



**PENINGKATAN KINERJA PORTAL MARKETING PADA WEBSITE
KATALOG SMARTPHONE MENGGUNAKAN LEAN UX**

TUGAS AKHIR



UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Enrico Chandra Hartono

17410100015

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2022

**PENINGKATAN KINERJA PORTAL MARKETING PADA WEBSITE
KATALOG SMARTPHONE MENGGUNAKAN LEAN UX**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana Komputer**



**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh:

Nama : Enrico Chandra Hartono

NIM : 17410100015

Program Studi : S1 Sistem Informasi

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2022

Tugas Akhir

PENINGKATAN KINERJA PORTAL MARKETING PADA WEBSITE KATALOG SMARTPHONE MENGGUNAKAN LEAN UX

Dipersiapkan dan disusun oleh

Enrico Chandra Hartono

NIM: 17410100015

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada: 4 Agustus 2022

Susunan Dewan Pembahas

Pembimbing

I. Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M.Eng.

NIDN: 0731057301

II. Agus Dwi Churniawan, S.Si., M.Kom.

NIDN: 0723088002

Pembahas

Endra Rahmawati, M.Kom.

NIDN: 0712108701



Digitally signed by Anjik Sukmaaji
DN: cn=Anjik Sukmaaji, ou=Universitas Dinamika, ou=Informatika,
ou=System Informatika,
email=anjik@dinamika.ac.id, c=ID
Date: 2022.08.23 10:26:22 +07'00'
Adobe Acrobat Reader version:
2022.002.20191



2022.08.23
10:26:22 +07'00'



Digitally signed by
Endra Rahmawati
Date: 2022.08.23
11:10:37 +07'00'

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana



Digitally signed by
Universitas Dinamika
Date: 2022.08.24
09:44:39 +07'00'

Tri Sagirani, S.Kom., M.MT.

NIDN: 0731017601

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika
UNIVERSITAS DINAMIKA



“Mulai dengan melakukan apa yang perlu. Lalu lakukan apa yang mungkin.

Tanpa kita sadar tiba-tiba kita dapat melakukan hal yang tidak mungkin”

UNIVERSITAS
Dinamika



*“Saya persembahkan hasil karya ini untuk orang-orang yang selalu mendukung
saya sampai saat ini*

UNIVERSITAS
Dinamika

**SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya:

Nama : Enrico Chandra Hartono
NIM : 17410100015
Program Studi : SI Sistem Informasi
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Tugas Akhir
Judul Karya : **PENINGKATAN KINERJA PORTAL MARKETING PADA WEBSITE
KATALOG SMARTPHONE MENGGUNAKAN LEAN UX**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi atau Sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, diahlimediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta
2. Karya tersebut diatas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan, Kutipan karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia menerima pencabutan terhadap gelar Kerjasama yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Surabaya, 22 Agustus 2022

Yang menyatakan



Enrico Chandra Hartono
NIM. 17410100015

ABSTRAK

Portal marketing atau web portal merupakan salah satu dari cara yang dapat dipergunakan pengguna sebagai cara untuk menyampaikan informasi dan berkomunikasi dengan seorang pelanggan untuk memenuhi kebutuhan tanpa terbatas dengan waktu, jarak dan jumlah informasi diperlukan oleh pengguna. PT. Uniq Maju Bersama merupakan salah satu gerai yang bergerak pada bidang transaksi jual beli *smartphone* yang ingin mempromosikan produknya, namun kegiatan promosi yang dilakukan dirasa kurang efektif dikarenakan terbatasnya jumlah informasi yang dapat disampaikan sehingga pelanggan tidak mendapatkan informasi yang dibutuhkan, permasalahan ini menyebabkan kurangnya minat atau ketertarikan pelanggan untuk bertransaksi. Hasil evaluasi yang dilakukan pada *website* PT. Uniq Maju Bersama dengan menggunakan *system usability scale* yang berfungsi untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna menunjukkan hasil nilai sebesar 41,9% yang berarti bahwa kualitas tersebut masih belum dapat diterima. Hal tersebut dikarenakan pada layanan *website* tersebut masih tidak memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan pelanggan serta tingkatan kerapian dan konsistensi tampilan yang tidak tertata. Dengan kondisi permasalahan tersebut diperlukan adanya perbaikan dan penyesuaian *website* dengan memperhatikan kondisi kebutuhan pengguna yaitu kebutuhan informasi serta tata letak konsistensi tampilan. Perbaikan *website* dilakukan dengan metode lean UX. Lean UX dipilih dikarenakan metode ini berfokus langsung pada *feedback* pengguna sehingga mampu mempercepat proses perbaikan yang dibutuhkan oleh pengguna. Tahapan yang dilakukan dengan menggunakan metode lean UX ini adalah *declare assumption, create minimum viable product(MVP), run an experiments, feedback & research*. Tahapan lean ux menggunakan *system usability scale* untuk menguji nilai kepuasan pengguna yang mendapatkan hasil rata-rata 72,09% yang termasuk dalam kategori dapat diterima. Berdasarkan hasil dari evaluasi tersebut maka prototipe dari *webste* yang telah dibuat tersebut dapat dipergunakan dan diimplementasikan pada *portal marketing* atau *web portal* sebelumnya serta masih dapat dikembangkan lebih lanjut agar *website* tersebut menjadi lebih baik dan mampu memberikan layanan yang lebih baik bagi pelanggan.

Kata Kunci : *Lean UX, Prototype, System Usability Scale*

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “PENINGKATAN KINERJA PORTAL MARKETING PADA WEBSITE KATALOG SMARTPHONE MENGGUNAKAN LEAN UX”.

Penyelesaian Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan banyak masukan, nasihat, saran, kritik, dan dukungan moral maupun materil kepada penulis. Oleh karena itu penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan petunjuk, kekuatan serta kesehatan kepada penulis dalam melaksanakan penelitian Tugas Akhir hingga penyusunan laporan ini.
2. Bapak dan Ibu tercinta serta keluarga yang selalu mendoakan, mendukung, dan memberikan semangat di setiap langkah dan aktivitas penulis.
3. Bapak Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M.Eng. selaku Dosen Pembimbing 1 yang selalu membimbing, mendukung, dan memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Agus Dwi Churniawan, S.Si., M.Kom. selaku Dosen Pembimbing 2 dan juga selalu membimbing, mendukung, memberikan motivasi dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Ibu Endra Rahmawati, M.Kom. selaku Dosen Pembahas yang telah bersedia menjadi dosen pembahas dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.
6. Bapak Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M.Eng. selaku Kaprodi S1 Sistem Informasi yang telah bersedia menerima skripsi penulis.
7. Teman-teman yang memberikan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan bimbingan serta nasehat dalam proses menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir yang dikerjakan ini masih banyak terdapat kekurangan sehingga kritik yang bersifat membangun dan saran dari semua pihak sangatlah diharapkan agar aplikasi ini dapat diperbaiki menjadi lebih baik lagi. Semoga Tugas Akhir ini dapat diterima dan bermanfaat bagi penulis dan semua pihak.

Surabaya, Agustus 2022



Penulis



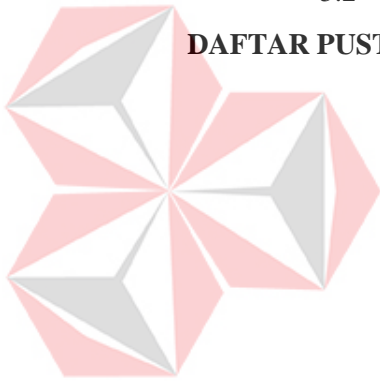
UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan	4
1.5 Manfaat	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 User Interface dan User Experience.....	6
2.3 <i>Website</i>	7
2.4 <i>Portal Marketing dan Web Portal</i>	7
2.5 Layout dan Grid	9
2.6 Lean UX.....	10
2.6.1 Tahap 1 : Mendeklarasikan Asumsi (Declare Assumption)	11
2.6.2 Tahap 2 : Create MVP (Minimum viable product).	11
2.6.3 Tahap 3 : Run An Experiment.....	11
2.6.4 Tahap 4 : Feedback and research.....	12
2.7 System Usability Scale.....	12
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	14
3.1 Tahap 1.....	15
3.1.1 Studi Literatur.....	15
3.1.2 Wawancara	15
3.1.3 Observasi	16
3.1.4 Kuesioner.....	18
3.2 Tahap 2.....	19

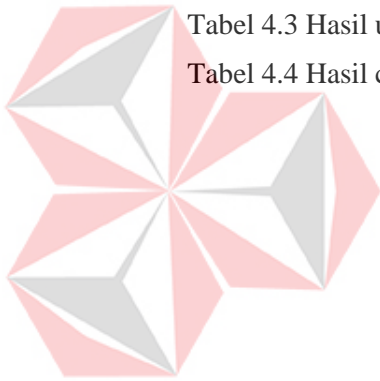
3.2.1	Deklarasi Asumsi	19
3.2.2	Membuat MVP.....	19
3.2.3	Melakukan Eksperimen.....	19
3.2.4	Feedback & Research.....	20
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1	Tahap 1 Hasil Membuat MVP	21
4.1.1	Perancangan Wireframe	22
4.1.2	Prototype	29
4.2	Tahap 2 Pembahasan.....	42
4.2.1	Melakukan Eksperimen.....	42
4.2.2	Feedback & Research.....	42
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
5.1	Kesimpulan	45
5.2	Saran	45
	DAFTAR PUSTAKA.....	46



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	5
Tabel 2.2 Nilai Pernyataan System Usability Scale (SUS).....	13
Tabel 2.3 Item Pernyataan System Usability Scale (SUS)	13
Tabel 3.1 Identifikasi Pengguna.....	16
Tabel 3.2 Identifikasi Kebutuhan Pengguna	17
Tabel 3.3 Identifikasi Permasalahan Pengguna	17
Tabel 3.4 Item Pernyataan System Usability Scale (SUS)	18
Tabel 3.5 Item Pertanyaan Kebutuhan Pengguna	18
Tabel 3.6 Hipoteses / Asumsi	19
Tabel 3.7 Item Pernyataan System Usability Scale (SUS)	20
Tabel 4.1 Komponen Marketing	21
Tabel 4.2 Item Pernyataan System Usability Scale (SUS)	42
Tabel 4.3 Hasil uji perhitungan (SUS).....	43
Tabel 4.4 Hasil contoh perhitungan (SUS)	44



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Layout dan Grid	9
Gambar 2.2 Lean UX.....	10
Gambar 2.3 Prototype Master News (Sumber : Salamah, 2019)	12
Gambar 2.4 Rumus Perhitungan SUS.....	13
Gambar 3.1 Metodologi Penelitian	14
Gambar 3.2 Website PT Uniq Maju Bersama.....	16
Gambar 4.1 Wireframe Login User	22
Gambar 4.2 Wireframe Register User.....	23
Gambar 4.3 Wireframe Dashboard	23
Gambar 4.4 Wireframe Brand.....	24
Gambar 4.5 Wireframe Detail Produk	24
Gambar 4.6 Wireframe News	25
Gambar 4.7 Wireframe Detail News.....	25
Gambar 4.8 Wireframe Review	26
Gambar 4.10 Wireframe Detail Review	26
Gambar 4.11 Wireframe Login Admin.....	27
Gambar 4.12 Wireframe Dashboard Admin	27
Gambar 4.13 Wireframe Master	28
Gambar 4.14 Wireframe Tambah	28
Gambar 4.15 Wireframe Edit.....	29
Gambar 4.16 Desain Guideline	30
Gambar 4.17 Prototype Login User	30
Gambar 4.18 Prototype Register User	31
Gambar 4.19 Prototype Dashboard User	31
Gambar 4.20 Prototype Brand	32
Gambar 4.21 Prototype Detail Produk.....	32
Gambar 4.22 Prototype News	33
Gambar 4.23 Prototype Detail News	33
Gambar 4.24 Prototype Review	34
Gambar 4.25 Prototype Detail Review	34
Gambar 4.26 Prototype Tentang Kami	35

Gambar 4.27 Prototype Detail Tentang Kami.....	35
Gambar 4.28 Prototype Informasi Kontak.....	36
Gambar 4.29 Prototype Call Center.....	36
Gambar 4.30 Prototype Komentar	37
Gambar 4.31 Prototype Dashboard Diskon	37
Gambar 4.32 Prototype Login Admin.....	38
Gambar 4.33 Prototype Dashboard Admin.....	38
Gambar 4.34 Prototype Master Smartphone.....	39
Gambar 4.35 Prototype Tambah Smartphone.....	39
Gambar 4.36 Prototype Edit Smartphone	40
Gambar 4.37 Prototype Master Review	40
Gambar 4.38 Prototype Master News	41
Gambar 4.38 Prototype Master News	41



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Marketing merupakan sebuah strategi pada bisnis yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk melakukan proses promosi untuk meningkatkan barang atau jasa dengan menyampaikan sebuah informasi dalam bentuk komunikasi yang akan mempengaruhi jangkauan lokasi sasaran dan konsumen dari sebuah perusahaan. PT. Uniq Maju Bersama merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kegiatan penjualan gadget *smartphone* beserta aksesoris, pemasaran yang dilakukan melalui *social media, marketplace* dan *website*.

Dalam pemasaran yang dilakukan melalui social media seperti *instagram* dan *facebook* kelebihan yang dimiliki adalah banyaknya pengguna yang dapat mengetahui informasi secara langsung dengan mengikuti *social media* yang dimiliki PT. Uniq Maju Bersama sedangkan kekurangan yang dimiliki adalah informasi produk yang diberikan tidak lengkap dikarenakan terbatasnya *text* informasi yang dapat diisi ke dalam sebuah media sosial serta terlambatnya respon terhadap *customer* apabila terjadi transaksi, untuk *marketplace* memiliki kelebihan produk yang dijual pun akan lebih mudah untuk ditemukan oleh *customer* saat dibutuhkan sedangkan untuk kekurangannya adalah adanya ketentuan yang berlaku saat menjual produk dalam marketplace sehingga PT. Uniq Maju Bersama tidak bisa menjual produk secara bebas sesuai dengan harga yang diinginkan. Untuk pemasaran yang dilakukan pada *website* memiliki kelebihan untuk mampu memberikan informasi yang lebih lengkap dibandingkan dengan *social media* serta mampu memberikan harga jual yang diinginkan oleh pemilik toko dalam menjual produk yang diinginkan, dan apabila melakukan promosi penjualan melalui media televisi akan memakan biaya yang mahal, oleh karena itu dengan melakukan promosi ataupun branding toko dan produk melalui *website* mampu memberikan dampak pemasaran yang cukup luas dan tidak memakan banyak biaya. Berdasarkan kuisisioner yang dilaksanakan dengan jumlah responden sebanyak 31 partisipan yang dapat dilihat pada Lampiran 01 dengan melakukan kuisisioner *System Usability*

Scale untuk menilai tingkat kepuasan pengguna mendapatkan hasil tingkat kepuasan sebesar 41,9%.

