PROGRAM STUDI VOKASI HUMAS
UNIVERSITAS INDONESIA
2020

DESIGN OPERATIONS INDUSTRI DOMPET DIGITAL



AISYAH BERLIANAWATI

Design Operations Industri Dompet Digital

Cetakan Pertama

© Aisyah Berlianawati

ISBN

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang

Penulis	: Aisyah Berlianawati
Editor	: Kepala Program Studi Vokasi Humas **Universitas Indonesia**
Sekretariat	: Ahmad Safwat, S.E.
Pengarah	: Hubungan Eksternal Program Studi **Kerja Vokasi Humas Universitas Indonesia**
Desainer/Ilustrator	: Aisyah Berlianawati dan Pandu Kurnia
Copyright	: Aisyah Berlianawati dan Program Studi **Vokasi Humas Universitas Indonesia**

Diproduksi oleh Program Studi Vokasi Humas Universitas Indonesia, Jakarta, 2020.

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun (seperti cetak, fotokopi, mikrofilm, CD-ROM, dan rekaman suara) tanpa izin tertulis dari penerbit.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

UU Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta seacra umum mengatur tentang:

(1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1(satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

(2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersil dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

(3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersil dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

(4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

DAFTAR ISI

6 Tren Dompet Digital

11 Dibalik Aplikasi Dompet Digital

21 Kinerja Tim UI/UX Dalam Pengembangan Aplikasi

36 Peran Design Operations Dalam Tim UI/UX

45 Kesimpulan dan Saran

KATA PENGANTAR

Sebuah pelajaran tidak hanya didapatkan di bangku sekolah, tetapi juga bisa didapatkan melalui pengalaman selama kita menjalani kehidupan. Salah satu pelajaran penting yang penulis dapatkan adalah pelajaran mengenai dunia industri dan dunia UI/UX. Selama empat bulan penulis menjalani masa studi kerja di salah satu perusahaan yang bergerak dibidang dompet digital.

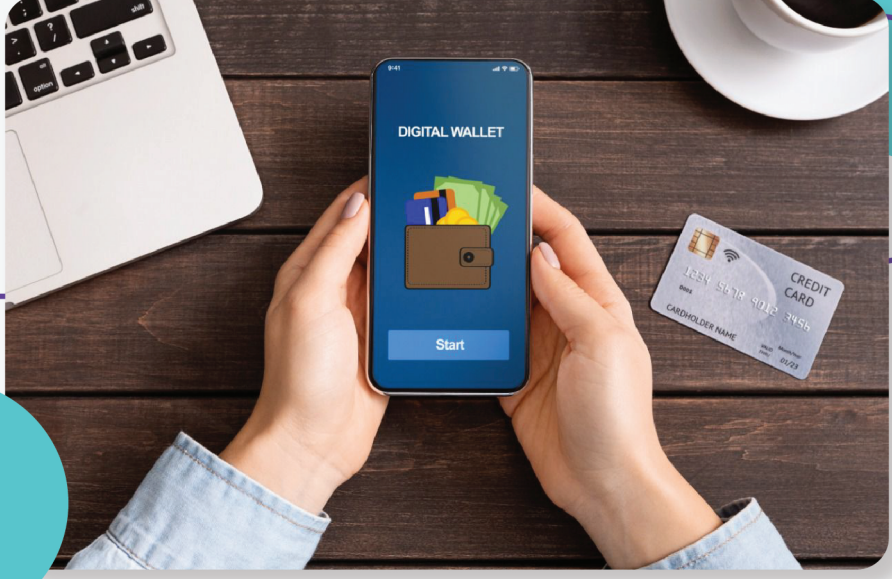
Saat ini dompet digital kian populer di masyarakat dari setiap kalangan. Tren ini memikat banyak pihak dikarenakan promo yang mereka tawarkan sangat menggiurkan, mulai dari cashback hingga voucher dalam berbagai persentase dikeluarkan oleh perusahaan - perusahaan dompet digital tersebut. Tidak heran jika penetrasi pembayaran lewat gawai ini pun hampir menginjak angka 30%, berdasarkan hasil studi dari lembaga riset independen FT Confidential Research. Banyak yang telah merasakan manfaat dompet digital seperti menawarkan efisiensi, kepastian, promo, hingga keamanan dan diskon layaknya kartu kredit. Hal ini memicu adanya persaingan diantara para pemain di dunia dompet digital dalam menarik hati para pengguna maupun calon pengguna dompet digital di Indonesia.

Salah satu cara menarik masyarakat untuk menggunakan dompet digital dengan meningkatkan kualitas aplikasi dalam hal kemudahan, keamanan, dan efisiensi penggunaannya. Hal ini menjadi salah satu tugas bagi tim produk untuk terus mengembangkan fitur - fitur yang ada dalam aplikasi dompet digital demi kenyamanan pengguna. Sebagai bagian dari tim tersebut dan menempati posisi sebagai Design Operations. Design Operations memiliki peran penting dalam tim karena posisi tersebut merupakan kunci dalam meningkatkan kinerja tim. Sebagai perusahaan yang telah 'matang' dan berinvestasi dalam desain, perusahaan ini perlu mengoperasionalkan alur kerja, perekrutan, penyelarasan antar tim, dan hal lainnya sehingga desainer dapat fokus pada pekerjaan desain sementara Design Operations mengurus hal lainnya. Sebagai seorang Design Operations, penulis mempelajari bagaimana cara menciptakan layanan dan sistem terpusat sehingga dapat membantu menumbuhkan tim yang terintegrasi dan berfungsi tinggi.

Buku ini disusun secara lengkap dengan menyajikan penjelasan seputar UI/UX dan peran Design Operations pada tim produk, dengan harapan dapat menjadi salah satu referensi dalam memahami hal tersebut. Akhir kata, penulis berharap semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

BAGIAN I: TREN DOMPET DIGITAL





Pada era digital ini cara pembayaran semakin beragam. Salah satu cara pembayaran yang sedang digandrungi oleh masyarakat Indonesia adalah dompet digital. Dompet digital merupakan aplikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi secara online melalui gawai, yang kegunaannya hampir sama dengan kartu kredit atau debit. Sedangkan menurut Pasal 1 angka 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran ("PBI/18/2016") adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran.

Layanan ini memiliki dua komponen utama, yakni perangkat lunak dan informasi. Perangkat lunak menyimpan informasi pribadi dan menyediakan keamanan dan enkripsi data, sedangkan informasi adalah data rinci tentang pengguna yang mencakup nama, alamat pengiriman, metode pembayaran, transaksi pembayaran, info kartu kredit atau debit, dan sebagainya. Untuk mengatur akun dompet digital, pengguna perlu menginstal aplikasi pada gawainya, dan memasukkan informasi relevan yang diperlukan. Informasi ini akan tersimpan dalam database dan diperbarui secara otomatis.

Gagasan dompet digital pertama kali muncul ketika David Chaum, seorang cryptographer Amerika, menemukan cashback digital pada tahun 1983. Namun konsep ini mendapatkan perhatian di tahun 90-an dikarenakan kemajuan internet dan teknologi. Lalu dengan adanya peluncuran PayPal pada tahun 1998 pembayaran digital pun semakin berkembang.

Di era seluler, pengadopsian dompet digital semakin penting bagi para pebisnis. Dompet digital memungkinkan konsumen untuk tidak membawa dompet fisik mereka ke mana pun mereka pergi. Ini berarti mereka tidak perlu merasakan kerumitan dikarenakan uang tunai, kartu kredit, atau kartu identitas yang tertinggal di rumah. Mereka dapat membeli barang menggunakan gawai mereka.

Selanjutnya, menggunakan dompet digital dapat membantu konsumen menghemat waktu. Dibandingkan dengan membawa uang tunai atau memasukkan kartu ke mesin EMV, pelanggan dapat dengan mudah memindai barcode yang ada di gawainya. Selain itu, dompet digital menawarkan fasilitas seperti cashback, hadiah, promosi, dan diskon. Pada dasarnya, dompet digital adalah tentang kenyamanan konsumen. Sedangkan bisnis memiliki akses instan ke dana. Mereka dapat menghemat uang dengan menghilangkan pihak ketiga atau menghabiskan lebih dari sistem Point of Sale (POS) yang mahal. Mereka memfasilitasi data real-time, meningkatkan pengalaman konsumen dengan menciptakan metode pembayaran yang cepat dan aman.

Perbedaan Dompet Digital dan Uang Elektronik

Sampai saat ini masyarakat di Indonesia masih sering menganggap dompet digital sama dengan uang elektronik atau yang sering disebut dengan e-money. Padahal terdapat banyak perbedaan antara dompet digital dengan uang elektronik, diantaranya yaitu:



Chip Vased vs Server Based

Uang elektronik tampil dalam bentuk chip yang ditanam pada kartu atau media lain (chip based). Sedangkan e-wallet sejauh ini banyak merujuk pada uang elektronik yang berbasis di server.



Jangkauan Penggunaan

Uang elektronik berbentuk kartu relatif lebih banyak jangkauan pemanfaatannya untuk transaksi sehari - hari. Mulai dari transaksi di jalan tol, pembayaran tiket transportasi publik, transaksi pembelian di gerai ritel sampai pembelian tiket di tempat hiburan, dan lain sebagainya. Sedangkan dompet digital, jangkauan penggunaan kebanyakan untuk belanja online, belanja di gerai ritel offline, pembelian pulsa, dan untuk pembayaran kebutuhan rutin seperti token listrik, tagihan BPJS, tagihan TV berbayar, dan lain sebagainya.



