

**LAPORAN  
PRAKTIK KERJA LAPANGAN**



**PENGEMBANGAN KONSEP UI/UX APLIKASI MOBILE  
UNTUK OPTIMALISASI DONASI DIGITAL DI BADAN  
WAKAF AL-QUR'AN (BWA)**

**RADIFAN AL FATH ISNANDAR  
2207431025**

**PROGRAM STUDI D-IV TEKNIK MULTIMEDIA DIGITAL  
JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
2024/2025**

**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN  
PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

- 1) Judul : Pengembangan Konsep UI/UX Aplikasi Mobile untuk Optimalisasi Donasi Digital di Badan Wakaf Al Quran (BWA)
- 2) Penyusun
  - a) Nama : Radifan Al Fath Isnandar
  - b) NIM : 2207431025
- 3) Program Studi : D-IV Teknik Multimedia Digital
- 4) Jurusan : Teknik Informatika dan Komputer
- 5) Waktu Pelaksanaan : 4 Agustus 2025 – 21 November 2025
- 6) Tempat Pelaksanaan : Badan Wakaf Al Quran  
Jalan Tebet Raya Blok A No.29 E Tebet, Jakarta Selatan  
12820

Pembimbing PNJ



Mira Rosalina, S.Pd., M.T.

NIP. 198701072022032004

Depok, 19 Desember 2025,

Pembimbing Perusahaan



Darminto

Mengesahkan,



Malisa Huzaifa, S.Kom., M.T.

NIP. 199110042019032024



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang dengan judul “Pengembangan Konsep UI/UX Aplikasi Mobile untuk Optimalisasi Donasi Digital di Badan Wakaf Al-Qur’an (BWA)”.

Laporan ini disusun sebagai salah satu bentuk pertanggungjawaban akademik sekaligus pemenuhan syarat kegiatan magang pada Program Studi Sarjana Terapan Teknik Multimedia Digital, Politeknik Negeri Jakarta. Kegiatan magang ini dilaksanakan di Badan Wakaf Al-Qur’an (BWA) selama 16 minggu, terhitung dari tanggal 4 Agustus 2025 hingga 23 November 2025, dengan sistem kerja hybrid (fleksibel antara *work from anywhere* dan bekerja langsung di kantor sesuai kebutuhan).

Selama melaksanakan kegiatan magang, penulis mendapatkan banyak pengalaman berharga, baik dalam pengembangan keterampilan teknis di bidang UI/UX, pembuatan konten digital, maupun dalam memahami proses kerja profesional di lingkungan industri kreatif dan lembaga filantropi. Penulis juga berkesempatan untuk berkontribusi dalam proses *redesign* website BWA serta mengembangkan konsep aplikasi mobile donasi BWA sebagai proyek akhir dari kegiatan magang ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima saran dan masukan yang membangun untuk penyempurnaan di masa mendatang.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak/Ibu Dosen Pembimbing dari Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama kegiatan magang berlangsung.



2. Tim Badan Wakaf Al-Qur'an (BWA) selaku pembimbing industri yang telah memberikan kesempatan, kepercayaan, dan bimbingan kepada penulis selama proses magang.
3. Rekan-rekan magang BWA yang telah menjadi partner kolaborasi dan berdiskusi dalam setiap kegiatan proyek.
4. Serta seluruh pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyelesaian laporan ini.

Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, menjadi referensi untuk kegiatan magang berikutnya, serta memberikan kontribusi positif bagi pengembangan digitalisasi lembaga filantropi di Indonesia.

Depok, November 2025,

Penulis,



Radifan Al Fath Isnandar

NIM. 2207431025



## DAFTAR ISI

|                                                                     |           |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b>                                           |           |
| <b>LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN.....</b>                          | <b>1</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                          | <b>3</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                              | <b>5</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                            | <b>7</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                           | <b>9</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                                         | <b>10</b> |
| <b>DAFTAR LAIN-LAIN.....</b>                                        | <b>11</b> |
| <b>BAB I</b>                                                        |           |
| <b>PENDAHULUAN.....</b>                                             | <b>12</b> |
| 1.1 Latar Belakang Kegiatan.....                                    | 12        |
| 1.2 Ruang Lingkup Kegiatan.....                                     | 14        |
| 1.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan.....                               | 14        |
| 1.4 Tujuan dan Kegunaan.....                                        | 15        |
| 1.4.1 Tujuan.....                                                   | 15        |
| 1.4.2 Kegunaan.....                                                 | 15        |
| <b>BAB II</b>                                                       |           |
| <b>LANDASAN TEORI.....</b>                                          | <b>16</b> |
| 2.1 Desain Antarmuka Pengguna (User Interface Design).....          | 16        |
| 2.1.1 Definisi User Interface (UI).....                             | 16        |
| 2.1.2 Prinsip Dasar Desain Antarmuka.....                           | 17        |
| 2.1.3 Aspek Estetika dan Fungsionalitas dalam Desain Aplikasi.....  | 17        |
| 2.1.4 Peran UI dalam Meningkatkan First Impression Pengguna.....    | 18        |
| 2.2 Pengalaman Pengguna (User Experience Design).....               | 19        |
| 2.2.1 Definisi dan Perbedaan UX dengan UI.....                      | 19        |
| 2.2.2 Komponen Utama Pengalaman Pengguna.....                       | 20        |
| 2.2.3 Pendekatan User-Centered Design (UCD).....                    | 21        |
| 2.2.4 Pentingnya UX dalam Pengembangan Aplikasi Donasi Digital..... | 22        |
| 2.3 Gamifikasi dalam Aplikasi Digital.....                          | 22        |
| 2.3.1 Definisi dan Konsep Dasar Gamifikasi.....                     | 22        |
| 2.3.2 Unsur-unsur Gamifikasi.....                                   | 23        |
| 2.3.3 Landasan Psikologi: Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik.....    | 25        |
| 2.3.4 Dampak Gamifikasi terhadap Engagement dan Retensi.....        | 27        |
| 2.3.5 Penerapan pada Aplikasi Sosial/Donasi.....                    | 28        |
| 2.4 Perilaku Pengguna Digital di Indonesia.....                     | 28        |
| 2.4.1 Statistik dan Tren Digitalisasi.....                          | 28        |
| 2.4.2 Pergeseran ke Arah Mobile-Based Interaction.....              | 29        |
| 2.4.3 Preferensi Generasi Milenial dan Gen Z.....                   | 30        |

|                                                                    |           |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.4.4 Pentingnya Mobile-First Design dalam Konteks Lokal.....      | 31        |
| 2.5 Aplikasi Donasi Digital dan Transformasi Filantropi Islam..... | 32        |
| 2.5.1 Definisi dan Karakteristik Platform Donasi Digital.....      | 32        |
| 2.5.2 Contoh Platform Donasi Islam di Indonesia.....               | 33        |
| 2.5.3 Prinsip Transparansi dan Akuntabilitas.....                  | 34        |
| 2.6 Kerangka Konseptual.....                                       | 35        |
| 2.6.1 Pendekatan Design Thinking.....                              | 35        |
| 2.6.2 Tahapan Design Thinking.....                                 | 36        |
| 2.6.3 Model Konseptual Penelitian / Proyek Magang.....             | 37        |
| <b>BAB III</b>                                                     |           |
| <b>HASIL PELAKSANAAN MAGANG.....</b>                               | <b>38</b> |
| 3.1 Profil DUDI.....                                               | 38        |
| 3.2 Uraian Kegiatan Magang.....                                    | 41        |
| 3.3 Pembahasan Hasil Magang.....                                   | 42        |
| 3.3.1 Deskripsi Project/Produk.....                                | 42        |
| 3.3.2 Requirement/Spesifikasi Project/Produk/Design Brief.....     | 45        |
| 3.3.3 Desain Project/Produk/Project Brief.....                     | 47        |
| 3.3.4 Implementasi.....                                            | 48        |
| 3.4 Pengujian dan Pembahasan.....                                  | 51        |
| 3.4.1 Kendala Pelaksanaan Tugas.....                               | 59        |
| 3.4.2 Cara Mengatasi Kendala.....                                  | 61        |
| <b>BAB IV</b>                                                      |           |
| <b>PENUTUP.....</b>                                                | <b>64</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                         | <b>67</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                               |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Tabel 2.1 Unsur-Unsur Gamifikasi dalam Aplikasi Donasi Digital.....</b>                    | <b>24</b>  |
| <b>Tabel 2.2 Pemetaan Motivasi dan Desain Gamifikasi Berbasis SDT.....</b>                    | <b>25</b>  |
| <b>Tabel 2.3 Prinsip Transparansi dan Akuntabilitas Filantropi Digital Islam..</b>            | <b>34</b>  |
| <b>Tabel 2.4 Kerangka Tahapan Design Thinking untuk Pengembangan Aplikasi Donasi BWA.....</b> | <b>36</b>  |
| <b>Tabel 3.1 Uraian Kegiatan Magang.....</b>                                                  | <b>71</b>  |
| <b>Tabel 3.2 Cakupan Layar/Fitur Inti.....</b>                                                | <b>75</b>  |
| <b>Tabel 3.3 Batasan (Out of Scope).....</b>                                                  | <b>76</b>  |
| <b>Tabel 3.4 Indikator Keberhasilan (UX/Kinerja) dan Target Kuantitatif.....</b>              | <b>77</b>  |
| <b>Tabel 3.5 Kebutuhan Fungsional &amp; Non Fungsional.....</b>                               | <b>79</b>  |
| <b>Tabel 3.6 Kebutuhan Fungsional &amp; Non Fungsional.....</b>                               | <b>80</b>  |
| <b>Tabel 3.7 Design System.....</b>                                                           | <b>87</b>  |
| <b>Tabel 3.8 Wireframe dan High Fidelity (Mockup) Aplikasi Mobile BWA.....</b>                | <b>92</b>  |
| <b>Tabel 3.9 Skenario Pengujian.....</b>                                                      | <b>96</b>  |
| <b>Tabel 3.10 Instrumen Pengujian System Usability Scale (SUS).....</b>                       | <b>96</b>  |
| <b>Tabel 3.11 Instrumen Pengujian Task-Based Usability.....</b>                               | <b>98</b>  |
| <b>Tabel 3.12 Tabel Profil Responden.....</b>                                                 | <b>99</b>  |
| <b>Tabel 3.13 Hasil Perhitungan Skor SUS per Responden.....</b>                               | <b>101</b> |
| <b>Tabel 3.14 Statistik Deskriptif SUS.....</b>                                               | <b>101</b> |
| <b>Tabel 3.15 Hasil Uji Reliabilitas.....</b>                                                 | <b>102</b> |
| <b>Tabel 3.16 Perhitungan Cronbach's Alpha.....</b>                                           | <b>102</b> |
| <b>Tabel 3.17 Rekapitulasi Task Success Rate Pengujian Task-Based Usability.</b>              | <b>102</b> |
| <b>Tabel 3.18 Statistik Deskriptif Time on Task Pengujian Task-Based Usability</b>            | <b>103</b> |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                         |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 2.1 Pertumbuhan Koneksi Seluler Aktif di Indonesia Tahun 2024–2025.....                                          | 29  |
| Gambar 2.2 Perbandingan Waktu Penggunaan Internet Harian pada Perangkat Mobile dan Desktop di Indonesia Tahun 2025..... | 30  |
| Gambar 2.3 Ekosistem Filantropi Digital Islam di Indonesia.....                                                         | 33  |
| Gambar 2.4 Kerangka Konseptual Berbasis Design Thinking.....                                                            | 37  |
| Gambar 3.1 Logo Perusahaan.....                                                                                         | 38  |
| Gambar 3.2 Dokumentasi Design System.....                                                                               | 49  |
| Gambar 3.3 Thumbnail Mobile UI BWA.....                                                                                 | 50  |
| Gambar 3.4 Dokumentasi Prototipe Mobile Apps BWA.....                                                                   | 51  |
| Gambar 3.5 Pembuatan Artikel dan Desain Thumbnail.....                                                                  | 74  |
| Gambar 3.6 Pembuatan Video Reels.....                                                                                   | 74  |
| Gambar 3.7 User Persona untuk Aplikasi Mobile BWA.....                                                                  | 78  |
| Gambar 3.8 UserJourney Map.....                                                                                         | 78  |
| Gambar 3.9 Information Architecture.....                                                                                | 81  |
| Gambar 3.10 Login dan Register Flow.....                                                                                | 82  |
| Gambar 3.11 Top Up Flow.....                                                                                            | 83  |
| Gambar 3.12 Donation Flow.....                                                                                          | 84  |
| Gambar 3.13 Recurring Donation Flow.....                                                                                | 85  |
| Gambar 3.14 Gamifikasi Flow.....                                                                                        | 86  |
| Gambar 3.15 Sgan QR Figma Prototipe Aplikasi.....                                                                       | 95  |
| Gambar 3.16 Bukti Pelaksanaan Pengujian.....                                                                            | 100 |
| Gambar 3.17 Scan QR Data Mentah Form Response.....                                                                      | 100 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                         |      |
|-------------------------------------------------------------------------|------|
| Lampiran Logbook Kegiatan Magang.....                                   | L-1  |
| Lampiran Tugas Mingguan Magang.....                                     | L-2  |
| Lampiran Cakupan Fitur, Prioritas, dan Batasan (Aplikasi Mobile BWA).   | L-3  |
| Lampiran Indikator Keberhasilan (UX/Kinerja) dan Target Kuantitatif.... | L-4  |
| Lampiran User Persona dan Journey Map.....                              | L-5  |
| Lampiran Kebutuhan Fungsional & Non Fungsional.....                     | L-6  |
| Lampiran Prioritas MoSCoW.....                                          | L-7  |
| Lampiran IA & User Flow.....                                            | L-8  |
| Lampiran Design System.....                                             | L-9  |
| Lampiran Prioritas Wireframe dan High Fidelity (Mockup).....            | L-10 |
| Lampiran Prototipe Interaktif Aplikasi.....                             | L-11 |
| Lampiran Perancangan Pengujian.....                                     | L-12 |
| Lampiran Pelaksanaan Pengujian.....                                     | L-13 |
| Lampiran Analisis Pengujian.....                                        | L-14 |





## DAFTAR LAIN-LAIN

*Dapat ditambahkan berbagai daftar yang dibutuhkan seperti daftar tabel, daftar gambar, daftar algoritma, daftar padanan istilah, daftar singkatan, daftar istilah, daftar simbol. Khusus untuk daftar pustaka, dapat diletakkan setelah bab Penutup, sebelum lampiran. Jika hanya terdapat satu gambar atau satu tabel, maka tidak perlu dibuat daftar gambar atau daftar tabel. Setiap daftar (jika ada), misal daftar gambar, daftar tabel, daftar istilah dan singkatan, semuanya diletakkan pada halaman dan section berbeda. Copy-paste tabelnya, lalu tambahkan row untuk setiap list baru dan sesuaikan kontennya. Jangan lupa “Update Entire Table” sebelum finalisasi draft.*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Kegiatan**

Badan Wakaf Al-Qur'an (BWA) merupakan lembaga filantropi Islam yang berfokus pada pengelolaan dan penyaluran wakaf produktif serta donasi kepada penerima manfaat secara berkelanjutan. Selama ini, kanal digital utama BWA berupa website yang berfungsi sebagai media informasi, publikasi kegiatan, dan pengelolaan donasi dasar. Namun, tampilan serta alur interaksi pada website tersebut masih menitikberatkan pada aspek fungsional semata dan belum sepenuhnya mengutamakan kenyamanan maupun kebutuhan pengguna dari sisi desain antarmuka (UI) dan pengalaman pengguna (UX). Kondisi ini menyebabkan pengalaman pengguna terasa kurang optimal, terutama bagi calon donatur muda yang terbiasa dengan tampilan digital yang lebih modern, intuitif, dan interaktif.

Dalam era digitalisasi yang berkembang pesat, perilaku pengguna internet Indonesia juga mengalami perubahan signifikan. Berdasarkan laporan We Are Social dan DataReportal tahun 2024, lebih dari 98% pengguna internet di Indonesia mengakses internet melalui perangkat mobile, dan 87% di antaranya menggunakan aplikasi untuk aktivitas keuangan digital, termasuk transaksi sosial dan donasi daring. Data ini menunjukkan bahwa perangkat mobile telah menjadi kanal utama dalam aktivitas digital masyarakat modern. Sejalan dengan temuan tersebut, studi yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (2023) juga menegaskan bahwa generasi milenial dan generasi Z lebih cenderung melakukan aktivitas sosial, seperti berdonasi, melalui platform digital berbasis aplikasi karena dinilai lebih cepat, transparan, dan mudah digunakan.

Melihat tren tersebut, BWA menilai bahwa pengembangan aplikasi mobile bukan sekadar pelengkap dari kanal website, melainkan langkah strategis untuk memperluas jangkauan donatur, khususnya generasi muda yang lebih akrab dengan ekosistem digital. Aplikasi mobile BWA diharapkan dapat menjadi solusi utama dalam menghadirkan pengalaman donasi yang lebih praktis, efisien, dan

relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Selain itu, aplikasi mobile juga berpotensi memperkuat hubungan jangka panjang antara donatur dan lembaga, melalui pendekatan pengalaman pengguna yang lebih personal dan interaktif.

Agar aplikasi mobile BWA memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan platform donasi digital lain yang sudah ada, maka dibutuhkan fitur-fitur pembeda atau unique selling points (USP) yang mampu memberikan nilai tambah bagi pengguna. Salah satu fitur unggulan yang diusulkan adalah sistem tier dan achievement, yakni mekanisme gamification yang memberikan penghargaan berupa lencana atau level tertentu bagi donatur berdasarkan frekuensi atau total kontribusi mereka. Pendekatan ini terinspirasi dari penelitian Hamari et al. (2019) yang menjelaskan bahwa penerapan gamifikasi dalam aplikasi digital mampu meningkatkan motivasi intrinsik, loyalitas, dan retensi pengguna secara signifikan. Dalam konteks aplikasi donasi, sistem tier dan achievement diharapkan dapat menumbuhkan rasa keterlibatan emosional serta dorongan positif bagi pengguna untuk terus berpartisipasi dalam kegiatan filantropi.

Selain sistem gamifikasi, fitur map proyek interaktif juga menjadi nilai inovatif yang ditawarkan dalam aplikasi ini. Melalui peta digital, pengguna dapat melihat secara langsung lokasi-lokasi proyek wakaf dan donasi BWA yang sedang berjalan, lengkap dengan informasi progres, capaian, dan dampak program di masing-masing wilayah. Fitur ini diharapkan dapat meningkatkan transparansi, rasa percaya, dan kedekatan emosional antara donatur dengan penerima manfaat. Kemudian, aplikasi ini juga dilengkapi dengan fitur dompet digital internal bernama “Saku Wakaf”, yang memungkinkan pengguna menyimpan saldo donasi sementara, melakukan transaksi secara instan tanpa keluar dari aplikasi, serta mengelola riwayat wakaf dengan lebih mudah dan efisien.

Dengan adanya integrasi antara pendekatan desain UI/UX yang berfokus pada kebutuhan pengguna, fitur gamifikasi yang meningkatkan engagement, serta sistem keuangan internal yang efisien melalui Saku Wakaf, aplikasi mobile BWA diharapkan mampu menjadi solusi inovatif dalam memperkuat transformasi digital lembaga filantropi Islam di Indonesia. Pengembangan ini juga selaras

dengan visi BWA untuk menjadi lembaga wakaf modern yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, serta menjadi bagian dari ekosistem digital donasi yang transparan, inklusif, dan berkelanjutan.

## **1.2 Ruang Lingkup Kegiatan**

Ruang lingkup kegiatan magang meliputi:

1. Pembuatan konten digital berupa 3 artikel blog per minggu lengkap dengan visual pendukung dalam format HTML untuk platform WordPress BWA.
2. Mendesain thumbnail untuk setiap artikel yang dipublikasikan di blog.bwa.id.
3. Membuat konten video pendek dengan format Reels/TikTok berdurasi 30–60 detik, termasuk proses pengambilan gambar dan pengeditan, dengan frekuensi dua minggu sekali.
4. Berkontribusi dalam proyek redesain UI/UX website BWA bersama tim magang lainnya.
5. Menjadi penanggung jawab utama dalam proyek perancangan UI/UX aplikasi mobile BWA, yang akan menjadi produk final laporan magang.

## **1.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan**

Kegiatan magang dilaksanakan pada:

- a. Periode: 4 Agustus 2025 – 23 November 2025 ( $\pm 16$  minggu)
- b. Tempat: Badan Wakaf Al-Qur'an (BWA), Jakarta
- c. Format: Kegiatan magang dilaksanakan secara hybrid dengan sistem kerja fleksibel, yaitu *work from anywhere (WFA)* untuk sebagian besar tugas, serta kehadiran ke kantor BWA pada saat diperlukan, misalnya untuk rapat koordinasi, produksi konten, maupun diskusi intensif dengan tim.

## **1.4 Tujuan dan Kegunaan**

### **1.4.1 Tujuan**

1. Mengaplikasikan ilmu dan keterampilan yang diperoleh di bangku kuliah pada lingkungan kerja nyata.
2. Menghasilkan rancangan UI/UX aplikasi mobile BWA sebagai solusi digital inovatif untuk meningkatkan pengalaman donasi.
3. Mendukung proses redesain website BWA agar lebih modern, user-friendly, dan sesuai kebutuhan donatur.
4. Mengembangkan kemampuan teknis di bidang desain UI/UX, pembuatan konten digital, dan multimedia interaktif.
5. Memberikan kontribusi nyata dalam pengelolaan media digital BWA, baik berupa artikel, visual, maupun konten video.

### **1.4.2 Kegunaan**

1. Bagi mahasiswa: memperoleh pengalaman kerja nyata, mengasah kemampuan profesional, serta menghasilkan karya yang dapat dijadikan portofolio.
2. Bagi BWA: mendapatkan rancangan aplikasi mobile yang dapat menjadi fondasi pengembangan platform digital baru, serta memperoleh dukungan konten digital untuk website dan media sosial.
3. Bagi Program Studi: meningkatkan relevansi kegiatan magang dengan profil lulusan, khususnya pada bidang Interactive Multimedia Developer dan Video Editor.
4. Bagi masyarakat luas: memberikan kemudahan dalam berdonasi melalui platform digital yang lebih modern dan efisien.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Desain Antarmuka Pengguna (User Interface Design)**

##### **2.1.1 Definisi User Interface (UI)**

Desain antarmuka pengguna (*User Interface Design* atau UI) merupakan proses sistematis dalam merancang titik interaksi antara manusia dan sistem digital agar tercipta komunikasi yang efektif, efisien, serta menyenangkan bagi pengguna. Menurut Diehl et al. (2022), desain UI adalah kegiatan yang berfokus pada penentuan elemen-elemen antarmuka secara tepat sehingga tugas dan interaksi yang dilakukan pengguna dapat dipahami dengan mudah serta meminimalkan beban kognitif selama proses penggunaan. Temuan tersebut menegaskan bahwa rancangan UI berperan penting dalam mendukung keberhasilan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Pillajo et al. (2025) menambahkan bahwa desain antarmuka tidak hanya berkaitan dengan aspek estetika visual, tetapi juga mencakup organisasi informasi, arsitektur navigasi, dan perilaku komponen visual yang secara keseluruhan membentuk pola interaksi yang adaptif dan kontekstual. Pendekatan ini memperkuat pandangan bahwa UI adalah perpaduan antara seni visual, logika sistem, dan psikologi pengguna yang bekerja secara terpadu untuk menghasilkan interaksi yang intuitif, mudah dipahami, dan bermakna.