Berdasarkan uraian diatas permasalahan yang dimiliki oleh PT. Uniq Maju Bersama adalah pelanggan yang kesulitan dalam mengakses informasi produk dikarenakan tata letak mengenai produk teratur dan tertata sehingga pelanggan tidak dapat memutuskan dan meninjau secara cepat untuk membeli sebuah produk yang diperlukan. Oleh karena itu diperlukan merancang atau mendesain ulang tampilan dari *website* dengan memperhatikan kebutuhan pengguna untuk merapikan tata letak informasi serta kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna serta menambahkan beberapa fitur baru untuk meningkatkan pertimbangan pengguna untuk bertransaksi yang akan berdampak juga bagi perusahaan untuk meningkatkan jumlah sasaran dan jarak lokasi pasar konsumen dengan memanfaatkan adanya perancangan pembuatan prototipe *website*. *User Interface* dan *User Experience* (UI/UX) memegang peran penting dalam pembangunan sebuah aplikasi, karena desain pada sebuah aplikasi harus rapi dan terorganisir. Selain itu *user interface* dan *user experience* harus sesuai dengan kebutuhan pengguna dari aplikasi yang akan dibangun. *User Interface* dan *User Experien* dibangun dengan melihat kebutuhan pengguna atas sebuah aplikasi yang akan dibuat mulai dari desain tampilan, fitur-fitur, dan berbagai kebutuhan lainnya.

Solusi yang akan digunakan untuk merancang prototipe *website* yang mampu memperhatikan user interface dan user experience salah satunya adalah Lean UX. Lean UX merupakan sebuah metode modern dalam pengembangan pengalaman pengguna. Lean UX memiliki pendekatan yang berpusat pada pengguna dan berfokus pada pengurangan proses yang tidak penting yang dihasilkan selama siklus pengembangan, dan juga meningkatkan pengalaman pengguna melalui beberapa literasi tanpa menghabiskan banyak waktu untuk dokumentasi (Gothelf & Seiden, 2013). Metode Lean UX dibagi menjadi beberapa tahap yaitu *Hypotheses*, *Create a MVP*, *Run a Experiment* dan *feedback and research*. Dengan metode lean UX yang memiliki pendekatan yang berpusat pada pengguna memiliki keuntungan yaitu pengembangan yang cepat, melibatkan *feedback* dari *user* pada literasi-literasi rancangan secara intensif akan membuat proses perancangan akan berjalan lebih cepat dan efektif. Dengan menggunakan metode Lean UX diharapkan mampu

memperbaiki antarmuka pengguna *website* PT. Uniq Maju Bersama untuk kenyamanan dalam mencari informasi yang diharapkan.

Kesimpulan yang didapatkan berdasarkan uraian diatas, dengan adanya perancangan desain antarmuka pengguna dengan menggunakan metode Lean UX pada *website* PT. Uniq Maju Bersama diharapkan dapat meningkatkan proses pemasarannya menjadi lebih luas dan bisa mengikuti kemajuan teknologi dan dengan pemanfaatan kemajuan teknologi mampu menjadi peluang dalam meningkatnya jumlah konsumen pada PT. Uniq Maju Bersama. dengan demikian diharapkan dapat memberikan dampak yang baik agar PT. Uniq Maju Bersama bisa berkembang dengan mengikuti teknologi yang ada.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka dapat dirumuskan “Bagaimana cara meningkatkan kinerja portal marketing pada *website* katalog *smartphone* menggunakan lean ux untuk pengguna agar lebih mudah untuk memperoleh informasi saat membeli sebuah produk “

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat disusun batasan masalah untuk pembuatan desain adalah sebagai berikut :

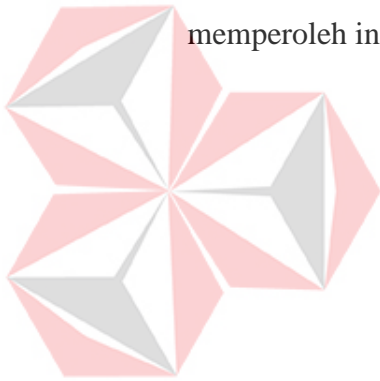
1. Jumlah responden awal dan akhir untuk kuisisioner adalah 31 responden.
2. Prototype dengan menggunakan figma.
3. Perancangan design *prototype user experience* aplikasi ini untuk PT. Uniq Maju Bersama yang bertujuan untuk promosi atau meningkatkan jangkauan pasar.
4. Pengujian dari penelitian ini menggunakan kuesioner *system usability scale*.

1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah untuk menghasilkan rekomendasi rancangan desain antar pengguna portal marketing pada *website* katalog *smartphone* menggunakan lean ux yang dapat memenuhi tujuan perusahaan untuk meningkatkan sasaran konsumen dan kebutuhan pengguna yaitu perbaikan antarmuka *website* yang memperhatikan isi dari tata letak dan konsistensi konten agar pelanggan atau pengguna mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

1.5 Manfaat

Manfaat dari penelitian tugas akhir dari pembuatan desain peningkatan kinerja portal marketing pada *website* katalog *smartphone* menggunakan lean ux adalah memberikan kenyamanan pengguna dalam mengatasi permasalahan tata letak layout dan informasi produk *smartphone* pada *website* agar pengguna dapat memperoleh informasi *smartphone* dengan tata letak yang rapi dan teratur.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini digunakan sebagai acuan dan perbandingan untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini, serta sebagai argument untuk mendukung memperkuat atau membedakan argument penelitian ini. Tabel penelitian terdahulu terdapat pada Tabel 2.1

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Naufal Alfiansyah Kurniawan dan Beni Suranto,2021	Adopsi Metode Lean UX Untuk Perancangan Pengalaman Pengguna Aplikasi Startup Safir	Pembuatan sebuah desain untuk startup agen travel untuk membantu para agen/biro haji dalam manajemen data jamaah yang biasanya dilakukan secara konvensional menjadi digital.
		Perbedaan : pada penelitian ini membantu untuk memasarkan produk yang dijual dengan memfokuskan desain sebuah <i>website</i> untuk meningkatkan ketertarikan konsumen untuk membeli sebuah produk	
2	Irma Rochmawati,2019	ANALISIS USER INTERFACE SITUS WEB IWEARUP.COM	Dengan dibangun nya sebuah desain web yang baik harus bisa berfungsi dan dapat menyampaikan informasi secara jelas yang menarik dan berfungsi sesuai dengan kebutuhan pengguna.
		Perbedaan : Pada penelitian ini tidak fitur search engine sama sekali tidak berfungsi, sehingga sulit bagi pengguna (user) untuk mencari informasi yang lebih spesifik di dalam situs dan tidak tersedianya pilihan bahasa, khususnya bahasa Indonesia.	
3	Ketut Nina Lestari Mastra dan Ray Fitri Dharmawan,2018	TINJAUAN USER INTERFACE DESIGN PADA WEBSITE ECOMMERCE LAKU6	Untuk menjaring pelanggan dan bersaing dengan <i>website</i> e-Commerce lain, Laku6 menawarkan layanan yang berorientasi pada kebutuhan pengguna
		Perbedaan : Pada penelitian ini tidak terdapat fitur untuk calon pembeli agar mampu mengecek secara langsung kualitas barang serta pola layout yang dibedakan berdasarkan struktur halaman <i>website</i> dapat menjadi kelebihan (membedakan setiap tingkat navigasi) tetapi juga kurang konsisten.	

2.2 User Interface dan User Experience

Menurut definisi dari ISO (International Organization for Standardization) dalam Ferry Fernando, user experience adalah persepsi seseorang dan responnya dari penggunaan sebuah produk, sistem, atau jasa. *User Experience (UX)* menilai seberapa kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap sebuah produk, system, dan jasa. Sebuah prinsip dalam membangun UX adalah khalayak mempunyai kekuasaan dalam menentukan tingkat kepuasan sendiri (*customer rule*). Seberapa bagusnya fitur sebuah produk, sistem, atau jasa, tanpa khalayak yang dituju dapat merasakan kepuasan, kaidah, dan kenyamanan dalam berinteraksi maka tingkat UX menjadi rendah. Perkembangan dunia digital dan mobile menjadikan UX menjadi lebih konsisten. Kini seseorang dapat mengakses sebuah situs web dari berbagai piranti. Perancangan UX mengalami ekspansi, karena pengalaman dalam sebuah piranti akan berbeda dengan piranti lainnya. Mengakses web dari komputer desktop akan berbeda dengan mengakses web yang sama lewat *smartphone*. Begitu juga media digital yang ditampilkan semakin beragam dengan hadirnya sosial media. Namun dalam hal *content delivery* sebuah *brand* harus mengeluarkan satu bahasa yang sama di berbagai *channel* dan media. Untuk itu konsep UX perlu dipelajari lebih lanjut agar komunikasi brand tetap solid dan focus (Fernando,2020).

Menurut Satzinger, Jackson, dan Burd (2012), User Interface adalah input dan output yang langsung melibatkan sistem pengguna akhir. Antarmuka pengguna dapat digunakan langsung oleh pengguna *internal* atau *eksternal* sistem. Desain dari user interface sendiri bisa bervariasi banyak tergantung pada faktor-faktor seperti tujuan antarmuka, karakteristik pengguna, dan karakteristik perangkat interface tertentu. Sebagai contoh, meskipun semua antarmuka pengguna harus dirancang untuk kemudahan maksimal penggunaan, ada beberapa pertimbangan lainnya, seperti efisiensi operasional, yang mungkin penting bagi pengguna internal yang dapat dilatih untuk menggunakan interface tertentu, Tujuan sebuah *user interface* adalah mengkomunikasikan fitur-fitur sistem yang tersedia agar user mengerti dan dapat menggunakan sistem tersebut. Dalam hal ini penggunaan bahasa amat efektif untuk membantu pengertian, karena bahasa merupakan alat komunikasi tertua kedua gestur, yang dipakai orang untuk berkomunikasi sehari-harinya (Fernando,2020).

2.3 Website

Website merupakan sebuah media informasi yang ada di internet. *Website* tidak hanya dapat digunakan untuk penyebaran informasi saja melainkan bisa digunakan untuk membuat toko online. *Website* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam *World Wide Web* (WWW) di Internet. Sebuah halaman web adalah dokumen yang ditulis dalam format HTML (*Hyper Text Markup Language*), yang hampir selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari server *website* untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui *web browser*. Semua publikasi dari *website-website* tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar (Trimarsiah & Arafat, 2017)

Menurut Javacreativity dalam Trimarsiah & Arafat, Halaman-halaman dari *website* akan bisa diakses melalui sebuah URL yang biasa disebut *Homepage*. URL ini mengatur halaman-halaman situs untuk menjadi sebuah hirarki, meskipun, *hyperlink-hyperlink* yang ada di halaman tersebut mengatur para pembaca dan memberitahu mereka susunan keseluruhan dan bagaimana arus informasi ini berjalan. Beberapa *website* membutuhkan subskripsi (data masukan) agar para user bisa mengakses sebagian atau keseluruhan isi *website* tersebut (Trimarsiah & Arafat, 2017).

2.4 Portal Marketing dan Web Portal

Web Portal adalah *website* yang menjadi pintu gerbang, starting point bagi pengunjung untuk memulai aktivitasnya di Internet. Tujuan utama sebuah Web Portal adalah membangun komunitas dengan cara mengikat pengunjung secara sukarela ke dalam berbagai layanan yang disediakan (Wijaya, Kertahadi & Brawijaya, 2016)

Menurut Paulus (2005) CRM adalah strategi yang digunakan untuk mempelajari lebih lanjut tentang kebutuhan dan sifat pelanggan dalam rangka mengembangkan hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan

Menurut Paulus (2005) dari sudut pandang arsitektur, kerangka CRM dapat diklasifikasikan ke dalam tiga komponen utama, antara lain:

1. *Operational CRM* merupakan pengelolaan secara otomatis dari proses bisnis secara terintegrasi dan horizontal termasuk *customer touch points* dan integrasi *front back office*. Tujuannya adalah memberikan nilai lebih kepada pelanggan yang akhirnya akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
 - a. *Customer Touching System*, adalah yang berinteraksi langsung ke pelanggan seperti aplikasi e-commerce, *self service* dan manajemen promo
 - b. *Customer Facing System*, adalah aplikasi yang digunakan untuk menjawab pertanyaan pelanggan seperti *call interaction centers*, *automated response email*, dan *sales force automation*.
2. *Analytical CRM* merupakan analisis data yang diperoleh dari *operational CRM*. Tujuannya adalah menggunakan data pelanggan dengan tepat agar perusahaan dapat selalu mengetahui apa yang dipikirkan oleh pelanggan.
3. *Collaborative CRM* merupakan seperangkat aplikasi dari pelayanan kolaborasi, di antaranya adalah e-mail, biodata, e-communities, publikasi personal dan alat lainnya yang sejenis yang dirancang untuk memfasilitasi interaksi antara pelanggan dan perusahaan.

Menurut Supradono (2007) Kunci keberhasilan dalam melakukan marketing di Internet & menarik sebanyak mungkin para surfer untuk dari waktu ke waktu sering datang ke Web yang kita rancang sehingga akhirnya melakukan shopping salah satunya adalah:

1. Kustomisasi. Informasi / produk / servis yang ditawarkan sebaiknya dapat dengan mudah disesuaikan dengan kebutuhan para surfer masing-masing.
2. Convenience. Informasi yang ditampilkan sebaiknya memudahkan para surfer melakukan navigasi & transaksi.

