dapat dilakukan uji coba terhadap cara kerja dan kegunaan dari aplikasi. Setelah prototipe dibuat, interaksi akan ditambahkan di dalamnya sehingga pengalaman pengguna menjadi nyata (Nasution, 2021).

Untuk mewujudkan ide dalam menyelesaikan permasalahan pengguna, pada tahap ini prototipe tampilan antarmuka aplikasi dirancang. Dengan rincian sebagai berikut :

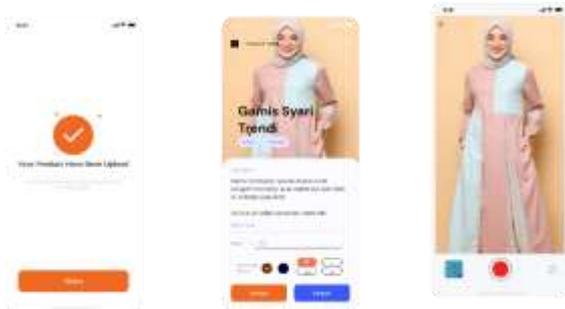


Gambar 3. Antarmuka daftar pengguna

1) Antarmuka pelaku usaha

Pada antarmuka ini pelaku usaha dimudahkan untuk mengunggah berbagai produk yang dipasarkannya. Dengan Langkah yang sederhana agar memudahkan para wirausahawan yang baru memulai dan

beradaptasi dengan dunia digital. Pengguna dapat langsung memotret produk yang akan dijualnya dan mengisi deskripsi sesuai dengan produknya kemudian mengunggahnya ke dalam aplikasi



Gambar 4. Tampilan antarmuka penjual

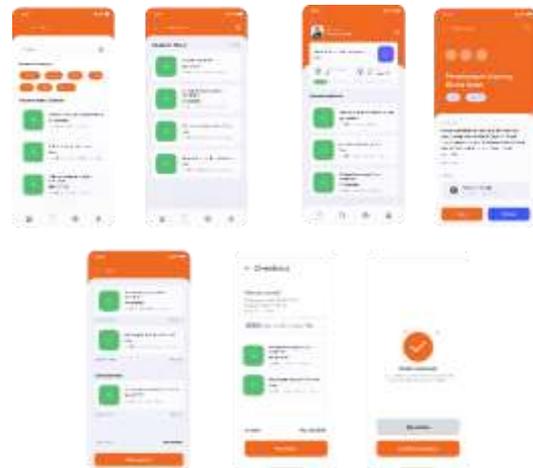
2) Antarmuka pembeli

Pengguna mengharapkan dapat menemukan berbagai kebutuhan harian mereka dari tetangga, orang terdekat dan jamaah masjid. Sehingga dapat memberdayakan ekonomi berbasis masjid, juga memudahkan pengguna untuk mendapatkan berbagai kebutuhan. Rancangan antarmuka dari pengguna yang merupakan pembeli harus dapat memudahkan mereka mencari berbagai keperluan yang memang dibutuhkan dan sesuai dengan profil atau minat pengguna. Semakin pengguna mudah menemukan apa yang mereka butuhkan, maka semakin besar pula peluang untuk terjadinya transaksi jual-beli.



Gambar 5. Tampilan antarmuka pembeli

3) Antarmuka pengembangan wirausaha
Selain terdapat aktivitas jual-beli, aplikasi ini juga memiliki fitur yang memungkinkan pengguna dapat mencari berbagai pelatihan yang dapat mengembangkan kewirausahaan mereka. Bukan hanya bagi yang sudah memiliki usaha, namun siapa saja dapat mengaksesnya. Sehingga jika semakin banyak yang terdorong mengembangkan usaha, maka peran masjid sebagai pusat ekonomi rakyat dan umat akan semakin terwujud.

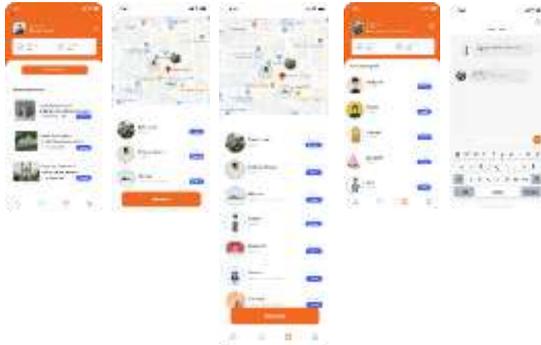


Gambar 6. Pengembangan wirausaha

4) Antarmuka tambahan Komunitas dan Berbagi Informasi

Dalam aplikasi ini juga terdapat fitur untuk mengembangkan jejaring komunitas dan juga berbagi informasi antar sesama pengguna. Dalam proses wawancara dan kuesioner diketahui bahwa banyak kegiatan atau informasi yang bermanfaat dari Masjid ataupun sesama jamaah tidak tersebar dengan cukup baik. Sehingga dengan adanya fitur ini, pengurus masjid dan jamaah pada umumnya yang merupakan pengguna dapat

mencari dan menyebarkan informasi kepada pengguna lainnya



Gambar 7. Antamuka komunitas dan berbagi informasi

Setelah menyusun konsep awal terhadap ide yang untuk aplikasi yang akan dirancang. Maka, untuk memudahkan dalam proses perancangan selanjutnya dibuat alur aplikasi serta kebutuhan terhadap elemen desain dari aplikasi yang akan dirancang.

