

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bagian ini akan dijelaskannya terkait dengan latar belakang yang mendasari penelitian, rumusan masalah dan tujuan penelitian, serta adanya batasan dan manfaat pada penelitian ini.

1.1. Latar Belakang

E-commerce menjadi saluran utama yang mendukung adanya kegiatan pemasaran dan penjualan produk (Rosário & Raimundo, 2021). Menurut (Rizqi et al., 2024) penggunaan *e-commerce* memungkinkan perusahaan untuk menjangkau pelanggan secara lebih luas tanpa batasan geografis. Selain itu, *e-commerce* memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk membandingkan produk, melihat ulasan, dan melakukan pembelian produk yang mereka butuhkan atau mereka inginkan. *E-commerce* memberi peran penting dalam meningkatkan pengalaman pelanggan melalui fitur-fitur yang interaktif dan informatif. Oleh karena itu, perusahaan yang memanfaatkan *e-commerce* secara optimal memiliki peluang lebih besar untuk memenangkan pasar dan adanya relasi yang tumbuh secara baik dengan pelanggan (Pandowo et al., 2023).

Peran dari sebuah *website* juga begitu penting untuk memberikan informasi terkait sebuah berita, ilmu pengetahuan, kegiatan transaksi, atau bahkan sebuah profil perusahaan (Arafat et al., 2022). Dengan era yang saat ini serba cepat, *website* menjadi bagian penting yang pastinya akan digunakan oleh banyak pengguna untuk mencari sebuah informasi. Pada sebuah perusahaan, *website* tidak hanya digunakan untuk mengenalkan profil perusahaan seperti overview, visi, dan misi, tetapi juga dapat berfungsi sebagai media pemasaran, pelayanan pelanggan, hingga transaksi penjualan produk secara daring. Sebagai contoh, pada *website* LG Indonesia (www.lg.com/id) dan Philips Indonesia (www.philips.co.id) tidak hanya menampilkan profil perusahaan, tetapi juga menyediakan katalog produk lengkap dengan spesifikasi, fitur, dan dukungan layanan purna jual untuk pengguna. *Website* tersebut berperan untuk memudahkan para pengguna agar dapat mengerti informasi terkait dengan *website* yang sedang mereka telusuri (Utarki et al., 2020). Maka dari

hal tersebut, tampilan antar muka yang dilihat oleh pengguna dan pengalaman pengguna dalam menggunakan sebuah *website* harus memiliki desain yang baik dan mengandung informasi yang mudah dimengerti para pengguna.

User Interface (UI) memiliki sebuah peran untuk menunjukkan sebuah tampilan awal yang dapat dilihat oleh pengguna seperti halnya sebuah tampilan desain visual, pemilihan sebuah warna, ukuran dan jenis *font* yang digunakan, hingga pada sebuah tata letak yang disajikan pada pengguna pada sebuah website (Putra Christover Sitorus et al., 2024). Sedangkan, *User Experience* (UX) juga memiliki peran penting untuk menyelaraskan interaksi pengguna dengan tampilan visual yang ada pada sebuah *website*, seperti halnya pengguna dapat merasakan sebuah pengalaman pada saat menggunakan sebuah *website* dimana pengguna juga merasakan kemudahan untuk mengetahui dan memahami informasi yang ada pada *website* tersebut (Umiga, 2022). Dengan demikian, kombinasi UI yang menarik dan UX yang efisien akan membantu meningkatkan kepuasan pengguna terkait penggunaan sebuah *website*. Kedua elemen ini saling melengkapi untuk menciptakan kesan yang baik dan mendorong pengguna untuk menggunakan *website*. Selain itu, juga penting untuk memperhatikan sebuah nilai kegunaan terhadap sebuah *website*.

