



UNIVERSITAS
Dinamika

**ANALISIS DAN PERANCANGAN UI/UX PADA WEBSITE 3 PACK
SURABAYA MENGGUNAKAN METODE *LEAN UX***



TUGAS AKHIR

**Program Studi
S1 Sistem Informasi**

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh :

SUSILO BAYUAJI NOVIANTONO

17.41010.0028

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2024

**ANALISIS DAN PERANCANGAN UI/UX PADA WEBSITE 3 PACK
SURABAYA MENGGUNAKAN METODE *LEAN UX***

TUGAS AKHIR

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



UNIVERSITAS

Oleh :

Nama : Susilo Bayuaji Noviantono

NIM : 17.41010.0028

Program Studi : S1 Sistem Informasi

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2024

TUGAS AKHIR

ANALISIS DAN PERANCANGAN UI/UX PADA *WEBSITE 3 PACK* SURABAYA MENGGUNAKAN METODE *LEAN UX*


Dipersiapkan dan disusun oleh
Susilo Bayuaji Noviantono
NIM: 17.41010.0028


Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Pembahas
Pada: 22 Februari 2024

Susunan Dewan Pembahas

Pembimbing:


- I. Tri Sagirani, S.Kom., M.MT.
NIDN. 0731017601
- II. Sri Hariani Eko Wulandari, S.Kom., M.MT.
NIDN. 0726017801


Digitally signed by Tri Sagirani
Date: 2024.02.28
10:33:08 +07'00'


Date: 2024.02.27
13:45:41
+07'00'


Pembahas:

- I. Endra Rahmawati, M.Kom.
NIDN. 0712108701


Digitally signed by Endra Rahmawati
Date: 2024.02.28
12:05:57 +07'00'

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana



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

NIDN. 0731057301

Digitally signed by Anjik
Sukmaaji
Date: 2024.02.29 14:16:58
+07'00'

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika

UNIVERSITAS DINAMIKA

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : **Susilo Bayuaji Noviantono**
NIM : **17410100028**
Program Studi : **S1 Sistem Informasi**
Fakultas : **Fakultas Teknologi dan Informatika**
Jenis Karya : **Tugas Akhir**
Judul Karya : **ANALISIS DAN PERANCANGAN UI/UX PADA WEBSITE 3 PACK SURABAYA MENGGUNAKAN METODE 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 Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan, 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 hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 4 Februari 2024



Susilo Bayuaji Noviantono
NIM : 17410100028



Saya persembahkan tugas akhir ini kepada

Ibu, Ayah dan adik tercinta,

Keluarga besar tercinta,

Beserta sahabat yang selalu memberikan semangat dan dukungan

UNIVERSITAS
Dinamika

ABSTRAK

3 Pack Surabaya merupakan perusahaan yang memproduksi *paper packaging* dan memiliki kantor sekaligus menjadi pabrik produksi di Kompleks Pergudangan BizzPark C3, Jabon, Tambak Sawah, Kec. Waru, Kab. Sidoarjo. 3 Pack Surabaya memiliki berbagai platform untuk mempromosikan produk mereka, terdiri dari *Instagram*, *marketplace*, hingga *website company profile* yang beralamat di <https://3packsby.com/>. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik perusahaan, 3 Pack Surabaya memiliki permasalahan pada desain dan pengalaman *website* yang kurang menarik. Selain itu *traffic* pengunjung *website* sedikit dengan jumlah pengunjung *website* periode 14 April hingga 16 Mei 2023 berjumlah 23 *user*. Survey awal dilakukan dengan menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) kepada 30 responden didapatkan hasil indikator daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan memiliki nilai rata-rata -2,66 dan berada pada kategori buruk. Berdasarkan permasalahan dan hasil kuesioner tersebut, maka perlu dilakukan analisis dan perancangan *user interface* dan *user experience* pada *website* 3 Pack Surabaya menggunakan metode *Lean UX*. Metode *Lean UX* ini dipilih dalam perancangan UI/UX karena dalam prosesnya metode ini berfokus pada kebutuhan pengguna dengan mengutamakan *feedback* yang cepat dan tepat dari pengguna, sehingga waktu yang digunakan dalam mendesain UI/UX *website* 3 Pack Surabaya lebih singkat dan efisien biaya. Pengujian yang dilakukan untuk menguji *prototipe website* 3 Pack Surabaya menggunakan metode A/B Testing dan *User Experience Questionnaire* (UEQ). Analisis dan perancangan menghasilkan rancangan 2 *prototype* yakni *prototype final* untuk *front-end* pengunjung *website* dan *prototype* untuk *back-end admin website* 3 Pack Surabaya. *Prototype final* merupakan *prototype C* yang memiliki tampilan gabungan dari *prototype A* dan *prototype B*. *Prototype A* terpilih untuk 5 halaman yakni beranda, produk, artikel, kontak dan cara memesan. *Prototype B* terpilih untuk 2 halaman yakni *client* dan *Online Shop*. Hasil pengujian *prototype final* menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) kepada 30 responden didapatkan hasil indikator daya tarik sebesar 1,89; indikator kejelasan sebesar 1,87; indikator efisiensi sebesar 1,95; indikator ketepatan sebesar 1,88; indikator stimulasi sebesar 1,65; dan indikator kebaruan sebesar 1,71. Berdasarkan penilaian metode *User Experience Questionnaire*, nilai rata-rata seluruh indikator 1,82 dan berada pada kategori *good* dan *excellence* yang berarti *user interface & user experience website* 3 Pack Surabaya sesuai dengan kebutuhan *user* untuk mengakses *website* dan mendapatkan informasi tentang 3 Pack Surabaya.

