



## Perancangan Sistem Layanan Grosir Warung Berbasis Website Dengan Metode Prototipe (Studi Kasus: Manjoo)

Yurike Oktavirani <sup>1</sup>, Jajam Haerul Jaman <sup>2</sup>, Chaerur Rozikin <sup>3</sup>

Universitas Singaperbangsa Karawang

---

### Abstract

Received: 04 Januari 2024  
Revised : 11 Januari 2024  
Accepted: 19 Januari 2024

*The manjoo warung website is an online wholesale service website that can be ordered remotely. This website is expected to provide convenience in finding wholesale shop products at competitive prices. The manjoo warung website is a grocery stall service intended for shop owners who are going to open a grocery shop business. The survey data conducted in this study, it shows that many grocery shop owners are still having trouble finding distributors for their stalls. So manjoo proposed and designed an idea to be able to overcome the problem. In this study, website design only reached the interactive prototype stage. In designing this interactive prototype using the prototype method and testing using the technology acceptance model (TAM) method. The variables used for testing using the technology acceptance model (TAM) are perceived usefulness, perceived ease of use, actual system use, behavioral intention to use, and self-efficacy. From the results of the normality test, and others, it is found that the influential variables are self-efficacy which directly influences perceived ease of use, perceived ease of use which directly influences perceived usefulness, perceived ease of use with behavioral intention of use, and behavior intention of use with actual system of use.*

**Keywords:** *Prototype, User Interface, Technology Acceptance Model, Grocery Store, Website*

(\*) Corresponding Author: [oktaviranniy@gmail.com](mailto:oktaviranniy@gmail.com)

**How to Cite:** Oktavirani, Y., Jaman, J. H., & Rozikin, C. (2024). Perancangan Sistem Layanan Grosir Warung Berbasis Website Dengan Metode Prototipe (Studi Kasus: Manjoo). <https://doi.org/10.5281/zenodo.10538586>

---

## PENDAHULUAN

Memasuki era revolusi industri 4.0 atau dikenal juga dengan era digital, perkembangan teknologi digital menjadi semakin besar. Menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, hampir 64 juta usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia mengalami penurunan pendapatan selama pandemi. Riset *Delloite Access Economics* mengungkapkan bahwa 36% UMKM di Indonesia masih menggunakan cara pemasaran tradisional. Dari DataIndonesia.id yang menunjukkan bahwa jumlah toko kelontong tradisional menjadi *retail* yang banyak di Indonesia. Jumlahnya tercatat sebanyak 3,57 juta unit. Alasan masyarakat masih memilih berbelanja di *retail* toko kelontong tradisional karena produknya yang beragam dan juga lokasinya yang mudah dijangkau.

Mengingat pertumbuhan ekonomi yang masih kurang stabil semenjak pandemi. Sehingga banyak masyarakat yang mulai membuka usaha warung di rumahnya. Tetapi banyak masyarakat yang baru membuka warung bingung untuk mengisi barang-barang di warungnya dengan harga produk yang dapat bersaing dengan harga pasar sekitar. Banyak sales *marketing* yang biasa menawarkan produknya dengan keliling dari warung ke warung. Namun sales marketing tersebut juga hanya menawarkan beberapa barang saja, sehingga tidak dapat mengisi seluruh kebutuhan barang untuk mengisi sebuah warung. Maka dari itu perlu adanya

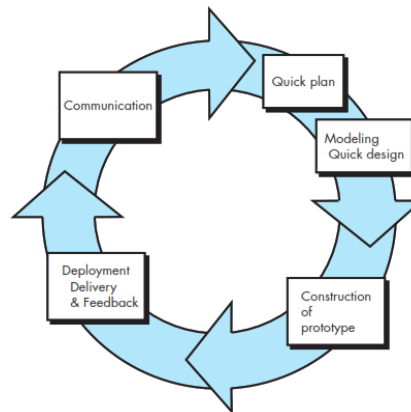
distributor yang memiliki barang lengkap dan terintegrasi dengan aplikasi di *smartphone* untuk lebih memudahkan masyarakat yang baru membuka usaha warung di rumahnya. Ketika masyarakat dapat lebih mudah mengakses sebuah barang untuk mengisi warungnya melalui *smartphone*, maka perlu dibuat sebuah aplikasi berbasis website yang dapat diakses oleh semua *smartphone*. Dalam membangun sebuah rancangan aplikasi berbasis website perlu adanya *user interface* dan *user experience* untuk dapat membuat sebuah aplikasi sesuai dengan kebutuhan dari *user*.

*User interface* (UI) merupakan cara pengguna agar dapat berinteraksi dengan program yang telah dibuatnya, dapat diartikan bahwa UI adalah salah satu cara agar pengguna dapat berinteraksi dengan komputer, *smartphone*, atau perangkat lainnya agar dapat dimengerti oleh pengguna aplikasi tersebut, dan diprogram sedemikian rupa agar dapat dibaca oleh sistem (Thornsby, 2016). Sedangkan menurut Winter (Munthe dkk, 2018). *User experience* (UX) ialah bagaimana pengalaman yang dirasakan oleh pengguna terhadap setiap interaksi yang pengguna alami pada saat menggunakan aplikasi. Untuk mendapatkan UX yang baik, maka sebuah produk harus memiliki keselarasan antara fitur dan kebutuhan yang sesuai dengan permasalahan yang dialami oleh pengguna.