Magnustek, sebagai perusahaan yang menjual *LED Videotron*, turut memanfaatkan *e-commerce* untuk memasarkan produk-produknya. Selain itu, Magnustek juga menggunakan platform lain seperti media sosial Instagram dan *website* perusahaan resmi untuk mendukung strategi pemasaran. Dalam upaya menjual produk-produk *LED Videotron*, perusahaan ini selalu berusaha memberikan produk berkualitas baik, baik dari segi fungsi, tampilan, maupun kegunaan, sesuai kebutuhan pelanggan. Produk-produk yang dipasarkan memiliki berbagai jenis dan kategori, dengan spesifikasi berbeda-beda yang disesuaikan dengan tujuan penggunaannya. Oleh sebab itu, penyediaan informasi produk yang jelas dan menarik menjadi aspek penting untuk membantu pelanggan memahami produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Pada saat ini operasional *website* perusahaan Magnustek masih berjalan kurang optimal. Para pengguna masih belum sepenuhnya mengakses dan menggunakan *website* Magnustek untuk kebutuhan mencari informasi terkait dengan perusahaan

maupun produk yang dipasarkan. Berdasarkan dari hasil wawancara pada (Lampiran 2) dengan direktur utama perusahaan Magnustek, Fran Yonatan, beliau mengatakan bahwa operasional *website* Magnustek tidak sepenuhnya dijalankan secara fungsional oleh pengguna dan masih cenderung menggunakan platform *website* lain dan marketplace dalam hal untuk mencari informasi produk serta transaksi pembelian. Dalam menjalankan transaksi pembelian produk, perusahaan Magnustek memiliki dua model bisnis utama. Pada model bisnis B2B (*Business-to-Business*), transaksi dilakukan melalui platform *website e-catalogue*, yang dirancang untuk melayani instansi pemerintah. Platform ini memfasilitasi penjualan produk yang memenuhi persyaratan lisensi TKDN (Tingkat Komponen Dalam Negeri). Sementara itu, untuk model bisnis B2C (*Business-to-Consumer*), perusahaan Magnustek memasarkan produknya melalui platform *marketplace* populer seperti Tokopedia, yang ditujukan untuk konsumen individu. Pada penelitian ini fokus proses bisnis ada pada model bisnis B2B (*Business-to-Business*). Hal tersebut dikarenakan dari banyaknya pelanggan yang melakukan transaksi adalah instansi pemerintahan. Namun jika transaksi dilakukan pada platform *website-catalogue*, membuat kurang efisiensinya dalam bertransaksi. Selain itu adanya kemungkinan pelanggan merasa kesulitan dalam mencari informasi terkait produk. Menurut (Sofiani & Nurhidayat, 2019) dengan penggunaan *website e-commerce* pada perusahaan secara internal, dapat membuat kepercayaan dari berbagai pihak terutama para pelanggan. Selain itu, juga dapat memudahkan pelanggan melakukan transaksi dengan mudah terpercaya. Selain itu, sebagai perusahaan dengan kategori skala besar berdasarkan aset dan omzet yang dimilikinya, Magnustek perlu mempertimbangkan penggunaan *website* resmi perusahaan sebagai media utama untuk mendukung operasional dan mengoptimalkan proses bisnisnya. Menurut (Sriwidya Lafu, 2021) teknologi web yang ada pada internet berperan sangat penting, sehingga memungkinkan organisasi atau perusahaan memasuki pasar dengan cara yang mudah, murah, dan tanpa batasan, serta mampu bersaing dengan kompetitor lain.

Pada tampilan *website* Magnustek saat ini, terbilang masih kurang baik dari berbagai aspek, seperti halnya fitur-fitur yang tersedia tidak berfungsi sesuai dengan kegunaannya. Selain itu, informasi terkait dengan produk yang diberikan

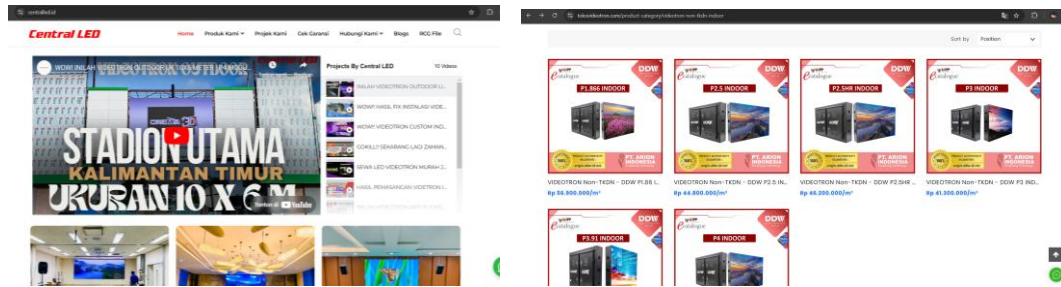
masih kurang jelas dan belum ter-kategori sesuai dengan jenis-jenis produk yang ada. Adapun beberapa halaman pada *website* yang masih belum memiliki kesesuaian tampilan dengan baik. Halaman-halaman tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar I. 1 Halaman Beranda *website* Magnustek