Kata Kunci: *Lean UX, User Interface, User Experience.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji syukur dipanjatkan untuk kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya. Sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Analisis dan Perancangan UI/UX Pada *Website* 3 Pack Surabaya Menggunakan Metode *Lean UX*” yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Strata Satu Sistem Informasi di Universitas Dinamika.

Dalam pelaksanaan tugas akhir dan penyelesaian laporan tugas akhir ini, penulis memperoleh bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, baik berupa dukungan materi maupun dukungan moril. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Tanto Antono dan Sinta Kirana Lindawati, adik penulis, salsa puspa dewi antono, dan keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan secara penuh terutama dalam mendoakan dan memotivasi untuk menyelesaikan tugas akhir.
2. Ibu Tri Sagirani, S.Kom., M.MT., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan dukungan berupa motivasi, saran, dan wawasan bagi penulis selama pelaksanaan tugas akhir dan pembuatan laporan tugas akhir.
3. Ibu Sri Hariani Eko Wulandari, S.Kom., M.MT., selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan banyak sekali wawasan, motivasi serta kritik dan saran guna menyelesaikan tugas akhir.
4. Ibu Endra Rahmawati, M.Kom., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan saran dalam tugas akhir sehingga dapat memperbaiki dan melengkapi tugas akhir Saya.
5. Teman-teman yang berjuang bersama dalam pekerjaan tugas akhir ini serta saling memotivasi, membantu, dan menemani dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Responden yang bersedia meluangkan waktu dan tenaga, serta kritik dan saran untuk menyempurnakan tugas akhir

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan rahmat-Nya kepada seluruh pihak yang membantu penulis dalam pelaksanaan tugas akhir dan penyelesaian

laporan tugas akhir.

Tak lupa pula penulis menyampaikan permintaan maaf apabila melakukan banyak kesalahan di dalam penulisan tugas akhir, baik itu secara sengaja maupun tidak sengaja. Penulis juga berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri ataupun para pembaca, meskipun penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, sangat diharapkan kritik dan saran dari para pembaca guna menyempurnakan tugas akhir ini.

Surabaya , 22 Februari 2024

Penulis



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan	7
1.5. Manfaat	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. <i>Website</i>	8
2.2. <i>Lean UX</i>	9
2.3. <i>Minimum Viable Product (MVP)</i>	10
2.4. <i>User Interface</i>	10
2.5. <i>User Experience</i>	12
2.6. <i>Layout Website</i>	13
2.7. Elemen Dasar Desain Visual	14
2.8. Populasi dan Sampel	14
2.9. <i>A/B Testing</i>	15
2.10. <i>User Experience Questionnaire</i>	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1. <i>Declare Assumption</i>	18
3.1.1. Studi Literatur	18
3.1.2. Wawancara	19
3.1.3. Asumsi	19
3.1.4. Hipotesis	19

3.1.5. <i>User Persona</i>	19
3.1.6. Daftar Fitur	20
3.2. <i>Create an MVP</i>	20
3.2.1. Desain Elemen Dasar Desain Visual <i>Website</i>	20
3.2.2. <i>Sitemap</i>	20
3.2.3. <i>Wireframe</i>	20
3.2.4. <i>Prototype</i>	20
3.3. <i>Run an Experiment</i>	21
3.3.1. A/B Testing	21
3.4. <i>Feedback and Research</i>	21
3.4.1. Mengolah data A/B Testing	21
3.4.2. Perbaiki <i>Prototype</i>	21
3.4.3. Run an Experiment Iterasi 2	21
3.5. Tahap Akhir	22
3.5.1. Penyusunan Dokumen	22
BAB IV HASIL PEMBAHASAN	23
4.1. Tahap <i>Declare Assumption</i>	23
4.1.1. Wawancara Narasumber.....	23
4.1.2. Pendeklarasian Asumsi.....	26
4.1.3. Pernyataan Hipotesis	27
4.1.4. <i>User Persona</i> Pengguna <i>Website</i>	27
4.1.5. Membuat Daftar Fitur.....	28
4.2. Tahap <i>Create a MVP</i>	29
4.2.1. Membuat Desain Elemen Dasar Desain Visual	29
4.2.2. Membuat <i>Sitemap</i>	31
4.2.3. Membuat <i>Wireframe</i>	32
4.2.4. Membuat <i>Prototype</i>	37
4.3. Tahap <i>Run an Experiment</i>	41
4.4. Tahap <i>Feedback and Research</i>	41
4.4.1. Melakukan Pengolahan Data.....	41
4.4.2. Melakukan Perbaiki <i>Prototype</i>	43
4.4.3. Melakukan <i>Run an Experiment</i> Iterasi Kedua.....	45