Prototipe adalah versi pertama dari langkah-langkah dalam membuat sebuah sistem perangkat lunak yang digunakan dalam memvisualisasikan ide, bereksperimen dengan desain, menemukan masalah yang mungkin terjadi dan menyelesaikannya dengan membuat solusi (I. Sommerville, 2007). Suatu sistem dengan model prototipe memungkinkan penggunaannya untuk dapat mengetahui langkah-langkah yang telah dijalankan oleh sistem agar sistem tersebut dapat bekerja dengan baik. Tujuan dari penggunaan metode prototipe ini adalah untuk mendapatkan representasi dari sebuah pemodelan aplikasi *website*. Perancangan awal aplikasi berupa *mockup* yang kemudian dapat dievaluasi oleh pengguna. Dimana hasil evaluasi pengguna ini dapat dapat menjadi bahan referensi untuk pengembang saat merancang sebuah aplikasi *website*.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam perancangan prototipe website dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *prototype*. Tujuan dari penggunaan metode prototipe ini adalah untuk mendapatkan representasi dari sebuah pemodelan aplikasi *website*. Perancangan awal aplikasi berupa *mockup* yang kemudian dapat dievaluasi oleh pengguna. Dimana hasil evaluasi pengguna ini dapat dapat menjadi bahan referensi untuk pengembang saat merancang sebuah aplikasi *website*. Tahapan yang ada dalam metode *prototype* bersifat iteratif, dimana tahapannya adalah sebagai berikut:



**Gambar 2.1** Prototipe Model

(Sumber: Roger S. Pressman, 2012:50)

Berikut adalah langkah-langkah perancangan layanan grosir warung berbasis *website* dengan metode *prototype*:

1. *Communication*

*Communication* adalah tahap pertama dalam melakukan pemecahan masalah dari metode *prototype*. Dalam melakukan komunikasi ini dilakukan wawancara dengan pihak pemangku kepentingan untuk mendapatkan informasi awal dan juga permasalahan yang ada.

2. *Quick Plan*

*Quick Plan* dilakukan untuk menentukan rencana dalam pembuatan *prototipe*. Tahap ini dilakukan dengan cepat untuk menentukan rencana keseluruhan yang akan ada pada pembuatan *prototipe* perangkat lunak. Rancangan ini dibuat berdasarkan kebutuhan pengguna dan komunikasi dengan pemangku kepentingan.

3. *Modelling Quick Design*

*Quick design* dilakukan dengan membuat perancangan yang mewakili semua aspek perangkat lunak yang akan digunakan dan perancangan ini menjadi dasar pembuatan *prototipe*. Perancangan design ini dibuat untuk menentukan bagaimana *user interface* yang akan ditampilkan untuk dibuat menjadi *prototipe* nya. Membuat model ini dilakukan sebelum merancang *prototipe*, dengan membuat beberapa diagram UML, *wireframe*, dan desain *user interface*.

4. *Construction of Prototipe*

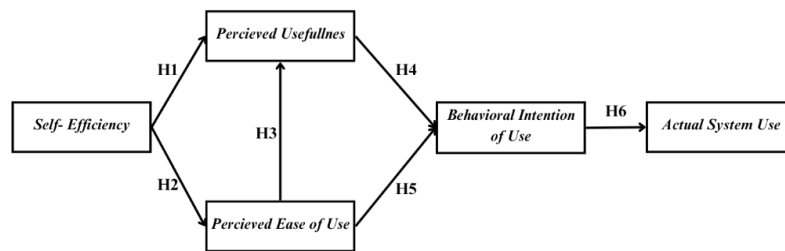
*Prototipe* adalah tahapan yang ditunjukkan untuk mentransformasikan sifat abstrak dari sebuah ide menjadi berwujud. Pada tahap ini dilakukan dengan menerjemahkan hasil perancangan *design interface* menjadi *prototipe* interaktif yang dapat diuji coba oleh pengguna. Hasil dari tahapan ini yaitu sebuah *prototipe* interaktif yang siap dievaluasi.

5. *Evaluasi & Feedback*

Evaluasi dan *feedback* adalah tahapan untuk melakukan uji coba *prototyping* dan kemudian untuk mendapatkan *feedback* dari pengguna sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi. Untuk mendapatkan *feedback* yang dapat dievaluasi dapat dilakukan secara online dengan menyebarkan kuisioner kepada pengguna. Untuk mendapatkan *feedback* dan juga melakukan evaluasi pada tahap ini dapat menggunakan metode *Technology Acceptance Model* sebagai bahan uji *testing*.