Dengan demikian, UI dapat didefinisikan sebagai proses perancangan elemen visual dan struktural yang bertujuan mengoptimalkan pengalaman pengguna melalui keseimbangan antara keindahan, fungsionalitas, serta efisiensi kognitif dalam berinteraksi dengan sistem digital (Diehl et al., 2022; Pillajo et al., 2025).

### 2.1.2 Prinsip Dasar Desain Antarmuka

Beberapa prinsip desain antarmuka yang banyak diadopsi dalam praktik UI/UX meliputi:

1. Layout & hierarki visual: elemen penting harus mudah terlihat dan dipahami secara cepat, misalnya penggunaan ukuran, warna, dan posisi untuk menyoroti fungsi utama. Prinsip ini dijelaskan dalam “5 Principles of Visual Design in UX” oleh Nielsen Norman Group (2020) yang menyebut skala, hierarki, keseimbangan, kontras, dan prinsip Gestalt sebagai elemen kunci.
2. Konsistensi: antarmuka yang konsisten membantu pengguna merasa familiar dan mengurangi beban kognitif. Sebagai contoh, artikel “User Interface Design Guidelines: 10 Rules of Thumb” mencantumkan heuristik yang diusulkan oleh Jakob Nielsen dan Molich, termasuk konsistensi sebagai faktor penting.
3. Usability (kemudahan penggunaan): antarmuka harus memfasilitasi tugas utama pengguna secara efisien, dengan minimal error dan friksi. Sebagai ilustrasi, Diehl et al. (2022) menekankan pentingnya antarmuka yang toleran terhadap kesalahan dan memberikan feedback yang jelas.
4. Estetika & fungsionalitas: antarmuka yang estetis tidak cukup jika fungsinya buruk kedua aspek harus berjalan beriringan. Prinsip estetika juga terkait dengan persepsi kualitas dan trust terhadap aplikasi (Wiwesa, 2022).

### 2.1.3 Aspek Estetika dan Fungsionalitas dalam Desain Aplikasi

Keseimbangan antara nilai estetika dan fungsionalitas merupakan salah satu prinsip utama dalam perancangan antarmuka pengguna modern. Antarmuka yang terlalu menekankan minimalisme visual tanpa menyediakan petunjuk interaktif yang jelas berpotensi menurunkan efisiensi pengguna dalam mengenali dan menjalankan fungsi sistem. Penelitian oleh Tuch et al. (2021) menunjukkan bahwa antarmuka yang memiliki *visual affordance* yang kuat dapat meningkatkan



kecepatan interaksi dan persepsi kemudahan penggunaan hingga lebih dari 20 persen dibandingkan desain yang terlalu datar (*flat design*).

Selain itu, setiap elemen desain—mulai dari warna, tipografi, jarak antar komponen, hingga pemanfaatan ruang putih (*white space*)—harus dipertimbangkan secara fungsional untuk menjaga keterbacaan, hierarki visual, serta kemudahan navigasi. Nielsen Norman Group (2020) menekankan bahwa harmoni antara aspek estetika dan kegunaan akan memperkuat persepsi profesionalitas, kepercayaan, serta kenyamanan emosional pengguna.

Dalam konteks aplikasi donasi digital seperti milik Badan Wakaf Al-Qur'an (BWA), estetika visual berperan penting untuk menarik minat awal dan menciptakan kesan kredibel, sedangkan fungsionalitas menjadi faktor penentu keberhasilan tindakan donasi. Dengan demikian, rancangan antarmuka yang efektif harus mampu mengintegrasikan keindahan visual dengan efisiensi operasional agar tidak hanya memikat secara estetis, tetapi juga mendorong pengguna untuk melakukan aksi nyata berupa partisipasi donasi (Tuch et al., 2021; Nielsen Norman Group, 2020).

#### **2.1.4 Peran UI dalam Meningkatkan First Impression Pengguna**

Kesan pertama (*first impression*) terhadap aplikasi sangat menentukan keberhasilan suatu platform digital. Schloesser (2019) menjelaskan bahwa persepsi awal pengguna terbentuk hanya dalam hitungan detik setelah berinteraksi dengan antarmuka; tampilan yang bersih, responsif, dan mudah dinavigasi akan menumbuhkan kepercayaan serta meningkatkan niat untuk melanjutkan penggunaan. Sebaliknya, tampilan yang padat, warna yang tidak konsisten, atau tombol yang sulit dikenali dapat memunculkan rasa ragu dan mendorong pengguna untuk keluar dari aplikasi.

Dalam konteks aplikasi donasi, antarmuka yang mampu menghadirkan *trust signal* seperti tombol donasi yang jelas, ikon keamanan, serta visual proyek yang menarik akan memperkuat persepsi kredibilitas lembaga filantropi. Oleh karena itu, optimalisasi first impression melalui desain UI yang estetis dan fungsional

menjadi strategi penting bagi BWA dalam memperluas jangkauan donatur muda di era digital.

## **2.2 Pengalaman Pengguna (User Experience Design)**

### **2.2.1 Definisi dan Perbedaan UX dengan UI**

Pengalaman pengguna (*User Experience* atau UX) merupakan konsep yang menitikberatkan pada keseluruhan interaksi individu dengan suatu produk, sistem, atau layanan digital, mencakup persepsi, emosi, dan respons pengguna sebelum, selama, dan setelah proses penggunaan. Menurut ISO 9241-210:2019, UX didefinisikan sebagai “persepsi dan tanggapan seseorang yang dihasilkan dari penggunaan dan/atau antisipasi penggunaan suatu produk, sistem, atau layanan.” Definisi ini menekankan bahwa UX tidak hanya terkait dengan fungsi teknis, tetapi juga melibatkan aspek emosional, kognitif, dan kontekstual dalam pengalaman pengguna.

Lebih lanjut, Hassenzahl dan Laschke (2021) menyatakan bahwa UX adalah hasil dari hubungan timbal balik antara kebutuhan manusia dan karakteristik desain, di mana keberhasilan pengalaman pengguna ditentukan oleh sejauh mana sistem mampu memenuhi kebutuhan psikologis seperti otonomi, kompetensi, dan keterhubungan sosial. Dengan demikian, UX mencakup tidak hanya tampilan atau desain antarmuka, tetapi juga makna dan nilai emosional yang tercipta selama interaksi berlangsung.

Perbedaan utama antara UX dan UI terletak pada fokus dan ruang lingkupnya. UI berorientasi pada perancangan elemen visual dan mekanisme interaksi yang bersifat konkret, seperti warna, tombol, dan tipografi. Sementara itu, UX menyoroti bagaimana keseluruhan sistem dirasakan, diinterpretasikan, dan dinilai oleh pengguna dari sudut pandang kenyamanan, kegunaan, dan kepuasan (Sutcliffe, 2019). Seorang desainer dapat menciptakan UI yang estetik, tetapi tanpa perencanaan UX yang matang, interaksi pengguna dapat tetap terasa tidak menyenangkan dan tidak efektif.

### 2.2.2 Komponen Utama Pengalaman Pengguna

Model *User Experience Honeycomb* yang pertama kali diperkenalkan oleh Morville telah menjadi kerangka konseptual yang relevan hingga kini dalam memahami kualitas pengalaman pengguna. Versi pembaruan dan validasi model ini masih banyak digunakan dalam literatur terkini (Li et al., 2020; Stull & Meyers, 2022), yang menegaskan bahwa kualitas UX dibentuk oleh tujuh dimensi utama, yaitu *useful*, *usable*, *desirable*, *findable*, *accessible*, *credible*, dan *valuable*.

Dari ketujuh komponen tersebut, empat dimensi utama menjadi pondasi penting dalam pengembangan aplikasi donasi digital, terutama yang menargetkan pengguna muda di ekosistem filantropi daring:

1. Usefulness (kegunaan) : aplikasi harus mampu memberikan manfaat nyata bagi pengguna, seperti mempermudah proses donasi, menampilkan transparansi penggunaan dana, serta menyoroti dampak sosial dari setiap kontribusi.
2. Usability (kemudahan penggunaan) : desain navigasi harus sederhana, responsif, dan intuitif agar pengguna dapat menyelesaikan transaksi dengan cepat tanpa hambatan teknis (Li et al., 2020).
3. Desirability (daya tarik emosional) : tampilan visual dan narasi program perlu menggugah rasa empati, keterlibatan sosial, dan kebanggaan emosional pengguna sebagai donatur (Stull & Meyers, 2022).
4. Accessibility (kemudahan akses) : memastikan bahwa aplikasi dapat digunakan oleh berbagai kelompok masyarakat, termasuk pengguna dengan keterbatasan perangkat, jaringan, maupun kondisi fisik tertentu, sesuai dengan prinsip *inclusive design* (ISO 9241-210:2019).

Pendekatan berbasis tujuh dimensi ini menunjukkan bahwa UX tidak hanya berfokus pada keindahan visual atau interaksi teknis, tetapi merupakan strategi holistik yang membangun relasi emosional dan kepercayaan jangka panjang antara pengguna dan sistem digital. Dalam konteks aplikasi donasi, keseimbangan antara *usefulness*, *usability*, *desirability*, dan *accessibility* menjadi kunci dalam

menciptakan pengalaman bermakna yang mendorong tindakan sosial berkelanjutan.

### 2.2.3 Pendekatan User-Centered Design (UCD)

Pendekatan *User-Centered Design* (UCD) menempatkan pengguna sebagai pusat dari seluruh proses perancangan dan pengembangan produk digital. Berdasarkan ISO 9241-210:2019, UCD merupakan pendekatan iteratif yang melibatkan pengguna secara aktif sejak tahap perancangan awal hingga evaluasi akhir, dengan tujuan memastikan bahwa solusi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan, karakteristik, dan ekspektasi pengguna. Pendekatan ini menekankan siklus berulang yang mencakup tahapan *understand–create–test–iterate*, di mana desainer mengidentifikasi kebutuhan pengguna, merancang solusi berdasarkan temuan tersebut, menguji prototipe, serta melakukan penyempurnaan berulang hingga tercapai tingkat kegunaan dan kepuasan yang optimal.

Dalam literatur terbaru, Saini et al. (2022) menegaskan bahwa UCD tidak hanya berfungsi sebagai metode desain, tetapi juga sebagai paradigma berpikir yang berfokus pada empati terhadap pengguna (*empathetic design thinking*). Prinsip utama dalam UCD adalah keterlibatan aktif pengguna (*active participation*), integrasi perspektif multidisipliner, serta pengujian iteratif yang berbasis data empiris. Pendekatan ini terbukti meningkatkan efektivitas sistem, mengurangi kesalahan interaksi, dan memperkuat *user trust* terhadap aplikasi digital (Rusu et al., 2021).

Selain itu, model konseptual UCD yang dikembangkan oleh Ferre et al. (2023) memperluas cakupannya dengan menambahkan dimensi keberlanjutan dan pengalaman emosional, menegaskan bahwa pengalaman pengguna yang baik bukan hanya hasil dari kegunaan (*usability*), tetapi juga dari nilai sosial dan makna emosional yang dibangun selama interaksi berlangsung.

#### **2.2.4 Pentingnya UX dalam Pengembangan Aplikasi Donasi Digital**

Dalam ekosistem digital modern, pengalaman pengguna menjadi faktor penentu keberhasilan aplikasi. Studi oleh Alnasser dan Yousaf (2022) menunjukkan bahwa kualitas UX memiliki korelasi positif terhadap *user satisfaction* dan *intention to reuse* pada aplikasi sosial. Aplikasi donasi dengan alur yang jelas, interaksi yang menyenangkan, serta informasi yang transparan cenderung meningkatkan kepercayaan dan frekuensi donasi pengguna.

Di sisi lain, pengalaman pengguna yang buruk—seperti waktu muat lama, navigasi tidak intuitif, atau antarmuka yang membingungkan dapat menurunkan kepercayaan terhadap lembaga filantropi digital. Oleh karena itu, penerapan prinsip UX dalam pengembangan aplikasi donasi bukan sekadar aspek estetika, melainkan strategi untuk membangun hubungan emosional jangka panjang antara lembaga dan donatur. Dalam proyek magang di BWA, pemahaman prinsip UX ini menjadi dasar bagi pengembangan rancangan aplikasi mobile yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga inklusif, empatik, dan efektif dalam menggerakkan partisipasi sosial masyarakat.

### **2.3 Gamifikasi dalam Aplikasi Digital**

#### **2.3.1 Definisi dan Konsep Dasar Gamifikasi**

Gamifikasi merupakan pendekatan desain yang mengintegrasikan elemen-elemen permainan (*game elements*) ke dalam konteks non-permainan dengan tujuan meningkatkan motivasi, keterlibatan, dan partisipasi pengguna. Menurut Koivisto dan Hamari (2019), gamifikasi didefinisikan sebagai “the use of game design elements in non-game contexts to support user engagement and behavioral change.” Definisi ini menekankan bahwa gamifikasi bukan sekadar menambahkan fitur permainan, melainkan mengadaptasi prinsip-prinsip psikologis di balik pengalaman bermain yang menyenangkan untuk memengaruhi perilaku pengguna secara positif.

Secara konseptual, gamifikasi memanfaatkan mekanisme seperti rasa pencapaian (*achievement*), kompetisi, pengakuan sosial, dan pemberian

penghargaan untuk menciptakan dorongan motivasi yang berkelanjutan (Xu et al., 2020). Melalui mekanisme tersebut, pengguna terdorong untuk berpartisipasi secara aktif, mempertahankan keterlibatan, dan mengembangkan kebiasaan positif dalam penggunaan sistem digital.

Dalam konteks aplikasi digital modern, gamifikasi berperan penting dalam meningkatkan *engagement* dan *retention* pengguna. Studi oleh Hassan et al. (2022) menunjukkan bahwa penerapan elemen permainan seperti *points*, *badges*, dan *leaderboards* secara signifikan meningkatkan kepuasan serta niat untuk menggunakan aplikasi kembali. Hal ini menjadikan gamifikasi bukan hanya alat hiburan, tetapi juga strategi perilaku yang dapat memperkuat loyalitas jangka panjang terhadap produk atau layanan digital.

Penerapan gamifikasi telah meluas ke berbagai sektor seperti pendidikan, kesehatan, bisnis, dan filantropi digital. Elemen seperti sistem tantangan (*challenges*), umpan balik real-time, serta visualisasi progres terbukti efektif dalam mengubah interaksi pasif menjadi pengalaman partisipatif yang bermakna (Koivisto & Hamari, 2019; Hassan et al., 2022). Dengan demikian, gamifikasi dapat dipahami sebagai pendekatan desain yang berorientasi pada pengalaman, yang menggabungkan prinsip psikologi motivasi dengan elemen permainan untuk mendorong perubahan perilaku positif dan meningkatkan nilai interaksi pengguna.

### **2.3.2 Unsur-unsur Gamifikasi**

Gamifikasi mencakup sejumlah elemen inti yang dirancang untuk meningkatkan motivasi, keterlibatan, dan loyalitas pengguna terhadap suatu sistem digital. Setiap elemen memiliki fungsi psikologis dan perilaku tertentu yang berkontribusi terhadap peningkatan pengalaman pengguna. Dalam konteks aplikasi donasi digital, pemilihan dan penerapan unsur gamifikasi harus disesuaikan dengan tujuan organisasi, karakteristik pengguna, serta nilai-nilai sosial yang diusung oleh lembaga filantropi.

Tabel 2.1 Unsur-Unsur Gamifikasi dalam Aplikasi Donasi Digital

| Unsur Gamifikasi    | Deskripsi                                                                    | Fungsi Psikologis / Perilaku                                    | Contoh Implementasi dalam Aplikasi Donasi                                         |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Points (Poin)       | Sistem penghargaan berbasis skor yang diberikan atas setiap aksi pengguna.   | Memberikan instant feedback dan rasa pencapaian.                | Pengguna mendapat 10 poin setiap kali berdonasi atau membagikan kampanye.         |
| Badges (Lencana)    | Simbol visual yang menandakan pencapaian tertentu.                           | Menumbuhkan rasa kompetensi dan kebanggaan sosial.              | Lencana “Donatur Dermawan” untuk pengguna yang sudah berdonasi lebih dari 5 kali. |
| Levels / Tiers      | Tahapan atau tingkatan berdasarkan frekuensi atau total kontribusi pengguna. | Menumbuhkan motivasi progresif (goal gradient effect).          | Level Bronze–Silver–Gold–Platinum berdasarkan total nominal donasi.               |
| Leaderboards        | Daftar peringkat yang menampilkan posisi pengguna dibanding lainnya.         | Memacu motivasi kompetitif dan rasa pengakuan sosial.           | Daftar “Top Donatur Mingguan” yang diperbarui secara otomatis.                    |
| Challenges / Quests | Tugas atau misi yang perlu diselesaikan pengguna.                            | Menumbuhkan rasa tantangan, eksplorasi, dan keterlibatan aktif. | Tantangan “7 Hari Donasi Beruntun” dengan hadiah badge eksklusif.                 |

|                |                                                                   |                                                         |                                                                  |
|----------------|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| Feedback Loops | Mekanisme umpan balik langsung yang menunjukkan progres pengguna. | Memperkuat hubungan sebab-akibat antara aksi dan hasil. | Progress bar yang menunjukkan pencapaian target kampanye donasi. |
|----------------|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|

**Sumber: Koivisto & Hamari (2019); Hassan, Dias, & Hamari (2022); Seaborn & Fels (2021), diolah penulis (2025).**

Melalui integrasi keenam elemen di atas, aplikasi donasi digital dapat meningkatkan *engagement* dengan memadukan motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Kombinasi poin, lencana, dan tingkat (tier) memberikan rasa kemajuan berkelanjutan, sementara papan peringkat dan tantangan mendorong partisipasi sosial yang sehat. Dengan desain yang etis dan transparan, gamifikasi dapat menjadi strategi efektif untuk memperkuat keterlibatan pengguna tanpa mengaburkan nilai filantropi utama dari platform tersebut.

### 2.3.3 Landasan Psikologi: Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik

Motivasi pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi dipengaruhi oleh pemenuhan tiga kebutuhan psikologis universal menurut Self-Determination Theory (SDT): *autonomy*, *competence*, dan *relatedness*. Desain gamifikasi yang efektif bukan sekadar memberi insentif (motivasi ekstrinsik), tetapi juga menopang motivasi intrinsik melalui rasa kendali, kemahiran, dan keterhubungan sosial. Pada aplikasi donasi, perancangan elemen harus menghindari *overjustification* (ketika insentif eksternal justru menurunkan motivasi prososial) serta memprioritaskan makna dan dampak sosial kontribusi.

Tabel 2.2 Pemetaan Motivasi dan Desain Gamifikasi Berbasis SDT

| Aspek | Definisi Singkat | Kebutuhan SDT yang Disasar | Contoh Elemen Gamifikasi | Taktik Desain Etis | Potensi Risiko jika Berlebihan |
|-------|------------------|----------------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------------|
|-------|------------------|----------------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------------|



|                     |                                                                                  |                                             |                                                                                                    |                                                                                        |                                                                              |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| Motivasi Intrinsik  | Dorongan melakukan aktivitas karena aktivitas itu sendiri bermakna/menyenangkan. | Autonomy, Competence, Relatedness           | Tantangan bermakna (quests bertema dampak), rencana berbasis kontribusi nyata, progress bar proyek | Tekankan makna sosial & dampak; pilihan jalur kontribusi (choice); umpan balik naratif | Hilangnya makna bila terlalu “gamey”; fokus ke skor mengalahkan pesan sosial |
| Motivasi Ekstrinsik | Dorongan karena insentif/hasil eksternal (poin, hadiah, peringkat).              | Competence, Relatedness (melalui pengakuan) | Points, badges, tiers, leaderboards, rewards periodik                                              | Transparansi logika peringkat/tier; batasi kompetisi publik; beri opsi opt-out         | Overjustification; tekanan sosial; perilaku tak otentik demi hadiah          |
| Autonomy            | Rasa kendali/keleluasaan dalam memilih.                                          | Autonomy                                    | Pilihan jenis program, target personal, jadwal donasi mandiri                                      | Sediakan beberapa opsi aksi; jelaskan konsekuensi; tidak memaksa                       | Keputusan kompleks membingungkan; choice overload                            |
| Competence          | Rasa mampu/mahir atas tugas.                                                     | Competence                                  | Level/tier progresif, mastery paths, umpan balik performa                                          | Tetapkan tujuan bertahap; feedback jelas & cepat; scaffold tugas                       | Frustrasi bila target tidak realistis; grinding                              |
| Relatedness         | Rasa terhubung dengan orang/komunitas/tujuan.                                    | Relatedness                                 | Tantangan kolektif, team goals, impact stories, thank-you wall                                     | Sorot kolaborasi, bukan hanya kompetisi; rayakan kontribusi tim                        | Eksklusi pengguna baru; social comparison negatif                            |

**Sumber: Ryan & Deci (2020); Hassan, Dias, & Hamari (2022); Xi & Hamari (2023), diolah penulis (2025).**

Dengan memetakan desain gamifikasi ke kebutuhan SDT, aplikasi donasi dapat mendorong keterlibatan yang lebih berkelanjutan. Elemen seperti tier, progress bar dampak, dan tantangan kolektif sebaiknya dikomunikasikan dengan narasi yang menekankan makna (impact) ketimbang sekadar angka, sehingga motivasi intrinsik tetap terjaga dan loyalitas donatur meningkat secara etis.

#### 2.3.4 Dampak Gamifikasi terhadap Engagement dan Retensi

Berbagai penelitian terkini menunjukkan bahwa penerapan gamifikasi memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan keterlibatan (*engagement*) dan retensi pengguna dalam berbagai konteks digital. Meta-analisis oleh Hassan, Dias, dan Hamari (2022) menemukan bahwa elemen permainan seperti *points*, *badges*, dan *leaderboards* secara konsisten meningkatkan motivasi pengguna melalui pemenuhan kebutuhan psikologis dasar—*autonomy*, *competence*, dan *relatedness*—sebagaimana dijelaskan dalam kerangka *Self-Determination Theory* (SDT). Efek positif ini kemudian tercermin pada peningkatan niat menggunakan ulang (*reuse intention*), rekomendasi positif (*word-of-mouth*), serta penilaian yang lebih baik terhadap aplikasi.

Penelitian longitudinal oleh Xi dan Hamari (2023) menegaskan bahwa keberhasilan gamifikasi dalam mempertahankan pengguna ditentukan oleh sejauh mana elemen permainan selaras dengan kebutuhan psikologis tersebut. Desain yang berlebihan atau tidak etis justru dapat menimbulkan *overjustification effect*, yakni kondisi ketika motivasi intrinsik menurun akibat dominasi insentif eksternal. Oleh karena itu, keseimbangan antara elemen penghargaan (*extrinsic rewards*) dan makna aktivitas (*intrinsic value*) menjadi faktor penting dalam keberlanjutan keterlibatan pengguna.