4.5. Tahap Akhir	47
4.5.1. Penyusunan Dokumen UI/UX <i>Website</i> 3 Pack Surabaya	47
BAB V PENUTUP.....	48
5.1. Kesimpulan	48
5.2. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN.....	53



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Survey Awal UEQ.....	5
Tabel 4.1 Tujuan Bisnis 3 Pack Surabaya.....	23
Tabel 4.2 Hasil Wawancara	23
Tabel 4.3 Analisis Kompetitor	24
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Awal <i>User Experience Questionnaire</i>	26
Tabel 4.5 Daftar Fitur yang Diusulkan	26
Tabel 4.6 Daftar Asumsi	26
Tabel 4.7 Daftar Fitur.....	29
Tabel 4.8 Daftar <i>Wirefame</i>	33
Tabel 4.9 Daftar <i>Prototype</i>	37
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>A/B Testing Front-end Website</i>	43
Tabel 4.11 Hasil penilaian UEQ	46
Tabel L3.1 Hasil Survey Awal <i>Website 3 Pack Surabaya</i>	64
Tabel L10.1 Data Hasil Kuesioner Responden <i>A/B Testing</i>	91
Tabel L13.1 Data Hasil Kuesioner Responden <i>Prototype Final</i>	101

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Tampilan <i>Website</i> 3 Pack Surabaya	2
Gambar 1.2 Performa <i>Website</i> 3 Pack Surabaya.....	3
Gambar 1.3 <i>Traffic Website</i> 3 Pack Surabaya.....	4
Gambar 1.4 Hasil Skala UEQ (<i>Mean</i> dan <i>Varians</i>)	5
Gambar 2.1 Metode <i>Lean UX</i>	9
Gambar 2.2 Pertanyaan <i>User Experience Questionnaire</i>	17
Gambar 3.1 Alur Metodologi Penelitian.....	18
Gambar 4.1 <i>User Persona</i> Pengunjung <i>Website</i> 3 Pack Surabaya	27
Gambar 4.2 <i>User Persona Admin Website</i> 3 Pack Surabaya	28
Gambar 4.3 Logo 3 Pack Surabaya.....	30
Gambar 4.4 Tipografi <i>font Helvetica</i>	31
Gambar 4.5 Skema Warna <i>Website</i>	31
Gambar 4.6 <i>Sitemap User Admin Website</i>	32
Gambar 4.7 <i>Sitemap User Pengunjung Website</i>	32
Gambar 4.8 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Login</i>	33
Gambar 4.9 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Dashboard</i>	34
Gambar 4.10 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Kelola Produk</i>	34
Gambar 4.11 <i>Wireframe</i> Halaman <i>CRUD Produk</i>	35
Gambar 4.12 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Beranda</i>	35
Gambar 4.13 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Produk</i>	36
Gambar 4.14 <i>Prototype</i> Halaman <i>Login</i>	38
Gambar 4.15 <i>Prototype</i> Halaman <i>Dashboard Admin</i>	38
Gambar 4.16 <i>Prototype</i> Halaman <i>Kelola Produk</i>	39
Gambar 4.17 <i>Prototype</i> Halaman <i>CRUD Produk</i>	40
Gambar 4.18 <i>Prototype</i> Halaman <i>Beranda</i>	40
Gambar 4.19 <i>Prototype</i> Halaman <i>Produk</i>	41
Gambar 4.20 Diagram Umur Responden.....	42
Gambar 4.21 Diagram Pekerjaan Responden	42
Gambar 4.22 <i>Prototype Final</i> Halaman <i>Beranda</i>	44

Gambar 4.23 <i>Prototype Final</i> Halaman Produk	45
Gambar 4.24 Hasil Skala UEQ (<i>Mean</i> dan <i>Varians</i>)	46
Gambar L1.1 Tampilan Menu Beranda	53
Gambar L1.2 Tampilan Menu Produk & Layanan	54
Gambar L1.3 Tampilan Menu <i>Price List</i>	55
Gambar L1.4 Tampilan Menu Kontak	56
Gambar L1.5 Tampilan Menu <i>Online Shop</i>	57
Gambar L1.6 Tampilan Menu Cara Memesan	58
Gambar L2.1 Form Kuesioner Bagian 1	59
Gambar L2.2 Form Kuesioner Bagian 2	59
Gambar L2.3 Form Kuesioner Bagian 3	60
Gambar L2.4 Form Kuesioner Bagian 4	60
Gambar L2.5 Form Kuesioner Bagian 5	60
Gambar L2.6 Form Kuesioner Bagian 6	61
Gambar L2.7 Form Kuesioner Bagian 7	61
Gambar L2.8 Form Kuesioner Bagian 8	61
Gambar L2.9 Form Kuesioner Bagian 9	62
Gambar L2.10 Form Kuesioner Bagian 10	62
Gambar L2.11 Form Kuesioner Bagian 11	62
Gambar L2.12 Form Kuesioner Bagian 12	63
Gambar L2.13 Form Kuesioner Bagian 13	63
Gambar L2.14 Form Kuesioner Bagian 14	63
Gambar L5.1 <i>Wireframe</i> Halaman Kelola <i>Client</i>	69
Gambar L5.2 <i>Wireframe</i> Halaman CRUD <i>Client</i>	69
Gambar L5.3 <i>Wireframe</i> Halaman Kelola Artikel	70
Gambar L5.4 <i>Wireframe</i> Halaman CRUD Artikel	70
Gambar L5.5 <i>Wireframe</i> Halaman Kelola Kontak	71
Gambar L5.6 <i>Wireframe</i> Halaman CRUD Kontak	71
Gambar L5.7 <i>Wireframe</i> Halaman Kelola Cara Memesan	72
Gambar L5.8 <i>Wireframe</i> Halaman CRUD Cara Memesan	72
Gambar L5.9 <i>Wireframe</i> Halaman Kelola <i>Online Shop</i>	73
Gambar L5.10 <i>Wireframe</i> Halaman CRUD <i>Online Shop</i>	73