### 6. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Tahapan ini adalah melakukan *testing* dengan *Technology Acceptance Model (TAM)*. TAM adalah konsep untuk menggambarkan perilaku *user* atau kepuasan pelanggan. Metode TAM bertujuan untuk mengetahui perilaku *user* terhadap aplikasi yang di buat. Proses TAM ini dapat dilakukan secara *online* dengan mengisi kuisioner berdasarkan 4 variabel yang ada pada metode TAM ini yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Actual System Use* dan *Behavioral Intention to use*. Terdapat juga satu variabel external, yaitu *self-efficacy*. Variable testing dikembangkan menggunakan skala *likert* dengan 4 skala, skor terendah diberi nilai 1 dan tertinggi diberi nilai 4.



**Gambar 2.2** Hipotesis TAM

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Hasil*

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan yaitu berupa prototipe interaktif yang dapat digunakan sebagai referensi sebelum memasuki tahapan pembuatan website. Prototipe interaktif ini dapat digunakan untuk melakukan simulasi penggunaan website manjoo untuk dapat berbelanja kebutuhan warung dan beberapa fungsi lainnya dari website manjoo tersebut. Prototipe interaktif ini menggunakan figma dalam menampilkan prototipenya dan pengujian menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Berikut akan dibahas mengenai hasil dan tahapan pembuatan prototipe website layanan grosir warung manjoo menggunakan metode prototipe yang terdiri dari 5 tahapan yaitu diantaranya: *Communication*, *Quick Plan*, *Modelling Quick Design*, *Contruction Prototipe* dan *Evaluation & Feedback*.

### 3.1. *Communication*

Pada tahapan *communication* ini menghasilkan analisis dari hasil wawancara dengan pemangku kepentingan dan hasil kuisioner dengan pengguna. Berikut adalah hasil dari kuisioner pengguna mengenai kebutuhan dari pengguna untuk prototipe website manjoo itu.

**Tabel 3.1** Hasil Kuisioner Kebutuhan Pengguna

Pertanyaan	Jumlah Jawaban				
	1	2	3	4	5
<b>Dekorasi</b>					
Seberapa penting dekorasi untuk membuat warung kelontong lebih menarik?		3	6	15	6

Seberapa penting rak display dalam membuat tata ruang warung lebih menarik?	2	7	7	<b>9</b>	5
Seberapa penting Spanduk dalam membuat warung lebih menarik?	1	2	5	<b>13</b>	10
Seberapa penting lampu hias dalam membuat tata ruang warung lebih menarik?	<b>18</b>	8	3	1	0
Seberapa penting warna cat dalam membuat warung lebih menarik?	4	<b>10</b>	9	6	1
<b>Distributor</b>					
Tingkat kesulitan anda menemukan distributor barang yang lengkap?	0	2	7	<b>16</b>	5
Seberapa jauh jarak anda ke tempat distributor?	4	<b>10</b>	7	9	0
Kelengkapan barang dalam 1 distributor saat berbelanja kebutuhan warung?	1	6	11	<b>12</b>	0
Kepuasan anda dengan harga yang anda temukan di distributor?	0	0	10	<b>17</b>	3
Tingkat keuntungan harga yang anda dapatkan saat berbelanja di distributor?	0	5	10	<b>11</b>	4
<b>Penggunaan Smartphone</b>					
Seberapa paham anda mengenai penggunaan smartphone?	0	2	6	<b>11</b>	<b>11</b>
Seberapa paham anda tentang berbelanja online?	2	2	7	<b>12</b>	7
Seberapa sering anda melakukan belanja online?	3	4	7	<b>12</b>	4
Apakah dengan adanya ongkos kirim saat berbelanja online membuat anda berpikir dua kali?	2	3	<b>10</b>	<b>10</b>	5

Dari jawaban pengguna tersebut kita dapat menyimpulkan mana yang lebih diminati dan menjadi kebutuhan bagi pengguna. Semakin banyak yang memilih maka bisa dinyatakan semakin banyak juga yang membutuhkan hal tersebut.

### 3.2. *Quick Plan*

Tahapan *Quick Plan* adalah tahap awal dalam proses pengembangan prototipe yang bertujuan untuk merencanakan secara singkat dan terperinci langkah-langkah yang akan diambil dalam proses pengembangan. Dimana *planing* yang dirancang pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Tahap 1: Riset dan Analisis
- b. Tahap 2: Perencanaan dan *Quick Planning*
- c. Tahap 3: *Modelling Quick Design*
- d. Tahap 4: Pengembangan Prototipe Awal
- e. Tahap 5: Pengujian dan Evaluasi
- f. Tahap 6: *Refining* dan Iterasi
- g. Tahap 7: Presentasi dan Finalisasi

Tahapan-tahapan di atas mencerminkan pendekatan iteratif dalam pengembangan prototipe interaktif Manjoo menggunakan metode prototipe. Setiap tahap melibatkan langkah-langkah yang terdefinisi dengan jelas untuk memastikan kemajuan yang sistematis dan mendapatkan umpan balik yang berharga.