Dalam konteks aplikasi mobile, Zainuddin et al. (2020) membuktikan bahwa integrasi sistem lencana, tantangan kolektif, dan papan peringkat meningkatkan retensi pengguna hingga 25 % dibanding sistem tanpa elemen gamifikasi. Peningkatan tersebut disebabkan oleh terciptanya rasa pencapaian dan keterhubungan sosial yang memperkuat loyalitas jangka panjang terhadap aplikasi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa desain gamifikasi yang terintegrasi secara etis dan sesuai dengan prinsip SDT mampu meningkatkan metrik perilaku pengguna—terutama *engagement* dan *retention*—melalui kombinasi motivasi intrinsik dan ekstrinsik yang seimbang (Hassan et al., 2022; Xi & Hamari, 2023; Zainuddin et al., 2020).

### 2.3.5 Penerapan pada Aplikasi Sosial/Donasi

Untuk konteks filantropi digital, elemen yang relevan antara lain tier/achievement donatur (mis. Bronze–Silver–Gold berdasarkan frekuensi/nominal), progress bar proyek (mendorong *goal-gradient effect*), tantangan kolektif (mis. kampanye komunitas dengan target bersama), dan umpan balik dampak (balikan naratif atas kontribusi). Prinsip desainnya:

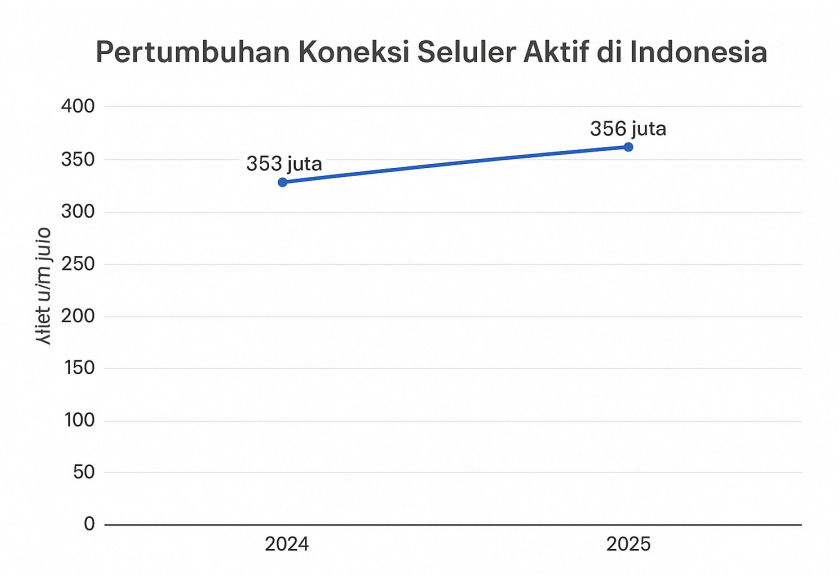
1. Selaras tujuan : elemen dipetakan ke perilaku sasaran (donasi pertama, donasi berulang, rujukan teman).
2. Etika & transparansi : hindari tekanan sosial berlebihan; jelaskan logika perhitungan tier/leaderboard.
3. Personalisasi & moderasi sosial : jaga kesetaraan tantangan agar kompetisi tidak kontra-produktif; gunakan *cooperative goals* saat relevan.

Dengan pendekatan ini, gamifikasi tidak sekadar “menghibur”, tetapi menjadi *mechanism of engagement* yang mendukung misi sosial lembaga, meningkatkan kepercayaan, serta memperpanjang hubungan donatur—terutama pada segmen Gen Z/milenial yang akrab dengan pola interaksi digital.

## 2.4 Perilaku Pengguna Digital di Indonesia

### 2.4.1 Statistik dan Tren Digitalisasi

Perkembangan ekosistem digital di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang berkelanjutan selama lima tahun terakhir. Akses internet yang semakin luas dan penetrasi perangkat mobile yang tinggi menjadikan Indonesia salah satu pasar digital terbesar di Asia Tenggara. Berdasarkan laporan DataReportal (2025), jumlah koneksi seluler di Indonesia telah mencapai 356 juta, atau sekitar 125% dari total populasi. Angka ini mencerminkan bahwa sebagian besar masyarakat menggunakan lebih dari satu perangkat atau kartu SIM untuk mengakses internet. Kondisi tersebut memperkuat posisi mobile sebagai kanal utama aktivitas digital, mulai dari komunikasi, belanja daring, hingga transaksi sosial seperti donasi digital.



Gambar 2.1 Pertumbuhan Koneksi Seluler Aktif di Indonesia Tahun 2024–2025

(Sumber: DataReportal, 2024–2025 <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>)

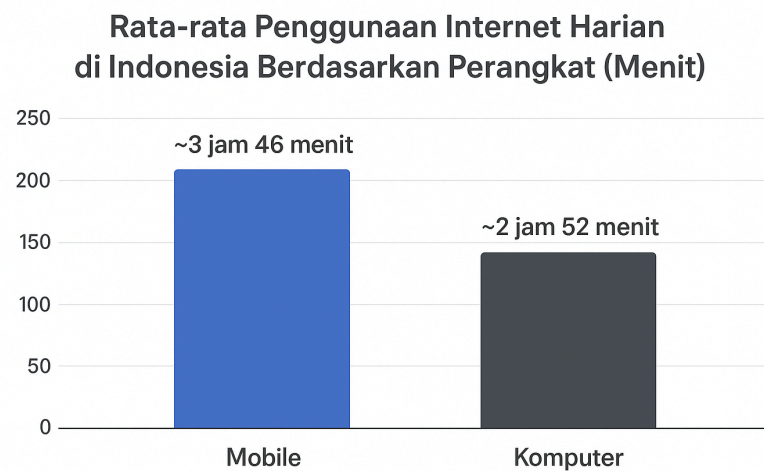
Diagram ini memperlihatkan peningkatan jumlah koneksi seluler aktif di Indonesia dari tahun 2024 hingga 2025 berdasarkan laporan DataReportal (2024–2025). Tren kenaikan yang konsisten setiap tahunnya menunjukkan pergeseran perilaku masyarakat ke arah *mobile-first lifestyle*, di mana perangkat seluler menjadi media utama dalam berbagai aktivitas digital.

Laporan *Digital 2025* oleh We Are Social (2025) juga menegaskan dominasi perilaku daring melalui perangkat mobile. Pengguna di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu lebih dari tiga jam per hari untuk mengakses internet melalui perangkat seluler, jauh melampaui durasi penggunaan komputer desktop. Temuan ini memiliki implikasi penting terhadap strategi pengembangan aplikasi digital, termasuk aplikasi donasi, yang kini harus berfokus pada desain *mobile-first* agar lebih sesuai dengan kebiasaan interaksi pengguna modern.

#### 2.4.2 Pergeseran ke Arah Mobile-Based Interaction

Kuatnya basis koneksi seluler di Indonesia berkelindan dengan pergeseran interaksi digital menuju *mobile-first*. Analisis *Digital 2025* menunjukkan *mobile*

sebagai perangkat paling populer lintas kelompok usia, dengan waktu penggunaan internet harian pada perangkat bergerak rata-rata sekitar **3 jam 46 menit**, dibandingkan **2 jam 52 menit** pada komputer (DataReportal, 2025).



Gambar 2.2 Perbandingan Waktu Penggunaan Internet Harian pada Perangkat Mobile dan Desktop di Indonesia Tahun 2025

(Sumber: DataReportal, 2024–2025)

Implikasi utama dari fenomena ini adalah meningkatnya kebutuhan desain antarmuka yang mengoptimalkan navigasi, keterbacaan, serta *tap targets* pada layar kecil. Dalam konteks ini, pendekatan *mobile-first design* menjadi standar baru dalam pengembangan aplikasi digital, termasuk aplikasi donasi berbasis mobile seperti milik Badan Wakaf Al-Qur'an (BWA).

#### 2.4.3 Preferensi Generasi Milenial dan Gen Z

Dalam konteks perilaku generasi muda, beberapa indikator memperlihatkan bahwa Gen Z dan milenial semakin mengandalkan kanal digital untuk konsumsi informasi dan aktivitas daring. Sebagai ilustrasi, 73% Gen Z Indonesia menjadikan media sosial sebagai sumber utama berita (IDN Research Institute, dirangkum Katadata Databoks, 9 Februari 2024), yang memperkuat relevansi

antarmuka *mobile-first* dan pola interaksi yang serbacepat, visual, serta berbasis *feed*.

Di sisi literasi digital, survei Katadata Insight Center bersama Kementerian Kominfo (2022) menunjukkan penguatan kompetensi digital dasar masyarakat—faktor pendukung adopsi layanan daring, termasuk donasi digital berbasis aplikasi. Temuan ini menyiratkan bahwa *onboarding* yang jelas, *microcopy* yang empatik, dan transparansi alur transaksi menjadi kunci untuk meningkatkan kepercayaan dan konversi pada segmen muda.

Terkait donasi digital secara spesifik, data historis saat pandemi menunjukkan kenaikan porsi Gen Z dalam berdonasi digital (35% → 51%) — menggambarkan kesiapan segmen ini terhadap kanal filantropi berbasis aplikasi (Katadata Databoks, 16 Desember 2020). Meskipun data ini berjangka lebih lama, ia tetap berguna sebagai sinyal awal preferensi perilaku yang kemudian diperkuat oleh penetrasi *mobile* 2024–2025.

#### **2.4.4 Pentingnya Mobile-First Design dalam Konteks Lokal**

Kombinasi basis koneksi seluler yang besar, dominasi waktu layar pada perangkat bergerak, dan kebiasaan konsumsi informasi di media sosial mengarah pada kebutuhan desain *mobile-first* untuk aplikasi filantropi di Indonesia. Praktiknya meliputi:

1. alur donasi singkat (*few-step checkout*)
2. komponen sentuh yang sesuai pedoman *target size*
3. *progressive disclosure* untuk mengurangi beban kognitif
4. *personalized prompts* berbasis *behavioral cues*
5. *trust signals* (ikon keamanan, ringkasan biaya, *impact preview*) yang relevan dengan ekspektasi Gen Z/milenial.

Dengan demikian, aplikasi mobile BWA perlu memadukan efisiensi interaksi dengan narasi dampak sosial yang ringkas dan visual, agar selaras dengan pola konsumsi informasi segmen pengguna utama di Indonesia saat ini.

## 2.5 Aplikasi Donasi Digital dan Transformasi Filantropi Islam

### 2.5.1 Definisi dan Karakteristik Platform Donasi Digital

Aplikasi donasi digital merupakan bentuk inovasi dalam bidang teknologi finansial (*financial technology* atau *fintech*) yang mempermudah proses pengumpulan, pengelolaan, dan penyaluran dana sosial secara daring. Perkembangan ini memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan filantropi tanpa batasan ruang dan waktu. Platform semacam ini umumnya beroperasi melalui situs web atau aplikasi mobile dengan dukungan sistem pembayaran digital seperti *virtual account*, *e-wallet*, dan *QRIS*.

Dalam konteks ekonomi Islam, aplikasi donasi digital tidak hanya berfungsi sebagai media transaksi, tetapi juga sebagai sarana untuk menunaikan kewajiban dan ibadah sosial seperti *zakat*, *infak*, dan *wakaf*. Menurut Ramli dan Hamzah (2021), faktor utama yang mendorong adopsi platform donasi berbasis syariah meliputi kepercayaan terhadap lembaga pengelola, kemudahan akses, serta jaminan kesesuaian dengan prinsip syariah.

Secara umum, karakteristik utama platform donasi digital mencakup:

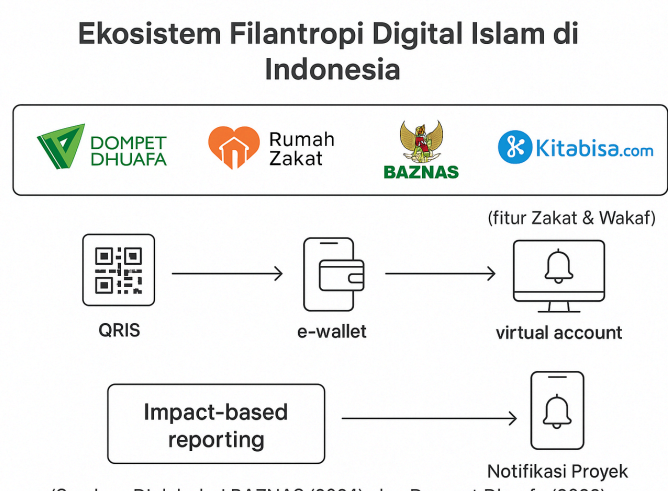
1. **Transparansi Transaksi** : setiap aktivitas donasi tercatat secara terbuka dan dapat dipantau pengguna melalui fitur laporan (*impact report* atau *progress tracking*).
2. **Kemudahan Akses** : proses donasi dapat dilakukan kapan saja melalui berbagai perangkat, baik desktop maupun mobile.
3. **Keamanan Data dan Transaksi** : dilengkapi sistem enkripsi, autentikasi ganda, dan sertifikasi keuangan yang memastikan privasi serta keamanan dana.
4. **Kredibilitas dan Akuntabilitas** : lembaga pengelola wajib menampilkan identitas, izin, serta laporan audit publik sebagai bentuk pertanggungjawaban.
5. **Integrasi dengan Nilai Islam** : platform memastikan bahwa dana dikelola sesuai prinsip syariah, bebas riba, dan diarahkan pada kegiatan sosial yang *halal* serta *maslahah*.

Dengan menggabungkan kelima karakteristik tersebut, aplikasi donasi digital menjadi sarana strategis bagi lembaga filantropi Islam dalam memperluas jangkauan donatur dan memperkuat kepercayaan publik di era transformasi digital.

### 2.5.2 Contoh Platform Donasi Islam di Indonesia

Perkembangan teknologi digital mendorong munculnya berbagai platform donasi Islam di Indonesia, seperti Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, LAZNAS BAZNAS, dan Kitabisa.com (fitur Zakat & Wakaf). Platform-platform tersebut mengintegrasikan sistem pembayaran digital seperti *QRIS*, *e-wallet*, dan *virtual account* untuk mempermudah transaksi.

Salah satu praktik baik adalah penerapan fitur laporan dampak (*impact report*) dan notifikasi proyek secara berkala, yang memberikan rasa transparansi dan keterlibatan emosional bagi donatur. Berdasarkan laporan Dompot Dhuafa (2023), penerapan *impact-based reporting* meningkatkan retensi donatur hingga 27% dalam enam bulan pertama. Hal ini menunjukkan bahwa transparansi dan pelibatan interaktif memainkan peran penting dalam mempertahankan kepercayaan publik terhadap lembaga filantropi digital.



Gambar 2.3 Ekosistem Filantropi Digital Islam di Indonesia

(Sumber: Diolah dari BAZNAS (2024) dan Dompot Dhuafa (2023))



### 2.5.3 Prinsip Transparansi dan Akuntabilitas

Transparansi merupakan nilai utama dalam filantropi Islam, sejalan dengan prinsip *amanah* dan *maslahah*. Dalam konteks digital, transparansi diterapkan melalui pelaporan dana secara terbuka, tampilan progres proyek, serta audit keuangan yang dapat diakses publik. Menurut Abdullah dan Huda (2022), penerapan *digital transparency* tidak hanya meningkatkan kepercayaan, tetapi juga memperkuat citra lembaga sebagai institusi yang profesional dan berintegritas.

Berikut merupakan prinsip-prinsip utama transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan filantropi digital berbasis Islam:

Tabel 2.3 Prinsip Transparansi dan Akuntabilitas Filantropi Digital Islam

| Prinsip                      | Deskripsi                                                        | Implementasi dalam Aplikasi Donasi Digital                                           | Manfaat Utama                                        |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| Amanah (Kepercayaan)         | Menjalankan tanggung jawab sesuai ketentuan syariah dan etika.   | Penyajian laporan keuangan periodik serta verifikasi proyek melalui lembaga resmi.   | Meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga.    |
| Maslahah (Kemaslahatan Umum) | Menjamin manfaat sosial dan kesejahteraan bagi penerima manfaat. | Prioritas pendanaan untuk proyek pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan masyarakat. | Meningkatkan dampak sosial yang berkelanjutan.       |
| Transparansi                 | Keterbukaan dalam pelaporan aliran dana dan progres kegiatan.    | Fitur laporan real-time, impact map, dan notifikasi proyek.                          | Meningkatkan rasa partisipasi dan loyalitas donatur. |

|                              |                                                          |                                                                                |                                                               |
|------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| Akuntabilitas                | Pertanggungjawaban lembaga atas pengelolaan dana publik. | Audit eksternal, publikasi laporan tahunan, serta pelacakan transaksi digital. | Memastikan integritas dan profesionalitas lembaga.            |
| Keamanan dan Integritas Data | Melindungi data pribadi dan transaksi donatur.           | Penerapan blockchain, enkripsi, dan sertifikat keamanan digital.               | Mencegah penyalahgunaan data serta meningkatkan kredibilitas. |

**Sumber: Abdullah & Huda (2022); Rahman & Kasim (2023); diolah penulis (2025).**

Akuntabilitas digital juga ditopang oleh penerapan teknologi seperti *blockchain for charity*, yang memungkinkan pencatatan transaksi secara terdistribusi dan sulit dimanipulasi. Beberapa lembaga zakat di Timur Tengah bahkan mulai mengadopsi sistem ini untuk memastikan keaslian data distribusi dana (Rahman & Kasim, 2023).

## **2.6 Kerangka Konseptual**

### **2.6.1 Pendekatan Design Thinking**

*Design Thinking* merupakan kerangka berpikir yang berorientasi pada manusia (*human-centered approach*) dalam proses inovasi dan pengembangan produk. Menurut Brown (2008), *Design Thinking* menggabungkan empati terhadap pengguna, kreativitas dalam menghasilkan ide, dan rasionalitas dalam pengambilan keputusan berbasis data. Proses ini menekankan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna untuk menghasilkan solusi yang relevan, inovatif, dan aplikatif.

Dalam konteks pengembangan aplikasi donasi digital BWA, pendekatan ini memastikan bahwa rancangan antarmuka (UI), pengalaman pengguna (UX), serta elemen gamifikasi disusun berdasarkan kebutuhan dan perilaku nyata pengguna, bukan asumsi pengembang.

## 2.6.2 Tahapan Design Thinking

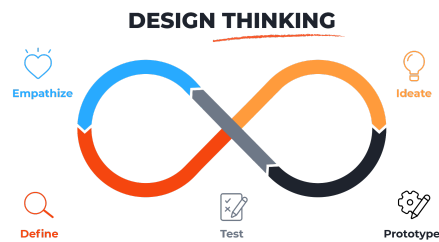
Tabel 2.4 Kerangka Tahapan Design Thinking untuk Pengembangan Aplikasi Donasi BWA

| Tahapan                                       | Tujuan Utama                                                                      | Aktivitas Kunci                                                                                                                      | Output yang Dihasilkan                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Empathize (Memahami Pengguna dan Konteks)     | Mengidentifikasi kebutuhan, motivasi, dan hambatan pengguna.                      | Observasi perilaku donatur, wawancara pengguna muda, analisis journey donasi di website BWA, audit kompetitor platform donasi Islam. | Persona pengguna, user journey map, daftar pain points (alur panjang, trust signal kurang, friksi pembayaran).                                                                    |
| Define (Merumuskan Masalah dan Tujuan Desain) | Merumuskan permasalahan inti yang dihadapi pengguna dan menetapkan sasaran UX.    | Sintesis hasil riset pengguna, perumusan problem statement, identifikasi indikator UX.                                               | Rumusan masalah: “Bagaimana menciptakan alur donasi singkat, jelas, dan tepercaya tanpa mengurangi makna sosial?” serta sasaran UX (meningkatkan task success, memperkuat trust). |
| Ideate (Menghasilkan Solusi Kreatif)          | Mengembangkan solusi berdasarkan kebutuhan pengguna dan prinsip filantropi Islam. | Brainstorming, mind mapping, dan co-creation session bersama tim desain.                                                             | Ide solusi: UI mobile-first, impact map, Saku Wakaf, sistem tier dan badge etis, tantangan kolektif (cooperative challenge).                                                      |
| Prototype (Mewujudkan Rancangan)              | Menciptakan representasi visual interaktif dari ide-ide yang terpilih.            | Pembuatan wireframe, high-fidelity prototype, penerapan prinsip aksesibilitas (kontras, target sentuh, microcopy empatik).           | Prototipe interaktif aplikasi BWA dengan tampilan utama (beranda, proyek wakaf, layar donasi, fitur Saku Wakaf, dan gamifikasi).                                                  |
| Test (Menguji dan Mengiterasi)                | Mengevaluasi efektivitas dan kegunaan desain untuk penyempurnaan berkelanjutan.   | Uji kegunaan (usability testing), kuesioner SUS/UMUX-Lite, A/B testing mikro, wawancara pengguna setelah uji.                        | Data performa UX: task success rate, waktu penyelesaian tugas, kesalahan, serta tingkat kepercayaan dan niat berdonasi ulang.                                                     |

(Sumber: Diolah penulis, 2025; diringkas dari Brown, 2008; Dam & Siang, 2021; IDEO, 2015; Plattner et al., 2018)

### 2.6.3 Model Konseptual Penelitian / Proyek Magang

Kerangka konseptual penelitian ini dapat digambarkan sebagai hubungan antara variabel proses *Design Thinking* dengan hasil desain aplikasi donasi digital BWA.



Gambar 2.4 Kerangka Konseptual Berbasis Design Thinking  
(Sumber: Diolah penulis, 2025)

Penjelasan model:

1. *Empathize* : menghasilkan pemahaman kebutuhan pengguna dan konteks sosial donasi digital.
2. *Define* : merumuskan permasalahan desain berdasarkan hasil empati.
3. *Ideate* : menghasilkan alternatif solusi visual, fungsional, dan emosional.
4. *Prototype* : memvalidasi solusi secara visual dan interaktif.
5. *Test* : mengukur efektivitas desain terhadap engagement, kepercayaan, dan retensi pengguna.

Hasil akhir dari proses ini adalah rancangan UI/UX aplikasi donasi digital yang *user-centered*, inklusif, dan berorientasi pada peningkatan partisipasi sosial generasi muda.

## **BAB III**

### **HASIL PELAKSANAAN MAGANG**

#### **3.1 Profil DUDI**

##### **A. Nama Lembaga: Badan Wakaf Al-Qur'an (BWA)**



*Gambar 3.1 Logo Perusahaan*

**(Sumber: BWA.id)**

Badan Wakaf Al-Qur'an (BWA) merupakan lembaga filantropi Islam yang berfokus pada pengelolaan dan penyaluran wakaf, sedekah, infak, dan zakat secara online. BWA berperan sebagai jembatan antara wakif (orang yang berwakaf) dan penerima manfaat wakaf, dengan tujuan untuk mempermudah proses wakaf serta memastikan dana yang terkumpul dapat disalurkan secara efektif dan tepat sasaran. Sebagai lembaga yang bergerak di bidang sosial dan kemanusiaan, BWA juga mendukung berbagai program yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan umat, baik melalui pendidikan, pemberdayaan ekonomi, maupun kegiatan sosial lainnya.