Maksimal Saldo

Uang elektronik memiliki maksimal saldo sebesar Rp 1.000.000-, sedangkan pada dompet digital maksimal saldonya melebihi angka tersebut. Dompet digital memberikan maksimal saldo sebesar Rp 10.000.000-, untuk setiap akunnya.

Perkembangan Dompet Digital di Indonesia

Pertumbuhan dompet digital di Indonesia diawali oleh Telkomsel yang merilis T-Cash pada 2007, lalu disusul Dompetku oleh Indosat setahun setelahnya, dan XL Tunai dari XL Axiata pada 2012. Layanannya pun terbilang masih sedikit, yakni meliputi pengisian pulsa dan data internet, serta transfer uang ke bank yang tergabung dalam ATM Bersama. Dengan perkembangan teknologi yang pesat, dompet digital mulai bertransformasi dengan memperluas layanan pembayaran.

Seperti digunakan untuk pembayaran diberbagai layanan transportasi, juga bisa untuk melakukan transaksi di berbagai merchant di pusat perbelanjaan seperti kafe, bioskop, penyelenggara parkir, supermarket. Lalu dibeberapa e-commerce terkemuka, serta dompet digital menyediakan fitur pembelian pulsa, tagihan listrik dan telepon, pembayaran PDAM, iuran BPJS, cicilan kartu kredit, serta transfer dana antar pengguna. Terakhir, beberapa dompet digital memperluas ekosistem ke ranah transaksi pelayanan publik. Lewat kerja sama dengan pihak kepolisian di beberapa daerah dengan melayani pembayaran untuk perpanjang SIM dan SKCK.

Dengan segala kegunaan dan kelebihan dari dompet digital ini tentu semakin banyak masyarakat Indonesia yang menggunakannya. Selain karena kegunaannya yang beragam, dompet digital juga banyak melakukan promo dalam bentuk cashback maupun voucher.

Cashback adalah penawaran di mana pembeli diberikan persentase pengembalian uang tunai atau uang virtual atau bahkan diberikan suatu produk tetapi dengan memenuhi syarat pembelian tertentu yang telah ditentukan oleh pihak penyelenggara cashback. Sedangkan voucher adalah jenis alat transaksi penukaran yang bernilai tertentu dengan jangka waktu tertentu.

Kedua hal ini lah yang menjadi penarik utama bagi masyarakat Indonesia dikarenakan cashback dan voucher yang ditawarkan sangat menggiurkan. Tiap dompet digital pun menawarkan nominal yang berbeda - beda sehingga hal ini menjadi persaingan bagi perusahaan dompet digital untuk dapat menarik pengguna baru.

Tak dipungkiri kalau kenyamanan, keamanan, dan kemudahan dari aplikasi dompet digital juga menjadi faktor seseorang menggunakan dompet digital. Hal ini menjadi tugas bagi tim produk untuk senantiasa meningkatkan kualitas aplikasi dompet digitalnya. Salah satu bagian dari tim produk yang berperan besar dalam pengembangan aplikasi ini adalah tim UI/UX.

BAGIAN II:
DIBALIK APLIKASI DOMPET DIGITAL



User experience adalah proses yang digunakan tim desain untuk menciptakan produk yang memberikan pengalaman bermakna dan relevan bagi pengguna. User experience melibatkan desain dalam seluruh proses untuk memperoleh dan mengintegrasikan produk ke dalam aspek branding, desain, kegunaan dan fungsi.

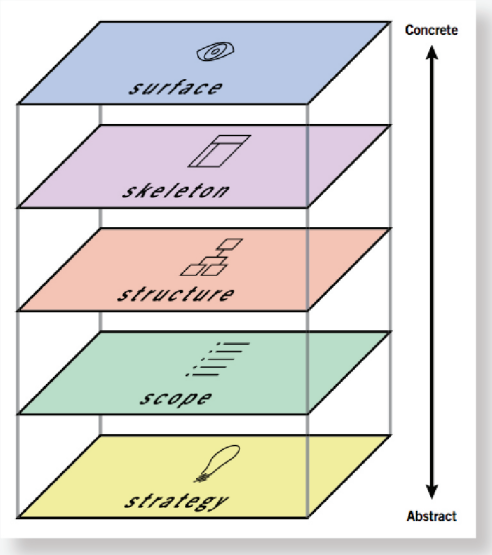
Desain user experience seringkali tertukar dengan istilah lainnya seperti desain user interface dan usability. Namun, desain usability dan user interface adalah salah satu aspek penting dari desain user experience. Dua hal tersebut merupakan bagian dari proses desain user experience. Seorang perancang user experience perlu memfokuskan pada proses pengintegrasian suatu produk, termasuk dalam aspek branding, desain, kegunaan, dan fungsi.

Lima Elemen Penting Dalam User Experience

Pengalaman menggunakan aplikasi yang terasa rapi dan mudah sebenarnya hasil dari serangkaian keputusan tentang penampilan sebuah aplikasi, bagaimana seorang pengguna berperilaku, dan kemungkinan apa yang mereka akan lakukan di aplikasi tersebut. Keputusan ini membentuk satu sama lain dan memengaruhi semua aspek pengalaman pengguna.

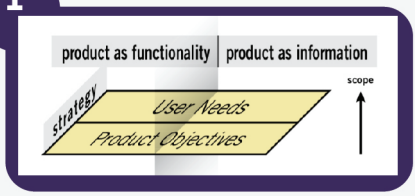


Banyak orang yang beranggapan bahwa lingkup kerja perancang user experience hanya membuat user flow dan wireframe. Anggapan ini kurang tepat karena dua hal tersebut hanya sebagian kecil dari lingkup kerja perancang user experience. User experience sendiri memiliki lingkup hampir disetiap aspek dari pengembangan suatu produk.



Menurut Jesse James Garrett (2011) dalam bukunya yang berjudul The Elements of User Experience, terdapat lima elemen penting yang membentuk sebuah user experience yaitu strategi (strategy), ruang lingkup (scope), struktur (structure), kerangka (skeleton), dan permukaan (surface).

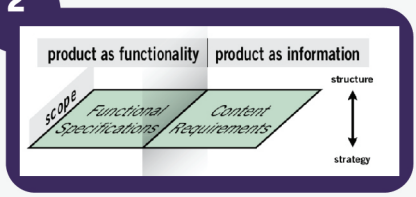
1



Ruang lingkup secara mendasar ditentukan oleh strategi dari aplikasi tersebut. Strategi ini menggabungkan tidak hanya apa yang dilakukan dan ingin didapatkan pengguna dari aplikasi tersebut, tetapi juga apa yang ingin didapatkan oleh sebuah aplikasi dari penggunanya. Contohnya pada aplikasi dompet digital, pengguna ingin menggunakan aplikasi tersebut karena ingin membayar makanan di salah satu merchant dan pemilik aplikasi ingin pengguna tersebut tetap menggunakan aplikasinya hingga menjadikan aplikasi tersebut sebagai alat pembayaran utama.

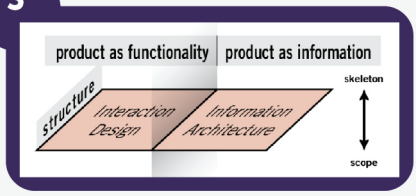
User needs adalah tujuan utama bagi sebuah aplikasi. Kita harus memahami apa yang diinginkan pengguna dari sebuah aplikasi dan bagaimana hal tersebut dapat selaras dengan tujuan lainnya. Tujuan dari dibuatnya aplikasi ini juga harus sejalan dengan user needs. Product objectives dapat berupa tujuan utama bisnis misalnya mendapatkan keuntungan sekian juta dari penggunaan aplikasi tersebut.

2



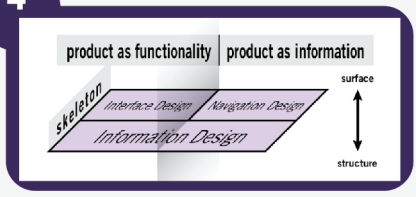
Ruang lingkup merupakan pembentukan cara berbagai fitur dan fungsi dalam aplikasi dapat saling berkesinambungan. Beberapa aplikasi dompet digital menawarkan fitur yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan nomor rekening yang sebelumnya digunakan untuk fitur penarikan dana, sehingga nomor rekening tersebut kedepannya dapat digunakan kembali oleh pengguna. Pertimbangan mengenai apakah fitur tersebut penting disertakan ke dalam aplikasi merupakan bagian dari masalah ruang lingkup ini.

3

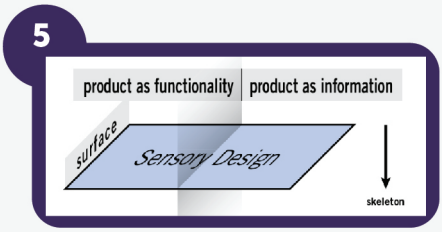


Kerangka merupakan bentuk konkrit dari sebuah struktur yang sifatnya lebih abstrak. Kerangka menentukan penempatan elemen interface pada sebuah aplikasi, sedangkan struktur akan membentuk jalan bagi pengguna untuk dapat ke fitur tersebut dan kemana mereka akan dibawa setelah selesai menggunakan fitur tersebut. Pada tahap ini perangan user experience akan berusaha memahami perilaku dan pemikiran penggunanya. Tujuannya untuk pemahaman dalam penentuan struktur aplikasi agar pengalaman pengguna saat menggunakan aplikasi sesuai dengan tujuan pengembangan aplikasi tersebut.