2.5 Layout dan Grid

Menurut Monica(2010), layout adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya dan dalam hal topik ini adalah media komputer. Elemen-elemen yang biasa digunakan dalam layout sebuah situs tidak jauh berbeda dengan elemen yang digunakan dalam desain media cetak, seperti titik, garis, bidang, warna, tipografi, dan tekstur. Tujuan berbagai elemen tersebut ada dalam layout adalah menyampaikan informasi dengan lengkap dan tepat serta untuk tujuan kenyamanan pengunjung dalam membaca dan mencari informasi di situs tersebut. Layout situs yang baik juga harus memperhitungkan kemudahan navigasi serta estetika dari tiap halamannya.

Menurut Monica(2010), desain sebuah situs pasti akan melibatkan elemen garis, yang dapat tampak secara fisik dapat juga tidak. Garis dapat menciptakan kesan estetis pada suatu karya desain. Dalam sebuah situs, garis dapat berfungsi sebagai pembagi suatu area, penyeimbang berat dan sebagai pengikat sistem desain supaya terjaga kesatuannya. Garis yang tidak tampak dalam sebuah desain biasanya digunakan sebagai grid yaitu alat bantu agar tercipta keteraturan dan kerapian pada saat penempatan beberapa baris teks seperti pada Gambar 2.1



Gambar 2.1 Layout dan Grid
(Sumber : Monica, 2010)

2.6 Lean UX



Gambar 2.2 Lean UX
(Sumber : Kurniawan, 2021)

Menurut (Gothelf & Seiden, 2013), Analisis kebutuhan dilaksanakan untuk mendapatkan informasi mengenai kebutuhan yang dibutuhkan oleh aplikasi yang akan dibangun pada aplikasi bill splitting dengan menggunakan pendekatan Lean UX. Dengan menggunakan metode Lean UX, hal pertama yang harus dilaksanakan adalah Declaring Assumptions yakni untuk mendefinisikan masalah dan solusinya berdasarkan asumsi awal yang terdiri dari asumsi, hipotesis, persona, dan fitur. Asumsi yang telah dibuat akan digunakan sebagai Gambaran awal bagaimana produk akan dibuat. Lalu akan dikembangkan hipotesis yang dikembangkan lebih lanjut untuk mendapatkan persona dan fitur. Asumsi yang telah dideklarasikan nantinya juga akan divalidasi pada tahap eksperimen pada pendekatan Lean UX (Rabbanii, Brata & Brata, 2019).

Siklus pada Lean UX akan terus berulang-ulang hingga saling setuju dengan kesepakatan untuk model yang baik dan sesuai kebutuhan, itulah yang membedakan perancangan Lean UX dengan traditional UX yang pada awal membutuhkan data *requirement*, yang sedangkan Lean UX cenderung fokus pada *feedback* dan pembenahan pada setiap literasi rancangannya.

2.6.1 Tahap 1 : Mendeklarasikan Asumsi (Declare Assumption)

Declare assumption dalam tahap ini mulai melakukan pendeklarasian asumsi – asumsi permasalahan berdasarkan penjelasan dari user untuk menyelesaikan suatu masalah. Asumsi yang berkaitan dengan pernyataan dan pendapat yang dialami pengguna pada saat wawancara dan hasil penyebaran angket kuesioner yang mana akan dibutuhkan untuk membuat suatu desain antarmuka yang baik dan mudah dipahami. Setelah pendeklarasian asumsi selanjutnya yaitu merubah asumsi menjadi pernyataan hipotesis supaya proses pengujian menjadi lebih mudah. Dalam pembuatan hipotesis dilakukan dengan mengutamakan asumsi – asumsi yang dirasa paling penting dan baik untuk dilanjutkan ke proses selanjutnya. Setelah menemukan asumsi yang paling tepat tahap selanjutnya menentukan hasil yang dipilih untuk diimplementasikan sebagai alat ukur terhadap solusi untuk mengatasi masalah yang ada. Tahapan ini berawal dari pembuatan list yang berkaitan dengan hasil yang ingin dicapai dari rancangan *user interface* dan *user experience*.

2.6.2 Tahap 2 : Create MVP (Minimum viable product).

Tahapan pembuatan MVP (*minimum viable product*), yang akan digunakan untuk testing produknya kepada penggunanya. Tahapan pembuatan MVP diawali dengan perancangan wireframe untuk tata letak layout sebagai landasan desain

MVP dapat berupa prototype, sketching, atau wireframe sebuah produk untuk pengujian sebelum Diantara MVP yang ada, yang paling efektif adalah pembuatan *prototyping* suatu *experience* dari sebuah produk atau simulasi untuk penggunaan produk tersebut oleh *user*.

2.6.3 Tahap 3 : Run An Experiment

Tahap ini merupakan tahap untuk melakukan pengujian prototipe dari *Minimum Visible Products* yang telah dibuat sebelumnya, pengujian dapat dilakukan melalui tim, diri sendiri atau mandiri, pengguna maupun kepada pihak instansi terkait yang membutuhkan aplikasinya nanti. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah prototipe sudah berjalan dengan baik dan sesuai kebutuhan dari *user*.

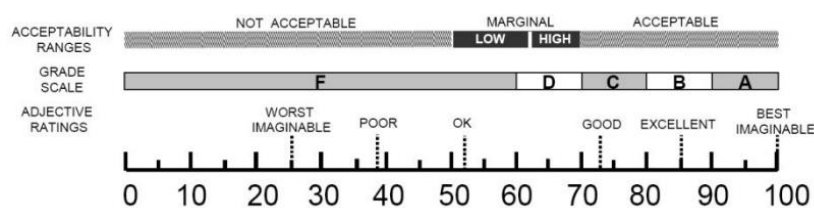
2.6.4 Tahap 4 : Feedback and research

Pada tahapan ini berfungsi untuk validasi asumsi-asumsi yang ada sebelumnya lewat hasil dari *prototype* MVP yang telah dites. Tahap ini berguna untuk memastikan bahwa produk yang telah dibuat sudah benar-benar sesuai dengan apa yang dibutuhkan pengguna.

2.7 System Usability Scale

Menurut Irma (2019) *System Usability Scale* (SUS) merupakan metode pengujian usability suatu sistem secara sederhana dengan sepuluh skala yang memberikan pandangan secara menyeluruh dari evaluasi tujuan kebergunaan. SUS berupa skala Likert yang sederhana dengan responden diharuskan menjawab tingkat kesetujuan dan ketidaksetujuan dalam skala 5 atau 7 poin. SUS dapat dipercaya, skala usability dengan biaya rendah yang dapat digunakan untuk pengujian sistem usability secara global.

Setiap item pernyataan memiliki skor kontribusi. Setiap skor kontribusi item akan berkisar antara 0 hingga 4. Untuk item 1,3,5,7, dan 9 skor kontribusinya adalah posisi skala dikurangi 1. Untuk item 2,4,6,8, dan 10, skor kontribusinya adalah 5 dikurangi posisi skala. Kalikan jumlah skor kontribusi dengan 2.5 untuk mendapatkan nilai keseluruhan *system usability*. Skor SUS berkisar dari 0 hingga 100 (Brooke, 1996).



Gambar 2.3 Prototype Master News
(Sumber : Salamah, 2019)

Menurut Salamah (2019), Skor SUS harus memiliki nilai lebih dari 70 agar dapat diterima dan masuk ke dalam kategori Acceptable seperti pada Gambar 2.3.

Adapun kuesioner untuk menilai *System Usability Scale* (SUS) yang dibuat oleh Brooke dapat dilihat pada Tabel 2.2 yang akan dihitung dengan menggunakan rumus seperti pada Gambar 2.4 :

Tabel 2.2 Nilai Pernyataan System Usability Scale (SUS)

No	Pernyataan	Nilai
1	Sangat tidak setuju	1
2	Tidak setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat setuju	5

$$\text{Skor SUS} = ((R1 - 1) + (5 - R2) + (R3 - 1) + (5 - R4) + (R5 - 1) + (5 - R6) + (R7 - 1) + (5 - R8) + (R9 - 1) + (5 - R10)) \cdot 2.5$$

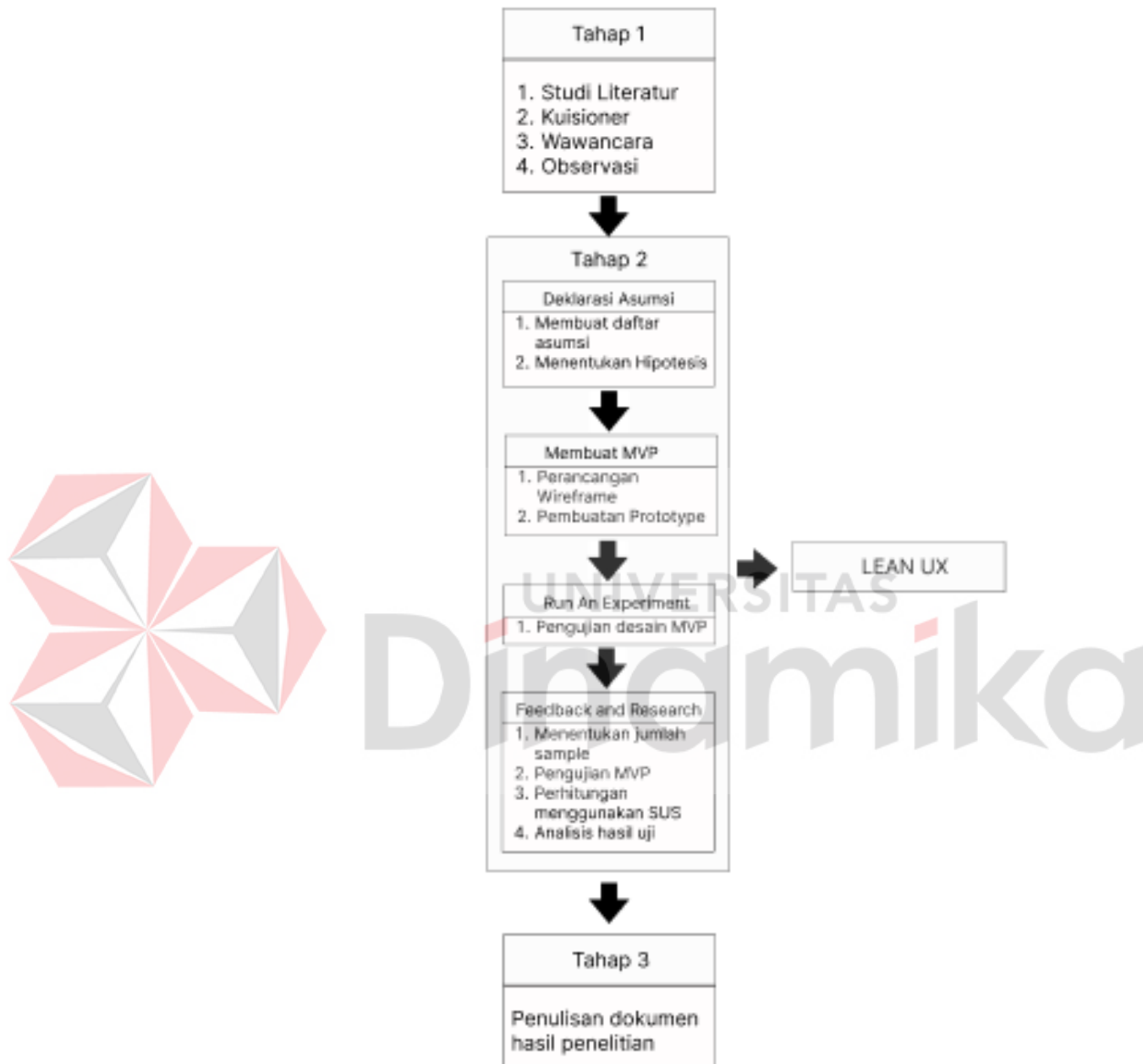
Gambar 2.4 Rumus Perhitungan SUS

(Sumber : Ika Aprilia H.N.et al., 2015)

Tabel 2.3 Item Pernyataan System Usability Scale (SUS)

Kode	Item Pernyataan
R1	Saya akan sering menggunakan/mengunjungi situs ini
R2	Saya menilai situs ini terlalu kompleks (memuat banyak hal yang tidak perlu)
R3	Saya menilai situs ini mudah dijelajahi
R4	Saya membutuhkan bantuan menggunakan / menjelajahi situs ini
R5	Saya menilai fungsi/fitur yang disediakan pada situs ini dirancang dan disiapkan dengan baik
R6	Saya menilai terlalu banyak inkonsistensi pada situs ini
R7	Saya merasa kebanyakan orang akan menggunakan/menjelajahi situs ini dengan cepat
R8	Saya menilai situs ini sangat rumit untuk dijelajahi
R9	Saya merasa sangat percaya diri menjelajahi situs ini
R10	Saya perlu belajar banyak hal sebelum saya mendapat menjelajahi situs ini dengan baik

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN



Gambar 3.1 Metodologi Penelitian

3.1 Tahap 1

Pada tahap ini dibutuhkan studi literatur, wawancara dan observasi dan melakukan evaluasi awal pada *website*.

3.1.1 Studi Literatur

Studi literatur merupakan tahap untuk memahami metode yang akan diterapkan, yaitu Lean UX dan statistik (populasi dan sampel) untuk mendukung setiap kegiatan yang akan dilakukan dan bertujuan untuk mendapatkan pemahaman bagaimana proses melaksanakan perancangan desain menggunakan metodologi Lean UX yang akan diukur hasilnya berdasarkan tanggapan dari pengguna.