Dari gambar tersebut terlihat pada halaman *landing page website* Magnustek masih terlihat kurang baik karena adanya *header* dan *footer* yang muncul pada saat pengguna membuka dan mengisikan biodata pada halaman login tersebut. Pada halaman beranda *website*, terlihat tata letak yang masih kurang baik serta navigasi bar pada header yang masih tercampur. Lalu pada halaman produk, terlihat tata letak informasi produk yang kurang baik serta tidak adanya tombol untuk menambahkan produk pada keranjang. Dari beberapa halaman yang ada pada *website* Magnustek saat ini, tentunya membuat para pengguna kesulitan dalam menjalankan *website*. Selain itu, hal tersebut membuat pengguna merasa enggan dalam menggunakan *website* sehingga dapat menurunkan impresi pelanggan.

Jika dibandingkan dengan beberapa platform *website* lain yang dimana sebagai *e-commerce* penyedia produk videotron, *website* tersebut terbilang lebih baik dari segi tampilan dan kebutuhan bisnis perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari, fitur serta tampilan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Tampilan pada *website* lain dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar I. 2 Halaman pada *website e-commerce* LED Vidiotron

Dapat dilihat tampilan pada halaman *home website* Central LED memiliki tata letak yang cukup baik disertai informasi yang interaktif dengan menampilkan beberapa video produk-produk yang pernah digunakan oleh pelanggan mereka. Selain itu, pada tampilan halaman kategori produk *website* PT. ARION INDONESIA terlihat cukup baik secara tata letak dan informasi terkait produk dan harga produk yang dipasarkan. Hal ini dapat menjadi pertimbangan *website* Magnustek untuk memiliki tampilan dan kegunaan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna serta tujuan bisnis perusahaan.

Dari permasalahan yang ada pada *website* Magnustek diatas, adanya upaya untuk melakukan perancangan ulang pada *website* Magnustek dengan lebih memberikan kesan yang mudah dimengerti pada tampilan *user interface* serta adanya pengalaman dalam penggunaan *website* yang lebih baik. Sehingga nantinya operasional pada *website* Magnustek dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan bisnis perusahaan, seperti halnya pengguna dapat melakukan transaksi penjualan produk perusahaan pada *website* Magnustek tanpa harus beralih pada platform *website* lain maupun marketplace lain. Hal tersebut juga bertujuan agar para pengguna *website* Magnustek merasa lebih dimudahkan dalam mencari produk yang dipasarkan serta efisiensi dalam melakukan transaksi tanpa harus berpindah pada platform *website* lain. Selain itu, dengan optimalnya operasional penggunaan *website* Magnustek, membuat daya saing perusahaan lebih kuat dengan kompetitor perusahaan lain dalam memasarkan produknya. Hal tersebut dapat ditunjang dengan informasi produk yang diberikan jelas kepada para pengguna dan kemudahan pengguna dalam menjalankan *website* sekaligus melakukan transaksi.