## **B. Visi dan Misi**

### **1. Visi:**

Menjadikan wakaf sebagai gaya hidup Muslim yang modern dan terintegrasi dengan kemajuan teknologi, serta menjadi lembaga filantropi wakaf yang terdepan, profesional, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

### **2. Misi:**

1. Menyalurkan Al-Qur'an ke daerah-daerah yang rawan pendidikan dan aqidah, serta mendukung dakwah melalui pembinaan dan pengajaran Al-Qur'an dengan metode yang efektif dan berkesan.
2. Mengembangkan program-program inovatif yang menyentuh permasalahan sosial dan memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat.
3. Menyediakan solusi melalui program wakaf, sedekah, dan zakat untuk meningkatkan kualitas hidup umat dan memberikan manfaat sosial yang luas.
4. Menjadi lembaga wakaf yang mengedepankan transparansi dan akuntabilitas dalam setiap program yang dijalankan.

## **C. Struktur Pengurus**

BWA dipimpin oleh tim pengurus yang berkomitmen untuk memastikan bahwa setiap dana wakaf, sedekah, dan zakat yang diterima dapat digunakan dengan sebaik-baiknya untuk kemaslahatan umat. Struktur organisasi BWA terdiri dari:

1. CEO, Chief Operations Officer & Co-Founder: M. Ichsan Salam
2. Chief Program Fundraising Officer & Co-Founder: Heru Binawan
3. Chief Networking Officer: Hazairin Hasan

Selain itu, terdapat beberapa kepala departemen yang bertanggung jawab atas berbagai fungsi operasional BWA, antara lain:

1. Head of Operation: Eri Sudewo

2. Head of Finance, Accounting, Tax: Ali Sepudin
3. Head of Strategic Enabler: Achmad Roziqin
4. Head of Digital Marketing: Darminto
5. Head of Media: Indra F Kurniawan
6. Head of Wakaf Logistic: Utama Kamal
7. Head of Project Controller: Vinora Virdy
8. Head of Engineering: Trisilo Broto

#### **D. Alamat dan Legalitas**

##### **1. Alamat:**

Jl. Tebet Timur Dalam 1 No. 5, Tebet Timur, Tebet, Jakarta Selatan, 12820

##### **2. Legalitas:**

BWA memiliki legalitas yang sah sebagai lembaga sosial melalui Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (MENKUMHAM) Nomor AHU-003186.AH.01.04 Tahun 2021 tanggal 30 Januari 2021. Lembaga ini juga memiliki izin kegiatan yayasan sosial dengan nomor 4/F.3/31.74.01.1001.01.005.R.4/4/-1.848/e/2021 dan terdaftar dengan NPWP 42.034.213.1-015.000.

#### **E. Layanan yang Diberikan**

BWA menyediakan berbagai layanan untuk memfasilitasi wakaf, sedekah, infak, dan zakat, yang disalurkan melalui platform digital mereka. Layanan utama BWA meliputi:

1. Wakaf Produktif: Pengelolaan dana wakaf untuk menghasilkan keuntungan yang digunakan dalam program-program sosial seperti pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan masyarakat.
2. Donasi dan Zakat: Memudahkan masyarakat untuk memberikan sedekah, zakat, dan infak melalui platform digital yang aman, transparan, dan mudah diakses.

3. Program Sosial: Berbagai proyek sosial yang bertujuan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan, termasuk pendidikan Al-Qur'an di daerah-daerah rawan pendidikan, serta program pemberdayaan ekonomi bagi masyarakat miskin.

### **3.2 Uraian Kegiatan Magang**

Selama menjalani kegiatan magang di Badan Wakaf Al-Qur'an (BWA), kegiatan yang dilaksanakan terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu tugas harian dan proyek final.

#### **A. Tugas Mingguan**

1. Pembuatan Konten Blog: Menulis tiga artikel per minggu mengenai topik wakaf dan kegiatan sosial BWA, yang kemudian dipublikasikan di platform WordPress dengan menggunakan format HTML serta dilengkapi dengan visual pendukung.
2. Desain Thumbnail Artikel: Mendesain thumbnail untuk setiap artikel yang dipublikasikan di blog BWA guna meningkatkan daya tarik pembaca.
3. Pembuatan Konten Video Pendek: Membuat video berdurasi 30–60 detik dalam format Reels/TikTok, yang diproduksi setiap dua minggu sekali, mencakup seluruh proses mulai dari pengambilan gambar hingga pengeditan video.

#### **B. Proyek Final**

1. Redesain Website BWA: Melakukan perancangan ulang tampilan dan struktur website BWA agar lebih responsif, modern, dan mudah dinavigasi oleh pengguna.
2. Desain Aplikasi Mobile BWA: Mengembangkan desain antarmuka pengguna (UI/UX) untuk aplikasi mobile BWA, dengan fokus pada kemudahan akses donasi melalui fitur-fitur seperti Saku Wakaf, Impact Map, dan gamifikasi.



Untuk penjelasan lebih lanjut mengenai kegiatan ini, dapat merujuk pada Lampiran 1.

### **3.3 Pembahasan Hasil Magang**

Selama periode magang di Badan Wakaf Al-Qur'an (BWA), keluaran kegiatan terklasifikasi ke dalam dua ranah utama, yakni tugas harian yang bersifat operasional-rutin dan proyek final yang bersifat strategis sebagai luaran utama. Keduanya diarahkan untuk memperkuat kinerja komunikasi digital serta pengembangan platform donasi berbasis mobile sesuai mandat lembaga.

- a. Tugas Mingguan: Ruang lingkup tugas mingguan meliputi penyusunan tiga artikel blog per minggu dalam format HTML untuk platform WordPress, perancangan thumbnail setiap artikel yang dipublikasikan pada blog.bwa.id, serta produksi konten video pendek (Reels/TikTok) berdurasi 30–60 detik dengan frekuensi dwimingguan mencakup tahap pengambilan gambar hingga pengeditan. Rangkaian hasil dan contoh keluaran terdokumentasi pada Lampiran 2.
- b. Proyek Final : Proyek final berfokus pada perancangan desain aplikasi mobile BWA sebagai instrumen peningkatan pengalaman dan efisiensi donasi berbasis gawai. Rincian konseptual, spesifikasi, proses desain, implementasi, serta evaluasi dipaparkan bertahap pada Subbab 3.4 hingga Subbab 3.8.

#### **3.3.1 Deskripsi *Project/Produk***

##### **A. Latar dan Konteks**

Proyek ini berfokus pada perancangan antarmuka dan pengalaman pengguna (UI/UX) aplikasi mobile BWA sebagai kanal utama donasi digital. Inisiatif lahir dari kebutuhan peningkatan kenyamanan, kejelasan alur, dan transparansi dampak donasi, khususnya bagi segmen donatur muda (Gen Z dan milenial) yang menunjukkan preferensi kuat terhadap platform berbasis gawai. Perancangan dilandasi pendekatan design thinking serta prinsip user-centered

design (UCD) untuk memastikan solusi yang dihasilkan relevan dengan kebutuhan pengguna dan tujuan organisasi.

## **B. Sasaran Pengguna dan Pemangku Kepentingan**

Sasaran pengguna utama mencakup:

1. Calon donatur pemula yang membutuhkan alur singkat dan sinyal kepercayaan eksplisit.
2. Donatur berulang yang menuntut ringkasan dampak, histori, dan kemudahan transaksi ulang.
3. Donatur komunitas yang termotivasi partisipasi kolektif.

Pemangku kepentingan internal meliputi unit digital marketing, fundraising, media, serta tim engineering yang akan menerima paket spesifikasi (handoff) untuk tahap implementasi.

## **C. Ruang Lingkup (Scope) dan Batasan**

Perancangan mencakup layar dan alur inti aplikasi mobile BWA, yakni Beranda dengan kartu informasi pengguna (total poin, tier, dan saldo Saku Wakaf), empat akses cepat (Donasi Rutin, Laporan—menuju dashboard laporan donatur, Peta Proyek Interaktif, dan BWA Gift sebagai dashboard gamifikasi/penukaran hadiah), serta konten dinamis seperti Kategori Pilihan dan Proyek Mendesak; Halaman Donasi sebagai direktori kampanye dengan lebih dari 20 kategori; Halaman Peta yang menampilkan peta interaktif dengan pin proyek yang dapat diklik; dan Dashboard Pengguna berisi ringkasan kinerja donasi (total donasi, total proyek didukung, total transaksi, dan status donasi rutin). Alur donasi diringkas menjadi tiga langkah: (1) penetapan nominal, (2) pengisian data donatur (atas nama sendiri, orang lain, atau anonim “Hamba Allah”), dan (3) pemilihan metode pembayaran. Pada fase ini, integrasi *gateway* pembayaran aktual, audit/rekonsiliasi keuangan, leaderboard publik skala luas, dan infrastruktur backend penuh ditetapkan di luar lingkup dan

diwakili *placeholder* pada prototipe. Matriks cakupan layar/fitur secara lengkap dapat dilihat pada Lampiran 3.

#### **D. Tujuan Desain dan Outcome yang Diharapkan**

Tujuan perancangan adalah (a) meningkatkan efisiensi alur donasi, (b) memperkuat kepercayaan melalui kejelasan informasi dan sinyal keamanan, (c) meningkatkan keterlibatan & retensi melalui elemen gamifikasi yang etis, serta (d) memudahkan pemantauan dampak melalui visualisasi progres proyek. Outcome yang diharapkan terwujud pada indikator kegunaan, kecepatan, kesalahan minimal, dan persepsi kepercayaan pengguna.

#### **E. Indikator Keberhasilan (UX/Kinerja)**

Indikator keberhasilan dirumuskan sebagai tolok ukur evaluasi prototipe fidelitas tinggi serta dasar iterasi desain. Pengukuran berfokus pada efisiensi dan kejelasan alur (task success rate, time on task, error rate), persepsi kegunaan (SUS/UMUX-Lite), serta kepercayaan dan niat penggunaan ulang (perceived trust, intention to reuse) pada skenario tugas kunci—menemukan proyek, menyelesaikan donasi tiga langkah, dan mengelola Saku Wakaf. Rincian definisi operasional dan target kuantitatif disajikan pada Lampiran 4.

#### **F. Nilai Manfaat (Value Proposition)**

Produk menawarkan kombinasi nilai berikut:

1. Efisiensi transaksi melalui alur donasi tiga langkah dan Saku Wakaf;
2. Transparansi dan akuntabilitas melalui ringkasan biaya, trust signals, riwayat, notifikasi, dan impact map;
3. Keterlibatan berkelanjutan melalui tier & badge yang dirancang etis untuk menjaga motivasi intrinsik donatur;
4. Kesesuaian konteks lokal dengan pendekatan mobile-first dan microcopy empatik yang mendukung literasi digital pengguna.

#### **G. Artefak Desain dan Deliverable**

Artefak dibuat berjenjang untuk memudahkan penelusuran keputusan desain:

1. User Persona & User Journey Map ( Lampiran 5),
2. Arsitektur Informasi (IA) & User Flow (Lampiran 8),
3. Design System (token, komponen, state, pedoman aksesibilitas) dan paket handoff (spesifikasi, aset) untuk tim pengembang (Lampiran 9),
4. Wireframe dan Hi-Fidelity Screens (Lampiran 10),
5. Prototipe interaktif untuk skenario kunci (tautan/QR tercantum pada Lampiran 11).

### ***3.3.2 Requirement/Spesifikasi Project/Produk/Design Brief***

#### **A. Profil Pengguna & Persona**

Sasaran utama pengguna aplikasi mobile BWA adalah donatur muda dari generasi Z dan milenial yang lebih memilih menggunakan platform digital untuk berdonasi. Profil pengguna utama terbagi menjadi tiga kategori utama berdasarkan preferensi, perilaku, dan kebutuhan mereka dalam berdonasi:

1. Donatur Pemula: Pengguna yang baru pertama kali berdonasi dan mencari kemudahan, transparansi, serta pengalaman yang tidak membingungkan. Mereka menginginkan proses yang simpel, tanpa banyak langkah yang menghalangi mereka untuk melakukan donasi secara cepat dan jelas.
2. Donatur Berulang: Pengguna yang aktif berdonasi secara rutin, yang memerlukan akses cepat ke riwayat donasi dan progres proyek yang telah mereka dukung. Mereka menginginkan kemudahan dalam melacak donasi mereka dan membutuhkan notifikasi pembaruan untuk merasa terhubung dengan dampak yang dihasilkan.
3. Donatur Komunitas: Pengguna yang tertarik pada kampanye kolektif atau berbasis komunitas, yang membutuhkan sistem yang mendukung partisipasi sosial. Mereka lebih tertarik pada program yang menawarkan kesempatan untuk berkontribusi secara bersama-sama

dengan orang lain dan menginginkan keterlibatan yang lebih emosional dengan proyek yang mereka dukung.

Untuk lebih memahami kebutuhan dan perilaku pengguna ini, Persona Pengguna yang lebih lengkap dan rinci dapat dilihat pada Lampiran 5, yang mencakup karakteristik, pain points, dan motivasi yang mendorong pengguna dalam memilih platform donasi berbasis aplikasi.

## **B. Kebutuhan Pengguna (User Needs)**

Pengguna menginginkan pengalaman yang mudah, cepat, dan menyenangkan dalam proses berdonasi. Beberapa kebutuhan utama yang harus dipenuhi adalah:

1. Kemudahan Akses: Alur donasi yang ringkas, mulai dari penentuan nominal hingga metode pembayaran yang jelas dan transparan.
2. Transparansi: Informasi yang mudah diakses terkait biaya, progres donasi, dan dampak yang dihasilkan.
3. Keterlibatan Emosional: Fitur gamifikasi dan visualisasi dampak yang membangkitkan rasa bangga dan keterlibatan dalam perubahan sosial.
4. Kebutuhan Sosial: Sistem yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi dan melibatkan orang lain dalam kegiatan donasi.

## **C. Kebutuhan Fungsional & Non-Fungsional**

Aplikasi mobile BWA harus memenuhi berbagai kebutuhan fungsional dan non-fungsional untuk memastikan pengalaman pengguna yang optimal. Kebutuhan fungsional mencakup fitur utama seperti pencarian proyek, alur donasi yang sederhana, serta fitur Saku Wakaf untuk memudahkan transaksi. Sementara itu, kebutuhan non-fungsional berfokus pada aspek keamanan data pengguna, kecepatan aplikasi yang responsif, dan aksesibilitas untuk memastikan aplikasi dapat digunakan dengan mudah oleh berbagai kalangan pengguna. Rincian lebih lanjut mengenai kebutuhan fungsional dan non-fungsional dapat dilihat pada Lampiran 6.

#### **D. Prioritas (MoSCoW) untuk Pengembangan**

Dalam perancangan aplikasi mobile BWA, fitur-fitur dan pengembangan dibagi ke dalam empat kategori berdasarkan metode MoSCoW: Must Have, Should Have, Could Have, dan Won't Have. Must Have mencakup elemen-elemen kunci yang harus ada untuk memastikan aplikasi berjalan dengan fungsionalitas dasar seperti alur donasi yang sederhana, pencarian proyek, dan dashboard pengguna. Should Have berisi fitur tambahan seperti gamifikasi dan Saku Wakaf. Could Have berfokus pada fitur opsional seperti peta interaktif dan laporan dampak proyek, sementara Won't Have untuk saat ini mencakup fitur seperti leaderboard publik dan integrasi pembayaran selain yang disediakan oleh prototipe. Rincian lebih lanjut mengenai prioritas fitur dapat dilihat pada Lampiran 7.

#### **3.3.3 Desain *Project/Produk/Project Brief***

##### **A. Arsitektur Informasi (IA)**

Arsitektur Informasi (IA) aplikasi mobile BWA dirancang untuk memastikan navigasi yang jelas dan efisien. Pengguna memulai dengan Splash Screen dan Onboarding Page, lalu bisa Login atau Register. Setelah masuk, pengguna akan diarahkan ke Welcome Page dan dapat mengakses fitur utama seperti Beranda, Donasi, Peta, dan Dashboard Pengguna. Di Beranda, terdapat akses ke kategori donasi, Recurring Donation, serta Saku Wakaf. Untuk detail lebih lanjut tentang struktur dan alur navigasi, lihat Lampiran 8.

##### **B. User Journey Map**

User Journey menggambarkan perjalanan pengguna dari awal membuka aplikasi hingga menyelesaikan donasi. Ini mencakup seluruh interaksi pengguna dengan aplikasi, mulai dari melihat program yang tersedia, memilih proyek, sampai menerima konfirmasi donasi. Dalam tahap ini, juga diidentifikasi potensi titik friksi yang bisa menghambat pengalaman pengguna, sehingga dapat diperbaiki sebelum peluncuran

aplikasi. Untuk detail lebih lengkapnya terkait User Journey Map, dapat dilihat pada Lampiran 5.

### **C. User Flow**

User Flow pada aplikasi mobile BWA dirancang untuk menggambarkan alur interaksi pengguna dalam menyelesaikan tugas utama di dalam aplikasi. Terdapat lima alur utama yang menjadi fokus dalam pengembangan aplikasi, yaitu:

1. Login & Registrasi,
2. Donasi Sekali Bayar,
3. Donasi Rutin (Recurring Donation),
4. Top Up Saku Wakaf, dan
5. Gamifikasi (BWA Gift).

Setiap alur dibuat untuk memastikan pengalaman yang sederhana, cepat, dan efisien bagi pengguna. Pada flow Login & Registrasi, pengguna dapat langsung menggunakan aplikasi dalam mode tamu meskipun tidak dapat mengakses seluruh fitur. Flow Donasi Sekali Bayar dan Donasi Rutin dibuat sependek mungkin dengan tahapan *set nominal* → *data donatur* → *pembayaran*. Flow Top Up Saku Wakaf memberikan dua opsi top up, yaitu langsung atau penjadwalan auto-debit. Sedangkan flow Gamifikasi mengatur bagaimana pengguna memperoleh poin melalui donasi, naik tier, dan menukarkan hadiah.

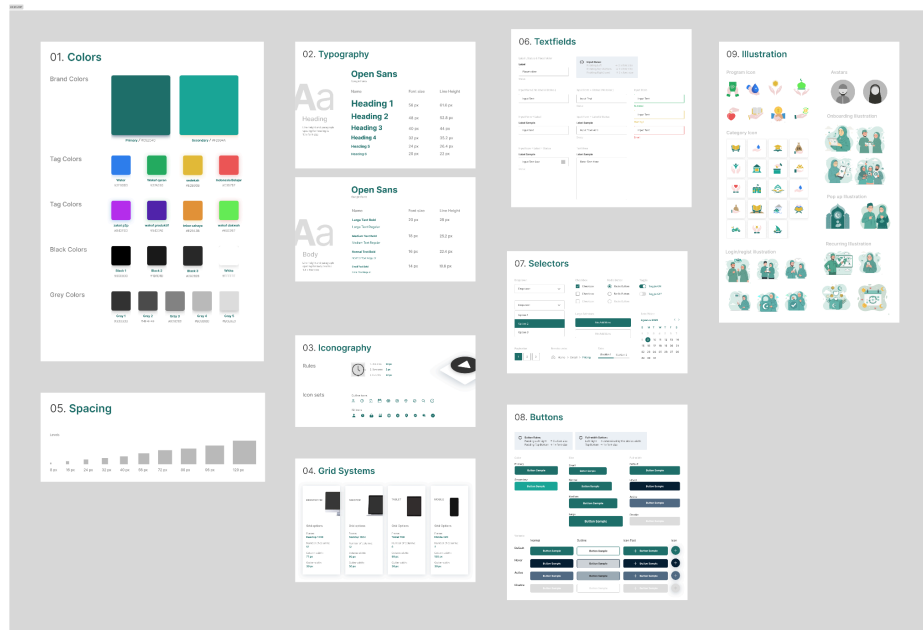
Kelima flow tersebut divisualisasikan dalam bentuk diagram untuk menggambarkan alur logika dan hubungan antar langkah secara lebih jelas. Diagram User Flow aplikasi dapat dilihat secara lengkap pada Lampiran 8.

## **3.3.4 Implementasi**

### **A. Design System**

Design system pada aplikasi mobile BWA disusun untuk memastikan konsistensi visual dan kemudahan dalam pengembangan antarmuka.

Elemen-elemen desain dirancang dengan memperhatikan karakter BWA sebagai lembaga filantropi yang mengedepankan nilai religius, profesional, dan terpercaya. Sistem desain ini mencakup pemilihan warna yang harmonis dan ramah pengguna, tipografi yang mudah dibaca, serta ikonografi yang sederhana dan komunikatif untuk memudahkan navigasi.



Gambar 3.2 Dokumentasi Design System

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Selain itu, grid system dan spacing ditetapkan agar tata letak antar elemen UI terlihat terstruktur dan rapi di berbagai ukuran layar. Komponen interaktif seperti textfield, selectors, dan buttons dirancang dengan ukuran yang sesuai standar mobile usability agar mudah diakses dengan satu tangan. Ilustrasi juga digunakan untuk memberikan sentuhan visual yang lebih humanis dan membantu memperkuat pesan aplikasi dalam setiap konteks penggunaannya. Detail komponen design system secara lengkap tersedia pada Lampiran 9.

## B. Wireframe dan High-Fidelity Mockup



Wireframe dalam pengembangan aplikasi mobile BWA dibuat sebagai dasar perancangan antarmuka untuk memetakan struktur halaman dan tata letak elemen UI secara fungsional. Perancangan wireframe ini mengacu pada *user persona*, *user journey*, *user flow*, serta kebutuhan pengguna agar setiap interaksi dapat berjalan secara intuitif dan mudah dipahami.



Gambar 3.3 *Thumbnail Mobile UI BWA*

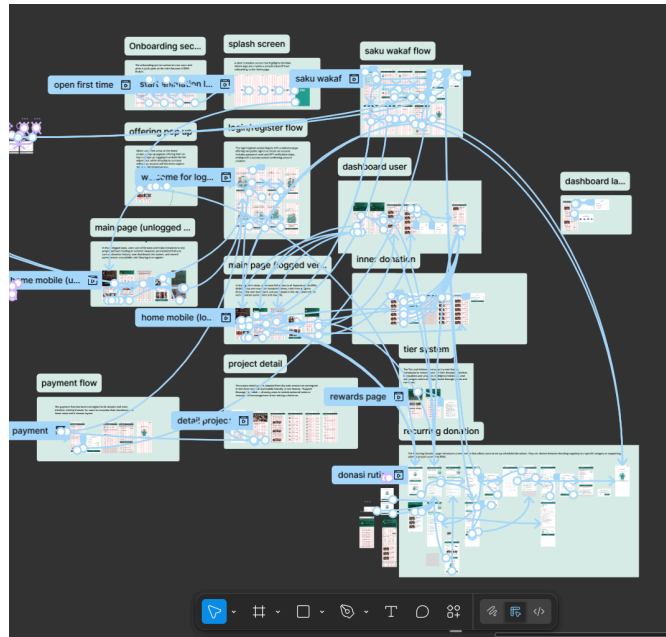
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Setelah struktur dan alur interaksi tervalidasi, wireframe kemudian dikembangkan menjadi desain high-fidelity (mockup) dengan menerapkan design system yang telah ditetapkan sebelumnya, termasuk penggunaan warna, tipografi, ikonografi, dan komponen UI lainnya. Mockup ini menggambarkan tampilan akhir aplikasi secara visual dengan mendekati versi produksi, sehingga dapat digunakan untuk evaluasi usability maupun proses pengembangan berikutnya. Desain wireframe dan mockup secara lengkap dapat dilihat pada Lampiran 10.