Tahap Testing

Tabel 1. Pertanyaan Testing

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Sangat Setuju
1	Saya akan menggunakan aplikasi ini	1	2	3	4	5
2	Menurut saya aplikasi Masjidku terlalu rumit untuk digunakan	1	2	3	4	5
3	Saya dapat menemukan fitur /menu yang dicari dengan mudah	1	2	3	4	5
4	Aplikasi Masjidku tidak cocok untuk <i>mobile device</i>	1	2	3	4	5
5	Fitur yang ada dalam aplikasi Masjidku memiliki integrasi antara satu dan lainnya	1	2	3	4	5
6	Saya memerlukan bantuan orang lain untuk menggunakan aplikasi Masjidku	1	2	3	4	5
7	Saya merasa nyaman saat menggunakan aplikasi Masjidku	1	2	3	4	5
8	Fitur/menu aplikasi Masjidku terlalu banyak yang tidak konsisten	1	2	3	4	5
9	Menurut saya, pengguna akan dapat menggunakan aplikasi dengan mudah	1	2	3	4	5
10	Saya harus mempelajari beberapa hal terlebih dulu untuk dapat menggunakan aplikasi	1	2	3	4	5

Dari *prototype* aplikasi yang telah dirancang, dilakukan pengujian untuk mengetahui sejauh mana media tersebut dapat digunakan dengan baik oleh pengguna. Dalam penelitian ini metode

testing yang digunakan adalah *System Usability Scale (SUS)*.

Usability adalah aspek penting dalam aplikasi ataupun *website* yang merupakan sebuah proses optimasi interaksi antara pengguna dengan *system* yang dapat

dilakukan dengan interaktif (Sidik: 2018). Penilaian SUS menggunakan skala Likert. Dimana pengguna diberikan 10 pernyataan dan kemudian menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap pernyataan yang diajukan tersebut dengan skala 1-5 dari paling setuju sampai dengan paling tidak setuju.

Setelah dilakukan pengujian terhadap aplikasi menggunakan *System Usability Scale* (SUS) didapatkan hasil sebagaimana berikut ini:

Tabel 2. Hasil SUS Test

Scale			
Odd Items	Even Items	SUS Score (/100)	Grades
12	8	50	F
20	18	95	A
16	10	65	D
17	12	72.5	B
12	12	60	D
17	11	70	B
19	18	92.5	A
12	14	65	D
16	10	65	D
18	15	82.5	A
	Average SUS Score	71.75	B

Dari keseluruhan responden, aplikasi mendapatkan nilai di atas 60. Hanya pada satu responden nilai di bawah 60. Sehingga secara rata-rata *score* yang didapatkan oleh aplikasi adalah 71.75 atau dalam kategori B. Melalui data tersebut, aplikasi ini dapat digunakan oleh pengguna.

E. KESIMPULAN

1. Kesimpulan

Melalui proses *design thinking* yang dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan terhadap masalah yang dihadapi pengguna, dilakukan perancangan terhadap aplikasi untuk mengembangkan kewirausahaan berbasis jejaring masjid. Dengan tujuan masjid dapat menjadi pusat ekonomi rakyat dan umat.

Perancangan dilakukan untuk memudahkan jamaah untuk memenuhi berbagai keperluan harian melalui jejaring terdekat berbasis masjid. Selain itu, aplikasi juga memudahkan jamaah yang memiliki potensi usaha dapat mengoptimalkan jejaring masjid untuk memasarkan produk atau jasa mereka. Sehingga, perputaran ekonomi umat melalui jejaring masjid menjadi bergeliat. Selain proses jual-beli, aplikasi ini juga menjadi sarana pengembangan baik bagi mereka yang sudah memiliki usaha maupun yang baru belajar untuk memiliki usaha.

Dengan semakin banyaknya potensi wirausaha, akan semakin banyak peluang peningkatan ekonomi rakyat dengan berbasis masjid. Aplikasi yang dirancang memfasilitasi *supply and demand* juga memberikan wawasan pengembangan tambahan bagi pengguna.