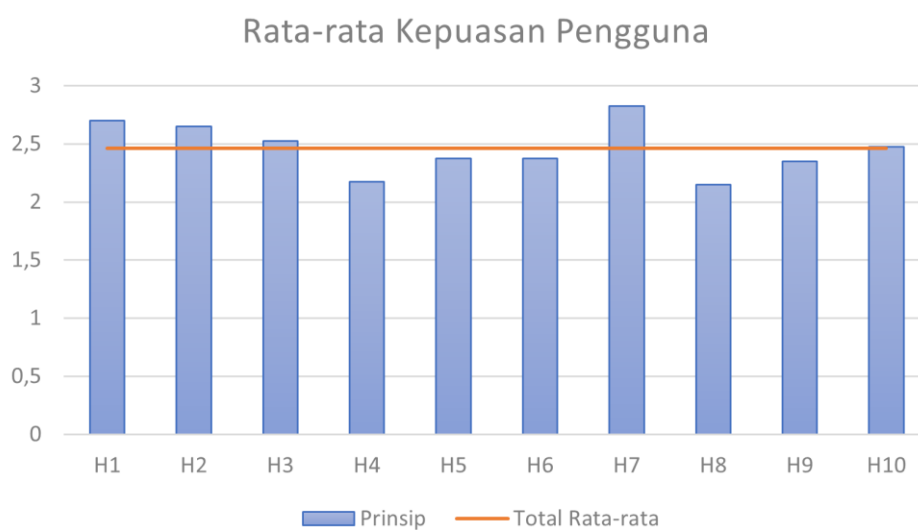
Berdasarkan wawancara pada (Lampiran 2) yang sudah dilakukan dengan narasumber direktur utama perusahaan Magnustek, Fran Yonatan untuk mendapatkan hasil evaluasi yang dibutuhkan pada *website* Magnustek, Perusahaan menginginkan adanya perancangan *website* Magnustek yang lebih baik sehingga nantinya para pengguna dapat merasakan kebutuhan yang terpenuhi saat menggunakan *website* Magnustek. Beliau juga mengatakan *website* yang dibuat nantinya juga dapat memberikan sebuah kesan *company profile* yang dapat menjadi informasi bagi para pengguna terkait perusahaan Magnustek. Selain itu, *website* yang dirancang nantinya dapat membantu operasional tujuan bisnis perusahaan dalam proses transaksi penjualan dengan pengguna sehingga dapat meningkatkan daya saing perusahaan dengan kompetitor lain.

Selain dilakukannya wawancara dengan *stakeholder* terkait, dilakukan juga persebaran kuisioner kepada pengguna terkait dengan *usability* yang ada pada *website* Magnustek. Persebaran kuisioner yang dilakukan terdiri dari 20 pertanyaan berdasarkan 10 prinsip yang ada pada metode *Heuristic Evaluation*, dengan 20 responden yang melakukan uji *usability* pada *website* dan pengisian kuisioner. Perhitungan rata-rata kepuasan pada kuisioner berdasarkan skala likert untuk mendapatkan hasil kepuasan para responden (Hanifah & Wisudawati, 2023a). Adapun kategori rata-rata kepuasan yakni Sangat Tidak Puas, Tidak Puas, Cukup Puas, Puas, Sangat Puas (Kaplan et al., 2001). Selain itu, menurut (Hanifah & Wisudawati, 2023a) adapun nilai kategori kepuasan yang dibuat berdasarkan setiap kategori rata-rata kepuasan seperti pada tabel berikut.

Tabel I. 1 Kategori nilai rata-rata kepuasan

Range Nilai	Kategori Kepuasan
1-1.79	Sangat Tidak Puas
1.8-2.59	Tidak Puas
2.6-3.339	Cukup Puas
3.4-4.19	Puas
4.2-5	Sangat Puas

Berdasarkan kategori pada Tabel I.1, hasil perhitungan rata-rata kepuasan responden dapat dikelompokkan ke dalam lima tingkatan penilaian. Kategori ini digunakan sebagai acuan untuk menilai sejauh mana tingkat kepuasan pengguna terhadap tampilan dan fungsi website Magnustek. Dengan demikian, setiap skor yang diperoleh dari hasil kuisioner dapat dianalisis secara lebih objektif untuk mengidentifikasi aspek-aspek mana saja yang memerlukan perbaikan dalam desain antarmuka maupun pengalaman pengguna. Selanjutnya adalah grafik yang menunjukkan hasil rata-rata kepuasan pengguna *website* Magnustek.