Gambar L5.11 <i>Wireframe</i> Halaman Kelola Beranda.....	74
Gambar L5.12 <i>Wireframe</i> Halaman CRUD Beranda	74
Gambar L6.1 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Client</i>	75
Gambar L6.2 <i>Wireframe</i> Halaman Artikel.....	76
Gambar L6.3 <i>Wireframe</i> Halaman Kontak	76
Gambar L6.4 <i>Wireframe</i> Halaman Cara Memesan.....	77
Gambar L6.5 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Online Shop</i>	78
Gambar L7.1 <i>Prototype</i> Halaman Kelola <i>Client</i>	79
Gambar L7.2 <i>Prototype</i> Halaman CRUD <i>Client</i>	79
Gambar L7.3 <i>Prototype</i> Halaman Kelola Artikel	80
Gambar L7.4 <i>Prototype</i> Halaman CRUD Artikel.....	80
Gambar L7.5 <i>Prototype</i> Halaman Kelola Kontak.....	81
Gambar L7.6 <i>Prototype</i> Halaman CRUD Kontak	81
Gambar L7.7 <i>Prototype</i> Halaman Kelola Cara Memesan	82
Gambar L7.8 <i>Prototype</i> Halaman CRUD Cara Memesan	82
Gambar L7.9 <i>Prototype</i> Halaman Kelola <i>Online Shop</i>	83
Gambar L7.10 <i>Prototype</i> Halaman CRUD <i>Online Shop</i>	83
Gambar L7.11 <i>Prototype</i> Halaman Kelola Beranda	84
Gambar L7.12 <i>Prototype</i> Halaman CRUD Beranda.....	84
Gambar L8.1 <i>Prototype</i> Halaman <i>Client</i>	85
Gambar L8.2 <i>Prototype</i> Halaman Artikel.....	86
Gambar L8.3 <i>Prototype</i> halaman Kontak	86
Gambar L8.4 <i>Prototype</i> Halaman Cara Memesan	87
Gambar L8.5 <i>Prototype</i> Halaman <i>Online Shop</i>	87
Gambar L9.1 Form Kuesioner Bagian 1	88
Gambar L9.2 Form Kuesioner Bagian 2.....	88
Gambar L9.3 Form Kuesioner Bagian 3	89
Gambar L9.4 Form Kuesioner Bagian 4.....	89
Gambar L9.5 Form Kuesioner Bagian 5	90
Gambar L11.1 <i>Prototype Final</i> Halaman <i>Client</i>	93
Gambar L11.2 <i>Prototype Final</i> Halaman Artikel	94
Gambar L11.3 <i>Prototype Final</i> Halaman Kontak.....	95

Gambar L11.4 *Prototype Final* Halaman Cara Memesan 96
Gambar L11.5 *Prototype Final* Halaman *Online Shop*..... 97



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Tampilan <i>Website</i> 3 Pack Surabaya.....	53
Lampiran 2 Kuesioner Evaluasi <i>Website</i> 3 Pack Surabaya.....	59
Lampiran 3 Data Hasil Survey Awal <i>Website</i>	64
Lampiran 4 Wawancara Narasumber.....	66
Lampiran 5 <i>Wireframe Admin Website</i> 3 Pack Surabaya	69
Lampiran 6 <i>Wireframe Pengunjung Website</i> 3 Pack Surabaya.....	75
Lampiran 7 <i>Prototype Halaman Admin Website</i> 3 Pack Surabaya	79
Lampiran 8 <i>Prototype Halaman Pengunjung Website</i> 3 Pack Surabaya.....	85
Lampiran 9 <i>Form Pengujian A/B Testing</i>	88
Lampiran 10 Data Hasil Kuesioner Pengujian <i>A/B Testing</i>	91
Lampiran 11 <i>Prototype Final</i>	93
Lampiran 12 Form Pengujian UEQ <i>Prototype Final</i>	98
Lampiran 13 Data Hasil Kuesioner Pengujian UEQ <i>Prototype Final</i>	101
Lampiran 14 Hasil Plagiasi	103
Lampiran 15 Biodata Penulis	104



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam industri FnB atau singkatan dari *food and beverage*, *packaging* memegang peranan penting untuk *branding* dan *marketing*. Dasarnya, *packaging* hanya menjadi pelindung produk, khususnya untuk barang konsumtif. Namun, kemasan juga memiliki fungsi lain seperti sumber informasi bagi konsumen dan daya tarik agar produk mampu bersaing dengan produk lainnya. Maka dari itu, sangat penting bagi produsen makanan untuk membuat desain *packaging* semenarik mungkin. Selain bentuk dan desain *packaging*, produsen makanan juga harus menyediakan *packaging* yang memenuhi standar *food grade* sebagai jaminan mutlak bagi para konsumen saat mengonsumsi produk makanan yang aman, bebas bahaya dan risiko buat kesehatan.