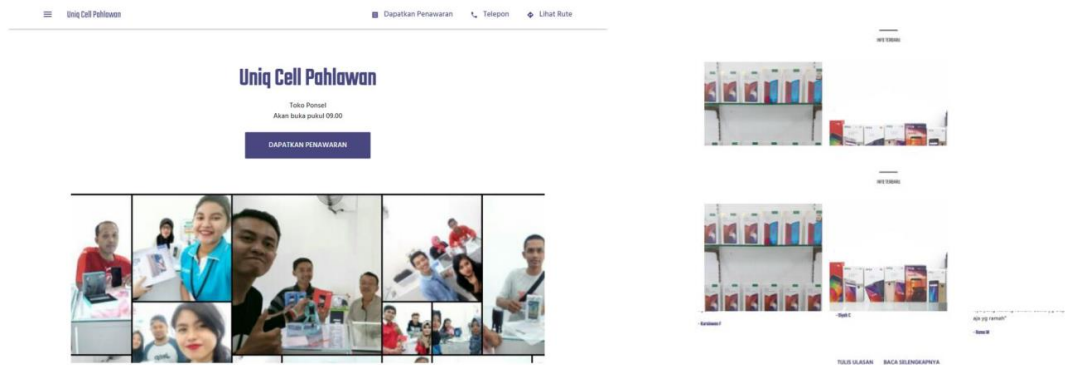
1. Penelitian 1: membantu untuk menguatkan penelitian dengan cara memanfaatkan metode penelitian untuk membuat sebuah desain dengan melibatkan pengguna untuk mendapatkan sebuah masukan dari para pengguna
2. Penelitian 2: membantu untuk menguatkan sebuah argumen tentang bagaimana pentingnya sebuah Interface pada sistem situs web, karena hampir semua situs web memiliki antarmuka pengguna (*user interface*). *Interface* yang buruk membuat frustrasi bagi pengguna dan akan mempengaruhi produktivitas atau pengalaman dalam mengunjungi sebuah situs web.
3. Penelitian 3: membantu untuk menguatkan penelitian dengan cara memanfaatkan metode penelitian untuk membuat sebuah desain dengan melibatkan pengguna untuk mendapatkan sebuah masukan dari para pengguna serta informasi tentang unsur unsur yang dibutuhkan dalam pembuatan desain.

3.1.2 Wawancara

Wawancara merupakan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Wawancara dilakukan untuk mengetahui kebutuhan dan mengenai kondisi saat ini dan yang goal yang diharapkan oleh pihak *customer* terhadap *website* yang ada. Wawancara dilakukan kepada pihak yang berkaitan dengan PT. Uniq Maju Bersama dan data yang diperoleh berupa informasi kondisi saat ini dan harapan yang diharapkan.

3.1.3 Observasi

Observasi adalah kegiatan suatu proses atau objek yang bertujuan untuk mempersepsi dan memahami pengetahuan tentang fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang telah diketahui sebelumnya. Observasi membantu untuk melihat objek penelitian. Observasi pada *website* PT Uniq Maju Bersama pada gambar 3.2.



Gambar 3.2 *Website* PT Uniq Maju Bersama

a) Identifikasi Pengguna

Pada tahap ini akan dilakukan perencanaan dalam melakukan perancangan desain *website* berdasarkan kebutuhan pengguna yang dimana bertujuan untuk mengetahui siapa yang akan menggunakan *website* tersebut. Adapun pihak pengguna dari pengguna *website* PT. Uniq Maju Bersama adalah sebagai berikut pada Tabel 3.1

Tabel 3.1 Identifikasi Pengguna

No	Identifikasi Pengguna
1	Pihak Agent PT. Uniq Maju Bersama
2	Pihak konsumen

b) Identifikasi Kebutuhan Pengguna

Pada tahap ini akan dilakukan identifikasi kebutuhan pengguna yang bertujuan untuk mengetahui informasi kebutuhan pengguna saat mengakses *website* tersebut. Adapun hasil dari identifikasi kebutuhan pengguna adalah sebagai berikut pada Tabel 3.2:

Tabel 3.2 Identifikasi Kebutuhan Pengguna

No	Pengguna	Kebutuhan Data dan Informasi
1	Admin	Membuat informasi produk smartphone Melihat data informasi produk smartphone Mengubah data informasi produk smartphone Menghapus data informasi produk smartphone Membuat informasi adanya sebuah event/promosi Melihat data informasi adanya sebuah event/promosi Mengubah data informasi adanya sebuah event/promosi Menghapus data informasi adanya sebuah event/promosi
2	Pelanggan	Melihat informasi produk smartphone terbaru Melihat hasil review dari smartphone Melihat produk yang sedang diskon/promosi

c) Identifikasi Permasalahan Pengguna

Pada tahap ini akan dilakukan identifikasi permasalahan pengguna yang bertujuan untuk mengetahui informasi permasalahan yang dialami pengguna saat mengakses *website* tersebut. Adapun hasil dari identifikasi permasalahan pengguna adalah sebagai berikut pada Tabel 3.3:

Tabel 3.3 Identifikasi Permasalahan Pengguna

No	Masalah	Akibat	Solusi
1	Kesulitan untuk melihat tampilan <i>website</i> dikarenakan tata letak konten	<i>Customer</i> kesulitan untuk mengetahui kebutuhan yang diperlukan pengguna	Memperbaiki tata letak konten menjadi lebih tertata menggunakan grid
2	Isi dari informasi produk yang tidak detail	<i>Customer</i> kesulitan untuk mengetahui detail produk yang dijual oleh penjual yang mengakibatkan pembatalan proses transaksi	Menambahkan detail informasi produk
3	Informasi produk baru yang dijual	<i>Customer</i> tidak memiliki informasi untuk mengetahui informasi produk terbaru yang dijual	Menambahkan halaman layanan untuk menyediakan informasi produk terbaru

3.1.4 Kuesioner

Pada tahapan ini dilakukan penyebaran kuesioner dimana sampel merupakan pengguna yang memungkinkan akan menggunakan *website* yang diberikan oleh PT. Uniq Maju Bersama seperti pada Tabel 3.4 dan Tabel 3.5.

1. Kuesioner untuk menguji tingkat kepuasan dari pengguna

Tabel 3.4 Item Pernyataan System Usability Scale (SUS)

Kode	Item Pernyataan
R1	Saya akan sering menggunakan/mengunjungi situs ini
R2	Saya menilai situs ini terlalu kompleks (memuat banyak hal yang tidak perlu)
R3	Saya menilai situs ini mudah dijelajahi
R4	Saya membutuhkan bantuan menggunakan / menjelajahi situs ini
R5	Saya menilai fungsi/fitur yang disediakan pada situs ini dirancang dan disiapkan dengan baik
R6	Saya menilai terlalu banyak inkonsistensi pada situs ini
R7	Saya merasa kebanyakan orang akan menggunakan/menjelajahi situs ini dengan cepat
R8	Saya menilai situs ini sangat rumit untuk dijelajahi
R9	Saya merasa sangat percaya diri menjelajahi situs ini
R10	Saya perlu belajar banyak hal sebelum saya mendapat menjelajahi situs ini dengan baik

2. Kuisisioner untuk mengetahui kesulitan pengguna saat menggunakan sebuah *website*

Tabel 3.5 Item Pertanyaan Kebutuhan Pengguna

No	Pertanyaan
1	Hal apa yang paling menyulitkan bagi pengguna saat melihat <i>website</i> untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan saat membeli sebuah produk? <ol style="list-style-type: none"> 1. Kesulitan saat berinteraksi dengan sebuah design = Contoh, ketika play video di youtube lalu coba klik sekali di area layar video, yang terjadi adalah video akan otomatis pause. 2. Kesulitan untuk melihat tampilan <i>website</i> dikarenakan sebuah warna = Contoh, <i>website</i> menggunakan warna merah terang sebagai dasar utama 3. Kesulitan untuk melihat tampilan <i>website</i> dikarenakan tata letak konten = Contoh, <i>website</i> membuat tata letak isi konten yang tidak beraturan dan tidak tertata 4. Kesulitan untuk melihat ukuran text dalam sebuah <i>website</i> = Contoh, <i>website</i> membuat ukuran text yang terlalu kecil atau terlalu besar
2	Apakah informasi yang diberikan terlalu rumit?
3	Apakah detail informasi yang diberikan sudah lengkap?
4	Apakah ukuran tata letak konten sudah konsisten?
5	Informasi yang dibutuhkan untuk membeli sebuah smartphone?

3.2 Tahap 2

3.2.1 Deklarasi Asumsi

Tahap ini merupakan tahap dimana hasil evaluasi yang telah dilakukan disimpulkan menjadi sebuah asumsi yang lalu akan dideklarasikan, lalu deklarasi asumsi akan diubah menjadi pernyataan hipotesis guna mempermudah proses pengujian seperti pada Tabel 3.6.

Tabel 3.6 Hipoteses / Asumsi

KODE	HIPOTEESES
H1	Dengan memperbaiki tata letak konten <i>customer</i> akan lebih mudah untuk mengetahui informasi kebutuhan yang diperlukan pengguna
H2	Dengan menambahkan detail informasi produk diharapkan agar mampu meningkatkan tingkat proses transaksi untuk mengetahui informasi kebutuhan yang diperlukan pengguna
H3	Dengan adanya penambahan layanan dan informasi <i>customer</i> dapat memiliki informasi untuk mengetahui informasi produk terbaru yang dijual

3.2.2 Membuat MVP

Pada tahap ini dilakukan pembuatan prototype pada *website* berdasarkan asumsi yang telah dihasilkan dari tahapan sebelumnya. Tahapan dalam membuat prototipe yang dapat mensimulasikan pengguna untuk merasakan aplikasi yang dikembangkan sesuai dengan hipotesis yang dibuat.

3.2.3 Melakukan Eksperimen

Pada tahapan ini, eksperimen dilakukan pada prototype perbaikan *website* yang dihasilkan dari tahapan sebelumnya. Tahap ini dilakukan untuk menguji hasil prototype *website* serta memastikan apakah masalah yang terjadi pada *prototype* sebelum di uji cobakan ke pengguna. Pengujian dapat dilakukan dengan tim yang ada atau dengan diri sendiri. Langkah pengujian yang dilakukan yaitu :

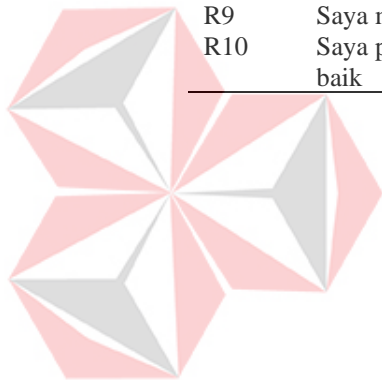
1. Membuat sebuah daftar kebutuhan pengguna apakah sudah terpenuhi
2. Melakukan pengecekan tampilan yang dibutuhkan telah terpenuhi
3. Melakukan pengujian terhadap tampilan yang dibutuhkan pengguna apakah sudah bisa digunakan

3.2.4 Feedback & Research

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap prototype kepada pengguna menggunakan instrumen kuesioner. Hal ini dilakukan untuk memastikan prototype yang dibuat telah sesuai dengan pengguna dan juga untuk memvalidasi asumsi yang ada sebelumnya dengan kuesioner yang sama yaitu:

Tabel 3.7 Item Pernyataan System Usability Scale (SUS)

Kode	Item Pernyataan
R1	Saya akan sering menggunakan/mengunjungi situs ini
R2	Saya menilai situs ini terlalu kompleks (memuat banyak hal yang tidak perlu)
R3	Saya menilai situs ini mudah dijelajahi
R4	Saya membutuhkan bantuan menggunakan / menjelajahi situs ini
R5	Saya menilai fungsi/fitur yang disediakan pada situs ini dirancang dan disiapkan dengan baik
R6	Saya menilai terlalu banyak inkonsistensi pada situs ini
R7	Saya merasa kebanyakan orang akan menggunakan/menjelajahi situs ini dengan cepat
R8	Saya menilai situs ini sangat rumit untuk dijelajahi
R9	Saya merasa sangat percaya diri menjelajahi situs ini
R10	Saya perlu belajar banyak hal sebelum saya mendapat menjelajahi situs ini dengan baik



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Tahap 1 Hasil Membuat MVP

Sebelum masuk kedalam pembuatan dan perancangan sebuah desain, diperlukan sebuah indikator portal marketing yang berfungsi untuk memberikan standar yang akan menjadi acuan dalam pembuatan sebuah rancangan desain seperti pada tabel berikut :

Tabel 4.1 Komponen Marketing

Komponen Portal Marketing	Keterangan	Hasil Desain
<i>Customer Touching System (Self Service)</i>	<i>Customer Touching System : Self Service =</i> Pengguna dapat dengan sendirinya mencari dan menemukan informasi ponsel yang tersedia pada <i>website</i> .	Gambar 4.19 dan 4.20
<i>Customer Facing System : (Call Interaction Center)</i>	<i>Customer Facing System : Call Interaction Center =</i> Pengguna dapat menghubungi layanan <i>call center</i> jika ingin memberikan pertanyaan atau tanggapan kepada perusahaan.	Gambar 4.29
<i>Convenience</i>	<i>Convenience :</i> Informasi yang ditampilkan sebaiknya memudahkan para surfer melakukan navigasi dengan memasang informasi.	Gambar 4.21
<i>Collaborative CRM</i>	<i>Collaborative CRM</i> pelayanan yang dirancang untuk memfasilitasi interaksi antara pelanggan dan perusahaan, di antaranya adalah e-mail, biodata, e-communities, publikasi personal dan alat lainnya yang sejenis	Gambar 4.28, 4.29 dan 4.30
Kustomisasi	Kustomisasi. Informasi / produk / servis yang ditawarkan sebaiknya dapat dengan mudah disesuaikan dengan kebutuhan para surfer masing-masing.	Gambar 4.21

Pada tahap ini dilakukan pembuatan *prototype* pada website berdasarkan asumsi yang telah dihasilkan dari tahapan sebelumnya. Tahapan dalam membuat *prototype* yang dapat mensimulasikan pengguna untuk merasakan aplikasi yang dikembangkan sesuai dengan hipotesis yang dibuat seperti pada Gambar 4.1.