Melalui ujicoba yang dilakukan kepada pengguna, aplikasi yang dirancang mendapatkan nilai *usability* yang baik sehingga dapat digunakan. Namun tentunya

dengan memperhatikan hal-hal yang dapat mengembangkan aplikasi yang telah dirancang.

2. Saran

Aplikasi yang telah dirancang diharapkan dapat menjadi media yang mampu memaksimalkan peran jejaring Masjid dalam mengembangkan kewirausahaan.

Beberapa pihak yang menjadi sasaran utama dalam perancangan ini yaitu pengurus Masjid, jamaah, pengusaha UMKM serta lingkungan sekitar. Aplikasi ini harus dapat dimanfaatkan oleh pengurus Masjid untuk memakmurkan Masjid, bukan hanya sekedar kegiatan ibadah. Jamaah dapat memaksimalkan aplikasi untuk mencari berbagai kebutuhan hariannya dari sesama jamaah, bahkan memasarkan produknya sendiri. Jamaah juga dapat saling terhubung satu sama lain, bukan hanya dalam satu Masjid tapi juga wilayah sekitar. Sehingga dapat terbentuk jejaring dan komunitas antar jamaah Masjid. UMKM mendapatkan saluran distribusi yang potensial di Masjid dan daerah sekitarnya. Sehingga dapat membantu memperkenalkan produk mereka.

Dengan terbentuknya jejaring antar pengguna, aplikasi diharapkan berdampak bagi lingkungan sekitar. Sehingga pengguna dapat mengambil manfaat dari jejaring Masjid ini bukan hanya sekedar ibadah. Dengan semakin dikembangkannya aplikasi ini tentu saja pengguna akan semakin dan

beragam dan luas, bukan hanya jamaah Masjid namun juga masyarakat pada umumnya.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Fahlevi, P., Dewi, A.O.P. (2019). Analisis Aplikasi Ijateng Dengan Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Ilmu Perpustakaan Vol. 8(2)*.
- Riyanto, A. D. (2021). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021. Andi.link. Diambil dari: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/> .
- Kusuma, L.I, Fitria, T.N., Dewi, M. W. (2021): Pelatihan Kewirausahaan Sebagai Peluang Bisnis Untuk Generasi Milenial Di Soloraya Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Budimas, Vol.03(02)*, 315–321.
- Makalalag, A. H., Ekawardhani, Y. A., & Lumban Gaol, T.V. (2021): User Interface/User Experience Design for Mobile-Based Project Management Application Using Design Thinking Approach, *International Journal of Education, Information Technology and Others (IJEIT), Vol. 4(2)*, 269-274.
- Mastra, K.N.L., Dharmawan, R.F. (2018): Tinjauan User Interface Design Pada Website Ecommerce Laku6. *Narada Jurnal Desain dan Seni, Vol.5(1)*, 95-110.
- Muqoddas, A., Yogananti, A. F., & Bastian, H. (2020). Usability user interface desain pada aplikasi ecommerce. *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia, Vol.6(1)*, 73–82.
- Nasution, W. S. L., & Nusa, P. (2021). UI/UX Design Web-Based Learning Application Using Design Thinking Method. *ARRUS Journal of Engineering and Technology, Vol. 1(1)*, 18-27. <https://doi.org/10.35877/jetech532>

- Nugroho, A. E. (2020, Juni 30). Survei Kinerja UMKM di Masa Pandemi COVID19. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. Diambil dari: <http://lipi.go.id/berita/survei-kinerja-umkm-di-masa-pandemi-covid19/22071>
- Novryaldy, A., Setiadi, T. (2018). Perancangan Sistem Informasi Profil Masjid Berbasis Website. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan Vol. IV(3)*, 242–252.
- Nurlela. (2019). Aplikasi Bantu Antri Untuk Rumah Sakit Penerima BPJS. *Narada Jurnal Desain dan Seni, Vol.6(3)*, 401-410.
- Ramyanti, D., Rizka, A. R., (2020) Strategi Branding Panti Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Strategi Branding Unit Informasi dan Layanan Sosial Meruya). *Narada Jurnal Desain dan Seni, Vol. 7(2)*, 157-168.
- Saragih, R. (2017). Membangun Usaha Kreatif, Inovatif Dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal kewirausahaan, Vol. 3(2)*, 26-34.
- Setiawan, S. R. D. (2020, April 17). Sebanyak 37.000 UMKM Terdampak Virus Corona. Kompas.com. Diambil dari: <https://money.kompas.com/read/2020/04/17/051200426/sebanyak-37.000-umkm-terdampak-virus-corona>
- Sidik, A. (2018). Penggunaan *System Usability Scale (SUS)* Sebagai Evaluasi *Website Berita Mobile*. *Jurnal Technologia, Vol.9(2)*, 83-88.