### 3.3. *Modelling Quick Design*

Tahapan ini membantu dalam menggambarkan secara kasar bagaimana tampilan dan interaksi antarmuka pengguna akan terlihat dalam prototipe.

#### 3.3.1. *Wireframe*

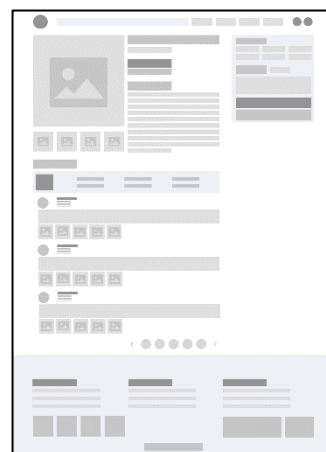
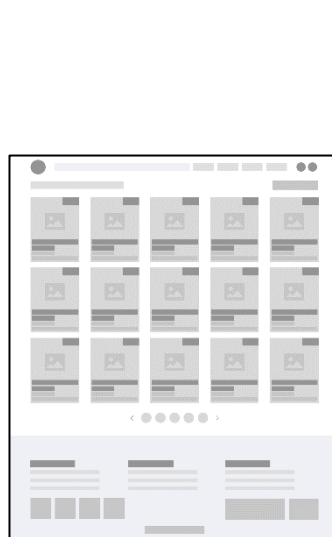
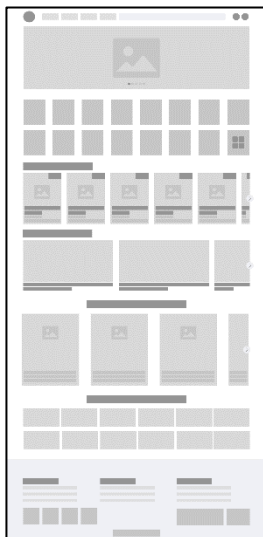
- a. Pengguna



**Gambar 3.1** *Login*



**Gambar 3.2** *Sign Up*



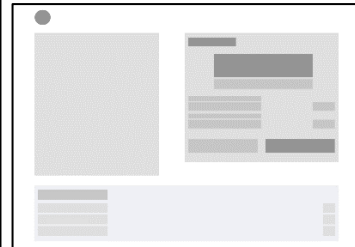
**Gambar 3.3** Dashboard Produk



**Gambar 3.4** Produk



**Gambar 3.5** Detail



**Gambar 3.6** Detail Pesan **Gambar 3.7** Keranjang **Gambar 3.8** Kode Bayar

b. Admin



**Gambar 3.9** Login

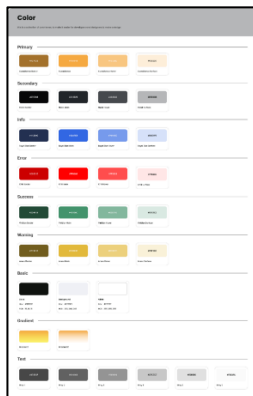


**Gambar 3.10** Dashboard

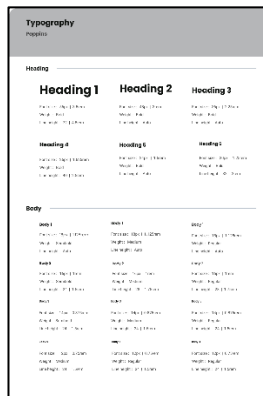


**Gambar 3.11** Data Simpan

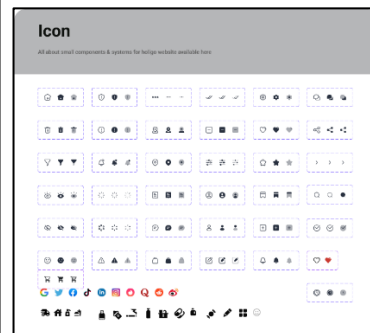
c. Desain Sistem



**Gambar 3.12** Warna



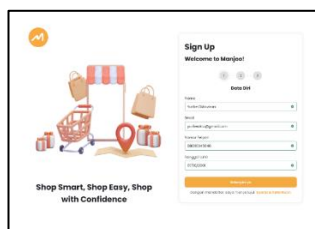
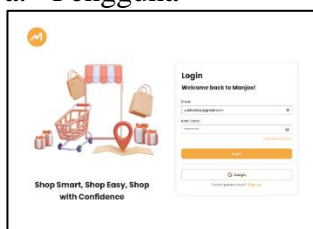
**Gambar 3.13** Font