4

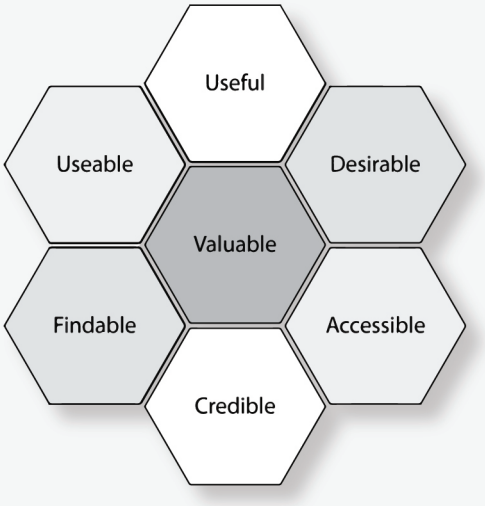


Di bawah permukaan terdapat kerangka aplikasi yang meliputi penempatan tombol, tab, foto, dan blok teks. Kerangka dirancang untuk mengoptimalkan pengaturan elemen-elemen untuk efek yang maksimal dan memberikan efisiensi. Sehingga pengguna dapat dengan mudah mengingat logo dan dapat menemukan tombol bayar atau tombol transfer saat pengguna membutuhkannya. Di tahap ini lah wireframe akan dibuat setelah interface design, navigation design, dan information design terselesaikan. Wireframe merupakan kerangka 'kasar' dari sebuah aplikasi yang akan dikembangkan. Biasanya ia tidak memiliki warna dan berisikan penempatan serta penggambaran dari aplikasi tersebut.



Di permukaan pengguna dapat melihat serangkaian halaman aplikasi, terdiri dari gambar dan teks. Pada elemen ini, kerangka yang telah dibuat sudah diberi warna dan dimasukan fungsi ke dalamnya. maksimal dan memberikan efisiensi. Sehingga pengguna dapat dengan mudah mengingat logo dan dapat menemukan tombol bayar atau tombol transfer saat pengguna membutuhkannya. Di tahap ini lah wireframe akan dibuat setelah interface design, navigation design, dan information design terselesaikan.

Tujuh Faktor yang Mempengaruhi User Experience



User experience adalah bagian yang cukup kritikal dalam menentukan kesuksesan dan kegagalan dari suatu aplikasi di pasarnya. Dalam merancang user experience, diperlukan perhatian khusus dalam setiap prosesnya agar dapat menciptakan aplikasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Menurut Peter Morville, salah satu pelopor dalam ranah user experience, terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi user experience yaitu bermanfaat (useful), dapat digunakan (usable), mudah ditemukan (findable), kredibel (credible), diinginkan (desirable), mudah diakses (accessible), dan bernilai (valuable).

Bermanfaat



Perlu dicatat bahwa "bermanfaat" ada di mata yang melihatnya dan tidak hanya memberikan manfaat estetika. Arti bermanfaat pada aplikasi dompet digital adalah dapat memudahkan dalam melakukan transaksi seperti dalam melakukan pembayaran air, listrik, BPJS, dan lain sebagainya. Jika suatu aplikasi tidak memberikan manfaat bagi penggunanya, tentu tidak akan ada yang ingin menggunakannya.

Dapat Digunakan



Sebuah aplikasi tentu harus dapat digunakan dan memenuhi kebutuhan penggunanya. Jika aplikasi tersebut tidak memberikan kegunaan dan tidak memenuhi kebutuhan dari penggunanya, maka aplikasi tersebut tidak perlu ada.

Mudah Ditemukan



Informasi yang ada dalam aplikasi tersebut harus mudah ditemukan dan mudah dinavigasikan. Jika pengguna mengalami suatu masalah saat menggunakan aplikasi tersebut, ia dapat dengan mudah menemukan solusinya. Seperti saat pengguna gagal dalam melakukan pengisian saldo dalam dompet digital dan ia ingin menghubungi customer service. Pengguna dapat dengan mudah dan cepat menghubungi bagian tersebut karena di dalam aplikasi tersebut sudah tersedia fitur yang menghubungkan langsung ke customer service.

Kredibel



Sebuah aplikasi harus memberikan informasi yang jujur kepada penggunanya sehingga pengguna dapat memberikan kepercayaannya kepada aplikasi tersebut. Jika suatu aplikasi tidak memberikan informasi yang kredibel tentunya pengguna akan merasa tidak aman menggunakan aplikasinya, terlebih aplikasi yang dibahas saat ini adalah aplikasi dompet digital. Dimana pengguna menyimpan dan mengirimkan uang dalam aplikasi tersebut.



Diinginkan

Bentuk keinginan ini dibentuk dalam estetika visual dari aplikasi, jasa, atau sistem yang dapat menarik pengguna serta mudah diartikan oleh pengguna itu sendiri. Desain yang diciptakan harus seminimal mungkin serta to the point.



Mudah Diakses

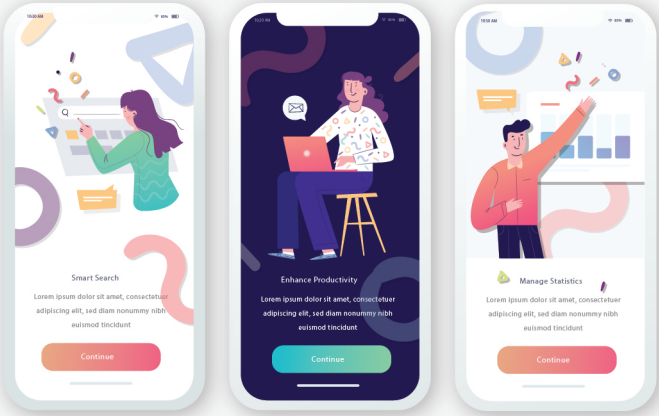
Aplikasi yang dikembangkan harus memberikan kemudahan akses tidak hanya pada pengguna regular, namun juga kepada pengguna dengan kebutuhan khusus. Contohnya seperti membuat fitur voice over jadi pengguna dengan kebutuhan khusus dapat mendengar instruksi yang ada pada layar gawainya.



Bernilai

Terakhir, produk harus memberikan nilai. Produk harus memberikan nilai kepada bisnis yang menciptakannya dan kepada pengguna yang membeli atau menggunakannya. Tanpa nilai, kemungkinan keberhasilan suatu produk dapat terancam.

User Interface



User interface (UI) adalah proses membuat tampilan dalam perangkat lunak atau perangkat yang terkomputerisasi dengan fokus pada tampilan dan ragam aplikasi. Desainer bertujuan membuat desain yang memudahkan dan memberikan kenyamanan pada pengguna. Desain user interface biasanya mengacu pada tampilan namun juga bisa mencakup hal lainnya seperti fitur yang menggunakan kontrol suara.

Tips Membuat User Interface yang Baik Bagi Pengguna

Dalam membuat rancangan user interface yang baik bagi pengguna, tentunya perancang perlu memperhatikan beberapa hal. Salah satu hal mendasar yang perlu diingat ialah pengguna adalah manusia yang memiliki keinginan dan kebutuhan seperti kenyamanan dan beban kognitif yang rendah. Hal yang perlu diperhatikan dalam merancang user interface yang baik adalah sebagai berikut:

1. Membuat elemen seperti tombol dan elemen lainnya dengan efek yang dapat diprediksi oleh pengguna, sehingga pengguna secara tidak sadar dapat menggunakannya dimana pun

2. Memberikan tanda dan tulisan pada setiap ikon dengan jelas termasuk dalam penulisan harga

3

Buat tampilan sesimpel mungkin dan buat pengguna merasa "invisible", selain itu setiap elemen harus memberikan kegunaannya

4

Perhatikan tata letak dan fokus pengelihatan pengguna saat menggunakan aplikasi

5

Minimalisir jumlah action pengguna untuk melakukan suatu task tetapi fokuslah pada satu fungsi utama per page-nya