3 Pack Surabaya merupakan perusahaan yang memproduksi *paper packaging* dan memiliki kantor sekaligus menjadi pabrik produksi di Kompleks Pergudangan BizzPark C3, Jabon, Tambak Sawah, Kec. Waru, Kab. Sidoarjo. Selain produksi, saat ini perusahaan juga bertindak selaku distributor *paper lunch box* atau kotak makanan kertas dalam berbagai ukuran dan bentuk. 3 Pack Surabaya menghadirkan kemasan makanan yang aman bagi kesehatan karena telah memenuhi persyaratan kemasan makanan yang *food grade* dan dapat memproduksi kemasan makanan dengan desain yang menarik banyak pelanggan.

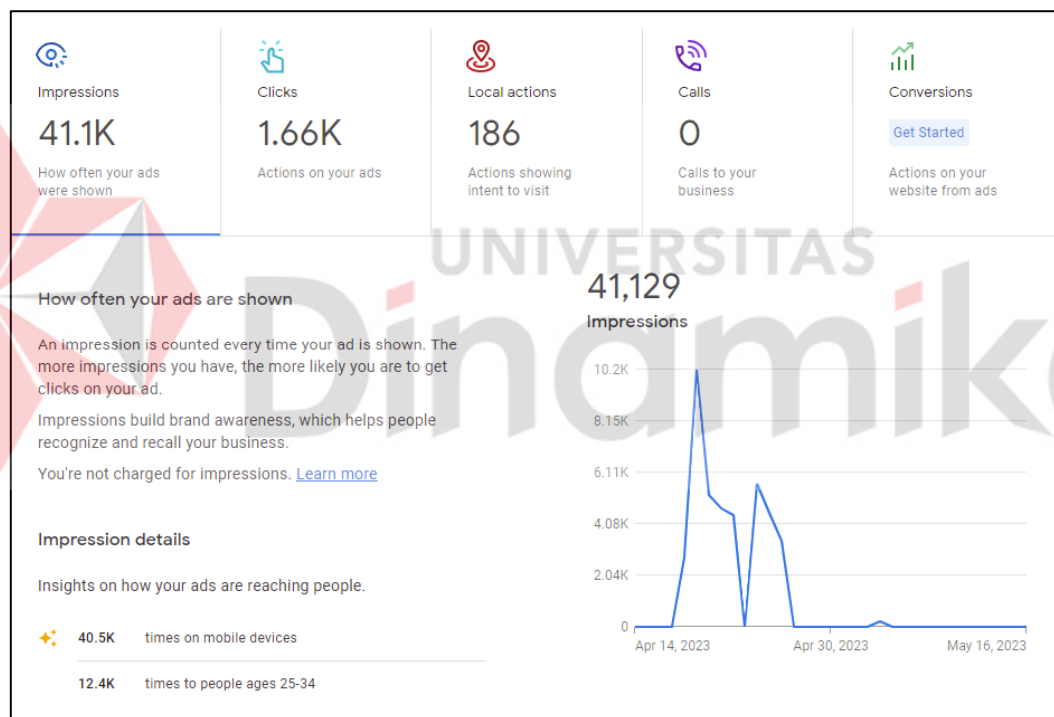
3 Pack Surabaya memiliki berbagai platform untuk mempromosikan produk mereka, mulai dari media sosial *Instagram* yang beralamat di @3pack.sby, *marketplace* Shopee dengan nama toko 3pack.sby dan Tokopedia dengan nama toko 3Packsby, hingga *website company profile*. Dalam pengembangannya, 3 Pack Surabaya memiliki *website* yang beralamat di <https://3packsby.com/> yang berisi *company profile*, produk dan layanan, *pricelist*, kontak, *link online shop*, dan cara pemesanan terlihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Tampilan Website 3 Pack Surabaya

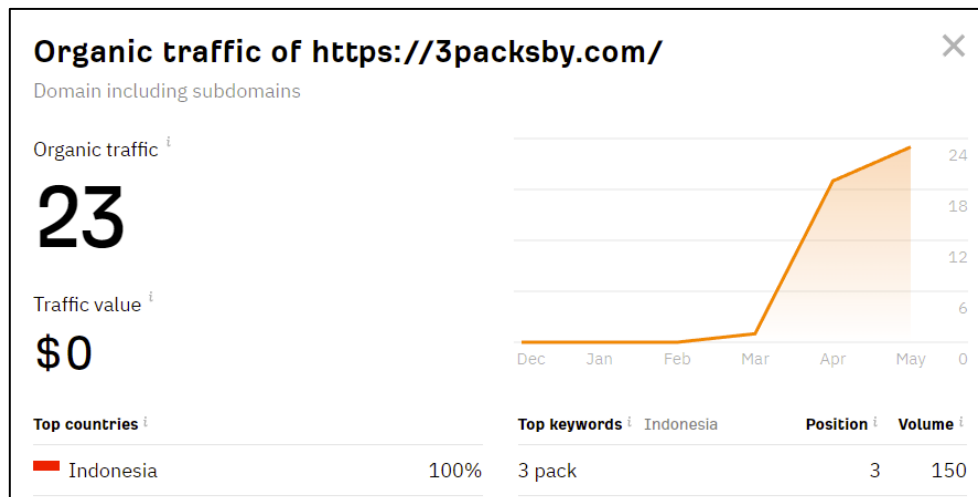
Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik perusahaan 3 Pack Surabaya, website 3 Pack Surabaya memiliki permasalahan pada desain dan pengalaman website yang kurang menarik baik dari segi tata letak, warna dan tipografi karena