### C. Prototipe Interaktif

Prototipe interaktif dikembangkan menggunakan Figma dengan tingkat fidelitas tinggi untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai pengalaman penggunaan aplikasi. Prototipe ini tidak hanya menampilkan

alur navigasi antar halaman, tetapi juga mengimplementasikan berbagai komponen antarmuka yang telah dirancang dalam design system, seperti tombol, textfield, form, kartu informasi, dan elemen interaktif lainnya sehingga pengguna dapat merasakan interaksi yang mendekati aplikasi sebenarnya.



Gambar 3.4 Dokumentasi Prototipe Mobile Apps BWA

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Prototipe ini digunakan sebagai sarana evaluasi dan pengujian awal terhadap usability serta validasi kebutuhan pengguna sebelum tahap pengembangan aplikasi lebih lanjut. Akses ke prototipe tersedia melalui QR Code yang dicantumkan pada Lampiran 11.

### 3.4 Pengujian dan Pembahasan

#### A. Perancangan Pengujian

Pada tahap perancangan pengujian, penelitian ini menggunakan dua metode utama dalam evaluasi usability, yaitu *System Usability Scale* (SUS)

dan *Task-Based Usability Testing*. Metode SUS digunakan untuk mengukur persepsi pengguna terhadap tingkat kegunaan aplikasi secara keseluruhan, terutama pada aspek kemudahan penggunaan, konsistensi sistem, serta tingkat kepercayaan diri pengguna dalam mengoperasikan aplikasi. Sementara itu, *Task-Based Usability Testing* digunakan untuk memahami performa nyata pengguna dalam menyelesaikan alur tugas yang merepresentasikan fitur utama aplikasi. Kombinasi kedua metode ini memberikan gambaran usability yang lebih komprehensif karena mencakup penilaian subjektif (persepsi pengguna) dan penilaian objektif (kinerja pengguna dalam menyelesaikan tugas).

Pengumpulan data dilakukan menggunakan Google Form karena platform ini menyediakan fleksibilitas dalam menyiapkan pertanyaan berbasis skala Likert, pilihan ganda, hingga pertanyaan terbuka. Selain itu, Google Form memudahkan pengguna untuk mengakses instrumen pengujian melalui perangkat mobile, yang sekaligus sesuai dengan konteks aplikasi yang sedang dievaluasi. Semua instrumen pertanyaan yang digunakan pada tahap perancangan pengujian, termasuk instrumen SUS maupun *Task-Based Usability Testing*, telah disusun ke dalam format digital dan ditampilkan secara lengkap pada Lampiran 12 mulai Tabel 3.9.

Sebelum melakukan pengujian, peneliti menyusun skenario pengujian yang terdiri dari lima tugas inti berdasarkan fitur utama aplikasi. Skenario tersebut meliputi:

1. T1 – Login/Register, yaitu pengguna mencoba masuk atau membuat akun sebelum mengakses aplikasi;
2. T2 – Donasi Sekali Bayar, di mana pengguna memilih proyek, mengisi data donatur, dan menyelesaikan pembayaran;
3. T3 – Donasi Rutin, di mana pengguna menjadwalkan donasi dan mengaktifkan metode pembayaran berkala;
4. T4 – Top Up Saku Wakaf, yaitu proses menambah saldo pada dompet digital internal aplikasi; dan

5. T5 – Gamifikasi (BWA Gift), yaitu proses penukaran poin dengan hadiah sesuai tier pengguna.

Keseluruhan skenario ini berfungsi untuk memastikan bahwa semua alur utama yang menjadi inti penggunaan aplikasi dapat diuji secara langsung oleh pengguna. Rincian skenario ditampilkan pada Lampiran 12, Tabel 3.9.

Instrumen penilaian pada tahap perancangan pengujian terdiri dari dua kategori utama. Instrumen SUS memuat sepuluh pernyataan yang menilai aspek *usefulness*, kompleksitas, kemudahan penggunaan, kebutuhan bantuan, konsistensi sistem, hingga *confidence* pengguna. Setiap pernyataan menggunakan skala Likert 1–5, dengan beberapa item bersifat positif dan lainnya negatif yang kemudian dilakukan *reverse scoring* dalam proses analisis. Sementara itu, instrumen *Task-Based Usability Testing* digunakan untuk mengukur kinerja pengguna pada setiap task melalui lima aspek, yaitu *task success rate*, *time on task*, *error* atau friksi, keterangan error, serta komentar pengguna. Instrumen ini menilai apakah pengguna berhasil menyelesaikan setiap tugas, berapa lama waktu yang dibutuhkan, bagian mana yang menyebabkan kebingungan, serta saran yang dapat diberikan pengguna untuk meningkatkan pengalaman aplikasi. Seluruh instrumen ini tercantum lengkap pada Lampiran 12, Tabel 3.10 hingga tabel berikutnya yang memuat detail format pertanyaannya.

Pada tahap perancangan pengujian ini, instrumen yang disusun akan menghasilkan beberapa jenis data yang diperlukan untuk proses analisis pada tahap berikutnya. Data yang dikumpulkan mencakup jawaban *System Usability Scale* (SUS) yang nantinya akan diolah menjadi skor untuk menilai tingkat usability; *task success rate* yang menunjukkan apakah pengguna berhasil menyelesaikan setiap tugas; *time on task* yang merepresentasikan durasi penyelesaian setiap alur tugas; serta data mengenai *error* atau friksi yang mencatat bagian antarmuka yang menimbulkan kebingungan atau kesalahan langkah. Selain itu, pengujian

juga menghasilkan komentar dan saran dari pengguna sebagai masukan kualitatif untuk pengembangan aplikasi di tahap berikutnya. Seluruh data mentah dari instrumen-instrumen tersebut direkap dan disajikan pada Lampiran 12, yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar dalam proses analisis pada bagian pengujian dan pembahasan.

## **B. Pelaksanaan Pengujian**

Pelaksanaan pengujian dilakukan setelah seluruh instrumen dan skenario pengujian disusun pada tahap perancangan. Pengujian ini melibatkan sebanyak 10 responden yang dipilih secara purposif dengan mempertimbangkan kesesuaian karakteristik pengguna terhadap target pengguna aplikasi BWA Mobile, yaitu kelompok *millennial* dan *Generation Z* sebagai segmen pengguna digital paling aktif di Indonesia. Responden dipilih dengan variasi latar belakang pekerjaan untuk memastikan representasi perilaku pengguna yang beragam, mulai dari pelajar, mahasiswa, karyawan swasta, pegawai negeri, ibu rumah tangga, hingga wirausaha atau *freelancer*.

Selain itu, pemilihan responden juga mempertimbangkan tingkat pengalaman berdonasi digital, jenis perangkat yang digunakan (Android atau iOS), serta tingkat familiaritas terhadap aplikasi donasi digital. Keragaman profil responden ini bertujuan untuk memperoleh gambaran penggunaan aplikasi yang lebih komprehensif berdasarkan variasi preferensi perangkat dan pengalaman digital. Rincian lengkap mengenai identitas responden, termasuk rentang usia, pekerjaan, pengalaman berdonasi digital, jenis perangkat, serta tingkat familiaritas, ditampilkan pada Lampiran 13, Tabel 3.12.

Pengujian dilakukan secara terstruktur dengan mengikuti skenario tugas yang sebelumnya telah ditetapkan pada tahap perancangan pengujian. Setiap responden menjalankan lima alur utama aplikasi sesuai instruksi, yaitu proses *login* atau *register*, *donasi sekali bayar*, *donasi rutin*, *top up Saku Wakaf*, serta fitur gamifikasi melalui BWA Gift. Selama proses pengujian

berlangsung, responden diminta untuk mengikuti setiap langkah sesuai alur pada Google Form yang telah disiapkan, termasuk menjawab pertanyaan instrumen *System Usability Scale* (SUS) serta instrumen *Task-Based Usability Testing* setelah menyelesaikan tiap tugas.

Seluruh proses pengujian didokumentasikan untuk memastikan validitas data dan memberikan bukti visual mengenai keterlibatan responden selama pelaksanaan. Dokumentasi berupa foto kegiatan pengujian disertakan pada Lampiran 13, Gambar 3.16, yang menampilkan proses interaksi responden dengan prototipe aplikasi serta situasi pengujian secara langsung. Dokumentasi ini sekaligus berfungsi sebagai bukti bahwa pengujian usability telah dilakukan sesuai prosedur dan melibatkan pengguna nyata.

Data mentah yang diperoleh dari Google Form, baik berupa jawaban SUS, hasil penyelesaian tugas, durasi pengerjaan, temuan friksi, maupun komentar pengguna, kemudian dikumpulkan secara keseluruhan untuk diproses pada tahap analisis. Seluruh data hasil pengujian tersebut menjadi dasar utama dalam menentukan tingkat usability aplikasi serta area yang memerlukan perbaikan pada tahap berikutnya.

### **C. Analisis Pengujian**

#### **1. Analisis SUS**

Analisis *System Usability Scale* (SUS) dilakukan untuk mengukur tingkat usability prototipe aplikasi BWA Mobile berdasarkan persepsi 10 responden yang terlibat pada sesi pengujian. Data mentah berupa jawaban terhadap 10 butir pernyataan SUS dengan skala Likert 1–5 (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju) direkap dari Google Form, kemudian diolah menggunakan IBM SPSS Statistics. Rekapitulasi jawaban lengkap tiap responden disajikan pada Lampiran 13, Gambar 3.17.

Pada tahap pengolahan data, peneliti terlebih dahulu melakukan proses *reverse scoring* terhadap butir-butir pernyataan yang bersifat negatif, yaitu Q2, Q4, Q6, Q8, dan Q10. Proses ini diperlukan agar arah interpretasi

seluruh item menjadi seragam, di mana nilai yang lebih tinggi merefleksikan tingkat usability yang lebih baik. Skor baru untuk setiap item negatif dihitung dengan rumus  $6 - \text{skor awal}$  (misalnya, jawaban 1 diubah menjadi 5, jawaban 2 diubah menjadi 4, dan seterusnya). Setelah itu, skor SUS total untuk setiap responden dihitung menggunakan rumus standar SUS, yaitu dengan menjumlahkan skor terkonversi dari seluruh item (0–4) dan mengalikannya dengan faktor 2,5 sehingga diperoleh rentang nilai 0–100. Hasil perhitungan skor SUS per responden disajikan pada Lampiran 14, Tabel 3.13.

Berdasarkan perhitungan tersebut, nilai SUS yang diperoleh dari 10 responden berada pada rentang 57,50 hingga 92,50, dengan rata-rata (mean) 76,00 dan standar deviasi sebesar 12,03. Statistik deskriptif lengkap skor SUS ditampilkan pada Lampiran 14, Tabel 3.14. Mengacu pada interpretasi SUS secara umum, nilai rata-rata 68 sering digunakan sebagai ambang batas usability yang “cukup baik”. Dengan demikian, rata-rata skor SUS sebesar 76,00 menunjukkan bahwa prototipe aplikasi BWA Mobile berada pada kategori usability yang baik (above average). Artinya, secara umum responden menilai aplikasi relatif mudah digunakan, mendukung penyelesaian tugas, dan memberikan pengalaman yang positif.

Selain analisis deskriptif, peneliti juga menguji reliabilitas internal instrumen SUS untuk memastikan konsistensi pengukuran. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach’s Alpha terhadap 10 item yang telah diselaraskan arah skornya (Q1, Q3, Q5, Q7, Q9, serta Q2R, Q4R, Q6R, Q8R, Q10R). Hasil pengujian menunjukkan nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,857 dengan jumlah item 10 (Lampiran 14, Tabel 3.15 dan 3.16). Nilai tersebut berada di atas batas 0,7 yang lazim digunakan sebagai kriteria reliabilitas yang baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen SUS pada penelitian ini memiliki konsistensi internal yang tinggi dan layak digunakan untuk menilai tingkat usability aplikasi.

Secara umum, kombinasi antara nilai rata-rata SUS yang berada di atas standar dan reliabilitas instrumen yang tinggi mengindikasikan bahwa prototipe aplikasi BWA Mobile telah memenuhi aspek usability pada level yang cukup baik dari sudut pandang pengguna. Temuan ini menjadi dasar untuk analisis lebih lanjut terkait bagian antarmuka atau alur tugas yang masih berpotensi ditingkatkan, yang akan dibahas pada subbagian analisis Task-Based Usability.

## 2. Analisis Task Based Usability

Analisis *Task-Based Usability* dilakukan untuk menilai sejauh mana prototipe aplikasi BWA Mobile mampu mendukung pengguna dalam menyelesaikan lima alur tugas utama, yaitu login/register (T1), donasi sekali bayar (T2), donasi rutin (T3), top up Saku Wakaf (T4), dan gamifikasi BWA Gift (T5). Hasil pengukuran *task success rate* pada masing-masing skenario dirangkum dalam Lampiran 14, Tabel 3.17.

Berdasarkan Lampiran 14, Tabel 3.17, dapat dilihat bahwa tiga dari lima skenario, yaitu T1 (Login/Register), T2 (Donasi Sekali Bayar), dan T4 (Top Up Saku Wakaf), menunjukkan tingkat keberhasilan 100%, di mana seluruh responden (10 dari 10 orang) berhasil menyelesaikan tugas hingga akhir. Hal ini mengindikasikan bahwa alur dasar aplikasi, khususnya terkait akses awal dan pengelolaan saldo Saku Wakaf, telah cukup mudah dipahami dan dapat dieksekusi dengan baik oleh pengguna. Sementara itu, pada T3 (Donasi Rutin) dan T5 (Gamifikasi/BWA Gift), tingkat keberhasilan sedikit lebih rendah, yaitu masing-masing 90% (9 dari 10 responden berhasil). Kehadiran satu responden yang tidak berhasil menyelesaikan tugas pada kedua skenario ini menunjukkan bahwa masih terdapat potensi perbaikan pada alur donasi berkala dan mekanisme penukaran poin, meskipun secara umum mayoritas pengguna tetap dapat menyelesaikan tugas dengan baik.



Dari sisi efisiensi interaksi, durasi penyelesaian tugas (*time on task*) untuk setiap skenario dirangkum dalam Lampiran 14, Tabel 3.18. Secara umum, rata-rata waktu yang dibutuhkan responden untuk menyelesaikan kelima tugas berada pada kisaran 33–39 detik, sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh alur utama aplikasi dapat diselesaikan dalam waktu yang relatif singkat. T1 (Login/Register) memiliki rata-rata waktu penyelesaian sebesar 36,80 detik, sedangkan T2 (Donasi Sekali Bayar) menunjukkan rata-rata waktu 39,30 detik, yang wajar mengingat alur ini melibatkan beberapa langkah tambahan seperti pemilihan proyek dan pengisian data donatur. T3 (Donasi Rutin) dan T5 (Gamifikasi/BWA Gift) masing-masing memiliki rata-rata waktu 34,30 detik dan 33,40 detik, sementara T4 (Top Up Saku Wakaf) menunjukkan rata-rata waktu 34,40 detik dengan variasi waktu yang relatif kecil (standar deviasi 4,38 detik), yang menandakan konsistensi alur dan kemudahan eksekusi pada skenario tersebut.

Dari sisi *error* atau friksi, penelitian ini juga menghitung *error rate* yang dioperasionalkan sebagai proporsi responden yang melaporkan mengalami kendala atau kebingungan pada masing-masing tugas. Berdasarkan hasil tersebut, T1 (Login/Register) memiliki *error rate* sebesar 10% (1 dari 10 responden), sedangkan T2 (Donasi Sekali Bayar) memiliki *error rate* sebesar 20% (2 dari 10 responden). Kendala yang muncul pada kedua task ini umumnya berkaitan dengan ukuran font yang dirasa terlalu kecil serta alur navigasi yang pada beberapa titik belum sepenuhnya intuitif. Adapun T3 (Donasi Rutin), T4 (Top Up Saku Wakaf), dan T5 (Gamifikasi BWA Gift) menunjukkan *error rate* 0%, karena tidak ada responden yang melaporkan kebingungan atau friksi yang berarti pada ketiga skenario tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas alur tugas sudah cukup mudah diikuti, dengan catatan perbaikan terutama pada aspek visual dan navigasi pada task login/register dan donasi sekali bayar.

Secara keseluruhan, kombinasi antara *task success rate* yang tinggi (Lampiran 14, Tabel 3.17), *time on task* yang relatif singkat dan konsisten (Lampiran 14, Tabel 3.18), serta *error rate* yang rendah menunjukkan

bahwa prototipe aplikasi BWA Mobile telah memiliki tingkat usability yang baik dari sisi performa tugas. Namun demikian, temuan terkait isu visual dan navigasi pada beberapa skenario tetap menjadi masukan penting untuk tahap iterasi desain berikutnya, khususnya pada alur login/register dan donasi sekali bayar agar pengalaman pengguna dapat semakin optimal.

#### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Tugas**

Selama pelaksanaan kegiatan magang, beberapa kendala muncul baik dalam proses pengerjaan desain maupun dalam pelaksanaan pengujian usability terhadap prototipe aplikasi BWA Mobile. Kendala tersebut tidak hanya terbatas pada aspek teknis pengujian, tetapi juga terkait keterbatasan alat, karakteristik pengguna BWA, serta kondisi operasional organisasi yang memengaruhi proses riset dan pengembangan desain.

Beberapa kendala utama yang dihadapi antara lain:

##### **A. Keterbatasan Figma Free Plan**

Seluruh proses desain antarmuka dilakukan menggunakan Figma versi gratis, yang hanya menyediakan tiga file aktif.

Dampaknya:

1. Workspace menjadi sangat penuh dan kurang terstruktur.
2. Alur desain harus dipisah-pisah dan sering dipadatkan, sehingga menyulitkan manajemen artboard.
3. Versioning dan dokumentasi desain tidak optimal karena keterbatasan halaman.

##### **B. Tantangan dalam User Research akibat Profil Donatur BWA**

Mayoritas donatur BWA berasal dari kalangan dewasa-menengah hingga lansia dan berdomisili di berbagai wilayah Indonesia. Hal ini menciptakan kendala dalam proses pengumpulan data pengguna, terutama untuk wawancara dan observasi langsung. Beberapa implikasi:

1. Sulit melakukan user interview tatap muka karena jarak geografis yang jauh.
2. Banyak responden kurang familier dengan teknologi, sehingga harus menggunakan pendekatan komunikasi yang lebih sederhana.
3. Riset awal banyak mengandalkan survei online dan analisis perilaku dari data sekunder, bukan wawancara mendalam.

### **C. Dominasi Pendapatan dari Offline Funding**

BWA masih sangat bergantung pada donasi offline sebagai sumber pendapatan utama.

Konsekuensinya terhadap desain aplikasi:

1. Data penggunaan digital relatif terbatas sehingga mapping user behavior digital tidak terlalu kaya.
2. Banyak proses donasi digital belum menjadi kebiasaan inti organisasi maupun donatur.
3. Beberapa fitur digital membutuhkan edukasi tambahan agar dapat benar-benar digunakan oleh target pengguna.

### **D. Kendala pada Pelaksanaan Usability Testing**

Selain kendala umum di atas, pelaksanaan uji tugas (task-based testing) juga menunjukkan beberapa hambatan khusus pada skenario awal penggunaan aplikasi:

#### **1. T1 – Login/Register**

- a. Sebagian kecil responden kesulitan membaca teks karena ukuran font terlalu kecil.
- b. Beberapa elemen dianggap kurang rapi atau tidak simetris, memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan.
- c. Hal ini meningkatkan beban kognitif responden dalam memahami langkah awal aplikasi.

#### **2. T2 – Donasi Sekali Bayar**

- a. Muncul kebingungan terkait alur navigasi, terutama karena beberapa halaman tidak sesuai ekspektasi setelah tindakan tertentu.
- b. Label tombol dan halaman tujuan belum sepenuhnya sesuai model mental pengguna.

Secara kuantitatif:

- a. T1 memiliki error rate 10%,
- b. T2 memiliki error rate 20%,
- c. T3, T4, dan T5 menunjukkan error rate 0%.

### **3.4.2 Cara Mengatasi Kendala**

Berdasarkan kendala yang muncul selama proses pengerjaan desain dan pelaksanaan pengujian, sejumlah langkah penyempurnaan dapat diusulkan untuk meningkatkan efektivitas proses desain serta kualitas prototipe BWA Mobile ke depan. Perbaikan mencakup aspek manajerial, teknis, hingga pendekatan terhadap riset pengguna.

#### **A. Optimalisasi Tools dan Workspace Desain**

Untuk mengatasi keterbatasan Figma versi gratis, beberapa langkah dilakukan:

1. Memecah file besar menjadi beberapa file terpisah berdasarkan fitur (modular design).
2. Membersihkan artboard yang tidak lagi digunakan untuk menjaga ruang kerja tetap rapi.
3. Menggunakan plugin dokumentasi seperti Autoflow, Wireframe, atau Annotation Tools.
4. Jika memungkinkan, mengajukan akses Figma Education atau Figma Starter Team agar dapat menambah jumlah file aktif.

## **B. Adaptasi Metode Riset Pengguna**

Karena mayoritas donatur adalah pengguna usia lanjut dan tersebar di berbagai wilayah, pendekatan riset perlu disesuaikan. Rekomendasi:

1. Melakukan remote interview atau voice call bagi donatur yang kurang nyaman dengan video.
2. Menggunakan survei dengan bahasa sederhana dan contoh visual.
3. Mengumpulkan insight dari staf BWA yang sering berinteraksi langsung dengan donatur.
4. Mengobservasi pola donasi offline sebagai rujukan saat merancang alur donasi online.

## **C. Menyesuaikan Desain dengan Karakteristik Donatur Non-Digital**

Karena pendapatan BWA masih didominasi dari donasi offline, aplikasi perlu dirancang dengan mempertimbangkan pengguna pemula. Langkah strategis:

1. Meminimalkan jumlah langkah pada alur kritis (seperti donasi sekali bayar dan login).
2. Menggunakan ikon dan label yang sangat jelas dan familiar.
3. Menyediakan fitur panduan atau tooltips pada titik kritis.
4. Menggunakan visual yang ramah lansia: font besar, kontras tinggi, dan elemen tidak terlalu rapat.

## **D. Perbaikan Aspek Visual Design**

Beberapa perbaikan yang disarankan mencakup:

1. Memperbesar ukuran font pada elemen penting.
2. Menata ulang spasi dan alignment agar lebih rapi dan konsisten.
3. Meningkatkan kontras teks untuk keterbacaan di berbagai kondisi layar.

Tujuannya adalah mengurangi beban kognitif pengguna dan membuat tampilan lebih mudah dipahami sejak pertama kali digunakan.

#### **E. Penyempurnaan Alur Navigasi**

Untuk mengatasi kendala pada T1 dan T2, langkah berikut dapat diterapkan:

1. Meninjau ulang hubungan antara tombol dan halaman tujuan untuk menjaga konsistensi.
2. Menambahkan step indicator pada alur donasi agar pengguna selalu tahu posisi mereka.
3. Menyisipkan pesan konfirmasi setelah langkah penting (misalnya pembayaran atau pengisian data).
4. Menjaga pola penempatan tombol utama dan tombol kembali agar seragam pada seluruh halaman.