4.1.1 Perancangan Wireframe

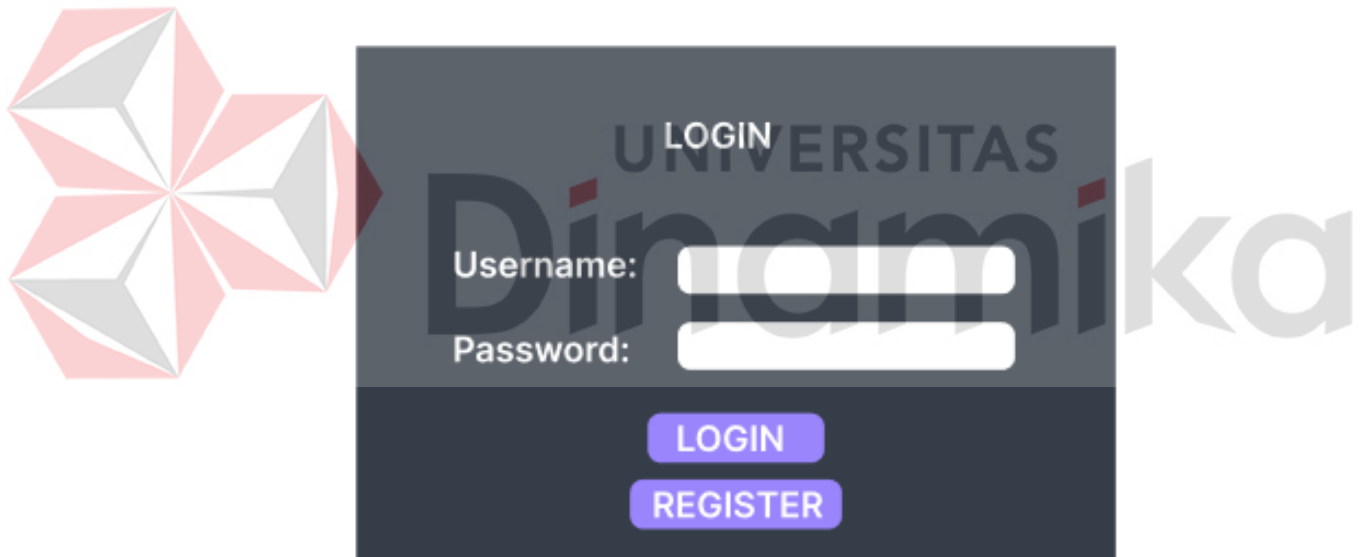
Pada tahap ini akan dilakukan skema halaman yang dibuat dengan menggunakan sebuah tool FIGMA, langkah dalam pembuatan wireframe ini adalah :

1. Merancang dan menerapkan solusi yang diciptakan untuk membuat sebuah desain dasar dengan menggunakan tool FIGMA.
2. Pembuatan rancangan wireframe ini akan menitikberatkan pada pentingnya konsistensi layout halaman berdasarkan permasalahan utama yang dialami oleh pengguna melalui observasi wawancara dan kuisisioner.

a. Customer

Pada bagian ini akan menampilkan rancangan wireframe yang akan digunakan oleh pengguna *customer* yang akan berfungsi sebagai rancangan dasar sebelum membuat sebuah prototype untuk *customer*.

a) Login



Gambar 4.1 Wireframe Login User

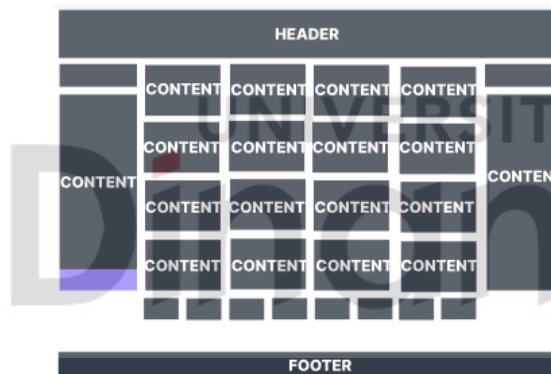
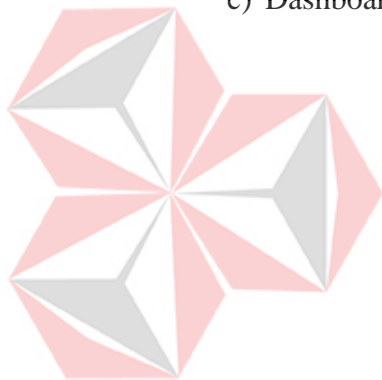
Pada Gambar 4.1 desain *wireframe* untuk login *customer* akan muncul disaat pengguna akan mengakses button yang akan mengarahkan *customer* untuk memilih apakah *customer* akan mendaftarkan akun atau masuk kedalam akun, jika sudah membuat akun sebelumnya. form login akan berisi *username*, *password* *button sign in* dan *button login*.

b) Register

Gambar 4.2 Wireframe Register User

Pada Gambar 4.2 desain *wireframe* untuk *register customer* akan muncul disaat pengguna akan mengakses *button register* yang ada pada halaman login yang akan mengarahkan *customer* untuk mendaftarkan akun dengan memasukkan informasi seperti nama, *email*, *password* dan nomor telepon.

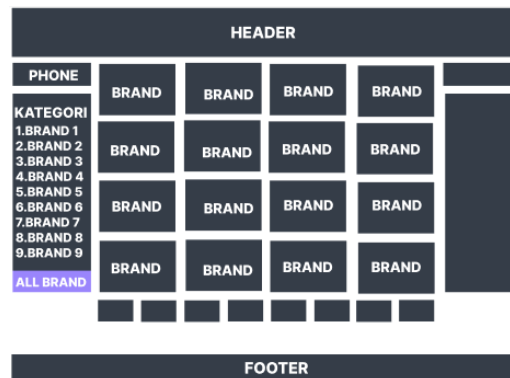
c) Dashboard



Gambar 4.3 Wireframe Dashboard

Pada Gambar 4.3 desain *wireframe* untuk *dashboard* akan berisi dari *list* produk terbaru yang dimiliki oleh pihak toko, pada halaman *dashboard* juga akan menampilkan produk paling populer/ yang paling sering dibeli oleh *customer* pada sidebar sebelah kanan. Tombol *search* yang tersedia pada header halaman akan berfungsi untuk mencari nama produk secara spesifik yang diinginkan oleh *customer*.

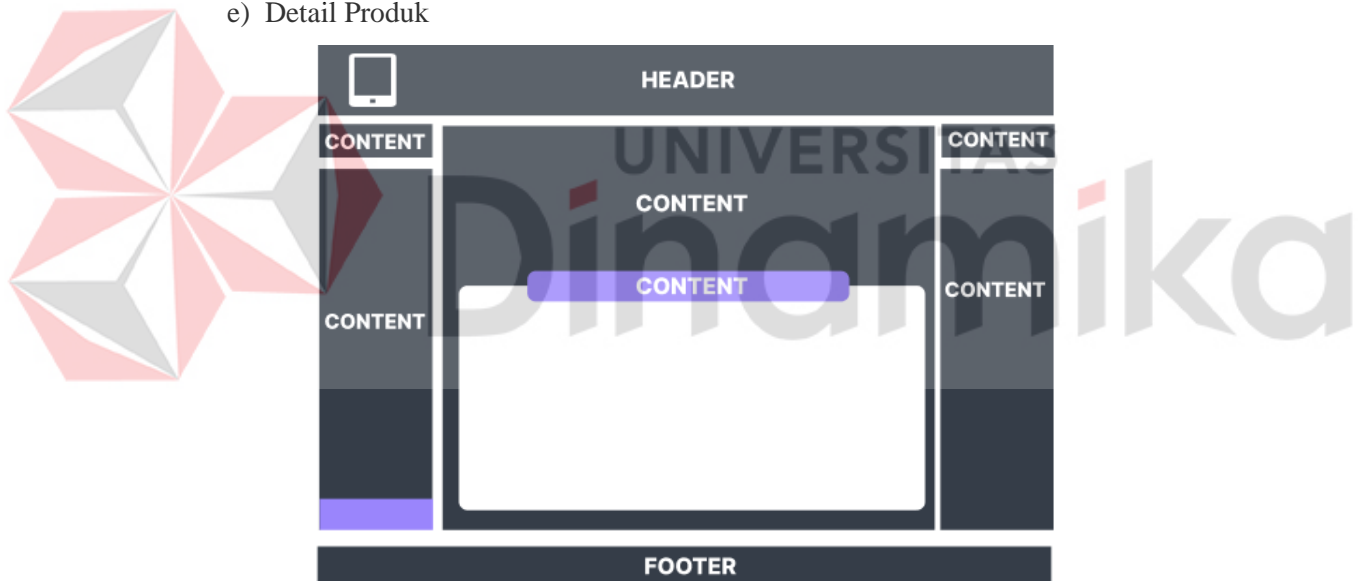
d) Brand



Gambar 4.4 Wireframe Brand

Pada Gambar 4.5 desain wireframe *brand* dapat diakses ketika button all *brand* dipilih, halaman all brand akan menampilkan semua macam merk dari produk yang dimiliki oleh gerai.

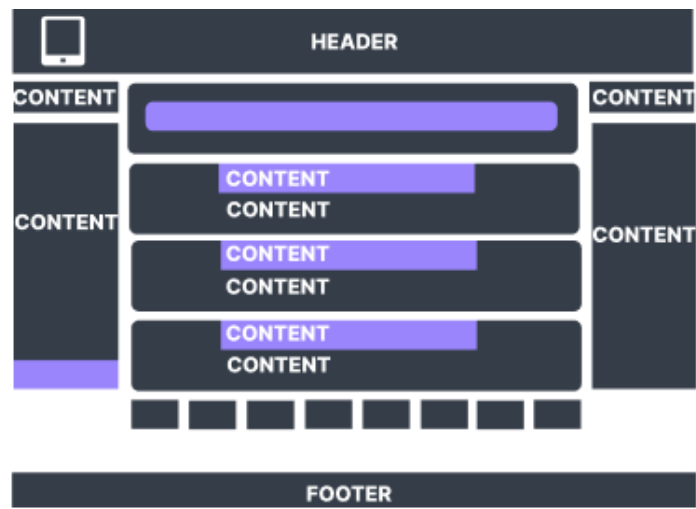
e) Detail Produk



Gambar 4.5 Wireframe Detail Produk

Pada Gambar 4.5 desain wireframe detail produk dapat diakses ketika *customer* menekan salah satu dari sebuah produk, pada halaman detail produk ini akan berisi keterangan detail dari sebuah produk beserta gambar dari produk tersebut.

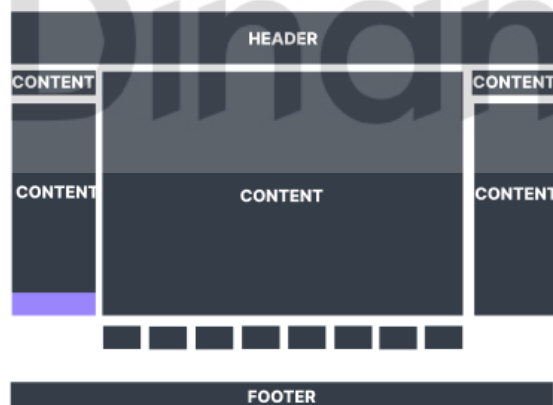
f) News



Gambar 4.6 Wireframe News

Pada Gambar 4.6 desain *wireframe news* dapat diakses ketika *customer* menekan tombol *news* yang terletak pada *header* sebuah *website*, halaman *wireframe news* akan berisi berbagai macam informasi yang akan diberikan dari pihak toko kepada *customer*.

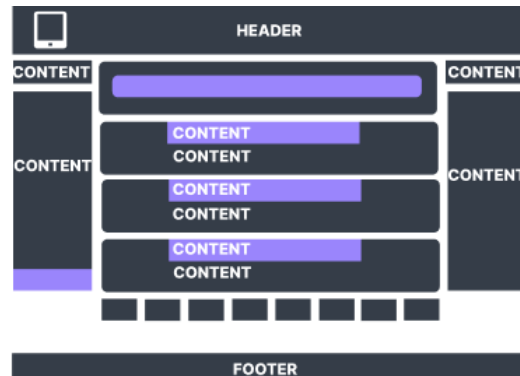
g) Detail News



Gambar 4.7 Wireframe Detail News

Pada Gambar 4.7 desain *wireframe detail news* dapat diakses ketika *customer* menekan salah judul yang terletak pada halaman *news*, halaman detail *news* akan menampilkan informasi secara lengkap yang ingin disampaikan oleh pihak toko kepada *customer*.

h) Review

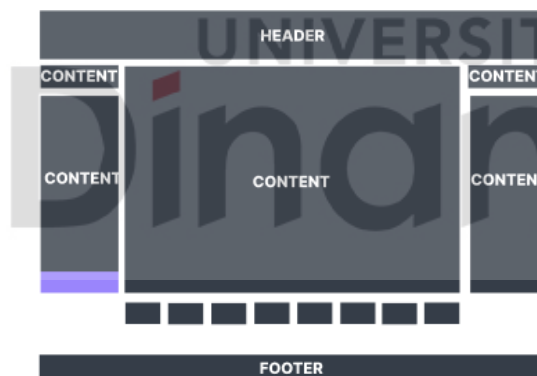


Gambar 4.8 Wireframe Review

Pada Gambar 4.8 desain *wireframe review* dapat diakses ketika *customer* menekan tombol *review* yang terletak pada *header* sebuah *website*, halaman *wireframe review* akan menampilkan beberapa tinjauan terkait produk yang dipilih berdasarkan sudut pandang toko.



i) Detail Review



Gambar 4.10 Wireframe Detail Review

Pada Gambar 4.10 desain *wireframe detail review* dapat diakses ketika *customer* menekan salah satu judul yang terletak pada halaman *review*, halaman *detail review* akan menampilkan informasi secara detail terkait tinjauan yang dilakukan oleh toko yang ingin disampaikan kepada *customer*.

b. Admin

Pada bagian ini akan menampilkan rancangan *wireframe* yang akan digunakan oleh pengguna admin yang akan mengelola data pada *website* yang akan berfungsi sebagai rancangan dasar sebelum membuat sebuah *prototype* untuk *admin*.

a) Login



Gambar 4.11 Wireframe Login Admin

Pada Gambar 4.11 desain *wireframe* untuk *login admin* akan muncul disaat pengguna akan mengakses *link* tersedia yang akan mengarahkan pengguna untuk memasukkan *username* dan *password* yang telah dibuat.

b) Dashboard



Gambar 4.12 Wireframe Dashboard Admin

Pada Gambar 4.12 desain *wireframe* untuk *dashboard admin* akan menampilkan tampilan konfirmasi jika *admin* sudah berhasil masuk, pada *sidebar* sebelah kiri akan menampilkan button yang berisi *link* untuk menuju ke halaman *database* informasi yang berkaitan untuk melakukan proses menambahkan, mengurangi atau merubah sebuah data informasi.