6

Tetap berikan informasi kepada pengguna di setiap action yang ia lakukan

7

Pertimbangkan mode default untuk mengurangi beban pengguna

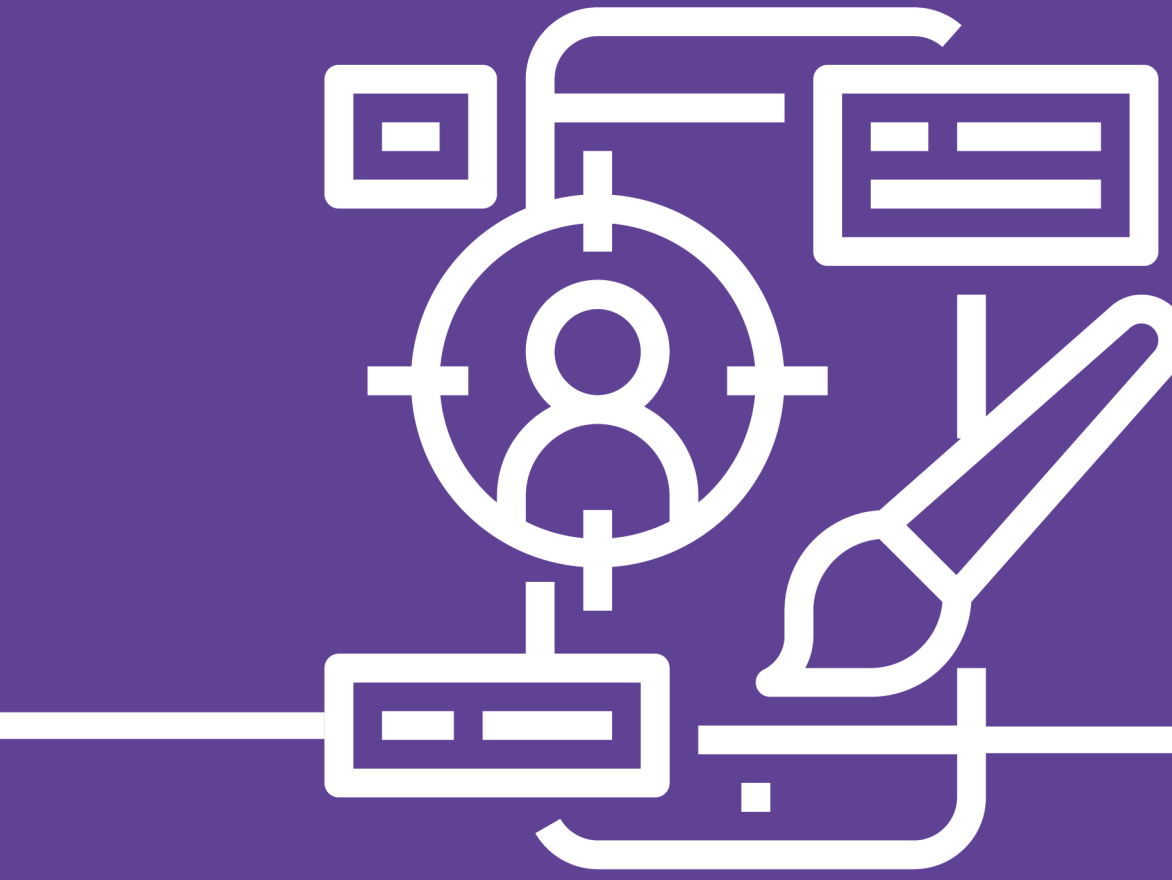
8

Gunakan desain yang dapat digunakan berulang kali agar pengguna terbiasa dengan fungsi navigasi dan tidak perlu sulit mencari

9

Fokus mempertahankan konsistensi brand.

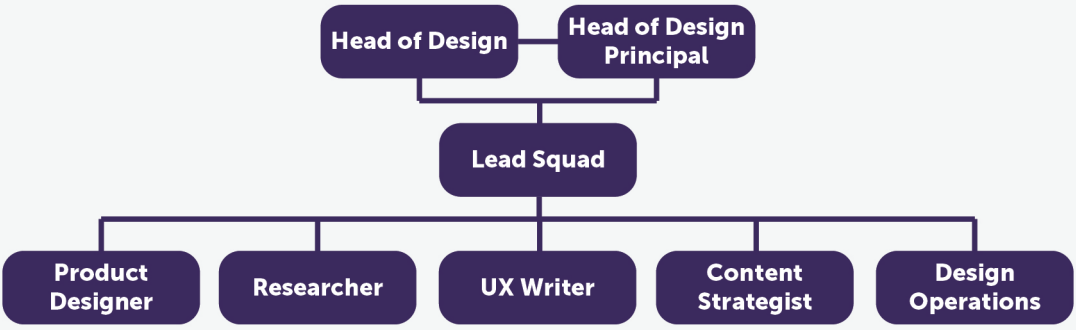
BAGIAN III:
KINERJA TIM UI/UX DALAM PENGEMBANGAN APLIKASI





Dibalik aplikasi dompet digital yang digunakan oleh masyarakat saat ini, terdapat tim UI/UX yang terus mengembangkan aplikasinya agar pengguna dapat nyaman dan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dari aplikasi tersebut. Tim UI/UX bekerja sama dengan berbagai tim lainnya dalam setiap tahap kerjanya seperti tim keuangan, tim big data, tim teknis, dan lain sebagainya. Dalam bagian ini, penulis akan menjelaskan mengenai bagian, pembagian tugas, dan alur kerja dari tim UI/UX dalam pembuatan suatu fitur aplikasi.

Bagian dan Tugas dalan Tim UI/UX



Head of Design

Dalam sebuah tim tentunya terdapat seorang pemimpin yang menjadi kepala dari tim tersebut. Berdasarkan observasi yang penulis lakukan, seorang pemimpin bertugas mengelola tim desain untuk memastikan semua hasil desain dieksekusi dengan baik dan menyelesaikan masalah yang ditunjukkan oleh peningkatan pada metrik utama.

yang ditunjukkan oleh peningkatan pada metrik utama. Head of design perlu bekerja sama dengan tim lainnya untuk memastikan bahwa tim desain memprioritaskan hal - hal yang tepat dan membantu tim lainnya untuk memahami pengguna terlebih dahulu sebelum membuat suatu keputusan dengan menumbuhkan budaya desain yang berpusat pada pengguna.

Head of Design Principal



Dalam sebuah tim UI/UX terdapat head of design principal yang membantu menentukan strategi user experience untuk menemukan sweet spot antara keinginan pengguna, kelayakan bisnis dan kelayakan teknis. Ia juga menentukan standar dan pedoman untuk mendorong kualitas desain agar menjadi lebih baik. Dengan pemahaman yang kuat dan pengalaman yang dimilikinya dalam praktik design thinking, ia menjadi pendukung desain yang berpusat pada pengguna dalam proses pengembangan produk.

Product Designer



Seorang product designer bertugas menjalankan proses desain menggunakan design thinking untuk memastikan produk yang dihasilkan memiliki keseimbangan yang tepat antara user desirability, business viability dan technology feasibility. Ia juga bertugas sebagai advokat bagi pengguna dalam pengembangan produk untuk mendorong pengguna dan data sentrik dalam setiap keputusan yang dibuat. Selain tugas diatas, product designer membantu meningkatkan desain dengan memahami dan memonitor key metrics perusahaan.

Content Strategist



Konten dalam aplikasi sangat penting agar pengguna dapat lebih paham dalam menggunakan aplikasi tersebut. Content strategist harus dapat menemukan pemahaman mendalam tentang perilaku pengguna dan tren lokal untuk menyediakan konten yang bermakna, konsisten dan mudah diingat. Ia juga mengarahkan konten yang harus dikirimkan pada produk dengan keseimbangan antara kegunaan dan kenyamanan pengguna.

User Experience Writer



Tugas user experience writer adalah membantu pengguna memiliki pengalaman yang positif saat menggunakan produk. Mereka perlu memahami pain points dan perilaku pengguna agar dapat merangkai mikrokopi yang menarik dan meningkatkan keseluruhan kegunaan produk. Mikrokopi adalah semua kata yang membantu pengguna memahami interfaces dan melakukan suatu tindakan. Tujuan seorang user experience writer adalah untuk membantu pengguna memecahkan masalahnya dan membimbing mereka untuk menyelesaikan hal yang mereka inginkan dalam produk tersebut. Hal ini adalah tugas dari user experience writer untuk membuat salinan yang tidak hanya menarik dan ringkas, tetapi juga mudah digunakan, sesuai dengan konteks yang diberikan, dan sesuai dengan identitas merek.

Researcher



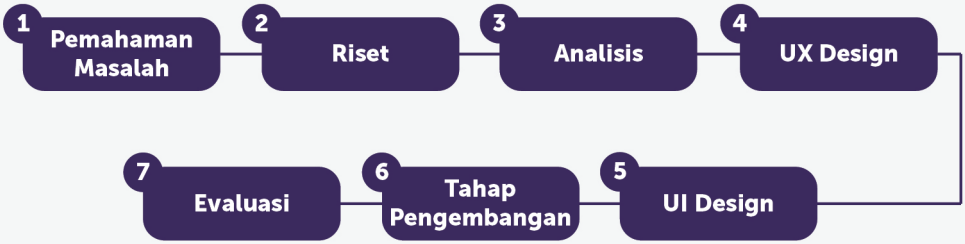
Dalam mengembangkan sebuah aplikasi, researcher memegang peran penting dalam menemukan kebutuhkan pengguna beserta pain points dari produk dan servis perusahaan. Ia bertugas membuat penelitian untuk meneliti kebiasaan dan sikap pengguna melalui cara kualitatif dan kuantitatif. Lalu hasil dari penelitian tersebut dikemukakan kepada pemegang saham agar perusahaan dapat menentukan strategi yang tepat untuk produk - produk yang akan dibuat maupun ditingkatkan.

Design Operations



Design operations berfokus pada perancangan praktik desain dan membangun kerangka kerja sistematis yang memungkinkan desain untuk berhasil pada skala yang telah ditentukan. Design operations juga mengeksplorasi bagaimana desain dapat lebih terintegrasi dengan perusahaan untuk membentuk dan membangun produk yang baik.

Alur Kerja Tim UI/UX dalam Mengembangkan Aplikasi





Pemahaman Masalah

Untuk mengembangkan suatu aplikasi, tahap pertama yang harus dilakukan adalah memahami masalah yang akan diberikan solusi. Researcher harus menelaah permasalahan dan kekurangan yang dihadapi pengguna dengan melakukan observasi dan brainstorming. Brainstorming sering dilakukan dengan menggunakan sticky notes, di mana desainer menuliskan semua ide mereka. Sticky notes kemudian dapat didiskusikan, disortir secara hierarkis, dikelompokkan ke dalam tema dan disusun sedemikian rupa sehingga mewakili peta visual dari ide - ide terbaik yang dihasilkan untuk menyelesaikan masalah tersebut.