Gambar I. 3 Hasil rata-rata kepuasan pengguna *website* Magnustek

Berdasarkan grafik pada gambar menunjukkan hasil perhitungan rata – rata kepuasan untuk seluruh prinsip *Heuristic Evaluation*. Hasil dari perhitungan rata-rata kepuasan menggunakan skala *likert* dan metode *Heuristic Evaluation* menunjukkan bahwa total rata-rata kepuasan adalah 2,46. Selanjutnya terlihat dari grafik tersebut terdapat 5 prinsip *Heuristic Evaluation* yang berada dibawah rata-rata total kepuasan pengguna yakni pada prinsip *Consistency and Standards* (2,175), *Error Prevention* (2,375), *Recognition Rather Than Recall* (2,375), *Aesthetic and Minimalist Design* (2,15), dan *Help Users Recognize, Diagnose, Dialogue, and Recorver from Errors* (2,35). Hal ini menunjukkan, bahwasannya *usability* pada *website* Magnustek masih belum sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan pengguna dan tidak layak untuk digunakan. Menurut (Yoga & Ardhana, 2022)

standard nilai hasil kepuasan pengguna yang dapat diterima berdasarkan hasil *usability*, jika kategori nilai ada pada kategori sangat puas.

Dalam penelitian ini, perlu dilakukan rancangan ulang pada *website* Magnustek menggunakan pendekatan *Goal-Directed Design* untuk menghasilkan desain yang lebih efektif dan berpusat untuk memahami keinginan dan tujuan kebutuhan pengguna (Adzami Hafianto et al., 2023). Dengan penggunaan metode *Goal-Directed Design* pada penelitian ini, berfokus memahami tujuan utama para pengguna dalam menjalankan *website* Magnustek sehingga nantinya tujuan bisnis perusahaan juga dapat terpenuhi dan dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Tahapan penelitian ini diawali dengan dilakukannya *research* yang dimana dilakukannya wawancara dengan *stakeholder* terkait dan persebaran kuisioner, pada tahapan *modeling* dilakukannya pembuatan *user persona* dan *user journey* untuk mengetahui lebih dalam terkait tujuan dan kebutuhan pengguna, pada tahapan *requirement* dilakukan pembuatan konteks skenario dengan menggunakan *Hierarchical Task Analysis* (HTA) untuk memudahkan penulis dalam menganalisis *task-task* yang dibutuhkan pengguna, pada tahapan *framework* dilakukannya pembuatan *wireframe* yang akan digunakan pada penelitian, pada tahapan *refinement* dilakukan *High-Fidelity Design* pada figma hingga masuk pada tahapan *Design Hand-off to Code* yang dilakukan dengan visual studio *code*, pada tahapan *support* dilakukannya *testing* dan evaluasi *usability* kembali pada *website* yang sudah dibuat. Pada tahapan *Design Hand-off to Code*, penulis menggunakan *framework React.js* dan *library Tailwind CSS* yang akan digunakan untuk melakukan implementasi hasil desain ke dalam kode program dengan akurat dan efisien. Berdasarkan hasil penelitian pada tahap akhir berupa *front-end development*, penggunaan *framework React.js* lebih sesuai dengan sifatnya yang reusable dan deklaratif dalam penulisan kode programnya. Selain itu, penggunaan *framework* ini pada *website* Magnustek memiliki kebaruan teknologi dengan teknologi yang digunakan pada saat ini.

Selain itu, digunakannya metode *usability testing* berbasis *Heuristic Evaluation* yang bertujuan untuk mengidentifikasi masalah *usability* berdasarkan tampilan desain *website* Magnustek yang ada pada saat ini. Melalui evaluasi yang dilakukan,

dapat memberikan penilaian dan melakukan perbaikan terkait *website* yang dirasa kurang optimal, serta memastikan bahwa rancangan yang dihasilkan mampu meningkatkan pengalaman pengguna dalam mendapatkan informasi produk sesuai dengan kebutuhan mereka.