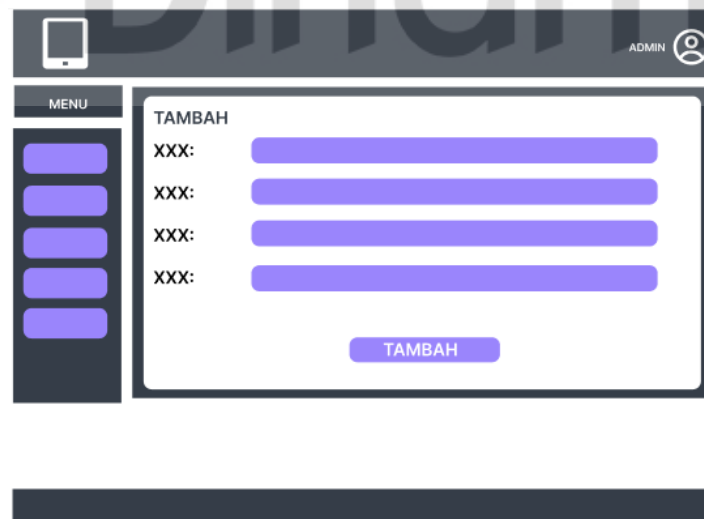
c) Master smartphone



Gambar 4.13 Wireframe Master

Pada Gambar 4.13 desain *wireframe* untuk *master* data dapat diakses ketika button dipilih, tampilan halaman *master* akan menampilkan sejumlah informasi yang tersedia. Pada halaman *master* juga memiliki *button add* untuk menambahkan data baru, *button edit* untuk mengubah data dan *button hapus* untuk menghapus data.

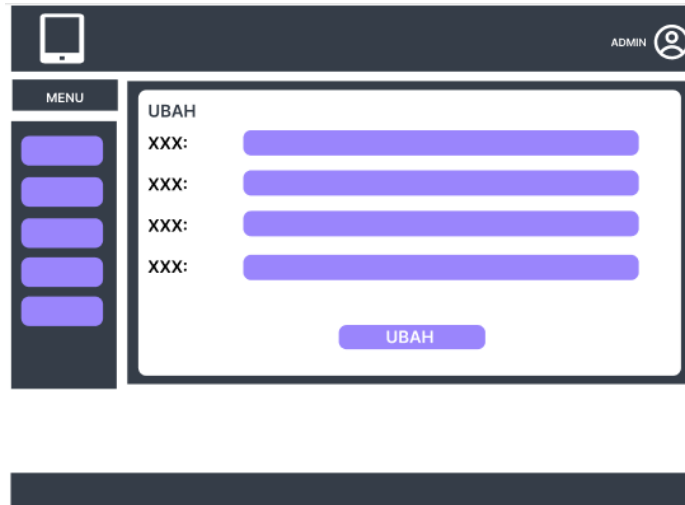
d) Tambah



Gambar 4.14 Wireframe Tambah

Pada Gambar 4.14 desain *wireframe add* dapat diakses ketika pengguna memilih tombol *add* pada halaman *master* untuk menambahkan data baru dengan memasukkan sejumlah informasi yang diperlukan.

e) Edit



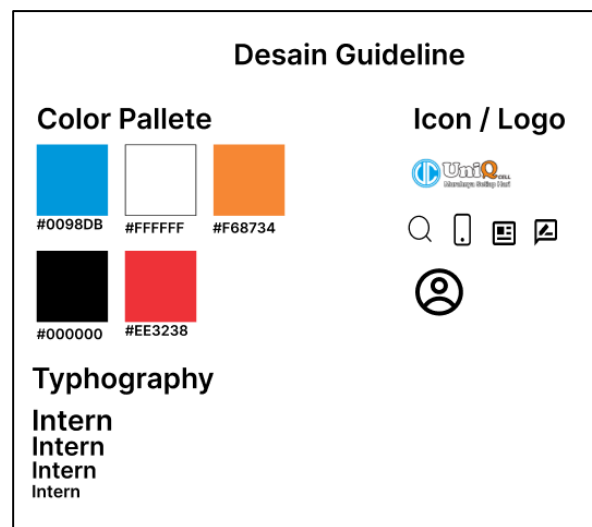
Gambar 4.15 Wireframe Edit

Pada Gambar 4.15 desain *wireframe edit* dapat diakses ketika pengguna memilih tombol *edit* pada halaman *master* untuk mengubah data baru dengan mengubah sejumlah informasi yang ingin diubah atau diperbaharui.

4.1.2 Prototype

Pembuatan *wireframe* pada tahap sebelumnya akan digunakan sebagai dasar untuk pembuatan *prototype* yang akan dibuat menggunakan *tool FIGMA*. Pada perancangan *website* akan menggunakan warna dasar yang didasarkan pada logo uniqcell dengan kombinasi warna dasar biru dan putih dengan tambahan warna kuning dan merah. Berikut untuk desain guideline dari pembuatan *prototype* dapat dilihat pada gambar 4.16 dengan memanfaatkan :

1. Menerapkan dasar layout dari *wireframe* yang telah dibuat.
2. Menentukan elemen yang akan diletakkan pada sebuah layout *website* yang meliputi *header, body content, sidebar dan footer*.
3. Pembuatan prototipe yang tetap menitikberatkan pada pentingnya konsistensi layout halaman berdasarkan permasalahan utama yang dialami oleh pengguna melalui observasi wawancara dan kuisisioner .



Gambar 4.16 Desain Guideline

a. *Customer*

Pada bagian ini akan menampilkan rancangan prototype yang akan digunakan oleh pengguna *customer* dengan memanfaatkan rancangan *wireframe* yang telah dibuat sebelumnya.

a) Login



Gambar 4.17 Prototype Login User

Pada Gambar 4.17 desain halaman ini akan dapat diakses ketika pengguna memilih ikon profil pada halaman *dashboard*, yang dimana pada halaman *login* ini pengguna dapat masuk kedalam akun yang sudah dibuat sebelumnya atau membuat akun yang baru.

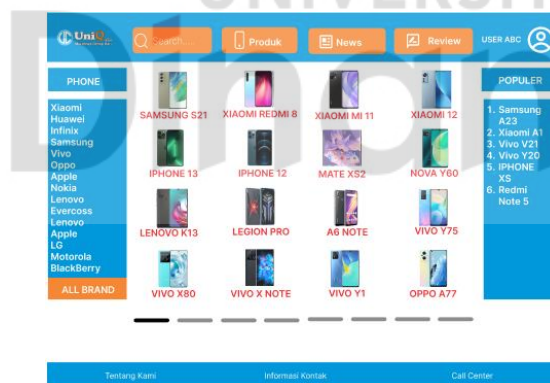
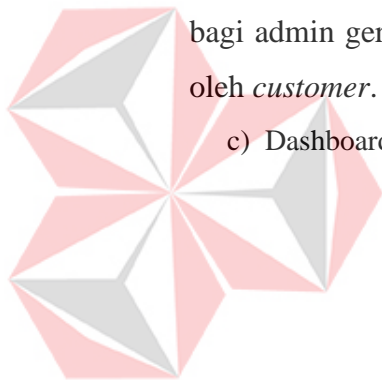
b) Register



Gambar 4.18 Prototype Register User

Pada Gambar 4.18 desain wireframe untuk *register customer* akan muncul disaat pengguna akan mengakses button register yang ada pada halaman login yang akan mengarahkan *customer* untuk mendaftarkan akun dengan memasukkan informasi seperti nama, *email*, *password* dan nomor telepon yang akan berfungsi bagi admin gerai untuk mengetahui dan dapat mengelola informasi yang dimiliki oleh *customer*.

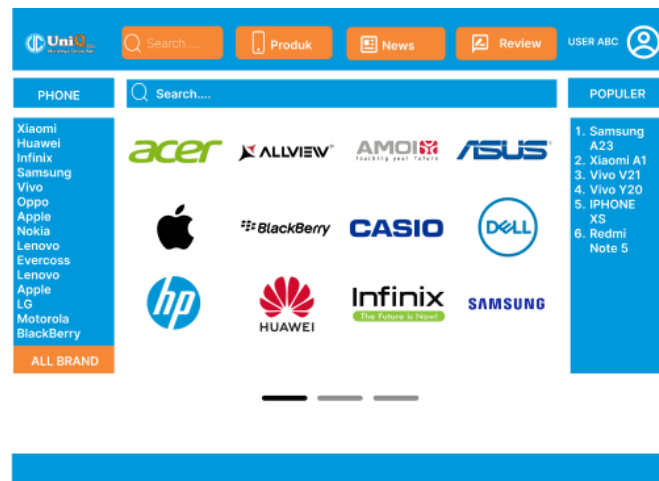
c) Dashboard



Gambar 4.19 Prototype Dashboard User

Pada Gambar 4.19 halaman ini akan berfungsi untuk menampilkan berbagai macam produk terbaru yang dimiliki oleh pihak penjual dengan menampilkan tampilan *smartphone* berserta nama dari *smartphone* tanpa *login* atau mendaftarkan akun untuk melihat informasi *smartphone* yang dijual. Hal ini agar mempermudah *customer* untuk mengakses *website* dan hanya untuk melihat katalog yang tersedia.

d) Brand



Gambar 4.20 Prototype Brand

Pada Gambar 4.20 halaman ini akan menampilkan seluruh dari nama merk dari seluruh produk yang dimiliki oleh pihak penjual yang apabila salah satu merk tersebut dipilih maka hanya akan menampilkan produk dengan merk tersebut untuk mempermudah pengguna dalam mencari sebuah produk yang berkaitan.

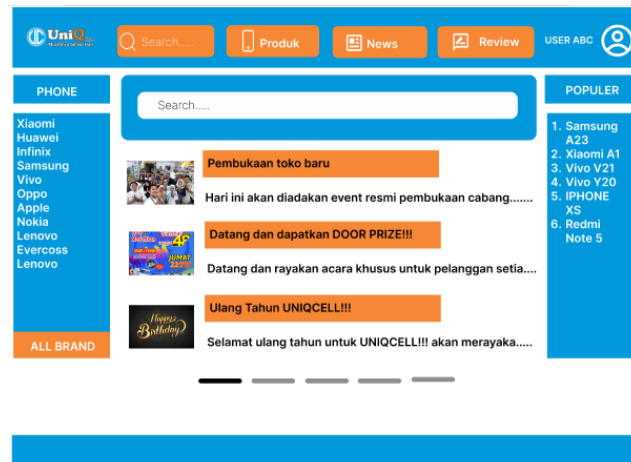
e) Detail Produk



Gambar 4.21 Prototype Detail Produk

Pada Gambar 4.21 halaman ini akan menampilkan detail informasi yang diberikan oleh pihak penjual kepada *customer* agar *customer* secara tidak langsung dapat membanding produk yang ingin dibeli dan mengetahui spesifikasi yang diterima jika membeli produk tersebut.

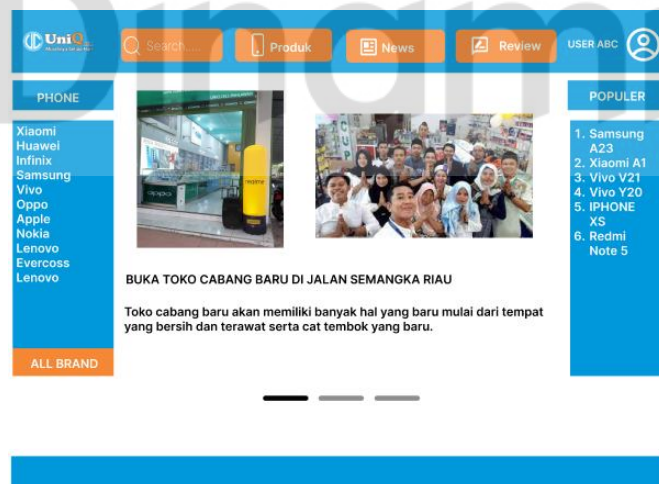
f) News



Gambar 4.22 Prototype News

Pada Gambar 4.22 halaman ini akan menampilkan sejumlah informasi berkaitan dengan gerai yang ingin diberikan kepada *customer* yang berfungsi untuk meningkatkan ketertarikan *customer* dan menarik *customer* baru untuk melakukan transaksi dan meningkatkan penjualan serta keuntungan.

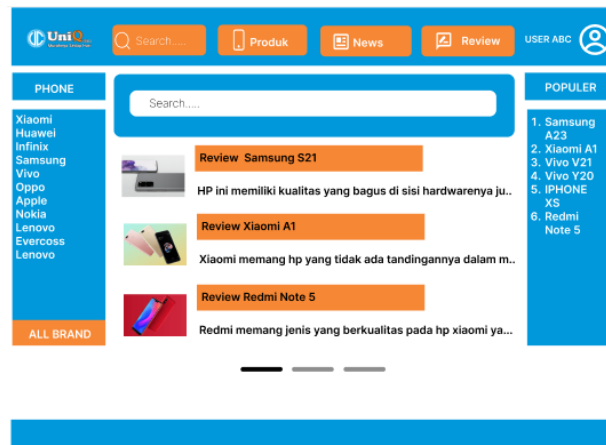
g) Detail news



Gambar 4.23 Prototype Detail News

Pada Gambar 4.23 halaman ini akan menampilkan detail informasi secara lengkap terkait dengan informasi yang ingin disampaikan oleh gerai kepada *customer* dengan contoh apabila gerai mengadakan *event* pembukaan cabang toko baru dan melakukan undian bagi peserta yang ikut pada event pembukaan cabang toko baru.