Riset

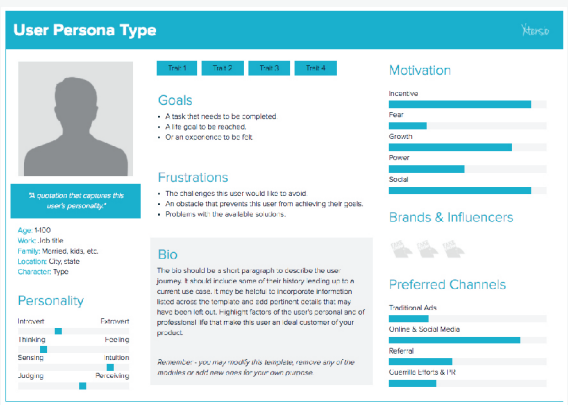
Riset adalah hal kedua yang dilakukan oleh tim, termasuk riset pasar untuk mengumpulkan informasi terkait produk yang ingin dikembangkan, misalnya hal apa saja yang dibutuhkan oleh pengguna dan produk yang seperti apa yang dapat membuat pengguna tersebut senang saat menggunakan aplikasi tersebut. Researcher akan mencoba menelaah masalahnya dan membuat analisis kompetitif untuk memastikan bahwa ia memecahkan masalah yang tepat di lanskap yang tepat. Tools yang dapat digunakan dalam riset ini adalah survey dan polling.

Dalam riset ini akan dicari juga pain point yang ditemukan pengguna di produk kompetitor, supaya researcher dapat menjadikannya sebagai studi kasus dan membangun solusi yang efektif di aplikasi tersebut.



Analisis

Setelah riset dilakukan, researcher akan melakukan analisis dari data yang telah didapatkan melalui riset. Researcher akan lebih banyak mengeksplorasi perilaku pengguna dengan menciptakan user persona. Persona, (disebut juga user persona) dalam desain dan pemasaran yang berpusat pada pengguna, hal ini dapat didefinisikan sebagai karakter fiksi yang dibuat untuk mewakili tipe pengguna yang mungkin menggunakan situs, merek, atau produk dengan cara yang sama. Tim UI/UX dapat menggunakan persona bersama dengan segmentasi pasar, di mana persona kualitatif dibangun untuk mewakili segmen tertentu. Istilah persona digunakan secara luas dalam aplikasi online dan teknologi serta dalam iklan, di mana istilah lain seperti potret pena juga dapat digunakan.



Persona berguna dalam mempertimbangkan tujuan, keinginan, dan batasan pembeli dan pengguna merek untuk membantu memandu keputusan tentang layanan, produk, atau ruang interaksi seperti fitur, interaksi, dan desain visual situs web. Salah satu cara untuk membentuk user persona adalah melalui wawancara dengan para pengguna agar tim riset dapat memahami kebutuhan serta masalah mereka. Para pengguna yang dipilih melakukan wawancara akan

diproses dalam bentuk sintesis. Sintesis merupakan deskripsi berbentuk 1 -2 halaman yang mencakup pola perilaku, tujuan, keterampilan, sikap, dengan beberapa detail pribadi untuk menjadikan persona karakter yang realistis.



User Experience Design

Memasuki tahap merancang user experience. Desainer akan mulai membuat wireframe dan prototipe. Wireframe adalah kerangka untuk penataan beragam elemen pada halaman situs web atau aplikasi, sebelum proses desain sesungguhnya dimulai. Sedangkan prototipe merupakan model sederhana dari sebuah produk sebelum dilanjutkan secara detail. Desain yang dibuat akan disesuaikan dengan hasil analisa yang dihasilkan oleh researcher. Dalam tahap ini, researcher dan desainer akan banyak berdiskusi untuk menciptakan desain yang baik dan menjawab permasalahan yang ada.



User Interface Design

User interface dan user experience merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Pada tahap ini, wireframe yang telah dibuat sebelumnya akan disempurnakan dengan diberikan warna dan elemen - elemen yang sesuai. Selain itu akan disiapkan pula berbagai spesifikasi desain untuk diberikan kepada tim pengembangan.



Tahap Pengembangan

Di tahap ini, saatnya tim pengembangan melakukan tugasnya. Seluruh informasi dan bahan yang dimiliki dan dibuat pada tahap merancang user experience dan user interface perlu diberikan kepada tim pengembang. Mereka akan membuat model aplikasi untuk nantinya dilakukan usability testing kepada pengguna di internal maupun eksternal.



Evaluasi

Selanjutnya kita memasuki tahap evaluasi dimana akan dilakukan usability testing. Usability testing dilakukan dengan cara mengujinya kepada calon pengguna. Umumnya, selama pengujian, pengguna akan mencoba untuk menyelesaikan tugas yang diberikan, sementara pemilik produk akan mengamati, mendengar, dan mencatat temuan. Tujuan dari usability testing adalah mencari permasalahan kegunaan, mengumpulkan data kualitatif dan kuantitatif, serta menentukan kepuasan pengguna dengan produk tersebut. Dengan demikian, kita dapat mengetahui apakah produk yang dibuat memberikan solusi yang dibutuhkan para pengguna.

Usability testing dilakukan oleh researcher. Untuk melakukan kegiatan ini, researcher perlu mempersiapkan beberapa hal yaitu:

1. Prototipe yang akan diujikan
2. Skenario yang akan digunakan
3. Menentukan responden
4. Alat perekam sebagai bukti dokumentasi

5 Membuat success metrics

6 Insentif atau hadiah

Data yang didapatkan dari usability testing akan dijadikan sintesis dan dianalisa kembali kekurangannya. Jika ditemukan adanya kekurangan atau terdapat hal yang perlu ditambah, maka researcher dan desainer akan kembali ke tahap merancang user experience dan user interface, lalu dikembangkan kembali desain yang telah direvisi dan akan dilakukan usability testing kembali hingga hasilnya sesuai dengan target yang telah ditentukan.

Tim yang Bekerjasama dengan Tim UI/UX



Keuangan

Dalam melakukan sebuah proyek pengembangan aplikasi tentunya dibutuhkan dana yang cukup besar. Tim UI/UX banyak bekerja sama dengan tim keuangan terkait pendanaan. Pendanaan biasanya digunakan untuk insentif responden, konsumsi, transportasi, langganan aplikasi yang digunakan dalam proyek (cth: Sketch, ZeroHeight, Typeform), dan lain sebagainya.



Operasional

Tim UI/UX membutuhkan tim operasional untuk keperluan pengiriman insentif bagi responden yang telah mengikuti survey. Selain insentif, transportasi juga menjadi salah satu hal yang diperlukan oleh tim UI/UX. Transportasi sendiri disediakan oleh tim operasional dan diperlukan pengajuan terlebih dahulu.



Developer

Tim developer banyak bekerjasama dengan tim UI/UX saat sebuah proyek telah memasuki tahap pengembangan. Pada tahap ini aplikasi akan dibuat prototipenya oleh tim developer berdasarkan hasil desain dan data yang telah diberikan oleh designer UI/UX. Designer dan developer akan banyak melakukan diskusi agar tidak terjadi kesalahan selama proses pengembangan berlangsung.

Big Data



Dalam melakukan sebuah riset tentu diperlukan data - data akurat untuk menunjang riset tersebut. Data ini biasa didapatkan oleh tim UI/UX melalui tim big data. Tim ini memegang seluruh data penting milik perusahaan termasuk data - data pengguna. Data pengguna juga digunakan oleh tim UI/UX untuk pengiriman survey dan mengirimkan undangan untuk mengikuti user interview.

Marketing



Untuk menyebarkan sebuah survey, tim UI/UX perlu mengirimkannya melalui blast e-mail dengan dibantu aplikasi Mail Chimp. Blast e-mail perlu diajukan terlebih dahulu kepada tim marketing karena mereka yang memiliki wewenang untuk melakukan blast kepada pengguna.

Produk



Tim UI/UX masuk ke dalam tim produk dimana di dalamnya terdapat product management dan lain sebagainya. Proyek yang ada di tim UI/UX dihasilkan oleh product management sehingga dalam suatu proyek tentu tim UI/UX akan banyak bekerjasama dengan tim produk untuk menghasilkan produk terbaik bagi pengguna.

Kreatif



Tim kreatif banyak bekerjasama dalam penentuan ilustrasi untuk tampilan aplikasi. Ilustrasi berguna agar pengguna dapat lebih memahami pesan yang ingin disampaikan oleh designer dan juga memberikan warna agar desain aplikasi tidak terkesan monoton.

Engineer



Sama halnya dengan tim developer, tim engineer juga banyak melakukan kerjasama dalam tahap pengembangan. Tim engineer melakukan coding untuk menciptakan prototipe sesuai dengan desain yang telah diberikan.

Sumber Daya Manusia

Tim sumber daya manusia bekerjasama dengan tim UI/UX dalam hal perekrutan dan memenuhi kebutuhan - kebutuhan dari tim UI/UX.

Lima Tips dalam Mengembangkan UI/UX Aplikasi FinTech

Ketika kita berbicara mengenai pengembangan aplikasi untuk fintech seperti perbankan digital, perdagangan online, dan e-wallet, desain UI / UX dari setiap produk harus mudah dipahami dan digunakan. Setiap desain harus sederhana dan mudah digunakan. Tetapi dunia keuangan tidak mudah - baik untuk orang yang bekerja di dalamnya, maupun untuk kliennya. Sebagian besar pengguna fintech tidak dapat memahami istilah khusus bidang atau nama-nama solusi fintech, atau tidak memahami arti data tertentu. Bisa jadi beberapa elemen antarmuka mungkin tidak berfungsi dengan baik di versi seluler aplikasi fintech tertentu.