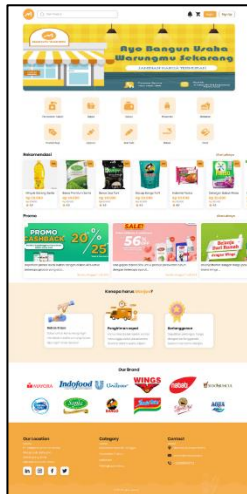
**Gambar 3.14** Icon

**3.4. Construction of Prototype**

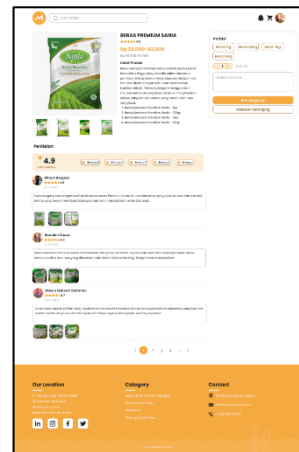
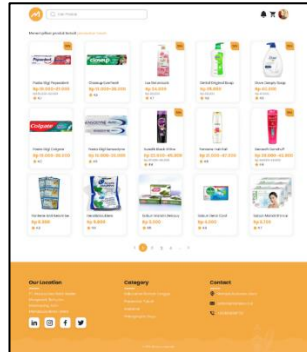
a. Pengguna



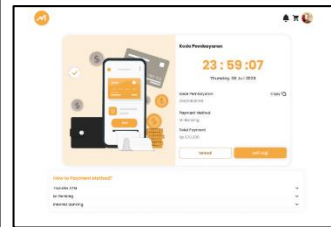
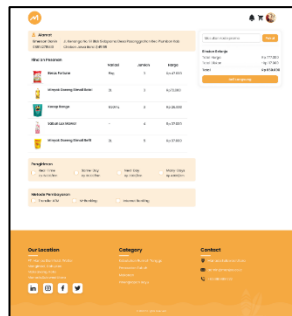
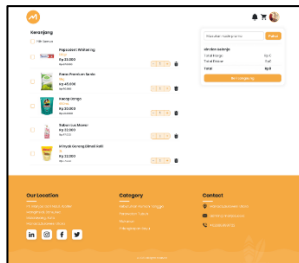
**Gambar 3.15** *Login*



**Gambar 3.16** *Sign Up*

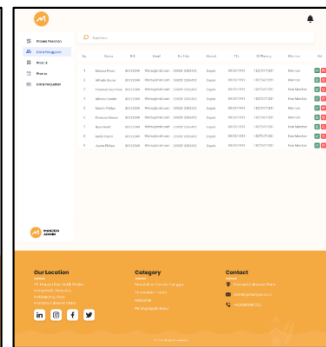
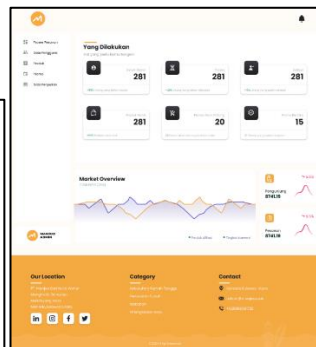
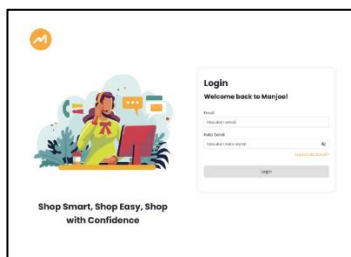


**Gambar 3.17** Dashboard **Gambar 3.18** Produk **Gambar 3.19** Detail Produk



**Gambar 3.20** Keranjang **Gambar 3.21** Detail Pesa **Gambar 3.22** Kode Bayar

b. Admin



**Gambar 3.23** Logi

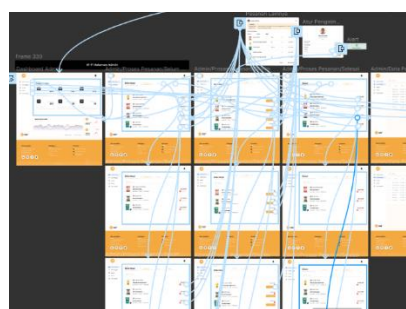
**Gambar 3.24** Dashboard

**Gambar 2.25** Data Simpan

c. *Flow Prototype*



**Gambar 3.26** Flow Pengguna



**Gambar 3.27** Flow Admin

### 3.5. Evaluasi & Feedback

Tahapan evaluasi dan umpan balik (*feedback*) dalam metode prototype adalah proses kritis yang melibatkan pengujian prototipe oleh pengguna dan pihak manjoo untuk menguji fungsionalitas dari prototipe, mengumpulkan pandangan, dan meningkatkan kualitas desain.

### 3.6. Technology Acceptance Model (TAM)

Setelah dilakukan uji fungsionalitas dilakukan testing menggunakan *Technology Acceptance Model*. Tahapan yang dilakukan adalah menghubungkan setiap variabel yang digunakan pada *technology acceptance model* dan dibuat hipotesis untuk dapat diuji.