#### **F. Memberikan Microcopy pada Titik Kritis**

Microcopy membantu mengurangi keraguan pengguna, terutama bagi pengguna yang belum terbiasa dengan aplikasi donasi digital. Contoh implementasi:

1. Bantuan singkat di bawah kolom input.
2. Penjelasan fungsi ikon.
3. Pesan singkat mengenai konsekuensi tindakan tertentu.

## BAB IV

### PENUTUP

#### 4.1 Simpulan

Berdasarkan rangkaian kegiatan magang di Badan Wakaf Al-Qur'an (BWA) dan hasil pengembangan serta pengujian prototipe BWA Mobile, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Kegiatan magang berhasil dimanfaatkan untuk menerapkan pendekatan *human-centred design* dan *design thinking* dalam konteks lembaga filantropi Islam. Proses perancangan mengikuti prinsip *user-centered design* dan praktik perancangan berpusat pada manusia sebagaimana ditegaskan dalam kajian mutakhir terkait transformasi digital dan UX, mulai dari pemahaman kebutuhan pengguna, pemetaan alur interaksi, hingga penyusunan *high-fidelity prototype* yang berfokus pada kemudahan dan kebermaknaan penggunaan.
2. Hasil pengujian *System Usability Scale* (SUS) menunjukkan rata-rata skor 76,00 (rentang 57,50–92,50) dengan Cronbach's Alpha 0,857, yang mengindikasikan tingkat *usability* yang *above average* dan instrumen yang reliabel. Hal ini selaras dengan pemikiran bahwa pengalaman penggunaan yang baik menjadi fondasi penting bagi keterlibatan dan niat penggunaan ulang aplikasi digital.
3. *Task-based usability testing* memperlihatkan bahwa mayoritas responden mampu menyelesaikan lima alur tugas utama dengan *task success rate* 100% pada tiga tugas (login/register, donasi sekali bayar, dan top up Saku Wakaf) serta 90% pada dua tugas lainnya, dengan *time on task* rata-rata sekitar 33–39 detik per tugas. Hal ini menunjukkan bahwa alur utama aplikasi relatif efisien dan tidak menimbulkan beban kognitif yang berlebihan, meskipun masih terdapat *error rate* 10–20% pada beberapa skenario awal yang terkait dengan tipografi dan kejelasan navigasi.

4. Integrasi fitur-fitur seperti Saku Wakaf dan gamifikasi BWA Gift sejalan dengan perkembangan filantropi digital yang menuntut pengalaman penggunaan yang menarik, mudah dipantau, dan membangun kepercayaan (Abdullah & Huda, 2022; BAZNAS, 2024; Dompot Dhuafa, 2023). Gamifikasi berpotensi meningkatkan *engagement* dan keterlibatan donatur, selama elemen poin, *tier*, dan hadiah dirancang selaras dengan motivasi dan kebutuhan psikologis pengguna.
5. Secara keseluruhan, proyek magang ini berkontribusi pada: (1) penyediaan konsep UI/UX aplikasi mobile yang dapat menjadi dasar pengembangan produk digital BWA; dan (2) penguatan kompetensi penulis dalam menerapkan metode evaluasi *usability* berbasis SUS dan *task-based testing* pada konteks aplikasi donasi digital. Temuan ini konsisten dengan rekomendasi literatur mengenai pentingnya desain berpusat pada pengguna dalam inisiatif transformasi digital.

## 4.2 Saran

Berdasarkan simpulan di atas, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut.

### A. Saran untuk BWA dan Pengembangan BWA Mobile

1. BWA disarankan melanjutkan pengembangan dari prototipe ke tahap implementasi bertahap, dimulai dari fitur inti (Saku Wakaf, donasi sekali bayar, donasi rutin) yang paling berkontribusi terhadap kemudahan donasi dan transparansi. Hal ini sejalan dengan dorongan transformasi digital pada lembaga filantropi Islam yang menekankan kemudahan akses, pelaporan, dan kepercayaan publik.
2. Perlu dilakukan iterasi desain yang berfokus pada peningkatan tipografi dan kejelasan navigasi, terutama pada alur login/register dan donasi sekali bayar, dengan memperhatikan prinsip hirarki visual, keterbacaan, dan konsistensi tampilan.



## B. Saran terkait Pengalaman Pengguna dan Gamifikasi

1. Fitur gamifikasi (BWA Gift) perlu dipertajam dari sisi penjelasan manfaat, indikator progres, dan *feedback* agar benar-benar mendorong motivasi, bukan sekadar dekoratif. Penguatan elemen tujuan yang jelas, umpan balik, dan rasa pencapaian selaras dengan temuan bahwa gamifikasi yang dirancang berdasarkan kebutuhan psikologis mampu meningkatkan *engagement* dan retensi.
2. Ke depan, BWA dapat memadukan data perilaku pengguna aplikasi dengan praktik komunikasi dan edukasi tentang wakaf dan donasi digital, mengingat generasi muda semakin mengandalkan kanal digital dan perangkat mobile dalam aktivitas keagamaan dan sosial.

## C. Saran untuk Penelitian dan Pengembangan Selanjutnya

1. Penelitian selanjutnya dapat melibatkan jumlah responden yang lebih besar dan lebih beragam, serta mengombinasikan SUS dan *task-based testing* dengan metode kualitatif seperti *think-aloud* atau wawancara mendalam, sehingga diperoleh gambaran yang lebih kaya mengenai motif, hambatan, dan ekspektasi pengguna.
2. Studi lanjutan juga dapat secara khusus menguji hubungan antara kualitas UX, elemen gamifikasi, kepercayaan, dan niat berdonasi ulang pada platform filantropi digital, dengan mengacu pada kerangka konseptual mengenai UX, motivasi, dan kepercayaan dalam layanan digital.

Dengan adanya simpulan dan saran ini, diharapkan prototipe BWA Mobile yang dikembangkan melalui kegiatan magang tidak hanya berhenti pada tahap rancangan, tetapi dapat menjadi pijakan konkrit bagi pengembangan aplikasi donasi digital yang lebih transparan, menarik, dan berorientasi pada kebutuhan pengguna.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. and Huda, N. (2022) 'Digital transparency and trust in Islamic philanthropy institutions', *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 8(2), pp. 145–160.
- Alnasser, A. and Yousaf, A. (2022) 'Examining the impact of user experience on engagement and reuse intention in mobile applications', *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 17(1), pp. 34–47.
- BAZNAS (2024) *Laporan Transformasi Digital Zakat Nasional 2024*. Jakarta: Badan Amil Zakat Nasional.
- Bitrián, P., Buil, I. and Catalán, S. (2021) 'Enhancing user engagement: The role of gamification in mobile apps', *Journal of Business Research*, 132, pp. 170–185.
- Brown, T. (2008) 'Design thinking', *Harvard Business Review*, 86(6), pp. 84–92.
- Dam, R.F. and Siang, T.Y. (2021) '5 Stages in the Design Thinking Process', *Interaction Design Foundation*.
- DataReportal (2024) *Digital 2024: Indonesia*.
- DataReportal (2025a) *Digital 2025: Indonesia*.
- DataReportal (2025b) *Device trends for 2025*.
- Diehl, C. et al. (2022) 'Defining Recommendations to Guide User Interface Design', *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(4), p. 2158.
- Dompot Dhuafa (2023) *Laporan Tahunan 2023: Filantropi Digital dan Dampak Sosial*. Jakarta: Dompot Dhuafa Republika.

- Ferre, X., Juristo, N. and Windl, H. (2023) ‘Sustainable User-Centered Design: Integrating Emotional and Social Dimensions into UX Practice’, *International Journal of Human–Computer Studies*, 175, 103109.
- Garrett, J.J. (2011) *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. 2nd edn. Berkeley: New Riders.
- Hassan, L., Dias, A. and Hamari, J. (2022) ‘How Motivational Dynamics Explain the Effectiveness of Gamification: A Meta-Analysis’, *Computers in Human Behavior*, 134, 107327.
- Hamari, J. (2021) ‘Enhancing user engagement: The role of gamification in mobile apps’, *Journal of Business Research*, 135, pp. 618–629.
- IDEO (2015) *The Field Guide to Human-Centered Design*. Palo Alto: IDEO.org.
- ISO 9241-210:2019 (2019) *Ergonomics of human–system interaction – Part 210: Human-centred design for interactive systems*. Geneva: International Organization for Standardization.
- Katadata Databoks (2020) ‘Survei: Gen Z Paling Banyak Berdonasi Digital saat Pandemi’, Katadata Databoks, 16 December.
- Katadata Databoks (2024) ‘Media Sosial Jadi Sumber Utama Gen Z dalam Mengakses Berita’, Katadata Databoks, 9 February.
- Katadata Insight Center & Kementerian Kominfo (2022) *Status Literasi Digital Indonesia 2022*.
- Koivisto, J. and Hamari, J. (2019) ‘The Rise of Motivational Information Systems: A Review of Gamification Research’, *International Journal of Information Management*, 45, pp. 191–210.
- Li, Y., Lalle, S. and Lundgren, S. (2020) ‘Revisiting the User Experience Honeycomb Model: A Systematic Review and Conceptual Update’, *International Journal of Human–Computer Interaction*, 36(18), pp. 1730–1745.

- Nielsen Norman Group (2020) ‘5 Principles of Visual Design in UX’.
- Norman, D.A. (2013) *The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition*. New York: Basic Books.
- Pillajo, D., Cueva, A., García, L. and Romero, L. (2025) ‘An Interface Design Method Based on Situation Awareness and Immersive Analytics’, *Applied Sciences*, 15(14), 7820.
- Plattner, H., Meinel, C. and Leifer, L. (2018) *Design Thinking Research: Making Design Thinking Foundational*. Cham: Springer.
- Rahman, A. and Kasim, N. (2023) ‘Blockchain for charity: Enhancing transparency in Islamic philanthropy’, *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 16(4), pp. 580–595.
- Ramli, M. and Hamzah, A. (2021) ‘Determinants of adoption of Islamic digital donation platforms’, *International Journal of Islamic Economics*, 3(1), pp. 44–58.
- Rusu, C., Roncagliolo, S. and González, C. (2021) ‘Human-Centred Design: A Review of Methods and Applications in the Digital Transformation Era’, *Computers in Human Behavior Reports*, 4, 100157.
- Ryan, R.M. and Deci, E.L. (2020) *Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*. New York: The Guilford Press.
- Saini, N., Singh, M. and Kaur, G. (2022) ‘Applying User-Centred Design Thinking in Digital Interface Development: A Systematic Framework for Enhanced Usability’, *Behaviour & Information Technology*, 41(15), pp. 3248–3263.
- Seaborn, K. and Fels, D.I. (2021) ‘Gamification in Theory and Action: A Survey’, *Entertainment Computing*, 37, 100410.

Stull, J.D. and Meyers, E.M. (2022) ‘Rethinking the Honeycomb: Contemporary Dimensions of Digital Experience Design’, *Journal of Usability Studies*, 17(3), pp. 121–138.

Tuch, A.N., Roth, S.P. and Hornbæk, K. (2021) ‘The Role of Visual Design in User Experience: A Meta-Analysis on Aesthetics and Usability’, *International Journal of Human–Computer Studies*, 147, 102585.

We Are Social (2025) Digital 2025 – We Are Social Indonesia.

Wiwesa, N.R. (2022) ‘User Interface dan User Experience untuk ...’, *Jurnal Sistem & Teknologi Hijau*.

Xi, N. and Hamari, J. (2023) ‘Does Gamification Satisfy Needs? A Meta-Analysis on the Relationship Between Gamification and Basic Psychological Needs’, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 28(2), pp. 1–23.

Zainuddin, Z., Shujahat, M., Haruna, H. and Chu, S.K.W. (2020) ‘The Role of Gamified e-Learning Platforms in Enhancing Student Engagement and Retention: Evidence from Higher Education’, *Computers & Education*, 145, 103728.

### Lampiran Logbook Kegiatan Magang

Tabel 3.1 Uraian Kegiatan Magang

| No | Hari/Tgl                     | Aktivitas yang Dilakukan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Minggu 1<br>(4-8 Agustus)    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mulai koordinasi final project kepada tim lalu membuat wireframe awal</li> <li>2. Membuat desain sistem dasar untuk website BWA</li> <li>3. Membuat program HTML &amp; upload artikel di WordPress</li> <li>4. Membuat thumbnail untuk artikel minggu 1</li> </ol>                                                      |
| 2  | Minggu 2<br>(11-15 Agustus)  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melanjutkan desain sistem &amp; user journey untuk final project</li> <li>2. Rapat pembahasan desain mobile apps (13 Agustus)</li> <li>3. Upload artikel di WordPress + desain thumbnail</li> <li>4. Take konten video reels</li> </ol>                                                                                 |
| 3  | Minggu 3<br>(18-22 Agustus)  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat prototype interaktif halaman utama web BWA.</li> <li>2. UX audit &amp; perbaikan design system website.</li> <li>3. Mulai menyusun arsitektur informasi (IA) dan user flow awal untuk aplikasi mobile BWA.</li> <li>4. Upload artikel di WordPress.</li> </ol>                                                  |
| 4  | Minggu 4<br>(25-29 Agustus)  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rapat progress desain final project website (27 Agustus).</li> <li>2. Take konten video Reels.</li> <li>3. Editing video Reels untuk Instagram.</li> <li>4. Menyusun sketsa awal (wireframe) layar utama aplikasi mobile (beranda, donasi, dan dashboard pengguna).</li> <li>5. Upload artikel di WordPress.</li> </ol> |
| 5  | Minggu 5<br>(1-5 September)  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melanjutkan desain UI website (corporate/compro web selesai).</li> <li>2. Membuat design system lebih detail untuk website.</li> <li>3. Mulai adaptasi design system ke konteks mobile (warna, tipografi, dan komponen dasar).</li> <li>4. Membuat program WordPress.</li> </ol>                                        |
| 6  | Minggu 6<br>(8-12 September) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Finalisasi fase desain corporate web BWA.</li> <li>2. Membuat prototipe interaktif &amp; dokumentasi desain website.</li> </ol>                                                                                                                                                                                         |

|    |                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                        | <ol style="list-style-type: none"> <li>Menyusun wireframe lanjutan untuk aplikasi mobile (flow donasi dan Saku Wakaf).</li> <li>Editing video Reels.</li> <li>Upload artikel WordPress.</li> </ol>                                                                                                                                                                                             |
| 7  | Minggu 7<br>(15-19 September)          | <ol style="list-style-type: none"> <li>Rapat hasil desain corporate web BWA (17 September).</li> <li>Mulai desain halaman program wakaf &amp; berita untuk website.</li> <li>Menyusun user flow donasi mobile (alur dari pilih proyek sampai pembayaran).</li> <li>Upload artikel.</li> </ol>                                                                                                  |
| 8  | Minggu 8<br>(22-26 September)          | <ol style="list-style-type: none"> <li>Editing video Reels minggu sebelumnya.</li> <li>Menyusun komponen interaktif prototipe web.</li> <li>Membuat high-fidelity mockup awal untuk beranda dan halaman donasi aplikasi mobile.</li> <li>Upload artikel.</li> </ol>                                                                                                                            |
| 9  | Minggu 9<br>(29 September - 3 Oktober) | <ol style="list-style-type: none"> <li>Mulai tahap desain dashboard internal stakeholder (website).</li> <li>Menyusun flow interaksi &amp; wireframe dashboard.</li> <li>Merapikan struktur navigasi utama aplikasi mobile (tab bar: Home, Donasi, Peta, Dashboard).</li> <li>Upload artikel.</li> </ol>                                                                                       |
| 10 | Minggu 10<br>(6-10 Oktober)            | <ol style="list-style-type: none"> <li>Editing video Reels 2.</li> <li>Menyempurnakan UI dashboard internal (website).</li> <li>Menyusun desain awal fitur Saku Wakaf dan halaman Top Up di aplikasi mobile.</li> <li>Upload artikel.</li> </ol>                                                                                                                                               |
| 11 | Minggu 11<br>(13-17 Oktober)           | <ol style="list-style-type: none"> <li>Rapat desain corporate web BWA &amp; desain mobile BWA (15 Oktober).</li> <li>Melakukan revisi desain web berdasarkan feedback stakeholder.</li> <li>Membuat komponen micro-interaction pada prototipe web.</li> <li>Mengembangkan mockup fitur gamifikasi (BWA Gift) dan tampilan tier donatur di aplikasi mobile.</li> <li>Upload artikel.</li> </ol> |
| 12 | Minggu 12<br>(20-24 Oktober)           | <ol style="list-style-type: none"> <li>Editing video Reels 3.</li> <li>Integrasi halaman blog dengan tampilan baru di website.</li> <li>Mengembangkan prototipe interaktif mobile untuk flow donasi dan Saku Wakaf.</li> </ol>                                                                                                                                                                 |

|    |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                               | <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Rapat hasil desain ke stakeholder (24 Oktober).</li> <li>5. Upload artikel.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                  |
| 13 | Minggu 13<br>(27-31 Oktober)  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mulai dokumentasi design system (styleguide, komponen, dll) untuk web dan mobile.</li> <li>2. Review usability prototype bersama tim (website &amp; mobile).</li> <li>3. Menyempurnakan user flow dan komponen UI pada aplikasi mobile berdasarkan hasil review.</li> <li>4. Upload artikel.</li> </ol> |
| 14 | Minggu 14<br>(3-7 November)   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Editing video Reels 4.</li> <li>2. Menyempurnakan interaksi di prototype final (website &amp; mobile).</li> <li>3. Menyelesaikan mockup final aplikasi mobile BWA (beranda, donasi, Saku Wakaf, peta proyek, dashboard pengguna).</li> <li>4. Upload artikel.</li> </ol>                                |
| 15 | Minggu 15<br>(10-14 November) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Finalisasi semua tampilan website BWA (corporate &amp; dashboard).</li> <li>2. Finalisasi tampilan utama dan flow kunci aplikasi mobile (login, donasi, Saku Wakaf, gamifikasi).</li> <li>3. Persiapan presentasi final project (web &amp; mobile).</li> <li>4. Upload artikel.</li> </ol>              |
| 16 | Minggu 16<br>(17-21 November) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presentasi &amp; penyerahan hasil final project (website dan rancangan UI/UX mobile BWA).</li> <li>2. Dokumentasi akhir desain &amp; prototipe interaktif (web dan mobile).</li> <li>3. Upload artikel.</li> </ol>                                                                                      |

(Sumber: Dokumentasi Penulis)



## Lampiran Tugas Mingguan Magang



Gambar 3.5 Pembuatan Artikel dan Desain Thumbnail

(Sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 3.6 Pembuatan Video Reels

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

### Lampiran Cakupan Fitur, Prioritas, dan Batasan (Aplikasi Mobile BWA)

Tabel 3.2 Cakupan Layar/Fitur Inti

| Area    | Layar/Komponen                                           | Deskripsi Ringkas                                                                   | Prioritas (MoSCoW) | Ketergantungan/Catatan           |
|---------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------------------------------|
| Beranda | Kartu Informasi Pengguna                                 | Menampilkan total poin, tier donatur, dan saldo Saku Wakaf sebagai ringkasan status | Must               | Sinkron data akun & Saku Wakaf   |
| Beranda | Akses Cepat: Donasi Rutin                                | Pintasan ke kelola/aktivasi donasi berulang                                         | Must               | Modul penjadwalan donasi         |
| Beranda | Akses Cepat: Laporan                                     | Tautan ke Dashboard Laporan Donatur                                                 | Must               | Ringkasan transaksi pengguna     |
| Beranda | Akses Cepat: Peta Proyek Interaktif                      | Pintasan ke layar peta proyek                                                       | Should             | Pemuatan peta & marker proyek    |
| Beranda | Akses Cepat: BWA Gift                                    | Dashboard gamifikasi (tier/badge) & penukaran hadiah                                | Should             | Logika poin/tier; katalog hadiah |
| Beranda | Konten Dinamis (Kategori Pilihan, Proyek Mendesak, dst.) | Kurasi konten beranda yang fleksibel/skalabel                                       | Should             | Sumber data kampanye & penandaan |
| Donasi  | Direktori Proyek (>20 kategori)                          | Penelusuran dan filter kampanye berdasarkan kategori/tema/area                      | Must               | Skema kategori & metadata proyek |
| Donasi  | Kartu Proyek                                             | Ringkasan tujuan, target, progres, trust signals, CTA                               | Must               | Konsistensi komponen & microcopy |
| Peta    | Peta Proyek Interaktif                                   | Tampilan map bergaya Google Maps; navigasi/zoom dasar                               | Should             | SDK peta; optimasi performa      |

|                    |                              |                                                              |        |                                     |
|--------------------|------------------------------|--------------------------------------------------------------|--------|-------------------------------------|
| Peta               | Pin Proyek & Pop-up          | Klik pin menampilkan ringkasan proyek & tautan detail        | Should | Sinkron lokasi & data proyek        |
| Dashboard Pengguna | Ikhtisar Donatur             | Total donasi, total proyek didukung, total transaksi         | Must   | Agregasi data transaksi             |
| Dashboard Pengguna | Donasi Rutin Aktif           | Daftar status donasi rutin pengguna                          | Must   | Sinkron jadwal & status pembayaran  |
| Checkout           | Langkah 1: Nominal           | Pemilihan nominal (preset/kustom) + indikator progres        | Must   | Validasi nilai & ringkasan biaya    |
| Checkout           | Langkah 2: Data Donatur      | Pilihan: atas nama sendiri, orang lain, anonim “Hamba Allah” | Must   | Kebijakan penamaan/privasi          |
| Checkout           | Langkah 3: Metode Pembayaran | Pilih metode, ringkasan biaya, konfirmasi                    | Must   | Placeholder metode; UI transparansi |

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Tabel 3.3 Batasan (Out of Scope)

| Item                                | Penjelasan                                             | Penanganan Saat Ini                                 |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Integrasi Gateway Pembayaran Aktual | Settlement real-time & rekonsiliasi                    | Placeholder interaktif pada prototipe               |
| Audit/Rekonsiliasi Keuangan         | Pelaporan keuangan formal & regulator                  | Di luar cakupan UI; diasumsikan oleh sistem lembaga |
| Leaderboard Publik Skala Luas       | Peringkat publik penuh antar pengguna                  | Ditunda; fokus pada tier/badge personal & BWA Gift  |
| Infrastruktur Backend Penuh         | Arsitektur data, API produksi, keamanan tingkat lanjut | Disimulasikan; spesifikasi handoff disiapkan        |