terdapat kendala merancang desain *website* yang diinginkan pengunjung, sehingga perusahaan membuat *website* dengan desain, tampilan dan informasi seadanya yang diberikan saat ini. Tampilan *website* saat ini hanya menggunakan 2 warna, yakni warna putih yang dominan dan warna hijau. Penggunaan tipografi pada *website* menggunakan jenis *font default* yakni Arial dan memiliki ukuran *font* yang tidak konsisten di tiap bagiannya. Pada bagian tata letak *website* terdapat porsi ukuran penataan yang tidak seimbang antara *navigation bar*, *header*, *section* dan *footer*. Desain yang kurang menarik mengakibatkan pengunjung *website* yang menurun sehingga *Search Engine Optimizer* (SEO) juga ikut menurun. *Website 3 Pack Surabaya* juga telah mempromosikan *website*-nya melalui *Google Ads* namun terus mengalami penurunan performa dan dapat dilihat pada Gambar 1.2.



Gambar 1.2 Performa *Website 3 Pack Surabaya*

Terus menurunnya SEO *website 3 Pack Surabaya* juga mengakibatkan *traffic* pengunjung *website* yang sedikit. Hal ini dibuktikan dengan jumlah pengunjung *website* periode 14 April hingga 16 Mei 2023 yang hanya berjumlah 23 *user* terlihat pada Gambar 1.3.



Gambar 1.3 *Traffic Website 3 Pack Surabaya*

Selain melakukan wawancara kepada pemilik perusahaan 3 Pack Surabaya, peneliti melakukan wawancara kepada pengunjung *website* 3 Pack Surabaya. Menurut pengunjung, tampilan *website* 3 Pack Surabaya tidak menarik karena didominasi warna putih, ukuran tulisan yang terlalu besar dan isi dari *website* minim informasi kepada pengunjung terutama pada katalog yang hanya berisikan gambar dan judul saja, tidak disertakan harga barang, jenis bahan yang digunakan, dan juga kualitas bahan yang digunakan. Selain itu pada halaman pemesanan hanya terdapat *field* untuk mengisi formulir dan tidak ada informasi tentang cara memesan produk 3 Pack Surabaya dan proses selanjutnya setelah mengisi formulir, sehingga pengunjung bingung ketika melakukan pemesanan.

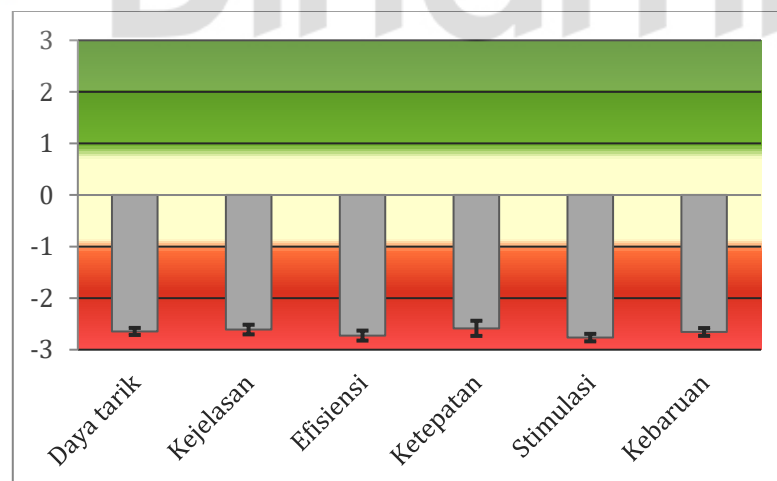
Permasalahan selanjutnya yakni *website* yang ada sekarang belum bisa membantu untuk menginformasikan tentang 3 Pack Surabaya kepada pengunjung *website* sehingga *admin website* bekerja 2 kali dalam memberikan informasi 3 Pack Surabaya. Selain itu dilakukan survey awal dengan menggunakan metode *User Experience Questionnaire (UEQ)*, yakni alat untuk mengukur *User Experience (UX)* berisi 6 indikator dengan 26 item pertanyaan untuk mengevaluasi *website* 3 Pack Surabaya. Survey awal dilakukan kepada 30 responden yang merupakan pengunjung *website* 3 Pack Surabaya dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dengan bantuan *tools* Google Form. Data hasil survey awal, hasil rata-rata indikator daya tarik sebesar -2,65, indikator kejelasan sebesar -2,61, indikator efisiensi sebesar -2,73, indikator ketepatan sebesar -2,59, indikator stimulasi

sebesar -2,77, dan indikator kebaruan sebesar -2,66. Berdasarkan penilaian metode *User Experience Questionnaire*, Hasil dari masing-masing indikator berada pada kategori buruk yang berarti *user interface & user experience website 3 Pack Surabaya* perlu diperbaiki agar sesuai dengan kebutuhan *user* untuk mengakses *website* dan mendapatkan informasi tentang 3 Pack Surabaya. Hasil penilaian dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Hasil Survey Awal UEQ