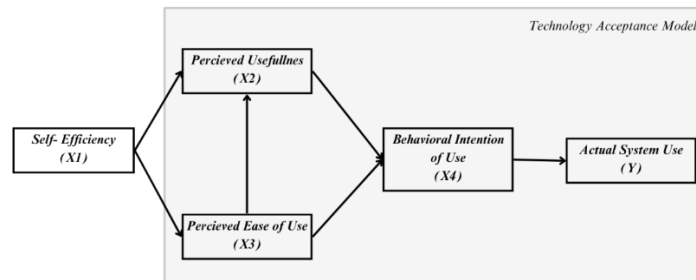
**Tabel 3.2** Hipotesis TAM

Hipotesis	
	<i>Self-Efficacy</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Perceived Usefullnes</i>
	<i>Self-Efficacy</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Perceived Usefullnes</i>
	<i>Self-Efficacy</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>
	<i>Self-Efficacy</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>
	<i>Perceived Ease of Use</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Perceived Usefullnes</i>
	<i>Perceived Ease of Use</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Perceived Usefullnes</i>
	<i>Perceived Usefullnes</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Behaviorall Intention of Use</i>
	<i>Perceived Usefullnes</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Behaviorall Intention of Use</i>
	<i>Perceived Ease of Use</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Behaviorall Intention of Use</i>
	<i>Perceived Ease of Use</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Behaviorall Intention of Use</i>
	<i>Behaviorall Intention of Use</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Actual System Use</i>
	<i>Behaviorall Intention of Use</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Actual System Use</i>

Dari hipotesis tersebut dibuatlah indikator instrumen yang digunakan untuk melakukan penyebaran kuisisioner untuk dibagikan kepada pengguna. Instrumen pertanyaan tersebut dilakukan uji validitas dan realibilitas. Penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner. Instrumen diujicobakan kepada responden sejumlah 30 orang.

#### 3.6.1. Pengujian Prasyarat Analisis

Untuk mempermudah penulisan persamaan maka setiap variabel diberi nama dengan X1, X2, X3, X4, dan Y seperti tertera pada Gambar berikut:



**Gambar 3.28** Model Variabel

Terdapat 4 substruktur karena dalam struktur lengkap terdapat 4 variabel dependen, yaitu variabel-variabel yang dikenai anak panah. Rincian variabel dependen dan independen pada setiap substruktur dijelaskan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3.3** Persamaan Substruktur

Substruktur	Varabel Dependen	Varabel Independen
1	Perceived Usefulness (X2)	Self-Efficacy (X1) Perceived Ease of Use (X3)
2	Perceived Ease of Use (X3)	Self-Efficacy (X1)
3	Behavioral Intention of Use (X4)	Perceived Usefulness (X2) Perceived Ease of Use (X3)
4	Actual System of Use (Y)	Behavioral Intention of Use (X4)

**Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residu data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini pengujian normalitas dilakukan pada setiap substruktur dengan melakukan uji *One-sample Kolmogorov-Smirnov* pada variabel *Unstandardized Residual*. Apabila nilai signifikansi (asympt. Sig) menunjukkan nilai lebih kecil dari taraf signifikansi (0,05) maka residual tidak berdistribusi normal, sedangkan apabila nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi (0,05) maka residual dinyatakan berdistribusi normal. Nilai hasil uji normalitas masing-masing substruktur tercantum dalam Tabel 3.4.

**Tabel 3.4** Uji Normalitas

Substruktur	Nilai Signifikansi	Keterangan	Keterangan
1	0,133	> 0,05	Normal
2	0,333	> 0,05	Normal
3	0,267	> 0,05	Normal
4	0,133	> 0,05	Normal

**3.6.2. Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis menggunakan metode analisis jalur berdasarkan diagram jalur yang telah dibuat pada subbab Pengujian Prasyarat Analisis. Tahap analisis dibagi menjadi beberapa tahap yang dijelaskan sebagai berikut.

- a. Menentukan Pengaruh Secara Simultan

**Tabel 3.5** Rangkuman Nilai Fhitung, Ftabel dan R<sup>2</sup> Setiap Substruktur Jalur

Substruktur	Variabel		R <sup>2</sup>	Fhitung	Ftabel	Kondisi
	Dependen	Independen				

1	<i>Perceived Usefulness (X2)</i>	<i>Self-Efficacy (X1)</i>	0,614	21,513	2,03	Fhitung> Ftabel
		<i>Perceived Ease of Use(X3)</i>				
2	<i>Perceived Ease of Use(X3)</i>	<i>Self-Efficacy (X1)</i>	0,264	10,052	4,07	Fhitung> Ftabel
3	<i>Behavior Intention of Use (X4)</i>	<i>Perceived Usefulness (X2)</i>	0,362	9,222	1,90	Fhitung> Ftabel
		<i>Perceived Ease of Use(X3)</i>				
4	<i>Actual System of Use (Y)</i>	<i>Behavior Intention of Use (X4)</i>	0,280	10,907	2,93	Fhitung> Ftabel

Berdasarkan Tabel 3.5, untuk keseluruhan substruktur menunjukkan nilai Fhitung > Ftabel sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel-variabel independen terhadap variabel dependennya untuk setiap substruktur jalur.

b. Menentukan Koefisien Jalur

Nilai koefisien jalur menunjukkan besarnya pengaruh langsung dari variabel terhadap variabel lain bila pengaruh-pengaruh lain sudah diperhitungkan (Sudaryono, 2011: 396).