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

### Lampiran Indikator Keberhasilan (UX/Kinerja) dan Target Kuantitatif

Tabel 3.4 Indikator Keberhasilan (UX/Kinerja) dan Target Kuantitatif

| Indikator                 | Definisi                                                             | Target Fase Ini                                                    |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| <b>Task Success Rate</b>  | Persentase partisipan yang menyelesaikan tugas kunci tanpa bantuan.  | $\geq 85\%$ untuk alur donasi; $\geq 80\%$ untuk top-up Saku Wakaf |
| <b>Time on Task</b>       | Waktu rata-rata untuk menyelesaikan tugas kunci.                     | Donasi selesai $< 90$ detik;<br>temukan proyek $< 60$ detik        |
| <b>Error Rate</b>         | Proporsi kesalahan pada langkah kritis (mis. input, pemilihan opsi). | $\leq 5\%$ per langkah pada alur donasi                            |
| <b>SUS / UMUX-Lite</b>    | Skor persepsi kegunaan pasca-tugas.                                  | Kategori “Baik” (SUS $\geq 80$ )                                   |
| <b>Perceived Trust</b>    | Persepsi kejelasan biaya & keamanan (skala Likert 1–5).              | Rata-rata $\geq 4,0$                                               |
| <b>Intention to Reuse</b> | Niat menggunakan ulang aplikasi (skala Likert 1–5).                  | Rata-rata $\geq 4,0$                                               |

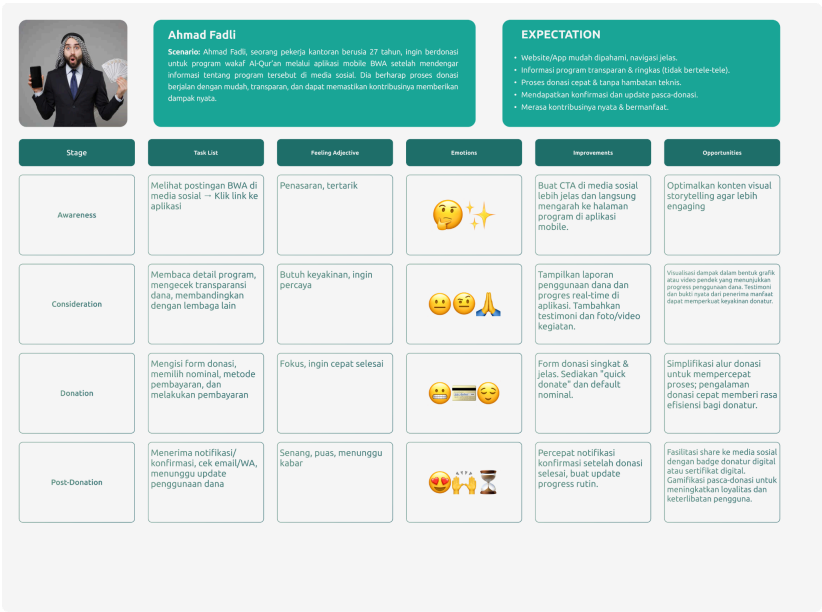
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Lampiran User Persona dan Journey Map



Gambar 3.7 User Persona untuk Aplikasi Mobile BWA

(Sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 3.8 UserJourney Map

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

### Lampiran Kebutuhan Fungsional & Non Fungsional

Tabel 3.5 Kebutuhan Fungsional &amp; Non Fungsional

| <b>Fungsional</b>                         | <b>Non-Fungsional</b>                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Pencarian &amp; filter proyek</b>      | <b>Keamanan &amp; privasi:</b> Enkripsi data dan otentikasi untuk melindungi informasi pribadi dan transaksi.                                               |
| <b>Alur donasi 3 langkah</b>              | <b>Kecepatan &amp; responsif:</b> Aplikasi harus memuat dalam waktu kurang dari 2 detik dan memiliki interaksi yang responsif di berbagai perangkat.        |
| <b>Saku Wakaf</b>                         | <b>Aksesibilitas:</b> Menyediakan elemen UI yang mudah diakses oleh pengguna dengan keterbatasan fisik, serta memungkinkan penyesuaian ukuran font.         |
| <b>Dashboard pengguna</b>                 | <b>Kompatibilitas perangkat:</b> Aplikasi harus bekerja dengan lancar di berbagai perangkat, termasuk yang memiliki spesifikasi menengah.                   |
| <b>Proyek &amp; riwayat donasi</b>        | <b>Ketersediaan &amp; reliabilitas:</b> Aplikasi harus tersedia sepanjang waktu dan dapat diakses tanpa gangguan, serta mengutamakan downtime yang minimal. |
| <b>Notifikasi &amp; konfirmasi donasi</b> | <b>User-friendly:</b> Antarmuka yang intuitif dan mudah dipahami oleh pengguna dari berbagai usia dan tingkat keahlian teknologi.                           |

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

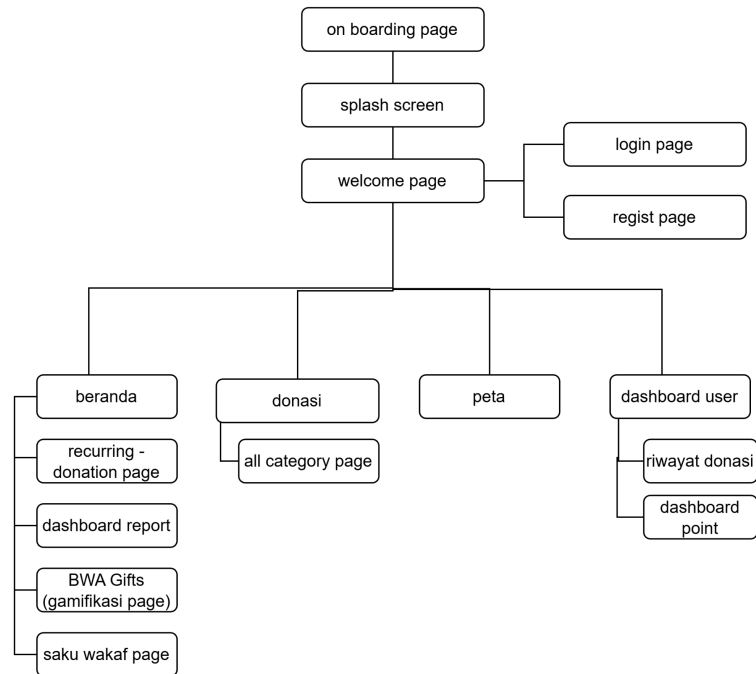
## Lampiran Prioritas MoSCoW

Tabel 3.6 Kebutuhan Fungsional & Non Fungsional

| Prioritas          | Fitur                                                             | Deskripsi                                                                                                 |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Must Have</b>   | Alur Donasi 3 Langkah                                             | Proses donasi yang mudah dan cepat: memilih nominal, mengisi data donatur, dan memilih metode pembayaran. |
|                    | Pencarian dan Filter Proyek                                       | Fitur untuk mencari proyek berdasarkan kategori, area, atau tag tertentu.                                 |
|                    | Dashboard Pengguna                                                | Menampilkan ringkasan donasi yang dilakukan, total transaksi, dan status donasi rutin.                    |
| <b>Should Have</b> | Fitur Gamifikasi (Tier, Badge)                                    | Menyediakan penghargaan berupa level dan badge untuk donatur yang berkontribusi secara rutin.             |
|                    | Saku Wakaf                                                        | Fitur untuk menyimpan saldo sementara, memantau riwayat transaksi, dan mempercepat transaksi.             |
| <b>Could Have</b>  | Peta Proyek Interaktif                                            | Peta interaktif untuk menampilkan lokasi proyek yang dapat diklik untuk melihat detailnya.                |
|                    | Laporan Dampak Proyek                                             | Menyediakan laporan visual mengenai dampak dari donasi yang diberikan.                                    |
| <b>Won't Have</b>  | Sistem Leaderboard Publik                                         | Peringkat publik donatur untuk saat ini tidak akan diterapkan.                                            |
|                    | Integrasi Pembayaran Lain (selain yang disediakan oleh prototipe) | Integrasi dengan metode pembayaran selain yang tersedia di prototipe tidak akan dilakukan pada fase ini.  |

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

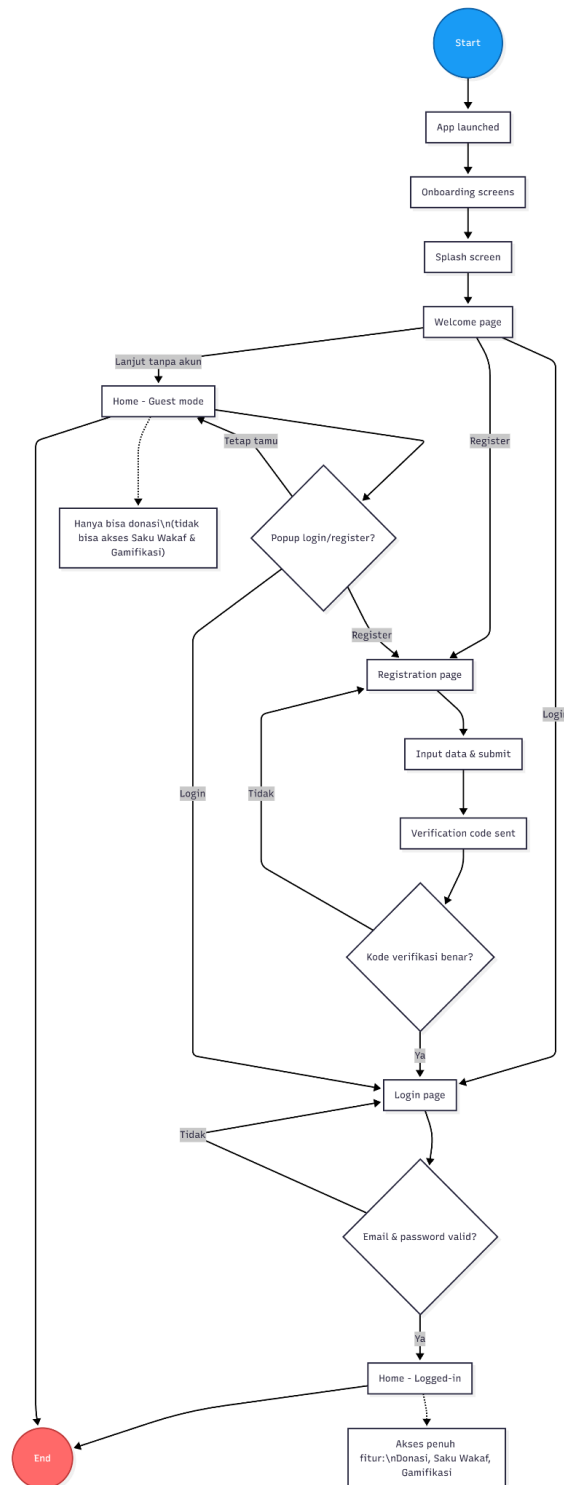
## Lampiran IA & User Flow



Gambar 3.9 *Information Architecture*

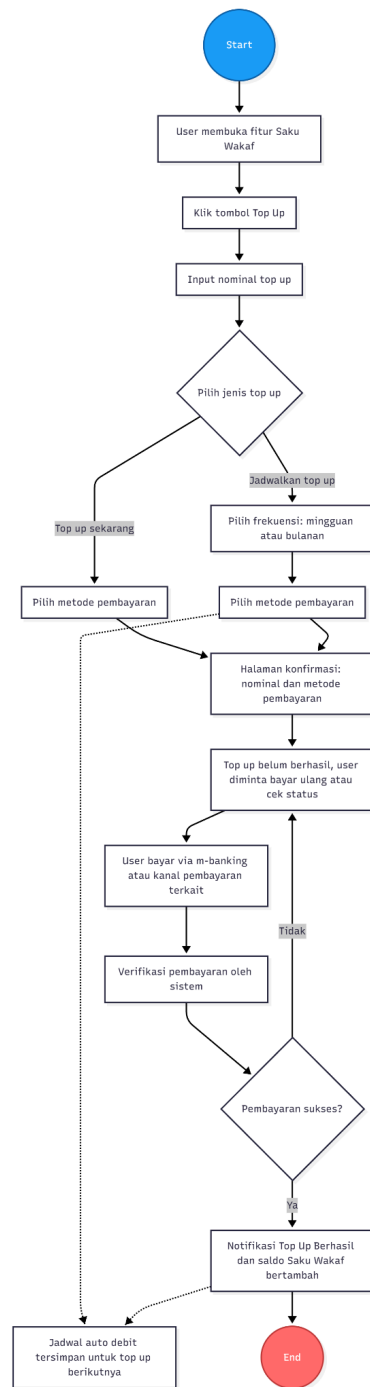
(Sumber: Dokumentasi Penulis)





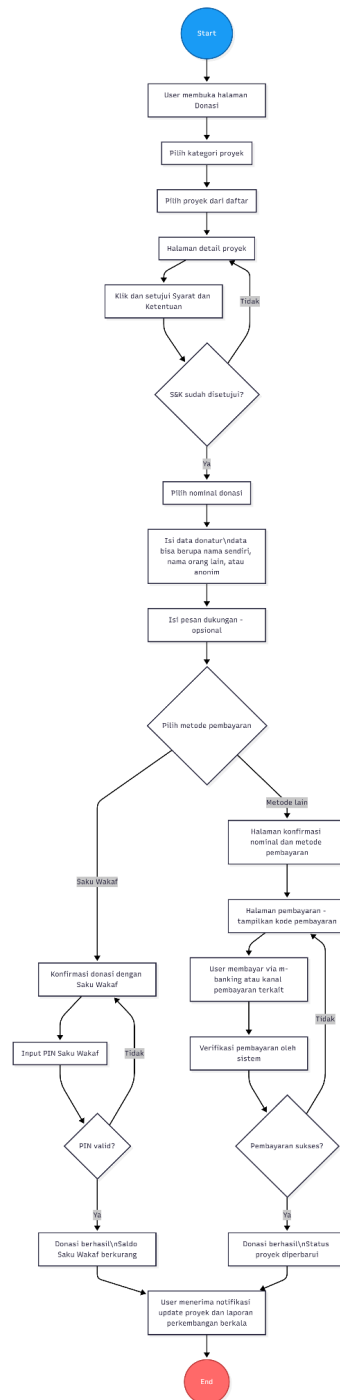
Gambar 3.10 *Login dan Register Flow*

**(Sumber: Dokumentasi Penulis)**



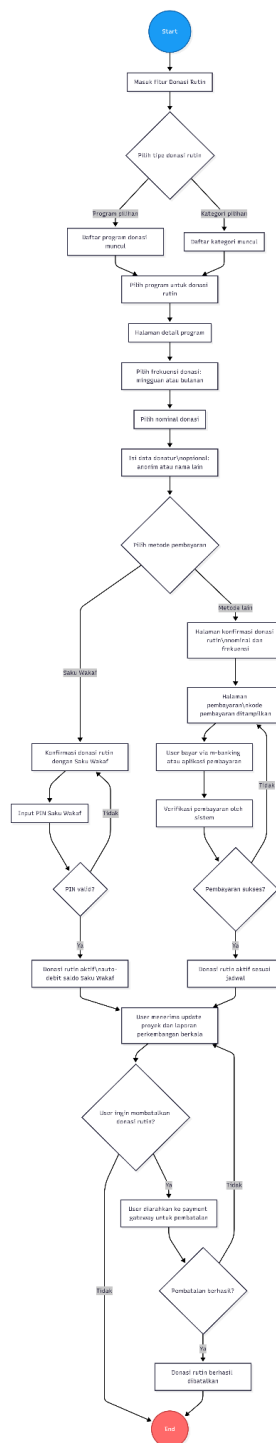
Gambar 3.11 *Top Up Flow*

(Sumber: Dokumentasi Penulis)



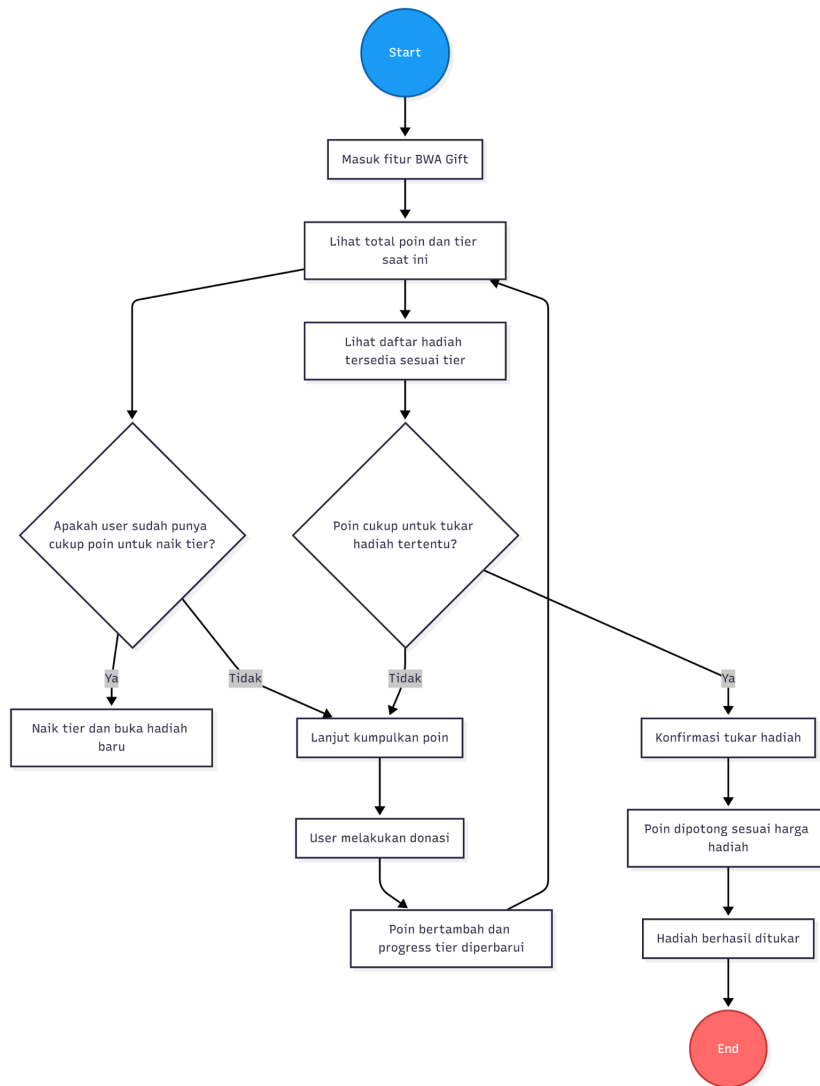
Gambar 3.12 *Donation Flow*

(Sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 3.13 *Recurring Donation Flow*

(Sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 3.14 *Gamifikasi Flow*

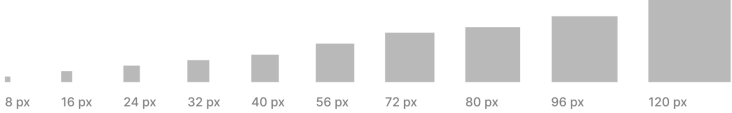
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

## Lampiran Design System

Tabel 3.7 Design System

| Aspek Design System | Visual                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |             |           |             |           |       |         |           |       |         |           |       |       |           |       |         |           |       |         |           |       |       |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------|---------|-----------|-------|---------|-----------|-------|-------|-----------|-------|---------|-----------|-------|---------|-----------|-------|-------|
| Warna               | <div>01. Colors</div> <div>Brand Colors</div> <div><div><div></div><div>Primary / #092C4C</div></div><div><div></div><div>Secondary / #F2994A</div></div></div> <div>Tag Colors</div> <div><div><div></div><div>Water<br/>#2F80ED</div></div><div><div></div><div>Wakaf quran<br/>#27AE60</div></div><div><div></div><div>sedekah<br/>#E2B93B</div></div><div><div></div><div>Indonesia Belajar<br/>#EB5757</div></div></div> <div>Tag Colors</div> <div><div><div></div><div>zakat p2p<br/>#B42FED</div></div><div><div></div><div>wakaf produktif<br/>#5427AE</div></div><div><div></div><div>tebar cahaya<br/>#E2943B</div></div><div><div></div><div>wakaf dakwah<br/>#68EB57</div></div></div> <div>Black Colors</div> <div><div><div></div><div>Black 1<br/>#000000</div></div><div><div></div><div>Black 2<br/>#1D1D1D</div></div><div><div></div><div>Black 3<br/>#282828</div></div><div><div></div><div>White<br/>#FFFFFF</div></div></div> <div>Grey Colors</div> <div><div><div></div><div>Gray 1<br/>#333333</div></div><div><div></div><div>Gray 2<br/>#4F4F4F</div></div><div><div></div><div>Gray 3<br/>#828282</div></div><div><div></div><div>Gray 4<br/>#BDBDBD</div></div><div><div></div><div>Gray 5<br/>#E0E0E0</div></div></div> |             |           |             |           |       |         |           |       |         |           |       |       |           |       |         |           |       |         |           |       |       |
| Tipografi           | <div>02. Typography</div> <div><div><div>Aa</div><div>Heading</div><div>Line height and paragraph spacing for heading is 1.1 x font size</div></div><div><div>Open Sans</div><div>Google Fonts</div><table><thead><tr><th>Name</th><th>Font size</th><th>Line Height</th></tr></thead><tbody><tr><td>Heading 1</td><td>56 px</td><td>61.6 px</td></tr><tr><td>Heading 2</td><td>48 px</td><td>52.8 px</td></tr><tr><td>Heading 3</td><td>40 px</td><td>44 px</td></tr><tr><td>Heading 4</td><td>32 px</td><td>35.2 px</td></tr><tr><td>Heading 5</td><td>24 px</td><td>26.4 px</td></tr><tr><td>Heading 6</td><td>20 px</td><td>22 px</td></tr></tbody></table></div></div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Name        | Font size | Line Height | Heading 1 | 56 px | 61.6 px | Heading 2 | 48 px | 52.8 px | Heading 3 | 40 px | 44 px | Heading 4 | 32 px | 35.2 px | Heading 5 | 24 px | 26.4 px | Heading 6 | 20 px | 22 px |
| Name                | Font size                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Line Height |           |             |           |       |         |           |       |         |           |       |       |           |       |         |           |       |         |           |       |       |
| Heading 1           | 56 px                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 61.6 px     |           |             |           |       |         |           |       |         |           |       |       |           |       |         |           |       |         |           |       |       |
| Heading 2           | 48 px                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 52.8 px     |           |             |           |       |         |           |       |         |           |       |       |           |       |         |           |       |         |           |       |       |
| Heading 3           | 40 px                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 44 px       |           |             |           |       |         |           |       |         |           |       |       |           |       |         |           |       |         |           |       |       |
| Heading 4           | 32 px                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 35.2 px     |           |             |           |       |         |           |       |         |           |       |       |           |       |         |           |       |         |           |       |       |
| Heading 5           | 24 px                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 26.4 px     |           |             |           |       |         |           |       |         |           |       |       |           |       |         |           |       |         |           |       |       |
| Heading 6           | 20 px                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 22 px       |           |             |           |       |         |           |       |         |           |       |       |           |       |         |           |       |         |           |       |       |