Semua ini membawa kita pada kesimpulan penting yaitu saat membuat desain, designer harus selalu memahami dan memikirkan orang-orang yang akan menggunakannya dan jika designer membuat desain UI/UX untuk fintech designer akan tahu standar penggunaannya bagi kalangan dari berbagai usia, mulai dari yang muda hingga yang tua. Jika designer berkomitmen untuk memikirkan audiens target berikut lime tips yang dapat digunakan dalam mengembangkan sebuah aplikasi berbasis fintech:

Copy dan Microcopy

Kedua istilah ini menggambarkan semua teks dalam suatu aplikasi. Teks dalam produk harus dapat dimengerti oleh semua orang, tidak peduli latar belakang keuangan dan pendidikan mereka. Ingat, keuangan adalah bidang yang agak rumit, yang berarti bahwa semua teks yang digunakan di aplikasi harus jelas, sederhana, dan mudah. Namun, dalam momen tertentu terdapat beberapa istilah yang sulit dipahami - seperti cerukan, perpanjangan, atau Kalkulator LTV - tidak dapat dihindari. Pikirkan cara sederhana untuk menjelaskan hal ini kepada pengguna tanpa membebani aplikasi dengan teks.

Untuk memastikan semua orang di halaman yang sama tentang istilah yang digunakan pada aplikasi tersebut, kompilasi glosarium dengan semua definisi dan istilah

terkait dalam aplikasi. Pastikan UX designer dan UX writer-terus berkomunikasi - jika aplikasi menggunakan beberapa bahasa, beberapa terjemahan mungkin membutuhkan lebih banyak ruang atau bidang yang lebih besar daripada bahasa asli yang diperlukan.

Alur

Mempertimbangkan kerumitan sebagian besar layanan keuangan, serta sejumlah besar informasi yang mereka gunakan, penting bagi semua pengembangan fintech untuk menjaga alirannya sehalus dan sesederhana mungkin. Cobalah untuk tidak membebani pengguna Anda dengan tugas, dan gunakan struktur yang lebih bertahap. Misalnya, Anda dapat membagi proses pendaftaran pengguna menjadi dua bagian. Pada bagian pertama, minta pengguna untuk data pribadi dasar seperti nama depan dan nama belakang, tanggal lahir, dll. Setelah ini, berikan kepada pengguna konsep layanan yang akan diberikan - seperti perhitungan hipotek awal pada situs web layanan hipotek. Jika mereka menyukai apa yang mereka lihat dan memutuskan untuk menerima perhitungan yang disarankan, maka langsung dapat beralih ke tahap kedua - meminta mereka untuk memberikan semua informasi keuangan yang dibutuhkan untuk mendapatkan hipotek. Tergantung kepada layanan yang diberikan dan data yang dibutuhkan untuk itu, jumlah langkah dalam proses pendaftaran dapat bervariasi.

Disarankan untuk memikirkan terlebih dahulu tentang informasi pribadi apa yang dapat diubah oleh klien di masa depan, dan apa yang bisa atau harus tetap tidak tersentuh. Untuk alasan keamanan, lebih baik untuk mengubah sesedikit mungkin, tetapi kenyataannya adalah bahwa faktor-faktor seperti perubahan dalam status perkawinan (dan akibatnya nama belakang) dapat menjadi penting bagi klien dan mereka harus dapat mengubah informasi semacam ini. tanpa masalah.

Warna

Sebelum pengguna menyadari apa sebenarnya produk tersebut, hal pertama yang mereka lihat adalah warna. Studi menunjukkan bahwa 60% orang memutuskan apakah mereka tertarik pada produk atau pesan berdasarkan warna saja. Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa warna meningkatkan pengenalan merek hingga 80%. Pada 2017, menurut ComScore, 21% dari milenium mengatakan mereka menghapus aplikasi hanya karena mereka tidak suka tampilannya di layar mereka. Tentu saja, orang dapat berpendapat bahwa warna adalah masalah selera. Namun perlu diingat bahwa beberapa aturan dasar kombinasi warna hampir selalu valid, jadi perhatikan baik-baik warna, dan pelajari tentang skema warna dasar. Ingatlah untuk tidak menggunakan warna yang terlalu terang, karena dapat berdampak buruk pada mata pengguna.



Perhatikan bahwa warna yang Anda gunakan mungkin bergantung pada negara atau budaya yang akan digunakan aplikasi Anda. Teliti warna dan elemen grafik yang khas untuk negara asal aplikasi Anda. Misalnya, di Swiss, warna merah dan kuning bersama dengan mahkota, berarti uang dan kekayaan. Secara umum, merah berarti energi dan gairah dalam budaya Barat; di negara-negara seperti Rusia, itu dapat dengan mudah dikaitkan dengan komunisme dan revolusi. Demikian pula, ungu dalam budaya Barat adalah warna kesalehan dan iman, dan bahkan penyesalan (dalam agama Katolik). Pada saat yang sama, di Brasil dan Thailand, ungu dianggap sebagai warna berkabung.

Tampilan Konten dan Adaptasi Perangkat

Desain Fintech UX memiliki satu fitur khas yang harus selalu diperhitungkan. Aplikasi keuangan harus dapat menampilkan data dalam jumlah besar seperti laporan, statistik, laporan investasi dll dalam tabel besar. Itulah sebabnya, saat mengembangkan versi aplikasi web dan seluler, perusahaan pengembang fintech harus ingat bahwa lembar ini harus ditampilkan secara memadai di layar sehingga pelanggan dapat menavigasi dan memahami mereka. Mereka harus scalable dan dapat dibaca, dibangun secara logis dan tidak terlalu penuh dengan data.



Fitur penting lainnya adalah kemampuan beradaptasi. Semua informasi yang diharapkan pengguna akan masuk ke layar apa pun dengan nyaman untuk memastikan pengalaman pengguna yang nyaman untuk ukuran atau konteks tampilan apa pun. Kita dapat meneliti perangkat mana yang paling populer di negara tempat aplikasi tersebut akan digunakan. Hal ini memungkinkan tim untuk menentukan ukuran layar yang tepat di display dan membuat desain aplikasi terutama untuk jenis perangkat ini dan perusahaan pun dapat menghemat uang.

Aplikasi keuangan sebenarnya semua tentang angka, jadi pastikan untuk mengatur bidang angka aplikasi ke desimal. Ini akan memungkinkan pengguna untuk memasukkan jumlah angka tertentu setelah titik desimal. Tidak hanya untuk memasukkan bilangan bulat, tetapi juga digit fraksional, karena mereka dapat secara kritis mempengaruhi perhitungan pembayaran masa depan oleh platform investasi. Di negara-negara dengan nilai mata uang tinggi, angka-angka setelah titik desimal dapat bertambah banyak.

Temukan Tim yang Tepat



Jika kita menemukan tim yang tepat dan developer UI/UX yang tepat, semua ini seharusnya tidak menjadi masalah. Komunikasikan tujuan tim, pikirkan masalah apa yang diselesaikan oleh layanan dan aplikasi ini, dan bagaimana mereka dapat melakukannya dengan cara sesederhana mungkin. Pikirkan bagaimana setiap orang harus dapat menggunakan produk ini mulai dari para bankir hingga balerina, dari yang putus sekolah hingga petani. Tetapi juga pikirkan tentang siapa yang akan dapat mengembangkan layanan seperti ini. Pasar UI/UX designer penuh dengan spesialis hebat, tetapi pastikan orang yang dipekerjakan memiliki pemahaman tentang keuangan. Hal ini akan menghemat banyak waktu dan usaha jika tim tidak harus menjelaskan setiap detail kecil kepada anggota tim. Tetapi yang paling penting, tim akan mendapatkan hasil yang jauh lebih baik jika developer memahami persyaratan keuangan, korelasi antara proses, dan seluruh konsep layanan yang diberikan.

Seperti yang dapat dilihat, desain memang bukan hanya tentang tampilan, tetapi juga tentang cara kerja. Dalam hal desain UX untuk fintech, aplikasi seharusnya tidak hanya

mudah dilihat tetapi juga membuat hal-hal sulit menjadi jauh lebih mudah bagi pengguna dengan tetap jelas dan transparan. Untuk memberi pengguna Anda fintech UX terbaik, tim harus memastikan bahwa teks aplikasi Anda dapat dimengerti oleh orang-orang dengan latar belakang dan pengetahuan keuangan yang berbeda. Penanda visual seperti skema warna harus sesuai dengan gagasan budaya audiens target, dan semua informasi yang diberikan layanan aplikasi harus disajikan dengan cara yang sesuai untuk saluran yang berbeda.

BAGIAN IV:
PERAN DESIGN OPERATIONS DALAM TIM UI/UX





Design operations adalah perekat yang menyatukan organisasi desain, dan jembatan yang memungkinkan kolaborasi di antara anggota tim lintas disiplin.Design Operations bertujuan untuk membuat tim berjalan lebih efektif dengan membiarkan desainer dan researcher fokus pada desain serta riset yang mereka kerjakan, dan menyerahkan hal lainnya seperti pengajuan budget, mengatur jadwal interview dengan pengguna, pengajuan permintaan data dan lainnya ke design operations. Meskipun pada istilahnya menggunakan kata "design" dan "designer", namun design operations berlaku untuk siapapun yang menggunakan proses yang berpusat pada pengguna dan desain untuk memecahkan suatu masalah. Istilah "designer" ini mencakup UX desginer, researcher, UI desginer, content strategist, communication designer, dan siapa pun yang berkontribusi pada user experience.

Pentingnya Peran Design Operations

Pergeseran terjadi dalam cara designer bekerja dan berinteraksi satu sama lain dan dengan tim lainnya. Peralihan ini pun menyoroti kebutuhan design operations. Semakin lama designer terlibat dalam bagian dari proyek yang luas dan strategis dan banyak organisasi telah menyadari nilai sebuah desain. Sayangnya, hal ini menyebabkan designer memiliki beban kerja tambahan karena terlibat dalam pekerjaan strategis bersamaan dengan "pekerjaan harian" mereka dalam merancang dan meneliti.