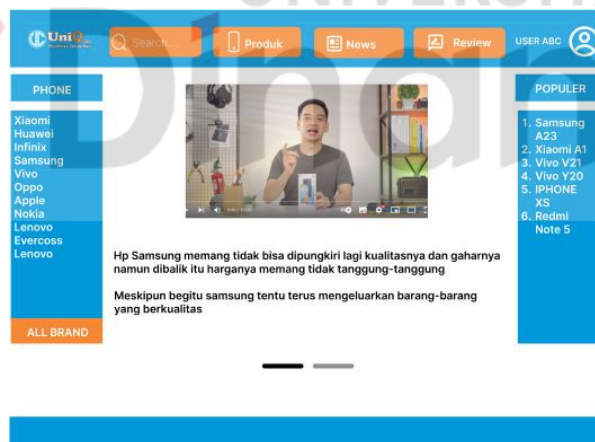
h) Review



Gambar 4.24 Prototype Review

Pada Gambar 4.24 halaman ini akan menampilkan sejumlah hasil ulasan pribadi dari pihak penjual yang ingin disampaikan kepada pengguna terkait dengan produk yang tersedia pada gerai yang berfungsi untuk meningkatkan ketertarikan *customer* untuk membeli produk tersebut sehingga akan meningkatkan angka penjualan gerai.

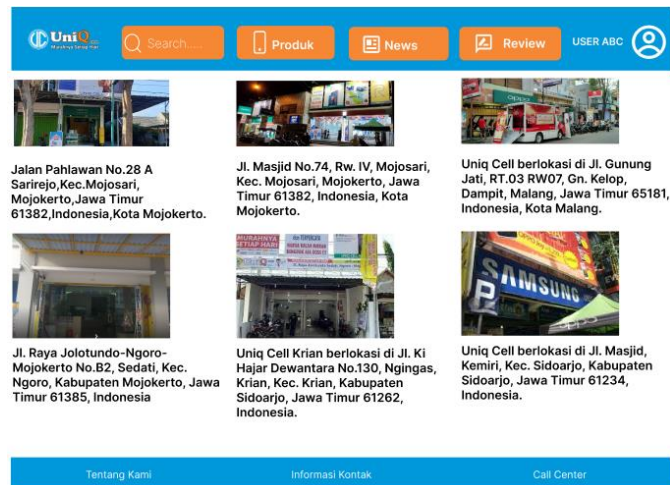
i) Detail review



Gambar 4.25 Prototype Detail Review

Pada Gambar 4.25 halaman ini akan menampilkan ulasan atau tanggapan pribadi dan informasi yang ingin disampaikan oleh pihak gerai kepada *customer* sesuai dengan produk yang dipilih oleh gerai dengan tujuan untuk menarik perhatian *customer*, dengan contoh memberikan informasi kelebihan dan kekurangan produk.

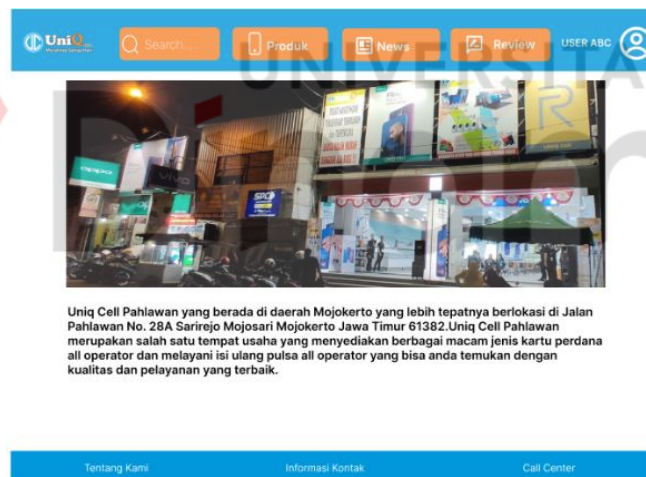
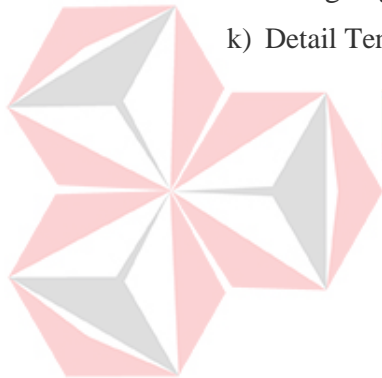
j) Tentang Kami



Gambar 4.26 Prototype Tentang Kami

Pada Gambar 4.26 halaman ini akan memberikan sejumlah informasi singkat terkait dengan gerai toko yang dimiliki oleh PT.Uniq Maju Bersama.

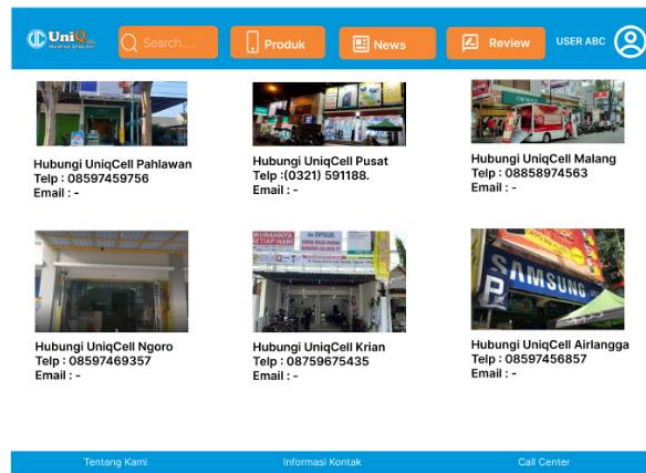
k) Detail Tentang Kami



Gambar 4.27 Prototype Detail Tentang Kami

Pada Gambar 4.27 halaman ini akan menampilkan informasi lebih detail tentang gerai yang dipilih pada halaman tentang kami seperti letak lokasi dari gerai toko.

1) Informasi Kontak



Gambar 4.28 Prototype Informasi Kontak

Pada Gambar 4.28 halaman informasi kontak memiliki fungsi bagi pengguna jika pengguna ingin menghubungi gerai terkait dengan daerah tertentu.

m) Call Center



Gambar 4.29 Prototype Call Center

Pada Gambar 4.29 halaman *call center* dapat diakses jika pengguna telah melakukan pendaftaran dan login, halaman *call center* berfungsi bagi pengguna yang ingin memiliki pertanyaan yang ingin ditanyakan.

n) Komentar



Gambar 4.30 Prototype Komentar

Pada Gambar 4.30 halaman komentar dapat diakses jika pengguna telah melakukan pendaftaran dan *login*, halaman komentar berfungsi bagi pengguna yang ingin memberikan tanggapan pribadi yang ingin disampaikan kepada banyak pengguna yang juga menggunakan *website* milik gerai.

o) Diskon



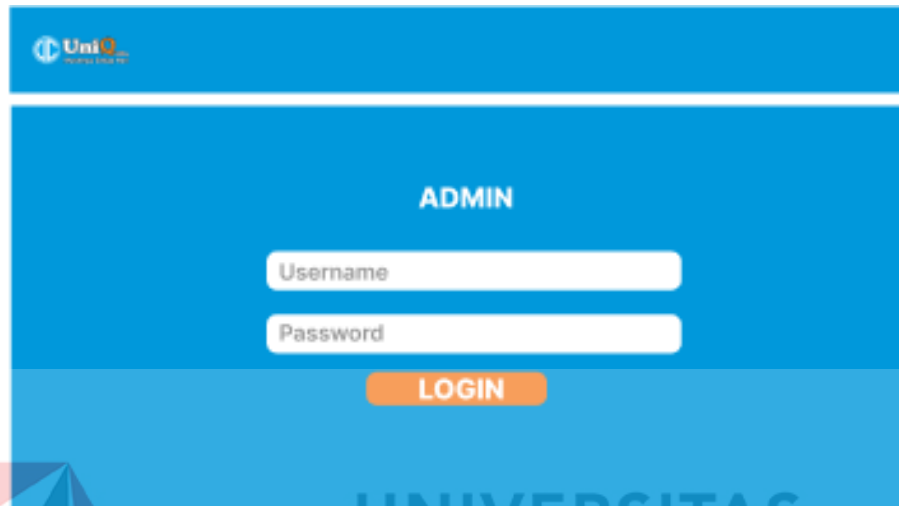
Gambar 4.31 Prototype Dashboard Diskon

Pada Gambar 4.31 halaman ini akan berfungsi untuk menampilkan berbagai macam produk yang memiliki potongan harga yang diberikan oleh penjual di gerai tampilan *smartphone* beserta nama dari *smartphone* tanpa *login* atau mendaftarkan akun untuk melihat informasi *smartphone* yang dijual untuk meningkatkan ketertarikan *customer* untuk membeli produk tersebut. Hal ini agar mempermudah *customer* untuk mengakses *website* dan hanya untuk melihat katalog yang tersedia.

b. Admin

Pada bagian ini akan menampilkan rancangan *prototype* yang dibuat berdasarkan *wireframe* sebelumnya dan akan digunakan oleh pengguna admin yang akan mengelola data pada *website* yang akan berfungsi sebagai rancangan dasar sebelum membuat sebuah *prototype* untuk admin.

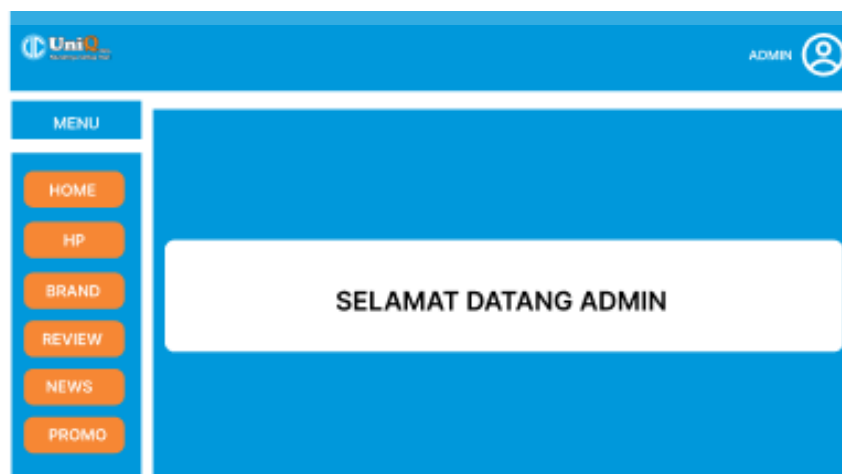
a) Login Admin


 A screenshot of a web form for admin login. The form has a blue background. At the top left is the UniQ logo. The word "ADMIN" is centered in white. Below it are two white input fields labeled "Username" and "Password". At the bottom center is an orange button labeled "LOGIN".

Gambar 4.32 Prototype Login Admin

Pada Gambar 4.32 halaman login admin akan berfungsi untuk mengakses data utama dari sejumlah informasi produk yang tersedia pada halaman *website*.

b) Dashboard


 A screenshot of an admin dashboard. The top header is blue with the UniQ logo on the left and "ADMIN" with a user icon on the right. Below the header is a "MENU" sidebar with orange buttons for "HOME", "HP", "BRAND", "REVIEW", "NEWS", and "PROMO". The main content area is blue and contains a white box with the text "SELAMAT DATANG ADMIN".

Gambar 4.33 Prototype Dashboard Admin

Pada Gambar 4.33 halaman *dashboard* admin berfungsi sebagai bentuk konfirmasi kepada admin jika admin telah berhasil masuk kedalam *database*.

c) Master Smartphone



HP	HARGA	NETWORK	DISPLAY	AKSI
SAMSUNG S21	RP.XXXX XXX	5G/4G/GSM	GLASS FRONT	Edit Hapus
IPHONE XS	5G/4G/GSM	5G/4G/GSM	PLASTIC	Edit Hapus
IPHONE XS	RP.XXXX XXX	5G/4G/GSM	PLASTIC	Edit Hapus

1 2 3 4 5 6 7 Next

Gambar 4.34 Prototype Master Smartphone

Pada Gambar 4.34 halaman master *hp/smartphone* pada admin berfungsi untuk menampilkan sejumlah dari informasi produk yang dimiliki.

d) Tambah smartphone



UNIVERSITAS dinamika

TAMBAH

Gambar 4.35 Prototype Tambah Smartphone

Pada Gambar 4.35 halaman tambah *hp/smartphone* pada admin berfungsi untuk menambahkan informasi produk baru ke database *website* untuk ditampilkan kepada pengguna.

e) Edit HP

UniO ADMIN

MENU

EDIT HP

HP: SAMSUNG S21

Harga: Rp. XXX.XXXX.XXXX

Network: GSM/4G/5G

Display: Glass front (Gorilla Glass Victus), plastic back

Platform : Android 12, One UI 4

Memory 128GB 6GB RAM, 128GB 8GB RAM

Main Cam : 12 MP, f/1.8, 26mm (wide)

Selfie Cam : 32 MP, f/2.2, 26mm (wide)

UBAH

Gambar 4.36 Prototype Edit Smartphone

Pada Gambar 4.36 halaman edit hp/*smartphone* pada admin berfungsi untuk mengubah informasi produk ke *database website* untuk ditampilkan kepada pengguna.

f) Master review

UniO ADMIN

MENU

DETAIL REVIEW

+ADD

Search.....

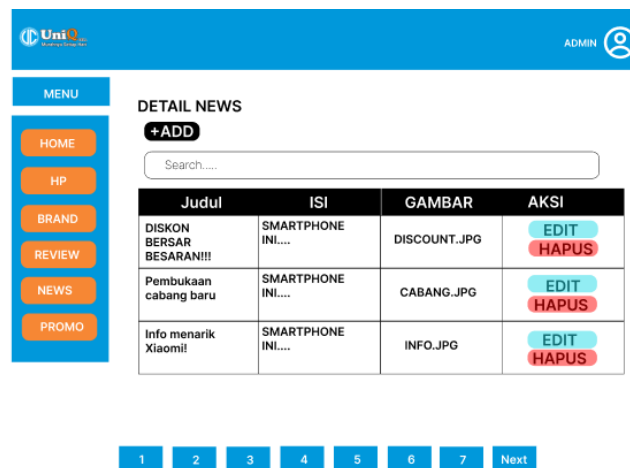
HP	REVIEW	VIDEO	ADMIN	AKSI
SAMSUNG 21	SMARTPHONE INI....	VIDEO FILE DATA : D/...	ADMIN A	EDIT HAPUS
XIAOMI REDMI 8	SMARTPHONE INI....	VIDEO FILE DATA : D/...	ADMIN A	EDIT HAPUS
VIVO V15	SMARTPHONE INI....	VIDEO FILE DATA : D/...	ADMIN A	EDIT HAPUS

1 2 3 4 5 6 7 Next

Gambar 4.37 Prototype Master Review

Pada Gambar 4.37 halaman master hp/*review* pada admin berfungsi untuk menampilkan sejumlah dari informasi *review* produk yang dimiliki.