</

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Spacing</p>   | <h2>05. Spacing</h2> <p>Levels</p>  <p>8 px 16 px 24 px 32 px 40 px 56 px 72 px 80 px 96 px 120 px</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p>Textfield</p> | <h2>06. Textfields</h2> <p>Label , Status &amp; Placeholder</p> <p><b>Label</b></p> <p>Placeholder</p> <p>Status</p> <p><b>Input Rules:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Padding Left → 2 x font size</li> <li>Padding Top-Bottom → 1 x font size</li> <li>Padding Right(icon) → 2 x font size</li> </ul> <p>Input Form ( No label &amp; Status )</p> <p>Input Text</p> <p>Input Form + Status ( No label )</p> <p>Input Text</p> <p>Status</p> <p>Input State</p> <p>Input Text</p> <p>Success !</p> <p>Input Form + Label</p> <p>Label Sample</p> <p>Input text</p> <p>Input Form + Label &amp; Status</p> <p>Label Sample</p> <p>Input Text Here</p> <p>Empty</p> <p>Input Icon + Label + Status</p> <p>Label Sample</p> <p>Input Text icon</p> <p>Status</p> <p>Text Area</p> <p>Label Sample</p> <p>Enter Text Here</p> <p>Warning !</p> <p>Error !</p>                                              |
| <p>Selectors</p> | <h2>07. Selectors</h2> <p>Dropdown</p> <p>Dropdown</p> <p>Option 1</p> <p>Option 2</p> <p>Option 3</p> <p>Checkbox</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Checkbox</p> <p><input type="checkbox"/> Checkbox</p> <p><input type="checkbox"/> Checkbox</p> <p>Radio Button</p> <p><input checked="" type="radio"/> Radio Button</p> <p><input type="radio"/> Radio Button</p> <p><input type="radio"/> Radio Button</p> <p>Toggle</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Toggle ON</p> <p><input type="checkbox"/> Toggle OFF</p> <p>Large Selectors</p> <p>No Additions</p> <p>No Additions</p> <p>Pagination</p> <p>1 2 3</p> <p>Breadcrumbs</p> <p>Home &gt; Detail &gt; Pricing</p> <p>Tabs</p> <p>Section 1 Section 2</p> <p>Date Picker</p> <p>Agustus 2020</p> <p>S M T W T F S</p> <p>1 2 3 4 5 6 7</p> <p>8 9 10 11 12 13 14</p> <p>15 16 17 18 19 20 21</p> <p>22 23 24 25 26 27 28</p> <p>29 30 31</p> |



Buttons

08. Buttons

**Button Rules:**

Padding Left Right → 5 x font size

Padding Top Bottom → 1 x font size

**Full-width Button :**

Left Right → determined by the device width

Top Bottom → 1 x font size

Color

Primary

Secondary

Size

Small

Normal

Medium

Large

Full-width

Default

Hover

Active

Disable

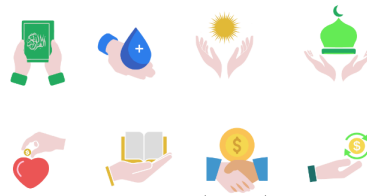
Variants

|         | Normal               | Outline              | Icon Text              | Icon     |
|---------|----------------------|----------------------|------------------------|----------|
| Default | <p>Button Sample</p> | <p>Button Sample</p> | <p>+ Button Sample</p> | <p>+</p> |
| Hover   | <p>Button Sample</p> | <p>Button Sample</p> | <p>+ Button Sample</p> | <p>+</p> |
| Active  | <p>Button Sample</p> | <p>Button Sample</p> | <p>+ Button Sample</p> | <p>+</p> |
| Disable | <p>Button Sample</p> | <p>Button Sample</p> | <p>+ Button Sample</p> | <p>+</p> |

Ilustrasi

## 09. Illustration

### Program Icon



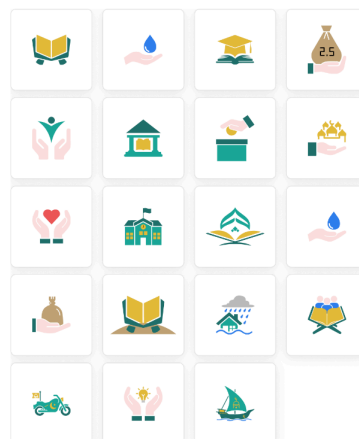
### Avatars



### Onboarding Illustration



### Category Icon



### Pop up Illustration



### Login/regist illustration



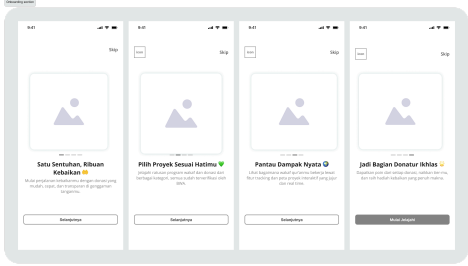
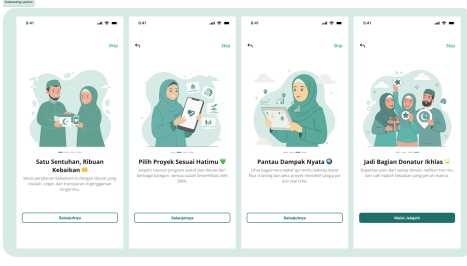
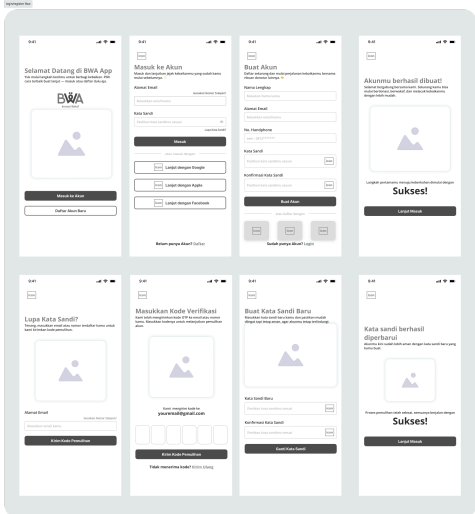
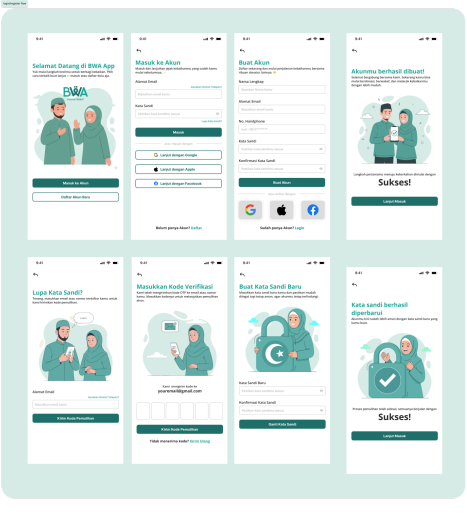
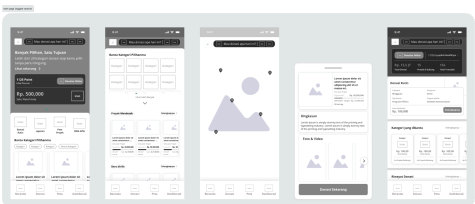
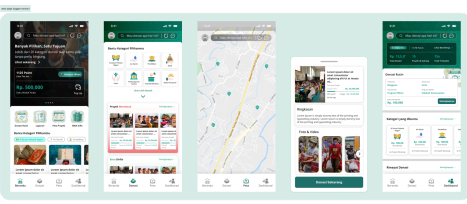
### Recurring Illustration

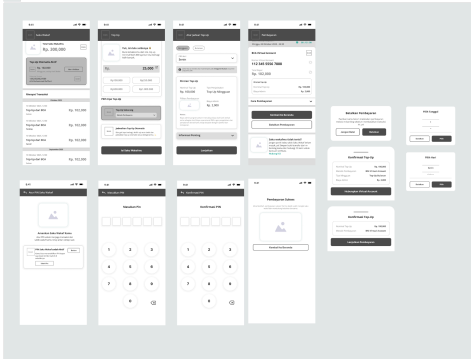
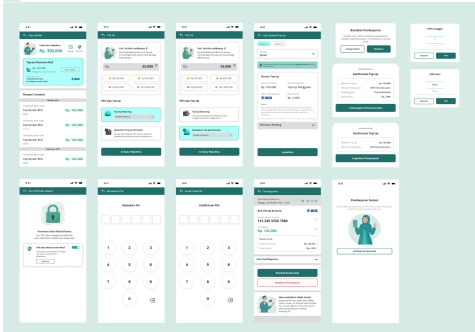
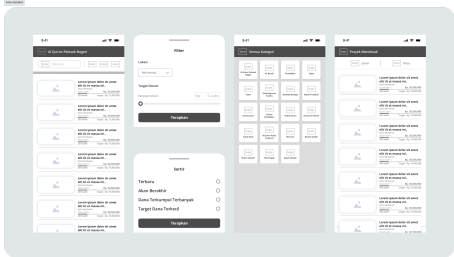
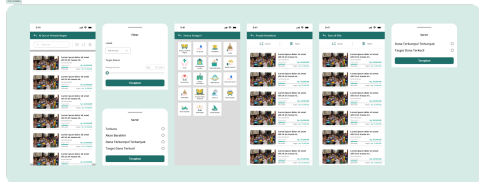
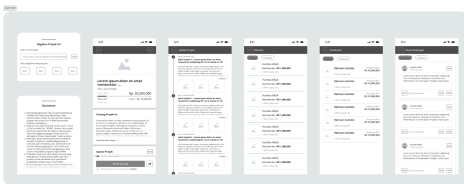
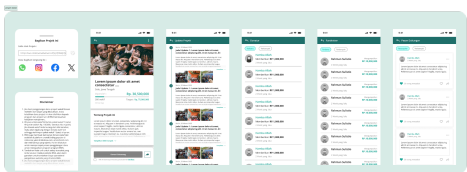
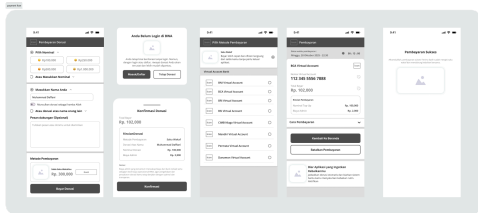
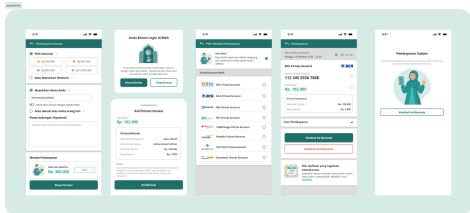


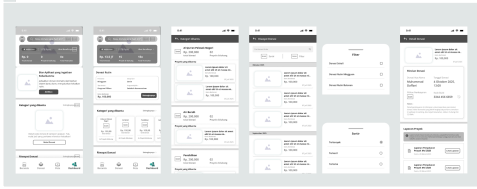
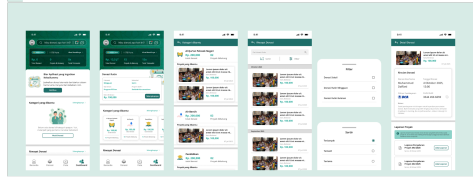
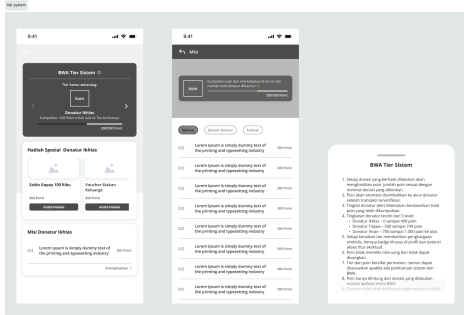
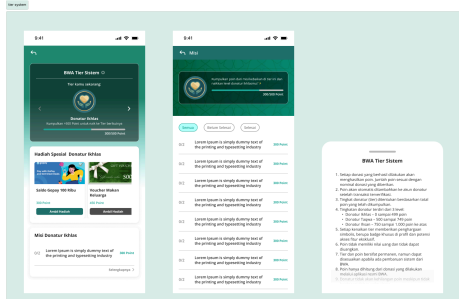
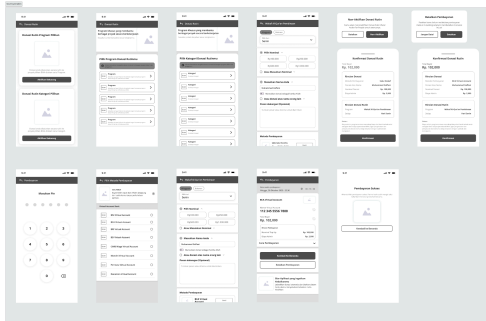
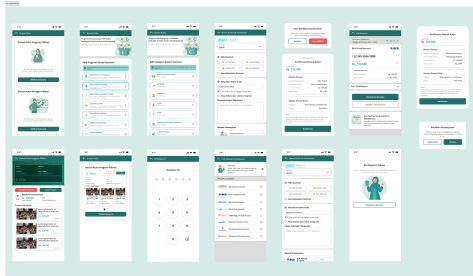
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

## Lampiran Wireframe dan High Fidelity (Mockup)

Tabel 3.8 Wireframe dan High Fidelity (Mockup) Aplikasi Mobile BWA

| Onboarding Page                                                                     |                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Wireframe                                                                           | High-Fidelity (Mockup)                                                               |
|    |    |
| Login/Register Page                                                                 |                                                                                      |
| Wireframe                                                                           | High-Fidelity (Mockup)                                                               |
|  |  |
| Main Page                                                                           |                                                                                      |
| Wireframe                                                                           | High-Fidelity (Mockup)                                                               |
|  |  |

| Top up Page                                                                         |                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Wireframe                                                                           | High-Fidelity (Mockup)                                                               |
|    |    |
| Donation Page                                                                       |                                                                                      |
| Wireframe                                                                           | High-Fidelity (Mockup)                                                               |
|   |   |
| Detail Project Page                                                                 |                                                                                      |
| Wireframe                                                                           | High-Fidelity (Mockup)                                                               |
|  |  |
| Payment Page                                                                        |                                                                                      |
| Wireframe                                                                           | High-Fidelity (Mockup)                                                               |
|  |  |

| Dashboard Page                                                                      |                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Wireframe                                                                           | High-Fidelity (Mockup)                                                               |
|    |    |
| Gamification Page                                                                   |                                                                                      |
| Wireframe                                                                           | High-Fidelity (Mockup)                                                               |
|   |   |
| Recurring Donation Page                                                             |                                                                                      |
| Wireframe                                                                           | High-Fidelity (Mockup)                                                               |
|  |  |

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

**Lampiran Prototipe Interaktif Aplikasi**



*Gambar 3.15 Sgan QR Figma Prototipe Aplikasi*

**(Sumber: Dokumentasi Penulis)**

### Lampiran Perancangan Pengujian

Tabel 3.9 Skenario Pengujian

| Task                              | Deskripsi                                                                   |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| <b>T1 – Login / Register</b>      | Pengguna mencoba login atau membuat akun baru sebelum menggunakan aplikasi  |
| <b>T2 – Donasi Sekali Bayar</b>   | Pengguna memilih proyek, mengisi data donatur, dan menyelesaikan pembayaran |
| <b>T3 – Donasi Rutin</b>          | Pengguna menjadwalkan donasi dan mengaktifkan metode pembayaran             |
| <b>T4 – Top Up Saku Wakaf</b>     | Pengguna menambah saldo ke Saku Wakaf dan menunggu status berhasil          |
| <b>T5 – Gamifikasi (BWA Gift)</b> | Pengguna menukar poin dengan hadiah yang tersedia sesuai tier               |

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Tabel 3.10 Instrumen Pengujian *System Usability Scale* (SUS)

| No | Aspek yang Diukur               | Pernyataan                                        | Indikator Positif/Negatif | Skala      |
|----|---------------------------------|---------------------------------------------------|---------------------------|------------|
| 1  | Usefulness / Intensi Penggunaan | Saya merasa akan sering menggunakan aplikasi ini. | +                         | Likert 1–5 |

|    |                      |                                                                                |   |            |
|----|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------|---|------------|
| 2  | Kompleksitas         | Saya merasa aplikasi ini terlalu rumit untuk digunakan.                        | – | Likert 1–5 |
| 3  | Kemudahan Penggunaan | Saya merasa aplikasi ini mudah digunakan.                                      | + | Likert 1–5 |
| 4  | Kebutuhan Bantuan    | Saya membutuhkan bantuan orang lain untuk menggunakan aplikasi ini.            | – | Likert 1–5 |
| 5  | Konsistensi Sistem   | Saya merasa fitur-fitur dalam aplikasi ini berfungsi secara konsisten.         | + | Likert 1–5 |
| 6  | Inkonsistensi Sistem | Saya merasa aplikasi ini memiliki banyak inkonsistensi.                        | – | Likert 1–5 |
| 7  | Learnability         | Saya merasa pengguna lain dapat belajar menggunakan aplikasi ini dengan cepat. | + | Likert 1–5 |
| 8  | Kebingungan Navigasi | Saya merasa aplikasi ini membingungkan untuk digunakan.                        | – | Likert 1–5 |
| 9  | Confidence           | Saya merasa percaya diri saat menggunakan aplikasi ini.                        | + | Likert 1–5 |
| 10 | Beban Belajar        | Saya perlu belajar banyak sebelum dapat menggunakan aplikasi ini dengan benar. | – | Likert 1–5 |

(Sumber: Dokumentasi Penulis)



Tabel 3.11 Instrumen Pengujian *Task-Based Usability*

| <b>Aspek yang Dinilai</b> | <b>Definisi</b>                                        | <b>Pertanyaan</b>                                                                         | <b>Jenis Jawaban</b> |
|---------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| Task Success Rate         | Apakah tugas dapat diselesaikan hingga akhir           | “Apakah Anda berhasil menyelesaikan tugas ini sesuai instruksi hingga tahap akhir?”       | Pilihan (Ya/Tidak)   |
| Time on Task              | Estimasi durasi pengerjaan tugas secara spesifik       | “Berapa lama waktu yang Anda butuhkan untuk menyelesaikan tugas ini? (dalam detik/menit)” | Isian singkat        |
| Error / Friksi            | Apakah pengguna mengalami kesulitan atau salah langkah | “Apakah ada bagian yang membingungkan atau menyulitkan dalam tugas ini?”                  | Pilihan (Ya/Tidak)   |
| Keterangan Error          | Lokasi atau sumber kebingungan                         | “Jika Ya, bagian mana yang membingungkan?”                                                | Paragraf singkat     |
| User Comments             | Saran dan insight kualitatif                           | “Berikan saran untuk meningkatkan pengalaman pengguna terkait tugas ini!”                 | Paragraf (Opsional)  |

### Lampiran Pelaksanaan Pengujian

Tabel 3.12 Tabel Profil Responden

| Nama                     | Usia        | Pekerjaan              | Pengalaman berdonasi digital | Jenis perangkat yang digunakan | Familiaritas dengan aplikasi donasi digital |
|--------------------------|-------------|------------------------|------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------|
| Zalfa                    | 18–24 Tahun | Pelajar / Mahasiswa    | 3                            | IOS                            | 4                                           |
| Shahrazly                | 18–24 Tahun | Pelajar / Mahasiswa    | 2                            | Android                        | 2                                           |
| Daniel Hidayat           | 25–34 Tahun | Karyawan Swasta        | 2                            | Android                        | 3                                           |
| Dinda Ayuningtyas        | 18–24 Tahun | Pelajar / Mahasiswa    | 3                            | IOS                            | 3                                           |
| Meifadina                | 25–34 Tahun | Ibu Rumah Tangga       | 3                            | IOS                            | 5                                           |
| Aulia Tifani             | 25–34 Tahun | Pegawai Negeri / ASN   | 1                            | IOS                            | 1                                           |
| Jessica Valerie Setiawan | 35–44 Tahun | Karyawan Swasta        | 2                            | IOS                            | 4                                           |
| Alwa                     | 35–44 Tahun | Pegawai Negeri / ASN   | 3                            | Android                        | 4                                           |
| zalfa zakiyyah           | 25–34 Tahun | Wirausaha / Freelancer | 1                            | Android                        | 4                                           |
| Fadilla Putri            | 35–44 Tahun | Pegawai Negeri / ASN   | 4                            | IOS                            | 4                                           |

(Sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 3.16 *Bukti Pelaksanaan Pengujian*

(Sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 3.17 *Scan QR Data Mentah Form Response*

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

### Lampiran Analisis Pengujian

Tabel 3.13 Hasil Perhitungan Skor SUS per Responden

| ID Responden | Skor SUS (0–100) |
|--------------|------------------|
| R1           | 72,50            |
| R2           | 67,50            |
| R3           | 80,00            |
| R4           | 82,50            |
| R5           | 92,50            |
| R6           | 72,50            |
| R7           | 85,00            |
| R8           | 57,50            |
| R9           | 90,00            |
| R10          | 60,00            |

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Tabel 3.14 Statistik Deskriptif SUS

#### Descriptive Statistics

|                    | N  | Minimum | Maximum | Mean    | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|---------|----------------|
| SUS_total          | 10 | 57.50   | 92.50   | 76.0000 | 12.03005       |
| Valid N (listwise) | 10 |         |         |         |                |

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Tabel 3.15 Hasil Uji Reliabilitas

| <b>Reliability Statistics</b> |            |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha              | N of Items |
| .857                          | 10         |

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Tabel 3.16 Perhitungan Cronbach's Alpha

| <b>Item-Total Statistics</b> |                            |                                |                                  |                                  |
|------------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
|                              | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Q1                           | 36.9000                    | 20.989                         | .391                             | .856                             |
| Q3                           | 36.0000                    | 19.778                         | .465                             | .852                             |
| Q5                           | 36.6000                    | 18.711                         | .739                             | .831                             |
| Q7                           | 36.0000                    | 18.889                         | .622                             | .839                             |
| Q9                           | 36.5000                    | 17.833                         | .767                             | .826                             |
| Q2R                          | 36.2000                    | 19.733                         | .538                             | .846                             |
| Q4R                          | 36.2000                    | 22.178                         | .015                             | .900                             |
| Q6R                          | 36.6000                    | 18.711                         | .739                             | .831                             |
| Q8R                          | 36.1000                    | 16.989                         | .809                             | .820                             |
| Q10R                         | 36.5000                    | 16.722                         | .791                             | .821                             |

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Tabel 3.17 Rekapitulasi *Task Success Rate* Pengujian *Task-Based Usability*

| <b>Kode Tugas</b> | <b>Jumlah Responden Berhasil (dari 10)</b> | <b>Jumlah Responden Tidak Berhasil</b> | <b>Persentase Keberhasilan (%)</b> |
|-------------------|--------------------------------------------|----------------------------------------|------------------------------------|
| T1                | 10                                         | 0                                      | 100%                               |

|    |    |   |      |
|----|----|---|------|
| T2 | 10 | 0 | 100% |
| T3 | 9  | 1 | 90%  |
| T4 | 10 | 0 | 100% |
| T5 | 9  | 1 | 90%  |

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Tabel 3.18 Statistik Deskriptif *Time on Task* Pengujian *Task-Based Usability*

| Descriptive Statistics |    |         |         |       |                |
|------------------------|----|---------|---------|-------|----------------|
|                        | N  | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation |
| T1_time                | 10 | 15      | 60      | 36.80 | 14.022         |
| T2_time                | 10 | 4       | 65      | 39.30 | 18.697         |
| T3_time                | 10 | 5       | 50      | 34.30 | 13.350         |
| T4_time                | 10 | 30      | 40      | 34.40 | 4.377          |
| T5_time                | 10 | 6       | 50      | 33.40 | 12.483         |
| Valid N (listwise)     | 10 |         |         |       |                |

(Sumber: Dokumentasi Penulis)