Secara singkat, designer seringkali terlalu sibuk untuk mendesain. Kaitkan hal ini dengan fakta bahwa designer mengerjakan

konteks yang lebih kompleks daripada sebelumnya karena banyak organisasi merangkul tim produk atau proyek yang spesifik sehinggase-makin sedikit koneksi di antara desainer yang berada di tim-tim terse-but. Produk dan experience yang didesain menjadi lebih rumit, dan tim sering tersebar di berbagai lokasi. Hasilnya, alur kerja dan pengambilan keputusan semakin didistribusikan. Untuk mengelola kompleksitas desain yang meningkat dengan cepat, kita perlu mengukur desain dengan menerapkan pemikiran kita sendiri dan metode yang berpusat pada pengguna untuk proses desain.



Seorang design operations memiliki empat tugas utama yaitu merencanakan, budgeting, berkomunikasi dengan internal maupun eksternal, dan menyelaraskan kerja antar tim. Keempat tugas ini menunjang kerja dari designer dan researcher sehingga proyek pun dapat berjalan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Pedoman Seorang Design Operations

Dalam melakukan tugasnya, seorang design operations memiliki pedoman. Berikut ini adalah pedoman design operations yang komprehensif dimana terdapat beberapa elemen yang dapat dipilih untuk fokus ketika merencanakan dan menerapkan proses untuk men-dukung kerja designer. Pedoman ini memiliki tiga bidang utama:

Mengatur alur kerja designer dalam bekerja

1

Mengorganisir

- Merancang struktur organisasi untuk tim desain
- Membuat tim desain pelengkap, keterampilan-lengkap
- Mendefinisikan peran desainer individu, dan peran departemen desain secara keseluruhan

2

Mengolaborasikan

- Mendefinisikan struktur untuk pertemuan rutin
- Memastikan bahwa ruang dan lingkungan grup kondusif untuk kolaborasi
- Membangun komunitas praktik untuk berbagi keterampilan dan minat

3

Memanusiakan

- Merancang praktik wawancara yang khusus untuk kebutuhan tim desain
- Menetapkan praktik perekrutan dan orientasi yang konsisten untuk membentuk anggota tim baru
- Membakukan jalur karier yang transparan untuk peran manajemen dan non-manajemen

Mengatur strategi dalam penyelesaian pekerjaan

1

Standarisasi

- Mendokumentasikan dan mengoptimalkan proses desain tingkat tinggi, dari inisiasi hingga pengujian hingga peluncuran
- Mendefinisikan dan menyelaraskan aktivitas desain yang disengaja dalam proses desain
- Mengaudit dan menegakkan penggunaan alat desain yang sama untuk kolaborasi yang efisien

Harmonisasi

2

- Menskalakan dan mengelola sistem desain untuk menciptakan efisiensi bagi para desainer
- Membangun repositori data riset pengguna yang dapat diakses oleh semua orang
- Menggunakan manajer aset digital (DAMS) atau sistem lain untuk berbagi aset desain dan template di antara anggota tim

Prioritas

3

- Mengungkap dan menemukan hambatan dalam alur kerja desain
- Memahami kapasitas tim desain untuk memperkirakan dan mengalokasikan proyek secara akurat
- Menggunakan metode objektif dan konsisten untuk memprioritaskan fitur atau proyek

Mengatur strategi agar desain yang dihasilkan memberikan dampak

Mengukur

1

- Menciptakan definisi "baik" dan "selesai" untuk tim desain
- Memilih dan menyelaraskan metrik untuk kualitas desain, dan melacak metrik tersebut seiring waktu
- Membuat dan menggunakan prinsip-prinsip desain sepanjang proses desain sebagai ukuran objektif

Sosialisasi

2

- Membuat pesan yang konsisten tentang peran dan nilai desain, dan secara proaktif membagikan pesan itu dengan mitra desain
- Mendokumentasikan dan berbagi kisah sukses dari proses desain yang berpusat pada pengguna
- Mengakui dan menghargai tim yang menerapkan praktik desain untuk pekerjaan mereka

Mengaktifkan

3

- Mengedukasi orang di luar tim desain tentang cara menggunakan alat dan aktivitas desain
- Menciptakan playbook aktivitas-aktivitas desain yang dapat diakses untuk menghindari kesalahpahaman
- Melaksanakan pelatihan keterampilan untuk memastikan bahwa kegiatan dipahami dan digunakan dengan tepat

Membuat Alur Kerja dengan Tim Internal Perusahaan

Tim UI/UX bekerja sama dengan berbagai tim seperti yang sudah penulis sebutkan di atas. Dalam kerja sama tersebut tentunya dibutuhkan alur kerja agar kedua pihak dapat bekerja sama dengan baik. Pembuatan flow ini merupakan salah satu tugas yang dilakukan design operations. Alur kerja yang dibuat oleh design operations meliputi beberapa hal yaitu untuk kerja sama dengan tim keuangan adalah alur mengenai pengajuan budget riset, insentif, transportasi, advance request, dan payment request untuk kebutuhan tim UI/UX.



Untuk membuat alur kerja ini, design operations perlu melakukan diskusi dengan tim terkait agar mendapatkan alur yang tepat dan sesuai. Setelah itu design operations menganalisa hasil diskusi untuk dapat dijadikan bagan alur. Dalam membuat suatu bagan yang berisikan alur, design operations memilih menggunakan ikon yang mewakilkan dan deskripsi yang tidak terlalu banyak agar designer dan reseacrher dapat memahami alurnya dengan mudah.

Membantu Researcher dalam Melakukan Riset

Kegiatan ini rutin dilakukan oleh tim UX demi mendapatkan informasi terkait produk yang ingin dikembangkan. Dalam kegiatan ini, tim riset akan membuat sebuah research plan terlebih dahulu sebagai landasan dalam melakukan riset. Research plan tersebut memuat ringkasan riset, latar belakang, hipotesis, tujuan, cakupan atau jangkauan, metodologi, kriteria riset, kebutuhan atau syarat, anggaran riset, timeline riset, guideline, dan final report. Umumnya tim riset akan

menggunakan beberapa metodologi untuk mendapatkan data yaitu stakeholder interview, survey (online maupun offline), affinity mapping, dan in-depth interview.

Setelah research plan telah dibuat, tim riset akan meminta design operations mengerjakan beberapa hal yaitu pengajuan anggaran, pengajuan data, pengajuan slot, dan pengajuan transportasi. Untuk mengajukan rencana anggaran riset ke tim keuangan dan tim operasional, design operations perlu mengirimkan e-mail yang mencantumkan research plan berisi rencana anggaran serta detail mengenai timeline penggunaan anggaran tersebut. Anggaran ini biasanya digunakan untuk pengajuan dana insentif bagi responden riset dan juga dana lainnya seperti transportasi dan konsumsi. E-mail tersebut perlu dikirimkan maksimal tiga hari sebelum anggaran tersebut digunakan.

Keperluan transportasi tim riset perlu diberitahukan dan untuk pengajuan voucher diberikan kepada tim operasional khusus melalui e-mail. Untuk keperluan data pendukung yang digunakan dalam riset seperti data pengguna, jumlah transaksi pengguna, dan lain sebagainya, design operations perlu mengajukannya ke tim big data melalui google form yang telah disediakan oleh tim tersebut. Setelah satu sampai dua hari, data tersebut akan dikirimkan melalui e-mail kepada design operational untuk selanjutnya diberikan kepada tim riset.

Jika tim riset memilih metodologi online survey sebagai salah satu cara mendapatkan data, maka design operational perlu mengajukan slot blast e-mail ke tim pemasaran agar online survey tersebut dapat disebarkan kepada pengguna. Design operations perlu menyiapkan objectives, research plan, link survey, database e-mail, wording for e-mail content dan mencantumkannya ke dalam e-mail yang akan dikirimkan kepada tim pemasaran. Jika menggunakan template general, pengajuan slot ini harus dikirimkan maksimal tiga hari sebelum disebarkan kepada pengguna. Namun jika tim riset ingin menggunakan template custom, maka pengajuan slot harus dilakukan maksimal lima hari sebelum disebarkan.

Setelah seluruh persiapan riset telah dilakukan, selanjutnya tim riset akan melakukan analisa data dengan melakukan affinity mapping dan in-depth interview sebagai tambahan. Untuk in-depth interview, design operations akan memberikan undangan kepada calon responden melalui e-mail dan aplikasi WhatsApp milik tim UX untuk

menentukan jadwal. Setelah itu akan dilakukan in-depth interview selama 30 menit sampai 1 jam untuk mendapatkan data yang detail. Hasil dari in-depth interview tersebut akan dibuat dalam bentuk synthesis dan akan dibuat kesimpulannya sebagai bahan laporan sementara kepada tim produk dalam bentuk slide.

Mengatur Jadwal User Interview

Kegiatan ini merupakan sebuah cara untuk membentuk user persona melalui wawancara dengan para pengguna agar tim riset dapat memahami kebutuhan serta masalah mereka. Dalam kegiatan ini biasanya tim riset akan memberikan insentif kepada responden sebagai bentuk terima kasih atas kesediaan responden untuk mengikuti kegiatan tersebut. Insentif diberikan dalam bentuk voucher ataupun poin sesuai dengan kebijakan yang telah dikeluarkan oleh tim operasional dan tim keuangan.