<i>Scale</i>	<i>Mean</i>	<i>Comparisson to benchmark</i>	<i>Interpretation</i>
Daya arik	-2,65	<i>Bad</i>	<i>In the range of the 25% worst results</i>
Kejelasan	-2,62	<i>Bad</i>	<i>In the range of the 25% worst results</i>
Efisiensi	-2,73	<i>Bad</i>	<i>In the range of the 25% worst results</i>
Ketepatan	-2,59	<i>Bad</i>	<i>In the range of the 25% worst results</i>
Stimulasi	-2,77	<i>Bad</i>	<i>In the range of the 25% worst results</i>
Kebaruan	-2,64	<i>Bad</i>	<i>In the range of the 25% worst results</i>

Hasil survey awal menggunakan *user experience questionnaire* dapat dilihat pada Gambar 1.4. Berdasarkan gambar tersebut diketahui seluruh nilai indikator pada grafik skala UEQ berada pada angka minus yang menandakan UI/UX *website 3 Pack Surabaya* buruk dan perlu untuk menaikkan seluruh nilai indikator pada grafik skala UEQ dengan cara memperbaiki *user interface* dan *user experience* pada *website 3 Pack Surabaya*.



Gambar 1.4 Hasil Skala UEQ (*Mean dan Varians*)

Selain itu berdasarkan hasil analisis kompetitor dengan *website* perusahaan *paper packaging* sejenis, didapatkan hasil *website* kompetitor memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan *website 3 Pack Surabaya* yakni tampilan *website*

yang modern, ukuran dan jenis *font* yang konsisten, dan terdapat berbagai macam menu sebagai penunjang informasi yang ada pada *website*.

Oleh karena itu perlu dilakukan analisa dan perancangan *user interface* dan *user experience website 3 Pack Surabaya* menggunakan metode *Lean UX*. Metode *Lean UX* ini dipilih dalam perancangan UI/UX karena dalam prosesnya metode ini berfokus pada kebutuhan pengguna dengan mengutamakan *feedback* yang cepat dan tepat dari pengguna, sehingga waktu yang digunakan dalam mendesain UI/UX *website 3 Pack Surabaya* lebih singkat dan efisien biaya. Metode *Lean UX* dilakukan dengan empat tahapan yaitu *declare assumption*, *create an MVP*, *run an experiment* dan *feedback and research*. Pengujian yang dilakukan untuk menguji *prototipe website 3 Pack Surabaya* menggunakan metode A/B Testing dan *User Experience Questionnaire (UEQ)*.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana menganalisis dan merancang UI/UX pada *website 3 Pack Surabaya* menggunakan metode *Lean UX* sehingga menghasilkan tampilan *user interface* yang baik dari segi tata letak, warna dan tipografi sehingga *user* tertarik untuk menggunakan situs dan *user experience* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dalam mendapatkan informasi tentang 3 Pack Surabaya serta memberikan kemudahan dan pengalaman yang menyenangkan kepada *user* dalam menggunakan *website*.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. metode *Lean UX* digunakan dalam penelitian ini
2. Pengujian *user interface* menggunakan metode *A/B Testing* kepada 30 responden pengunjung *website 3 Pack Surabaya* dan pengujian *user experience* kepada 30 responden pengunjung *website 3 Pack Surabaya* menggunakan metode *User Experience Questionnaire (UEQ)*.
3. *Prototipe* yang dirancang merupakan versi tampilan *website* dan terdiri dari 2 jenis prototipe, yakni prototipe *frontend* yang ditujukan kepada pengunjung dan prototipe *backend* yang ditujukan kepada *admin website*.

4. Desain *website* yang dibuat yakni *website company profile* 3 Pack Surabaya.
5. *Website company profile* 3 Pack Surabaya hanya menampilkan informasi-informasi perusahaan 3 Pack Surabaya dan tidak terdapat proses transaksi dengan pengunjung *website*.

1.4. Tujuan

Tujuan penelitian ini yakni menghasilkan *prototipe website* 3 Pack Surabaya yang memiliki *user interface* dan *user experience* yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung *website* untuk mengakses *website* dan mendapatkan informasi tentang 3 Pack Surabaya.

1.5. Manfaat

Analisis dan perancangan UI/UX *website* 3 Pack Surabaya menggunakan metode *Lean UX* diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Pemilik dapat menyampaikan informasi perusahaan 3 Pack Surabaya kepada pengunjung.
2. Pengguna dapat menggunakan *website* 3 Pack Surabaya dengan lancar untuk mendapatkan informasi mengenai 3 Pack Surabaya.
3. Tim pengembang *website* dapat membuat sebuah *website* sebagai media untuk menginformasikan 3 Pack Surabaya kepada pengunjung *website* sesuai dengan kebutuhan *user interface* dan *user experience* yang dibutuhkan *user*.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. *Website*

Menurut Hartono (2014), *website* adalah kumpulan laman web dan *file-file* pendukung (*file* gambar, video, *file* digital lainnya, dll) yang disimpan di server web dan biasanya dapat diakses dengan Internet. *Website* menciptakan bermacam-macam sistem informasi yang dapat diakses siapapun, kapanpun, dimanapun, tanpa memandang jarak atau waktu.