**Tabel 3.6** Nilai Koefisien Jalur Setiap Substruktur

Substruktur	Variabel		Lambang Koefisien Jalur	Nilai Koefisien Jalur
	Dependen	Independen		
	<i>Perceived Usefulness (X2)</i>	<i>Self-Efficacy (X1)</i>	pX2X1	107
		<i>Perceived Ease of Use(X3)</i>	pX2X3	723
	<i>Perceived Ease of Use(X3)</i>	<i>Self-Efficacy (X1)</i>	pX3X1	514
	<i>Behavior Intention of Use (X4)</i>	<i>Perceived Usefulness (X2)</i>	pX4X2	067
		<i>Perceived Ease of Use(X3)</i>	pX4X3	583
	<i>Actual System of Use (Y)</i>	<i>Behavior Intention of Use (X4)</i>	pYX4	529

c. Menentukan Kemaknaan Koefisien Jalur

Nilai signifikansi t yang diperoleh dari tabel Coefficients hasil analisis regresi. Koefisien jalur dinyatakan signifikan apabila nilai signifikansi t kurang dari 0,05. Hasil perhitungan nilai signifikansi t serta kondisinya dirangkum sebagai berikut:

**Tabel 3.7** Nilai Hasil Perhitungan Signifikansi t

Substruktur	Variabel		Sig. t	Kondisi	Kesimpulan
	Dependen	Independen			

1	<i>Perceived Usefulness (X2)</i>	<i>Self-Efficacy (X1)</i>	0,448	Sig t > 0,05	Tidak signifikan
		<i>Perceived Ease of Use(X3)</i>	0,000	Sig t < 0,05	Signifikan
2	<i>Perceived Ease of Use(X3)</i>	<i>Self-Efficacy (X1)</i>	0,004	Sig t < 0,05	Signifikan
3	<i>Behavior Intention of Use (X4)</i>	<i>Perceived Usefulness (X2)</i>	0,778	Sig t > 0,05	Tidak signifikan
		<i>Perceived Ease of Use(X3)</i>	0,020	Sig t < 0,05	Signifikan
4	<i>Actual System of Use (Y)</i>	<i>Behavior Intention of Use (X4)</i>	0,033	Sig t < 0,05	Signifikan

Tabel 3.7 dapat dijadikan acuan untuk hipotesis yang telah dirumuskan. Jawaban dari hipotesis-hipotesis penelitian dijelaskan pada Tabel 3.8 berikut ini.

**Tabel 3.8** Jawaban Hipotesis Penelitian

Hipotesis		Anggapan
	<i>Self-Efficacy</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	iterima
	<i>Self-Efficacy</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	
	<i>Self-Efficacy</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	itolak
	<i>Self-Efficacy</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	
	<i>Perceived Ease of Use</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	itolak
	<i>Perceived Ease of Use</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	
	<i>Perceived Usefulness</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Behaviorall Intention of Use</i>	iterima
	<i>Perceived Usefulness</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Behaviorall Intention of Use</i>	
	<i>Perceived Ease of Use</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Behaviorall Intention of Use</i>	itolak
	<i>Perceived Ease of Use</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Behaviorall Intention of Use</i>	
	<i>Behaviorall Intention of Use</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Actual System Use</i>	itolak
	<i>Behaviorall Intention of Use</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Actual System Use</i>	

**Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor *self-efficacy* berpengaruh terhadap penggunaan prototipe website manjoo warung melalui beberapa variabel dalam *Technology Acceptance Model (TAM)*. Faktor-faktor asli

dalam teori TAM yang terlibat dalam penelitian ini ada 4 faktor yaitu *perceived usefullnes*, *perceived ease of use*, *behaviorall intention of use* serta *actual system use*. Sedangkan *self-efficacy* merupakan faktor eksternal sebagai perluasan dari teori TAM. Untuk menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian ini, maka dibentuklah model hubungan antarvariabel yang terkait. Masing-masing hubungan antarvariabel akan membentuk hipotesis apakah terdapat hubungan yang signifikan antara satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Model hubungan tersebut yang terdiri dari variabel asli TAM serta variabel eksternalnya akan menjadi dasar analisis data, yaitu struktur lengkap. Struktur lengkap yang ada belum dapat dianalisis langsung karena terdiri dari 4 variabel dependen, sehingga perlu dipecah kembali menjadi 4 substruktur jalur.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan prototipe interaktif dari *website* manjoo warung dengan menggunakan *software* Figma dan melalui uji *testing* menggunakan *Technology Acceptance Model*(TAM) untuk mendapatkan variabel yang menjadi minat pengguna dalam menggunakan prototipe *website* manjoo warung. Dari hasil analisis pengguna yang dilakukan wawancara pihak manjoo warung dan juga penyebaran kuisioner kepada para pemilik warung, sehingga ditetapkan fitur utama dari prototipe manjoo warung itu diantaranya : pendaftaran warung, dekorasi warung, pemesanan barang secara online, pengiriman barang dengan cepat, dan promo. Variabel yang digunakan untuk uji *testing* menggunakan *technology acceptance model* (TAM) adalah *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Actual System Use* dan *Behavioral Intention to use*. Terdapat juga satu variabel external, yaitu *self-efficacy* . Dari semua hal yang telah diujikan dalam metode *technology acceptance model* (TAM) mendapatkan hasil akhir bahwa variabel yang berpengaruh adalah *self-efficacy* dengan *perceived ease of use*, *perceived ease of use* dengan *perceived usefullnes*, *perceived ease of use* dengan *behavior intention of use*, dan *behavior intention of use* dengan *actual system of use*.