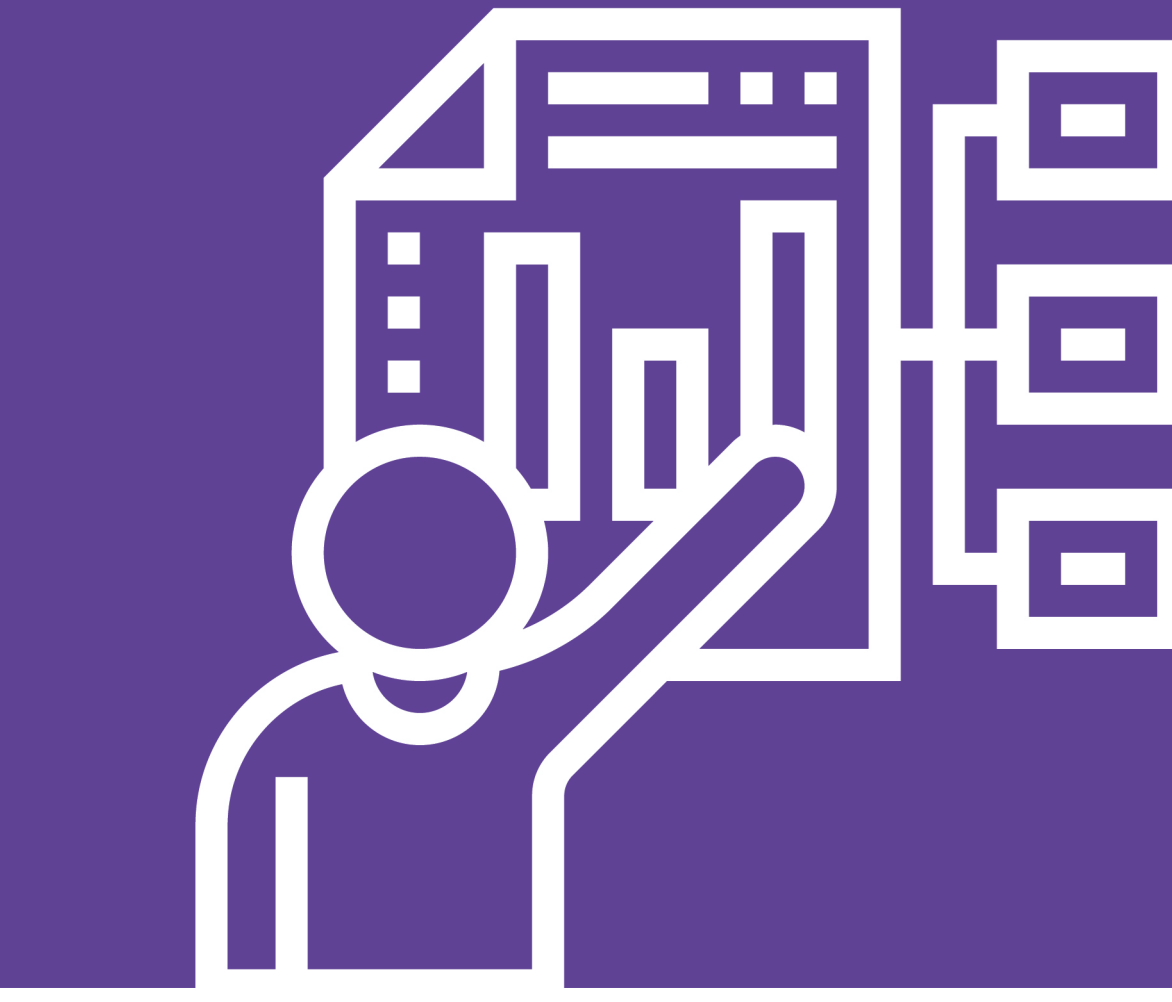
Sebelum kegiatan ini di mulai, tim riset perlu mengajukan anggaran untuk keperluan insentif dan konsumsi responden. Pengajuan anggaran dilakukan oleh design operations melalui e-mail dan setelahnya akan dikirimkan balasan berupa persetujuan sebagai notice untuk tim operasional. Lalu design operations akan meminta data user seperti nama, e-mail, no telepon, umur, jenis kelamin, dan domisili. Data tersebut digunakan untuk menghubungi calon responden via e-mail dan WhatsApp. Kedua aplikasi ini digunakan karena responden dapat langsung memberikan konfirmasi secara cepat dan mudah, konfirmasi berisikan tanggal dan waktu kehadiran responden. Setelah responden memberikan kepastian tanggal dan waktu, design operations akan mengirimkan undangan melalui Google Calendar ke e-mail responden.

Saat hari interview datang, design operations perlu mengirimkan data responden kepada tim operasional untuk pengiriman insentif berupa points dan juga harus mengirimkan pesan pengingat ke responden dan juga tim riset terkait jadwal user interview di hari tersebut. Saat responden sudah datang sesuai dengan sesinya, maka akan dilakukan tanya jawab terkait dengan pengalaman penggunaan aplikasi dan juga akan diminta kritik serta saran mengenai aplikasi tersebut. Satu sesi user interview dapat berjalan sekitar 30 menit sampai 1,5 jam. Setelah sesi selesai, tim operasional akan mengirimkan insentif kepada responden sesuai dengan jumlah yang telah ditetapkan.

Membantu Kegiatan Usability Testing

Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui apakah produk yang dibuat memberikan solusi yang dibutuhkan para pengguna. Tim yang bertugas dalam mengevaluasi akan mencatat feedback dari responden usability testing ini untuk terus meningkatkan kualitas produk berdasarkan feedback yang mereka sampaikan. Usability testing dapat dilakukan kepada bagian internal atau diadakan di pusat perbelanjaan di wilayah Jakarta untuk dilakukan langsung oleh pengguna. Setelah itu tim akan membuat synthesis yang berguna untuk mendapatkan kesimpulan dari feedback yang telah diberikan.

BAGIAN V:
KESIMPULAN DAN SARAN



Kesimpulan

Dengan semakin berkembangnya dunia dompet digital dan juga dunia UI/UX. Pekerjaan dari tim ini pun semakin kompleks dan menciptakan adanya beban kerja baru bari designer dan juga researcher yang berada di tim tersebut. Dengan hadirnya peran design operations pada tim ini, design operations dapat meningkatkan produktivitas dari tim UI/UX dengan mengurus hal-hal operasional yang tidak termasuk dalam pekerjaan inti dari seorang designer dan researcher.

Design operations sendiri seperti sebuah perekat yang menyatukan sesama anggota tim dan juga tim UI/UX dengan tim lainnya. Dalam hal ini komunikasi merupakan suatu hal yang penting dan tidak dapat dihindari karena jika komuniksi tidak berjalan dengan baik makan proyek yang dijalankan dapat gagal dan kemungkinan besar tidak menjawab permasalahan yang dimiliki oleh pengguna. Untung menunjang pekerjaan design operations diperlukan keahlian komunikasi dan kemampuan mengorganisisr yang baik. Selain itu kemampuan negosiasi juga diperlukan untuk digunakan saat bersama dengan tim lainnya.

Tugas seorang design operations meliputi empat hal yaitu merencanakan, budgeting, berkomunikasi dengan internal maupun eksternal, dan menyelaraskan kerja antar tim. Untuk menjalankan tugas ini terdapat tiga pedoman yang masing-masing poinnya memiliki tiga komponen yaitu mengatur alur kerja dalam tim, mengatur strategi dalam penyelesaian pekerjaan designer, dan mengatur strategi agar design yang dihasilkan oleh designer memberikan dampak bagi pengguna maupun non pengguna.

Saran

Dalam meningkatkan kinerja tim, diperlukan efektivitas waktu yang baik. Saat ini masih banyak perusahaan yang memiliki jam kerja yang fleksibel, sebenarnya hal ini bagus jika digunakan dengan penuh tanggung jawab. Namun terkadang ada beberapa anggota tim yang datang terlalu siang sehingga produktivitas kerja menurun karena harus menunggu anggota tim itu bila ingin mengerjakan sesuatu. Selain itu hal ini dapat membuat anggota tim lainnya lembur karena pekerjaan menumpuk. Hal lainnya yang diperlukan adalah kegiatan yang dapat menambah ilmu anggota tim seperti diadakannya workshop, studi banding, bedah buku, dan lain sebagainya. Kegiatan tersebut dapat meningkatkan kualitas kerja tim dan mendapatkan masukan-masukan baru untuk pengembangan aplikasi.

Komunikasi dan kekompakan tim juga salah satu hal yang mendukung pekerjaan. Komunikasi dan kekompakan perlu dijaga dan ditingkatkan dengan melakukan kumpul rutin bersama tim atau bisa juga dengan mengadakan jalan-jalan bersama dengan tim. Selain itu apresiasi juga perlu diberikan agar kinerja tiap anggotanya tetap maksimal dan mereka pun merasa berada di dalam tim.

DAFTAR PUSTAKA

Lidwell, W. (2003). Universal Principles of Design: 100 Way to Enhance Usability, Influence Perception, Increase Appeal, Make Better Design Decisions, and teach Through Design. Rockport Publishers.

Kate Battles, C. W. (2018). DesignOps Handbook. InVision.

Walter, A. (2018). Principles of Product Design. InVasion.

Woolery, E. (2018). Design Thinking Handbook. InVasion.

Garrett, J. J. (2002). The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web (Voices (New Riders). New Riders.

Doerr, J. E. (2018). Measure What Matters. Penguin.

Jeff Gothelf, J. S. (2013). Lean UX: Applying Lean Principles to Improve User Experience. O'Reilly Media.

PROFIL PENULIS



Aisyah Berlianawati

PROFIL EDITOR DAN PENGARAH

Editor
Kepala Program Studi Vokasi Humas
UniversitasIndonesia

Pengarah
Ngurah Rangga Wisesa, S.Ikom., M.I.Kom

ISBN 978-1-911223-13-9