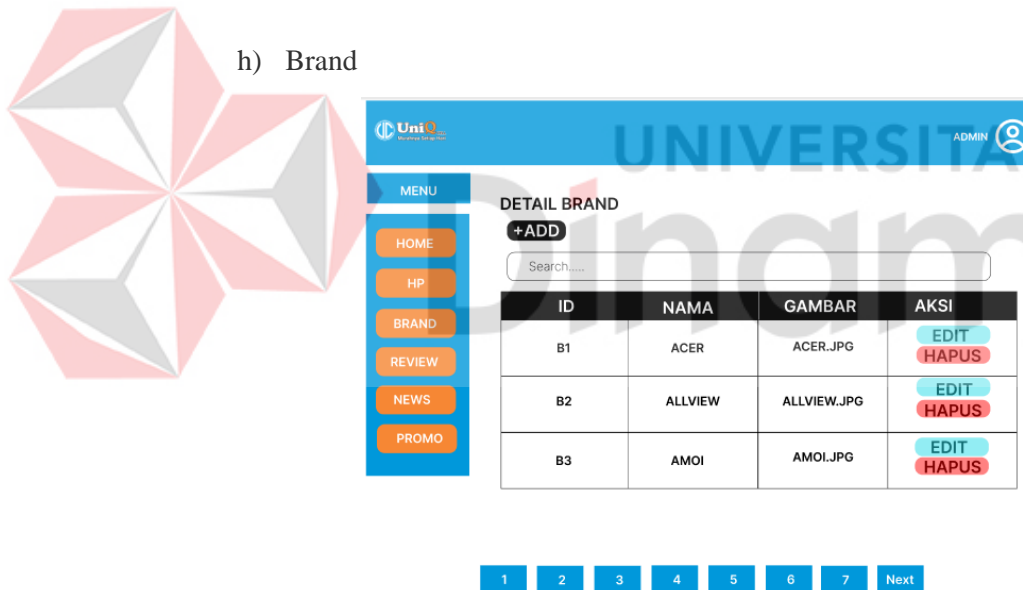
g) Master news



Gambar 4.38 Prototype Master News

Pada Gambar 4.38 halaman master news pada admin berfungsi untuk menampilkan sejumlah informasi yang berkaitan dengan gerai yang dimiliki.

h) Brand



Gambar 4.38 Prototype Master News

Pada Gambar 4.38 halaman *master brand* pada admin berfungsi untuk menampilkan sejumlah berbagai macam *brand* yang dimiliki oleh gerai

4.2 Tahap 2 Pembahasan

4.2.1 Melakukan Eksperimen

Pada tahapan ini, eksperimen dilakukan pada *prototype* perbaikan *website* yang dihasilkan dari tahapan sebelumnya. Tahap ini dilakukan untuk menguji hasil *prototype website* serta memastikan apakah masalah yang terjadi pada *prototype* sebelum di uji cobakan ke pengguna. Pengujian dapat dilakukan dengan tim yang ada atau dengan diri sendiri. Langkah pengujian yang dilakukan yaitu :

1. Membuat sebuah daftar kebutuhan pengguna apakah sudah terpenuhi.
2. Melakukan pengecekan tampilan yang dibutuhkan telah terpenuhi.
3. Melakukan pengujian terhadap tampilan yang dibutuhkan pengguna apakah sudah bisa digunakan.

4.2.2 Feedback & Research

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap *prototype* kepada pengguna menggunakan instrumen kuesioner. Hal ini dilakukan untuk memastikan *prototype* yang dibuat telah sesuai dengan pengguna dan juga untuk memvalidasi asumsi yang ada sebelumnya dengan kuesioner yang sama yaitu seperti pada Tabel 4.1:

Tabel 4.2 Item Pernyataan System Usability Scale (SUS)

Kode	Item Pernyataan
R1	Saya akan sering menggunakan/mengunjungi situs ini
R2	Saya menilai situs ini terlalu kompleks (memuat banyak hal yang tidak perlu)
R3	Saya menilai situs ini mudah dijelajahi
R4	Saya membutuhkan bantuan menggunakan / menjelajahi situs ini
R5	Saya menilai fungsi/fitur yang disediakan pada situs ini dirancang dan disiapkan dengan baik
R6	Saya menilai terlalu banyak inkonsistensi pada situs ini
R7	Saya merasa kebanyakan orang akan menggunakan/menjelajahi situs ini dengan cepat
R8	Saya menilai situs ini sangat rumit untuk dijelajahi
R9	Saya merasa sangat percaya diri menjelajahi situs ini
R10	Saya perlu belajar banyak hal sebelum saya mendapat menjelajahi situs ini dengan baik

Perhitung tingkat kepuasan pengguna dengan menggunakan *System Usability Scale* yang dilakukan oleh 31 responden dengan mengisi 10 pertanyaan yang akan diisi dengan pernyataan yang memiliki nilai untuk setiap pernyataannya. Sangat setuju memiliki nilai 5, setuju memiliki nilai 4, netral memiliki nilai 3, tidak setuju memiliki nilai 2, sangat tidak setuju memiliki nilai 1 seperti pada Tabel 2.2.

Tabel 4.3 Hasil uji perhitungan (SUS)

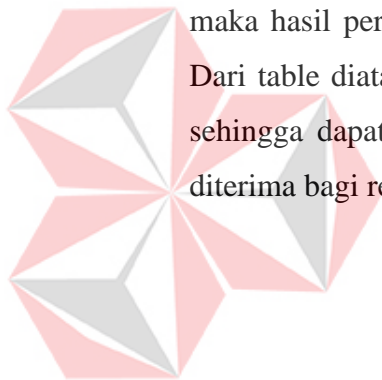
No	Kuisisioner										Total
	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	
1	5	2	5	2	5	1	5	2	5	1	92,5
2	4	3	3	2	3	1	2	2	3	2	62,5
3	3	2	4	1	3	3	4	1	2	3	65
4	3	3	4	2	4	3	2	2	5	2	65
5	5	2	3	2	3	2	2	2	4	3	65
6	5	2	3	2	4	2	4	2	4	2	75
7	4	2	5	1	4	2	2	1	5	3	77,5
8	2	3	3	2	4	3	3	2	2	2	55
9	3	1	5	1	3	3	4	3	3	2	70
10	4	2	3	3	3	2	3	2	5	1	70
11	3	2	4	1	2	2	3	2	3	2	65
12	4	3	3	2	3	2	4	2	4	2	67,5
13	5	3	4	2	4	1	3	3	4	3	70
14	3	1	5	2	5	3	2	1	5	2	77,5
15	5	3	5	3	5	2	3	1	5	2	80
16	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	62,5
17	5	2	5	1	5	2	3	2	5	2	85
18	3	2	3	1	4	2	4	1	4	1	77,5
19	4	2	4	1	4	2	4	1	4	1	82,5
20	4	2	5	2	3	1	4	2	4	1	80
21	5	3	3	2	3	3	3	3	3	2	60
22	3	2	4	1	3	3	4	1	2	3	65
23	4	2	4	1	4	2	4	2	4	2	77,5
24	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	50
25	4	3	5	1	4	2	4	2	4	1	80
26	5	2	5	2	4	3	4	2	4	2	77,5
27	5	1	3	1	5	2	5	2	4	3	82,5
28	5	2	3	1	3	1	3	1	4	1	80
29	3	3	4	1	3	2	2	1	4	1	70
30	4	2	4	2	3	2	3	2	2	2	65
31	4	2	4	1	4	2	5	2	5	2	82,5
Rata-rata											72,096

Dengan nilai untuk setiap pertanyaan responden dapat hitung secara menyeluruh seperti pada Tabel 4.3. Dari data kusioner dilakukan penilaian kusioner dengan menerapkan rumus yang dapat dilihat pada Gambar 2.4.

Tabel 4.4 Hasil contoh perhitungan (SUS)

NO	Rumus Perhitungan	Total
1	$=(((5-1)+(5-2)+(5-1)+(5-2)+(5-1)+(5-1)+(5-1)+(5-2)+(5-1)+(5-1))*2,5)$	92,5
2	$=(((4-1)+(5-3)+(3-1)+(5-2)+(3-1)+(5-1)+(2-1)+(5-2)+(3-1)+(5-2))*2,5)$	62,5
3	$=(((3-1)+(5-2)+(4-1)+(5-1)+(3-1)+(5-3)+(4-1)+(5-1)+(2-1)+(5-3))*2,5)$	65
4	$=(((3-1)+(5-3)+(4-1)+(5-2)+(4-1)+(5-3)+(2-1)+(5-2)+(5-1)+(5-2))*2,5)$	65
5	$=(((5-1)+(5-2)+(3-1)+(5-2)+(3-1)+(5-2)+(2-1)+(5-2)+(4-1)+(5-3))*2,5)$	65

Untuk mendapatkan hasil yang dapat diterima oleh System Usability Scale maka hasil perhitungan dari kusioner harus mendapatkan nilai diantara 70-100. Dari table diatas terlihat dari rata rata skor System Usability Scale adalah 72.09 sehingga dapat disimpulkan bahwa *website* sudah masuk dalam kategori dapat diterima bagi responden seperti pada Tabel 4.2.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan pada pembuatan penelitian ini didapatkan dari hasil peningkatan kinerja portal marketing pada *website* katalog *smartphone* menggunakan lean ux, kesimpulan tersebut adalah:

1. Pembuatan desain dari wireframe dan prototype *website* katalog *smartphone* dibuat dengan menyesuaikan kebutuhan dan permasalahan konsistensi tata letak dan informasi yang oleh pengguna.
2. Pengujian dari hasil pembuatan prototype diuji kepada 31 pengguna yang memberikan feedback untuk memberikan nilai hasil kepuasan dari prototype yang sudah dibuat dengan menghasilkan nilai sebesar 72.09% yang sudah mengindikasikan bahwa hasil tersebut telah masuk kedalam margin dapat diterima oleh pengguna.
3. Pengujian dengan menggunakan metode lean UX mampu membantu dalam mengidentifikasi dan menemukan permasalahan yang dialami oleh konsumen seperti kurang konsistennya tata letak layout serta kelengkapan informasi.
4. Hasil dari desain mengatasi permasalahan konsumen dengan memperbaiki tata letak layout dan menyediakan informasi kebutuhan konsumen.

5.2 Saran

Peningkatan kinerja portal marketing pada *website* katalog *smartphone* menggunakan lean ux ini untuk selanjutnya dapat dikembangkan kembali dengan mengembangkan rancangan prototipe lebih lanjut sehingga dapat dipergunakan untuk berbagai macam fungsi serta menambahkan beberapa fitur baru seperti menambahkan fitur untuk melakukan kegiatan transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fernando, F. (2020). PERANCANGAN USER INTERFACE (UI) & USER EXPERIENCE (UX) APLIKASI PENCARI INDEKOST DI KOTA PADANGPANJANG. *TANRA: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri Makassar*.
- Gothelf, J. dan Seiden, J., 2013. Lean UX -Applying Lean Principles to Improve User Experience. LEAN UX - Applying Lean Principles to Improve User Experience.
- H.N., I. A., Santoso, P. I., & Ferdiana, R. (2015). Pengujian Usability Website Menggunakan System Usability Scale. *Jurnal IPTEK-KOM*.
- ISO (International Organization for Standardization) 9241-210<http://www.ablok.com/en/reactable.html> (5 November 2017, Jam 20.30) <http://blog.re.or.id/antarmuka-pemakai-userinterface.htm> (5 November 2017, Jam 20.30) Kurniawan, N. A., & Suranto, B. (2021). Adopsi Metode Lean UX Untuk Perancangan Pengalaman Pengguna Aplikasi Startup Safir. *Program Studi Informatika Fakultas Teknologi Industri*.
- JavaCreatifity. 2014. Panduan Cerdas Membangun Website Super Keren. Elek Media Komputindo. Jakarta.
- John W. Satzinger, Robert B. Jackson, Stephen D. Burd. 2012. Introduction To System Analysis And Design. Boston John dan David Colett. 2006. Black and White Photography Technique.
- Mastra, K. N., & Dharmawan, R. F. (2018). *Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana Jakarta* .
- Monica. (2018). PENGARUH WARNA, TIPOGRAFI, DAN LAYOUT PADA DESAIN SITUS. *Humaniora*.
- RAMADHAN, D. A., & GULTOM, J. P. (2020). Perancangan Web Pelayanan Perizinan Pemerintah Menggunakan Lean UX . *Jurnal Ilmu Komputer & Agri-informatika (JIKA)*.
- Rochmawati, I. (2019). ANALISIS USER INTERFACE SITUS WEB IWEARUP.COM. *Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain, Universitas Komputer Indonesia*.
- Supradono, B. (2007). STRATEGI PEMASARAN LEWAT INTERNET (CYBERMARKETING). *jurnal unimus*.
- Trimarsiah, Y., & Arafat, M. (2017). ANALISIS DAN PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI SARANA INFORMASI PADA LEMBAGA

BAHASA KEWIRAUSAHAAN DAN KOMPUTER AKMI BATURAJA.
JURNAL MatriK.

Wijaya, A. H., Kertahadi, & Dewantara, R. Y. (2016). OPTIMALISASI WEBSITE PADA PORTAL GAME ONLINE SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PELAYANAN PELANGGAN (Studi pada PT. Megaxus Infotech). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).*



UNIVERSITAS
Dinamika