## REFERENCES

- Brown, T. (2008). Design Thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84. [www.hbr.org](http://www.hbr.org)
- Badan Pusat Statistik. 2020. PDB Triwulanan Atas Dasar Harga Berlaku menurut Pengeluaran (Milyar Rupiah). [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)
- Badan Pusat Statistik . 2022. No.81/11/Th. XXV Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan III-2022
- Data Indonesia . 2021. Jumlah Toko *Retail* Indonesia Mencapai 3,61 Juta pada 2021. [dataindonesia.id](http://dataindonesia.id)
- Davis, F.D. (1985). A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New-End User Information Systems: Theory and Results. Disertasi. Massachusetts Institute of Technology.
- Gardner, Christina dan Donald L Amoroso. (2004). Development of an Instrument to Measure the Acceptance of Internet Technology by Consumers. *Proceedings, Hawaii International Conference on System Sciences*. 37. Hlm. 1-10.

- Harmawan, B. N. (2018, October 25). Hambatan UMKM "Go-Online". detikNews. <https://news.detik.com/kolom/d-4272888/hambatan-umkm-go-online>
- Kharisma Nur Khakim. (2011). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Software Akuntansi MYOB dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Kian Aun Law, Amiya Bhaumik, Valliappan Raju, Yin Hao. (2020) Usage of Mobile Phones by the Elderly People in China: Analytics through the Spatial Statistical Model, *Journal of Critical Reviews*, 7
- Media Indonesia. Nurcahyadi, Ghani. 2021. "Riset: 74,5% Konsumen Lebih Banyak Berbelanja Online daripada Offline", <https://m.mediaindonesia.com/ekonomi/441793/riset-745-konsumen-lebihbanyak-berbelanja-online-daripada-offline>
- Muhammad Raffi Fadli . *User interface And User experience Of Indosport Mobile Applications Using A User Centered Design Approach*. *Journal of Visual Arts*.
- Mulyani, A. C. (2016). Metode Analisis dan Perancangan Sistem. Bandung: Abdi SisteMatika.
- Munthe, R. D., Brata, K. C., & Fanani, L. 2018. Analisis *User experience* Aplikasi Mobile Facebook (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2679- 2688
- Oktapiani, Yeni, dkk. (2020). Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM)
- Pressman, Roger. S. 2010. *Ofware Engineering A Practitioner's Approach Seventh Editon*
- Railean, E. A. 2017. *User interface Design of Digital Textbooks*. Singapore: Springer Nature.
- Ratih Wijayanti. (2009). Analisis *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah terhadap Layanan *Internet Banking* (Studi Empiris terhadap Nasabah Bank di Depok). Laporan Penelitian. Universitas Gunadarma.
- R. Gunawan Sudarmanto. (2005). Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Rohmadi, Anis. (2020). Desain dan Penerapan Website Tata Kelola Percetakan Pada CV Apicdesign Kreasindo Jakarta Dengan Metode *Prototyping*
- Sandhika Jaya, Tri (2019). Pengembangan E-Marketplace Pertanian Dengan Metode *Prototipe Development of Agricultural E-Marketplace By Prototipe Method*
- Sudaryono. (2011). Aplikasi Analisis (Path Analysis) Berdasarkan Urutan Penempatan Variabel dalam Penelitian. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*. 17(4). Hlm. 391-403.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD. Bandung: Alfabeta.
- Thornsby, J. (2016). *Android UI Design: Plan, Design, and Build Engaging User interfaces for Your Android Applications*. UK: Packt Publishing Ltd.
- Wijaya, Alvia Shanardi (2019, 21 Juni) "Human Centered Design Dan Perbedaan Dengan *User Centered Design*" dikutip pada 5 April 2020:

<https://sis.binus.ac.id/2019/06/21/human-centereddesign-dan-perbedaan-dengan-user-centered-design-2/>

Wulansari Fridayanthie, Eka, dkk. (2021). Penerapan Metode *Prototipe* Pada Perancangan Sistem Informasi Penggajian Karyawan (Persis Gawan) Berbasis Web

Yoko, Petrus, dkk. (2019). Penerapan Metode *Prototipe* Dalam Perancangan Aplikasi SIPINJAM Berbasis Website Pada Credit Union Canaga Auntutn