Berdasarkan permasalahan beserta uraian terkait dengan metode analisis dan evaluasi yang akan digunakan, dengan demikian pada penelitian ini akan dilakukan perancangan ulang tampilan user interface dan user experience pada *website* Magnustek. Penelitian ini diharapkan dapat memperbaiki aspek kegunaan (*usability*) dari *website* melalui penyajian tampilan user interface yang lebih menarik dan efisien, sehingga mampu meningkatkan kepuasan pengguna dalam mencari informasi produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu juga dapat membantu sebagai referensi pengembangan *website* pada topik yang memiliki fokus pembahasan perancangan ulang user interface dan user experience pada sebuah *website*, serta membantu berjalannya tujuan bisnis perusahaan dalam memperkuat daya saing di bidang *e-commerce* melalui *website* yang optimal dengan memberikan kemudahan pengguna dalam mencari informasi produk dan melakukan transaksi pada *website*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan pada latar belakang, adapun fokus pada penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana memahami kebutuhan dan tujuan para pengguna *website* Magnustek?
2. Bagaimana penerapan *goal-directed design* dalam merancang ulang UI dan UX yang sesuai dengan kebutuhan serta tujuan pengguna?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Menemukan kebutuhan dan tujuan para pengguna *website* Magnustek
2. Menghasilkan perancangan ulang *user interface* dan *user experience* sesuai dengan kebutuhan pengguna dan tujuan pengguna pada *website* Magnustek.

1.4. Batasan dan Asumsi Penelitian

1. Objek penelitian yang dikaji adalah *website* perusahaan Magnustek dengan fokus pada model bisnis B2C.
2. Hasil dari penelitian adalah sebuah desain rancangan ulang *user interface* dan *user experience* berupa *front-end development* menggunakan metode *goal-directed design* pada *website* Magnustek yang nantinya dapat digunakan sebagai referensi keberlanjutan *website* Magnustek.

1.5. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan, adapun manfaat yang diharapkan oleh penulis:

A. Bagi Penulis

1. Dapat memberikan pemahaman teori-teori dasar hingga bagian-bagian penting yang perlu diketahui terkait dengan Studi Kasus UI/UX serta *Human Computer Interaction* (HCI).
2. Sebagai literasi yang dapat membantu penelitian selanjutnya yang memiliki fokus Studi Kasus UI/UX serta *Human Computer Interaction* (HCI).
3. Sebagai tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengetahui kemampuan terkait dengan Studi Kasus UI/UX serta *Human Computer Interaction* (HCI).

B. Bagi Universitas

1. Sebagai sebuah bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Studi Kasus UI/UX serta *Human Computer Interaction* (HCI).
2. Dapat menjadi sebuah bahan evaluasi dalam pengembangan terkait Studi Kasus UI/UX serta *Human Computer Interaction* (HCI).

C. Bagi Instansi

1. Memberikan sebuah referensi terkait dengan perancangan ulang desain *user interface* pada *website* Magnustek.
2. Membantu perusahaan Magnustek untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terkait dengan informasi yang ada pada perusahaan.

1.6. Sistematika Penulisan

Penyusunan laporan yang dilakukan pada penelitian ini dibagi menjadi enam bab sebagai berikut:

1. BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bagian ini berisi penjelasan penulis terkait dengan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan serta manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bagian ini membahas mengenai dasar-dasar teori yang mendukung penelitian serta uraian-uraian teori yang hanya terkait dengan masalah yang diteliti, yaitu mengenai *Usability*, Metode-metode yang digunakan dalam penelitian, serta objek yang diteliti.

3. BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini membahas metode proses pelaksanaan penelitian, mencakup penjelasan terkait objek penelitian (*Website Magnustek*), metodologi penelitian dengan proses, *Goal-Directed Design*, hasil kuisioner responden, dan bahan dan alat apa saja yang digunakan selama penelitian.

4. BAB 4 PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bagian ini membahas mengenai data yang didapat dari hasil wawancara dan kuisioner, serta dilakukakannya pengolahan data dengan *tools* yang sesuai kegunaannya. Hasil dari pengolahan data ini menjadi bahan analisis dan pembahasan pada bagian selanjutnya

5. BAB 5 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini menguraikan hasil analisis dan pembahasan dari penelitian pada *Website Magnustek* menggunakan metode *Heuristic Evaluation* dan *Goal-Directed Design*. Penjelasan hasil evaluasi awal

dan evaluasi akhir, yang nantinya akan menghasilkan rekomendasi desain *interface* untuk *Website* Magnustek.

6. BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran atas hasil pelaksanaan penelitian terutama terkait dengan aspek penerapannya dan kelanjutan bagi kajian/penelitian berikutnya.