Menurut Moustakis (2004) ciri-ciri *website* yang baik yakni:

1. *Content*

Informasi yang disediakan *website* mampu diandalkan dan bebas dari kekeliruan. Isi mencerminkan kualitas dan kelengkapan informasi. Konten juga mengacu pada daya tanggap sebuah situs web untuk memuaskan pengguna dan keyakinan tentang informasi yang terkandung di website.

2. *Navigation*

Navigasi mencerminkan dukungan yang diberikan saat pengguna di situs. Elemen navigasi meliputi kemudahan navigasi, kemudahan memahami struktur situs, dan ketersediaan serta efektivitas tautan.

3. *Design and Structure*

Desain serta struktur mencakup aspek-aspek yang mempengaruhi runtutan, kecepatan, dan browser. Selain itu, apabila menggunakan warna, variasi unik perlu ditetapkan untuk tiap kategori. Selain itu, website "ringan" cenderung lebih kompatibel dengan perangkat lunak alternatif, yang dapat membuatnya lebih mudah digunakan.

4. *Appearance and Multimedia*

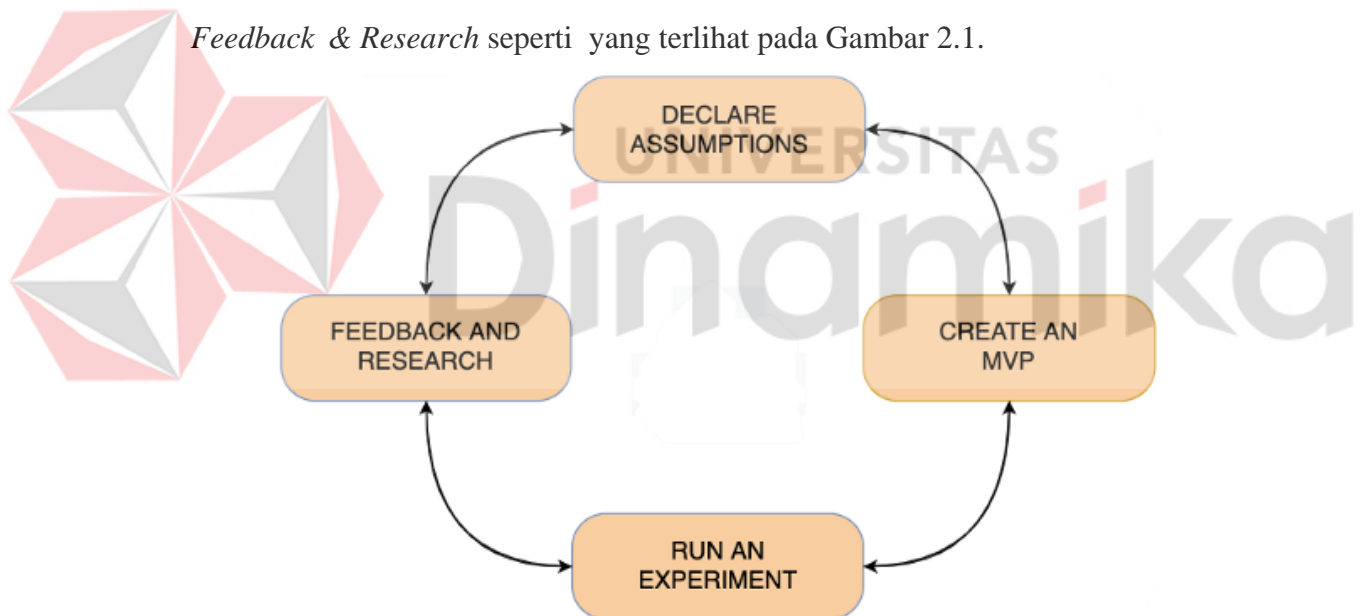
Memiliki grafik yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kebiasaan pengguna. Aspek penampilan dan pengambilan multimedia yang terkait dengan "Penampilan Website". Untuk menggunakan simbol, perlu menyesuaikan warna dan keterbacaan teks dari jarak pandang normal.

5. *Uniqueness*

Keunikan mengacu pada persepsi pengguna bahwa sebuah situs menawarkan sesuatu yang membedakannya dari situs lain. Fungsionalitas situs web ditentukan berdasarkan konten, estetika, dan kemampuan desain.

2.2. *Lean UX*

Menurut Klein (2013), *Lean UX* merupakan sebuah perubahan mendasar dalam merancang produk dengan memperkenalkan beberapa hal baru yang belum ditemukan dalam tahapan desain lainnya. *Lean UX* merupakan teknik yang sangat berguna saat mengerjakan proyek *website* di mana kecepatan dalam proses menjadi utama sehingga desain UX dapat tercipta sesuai harapan pengguna (Rahmalia, 2021). Menurut Gothelf (2013), Proses *Lean UX* terdiri dari empat langkah, yakni *Declare Assumption*, *Create MVP*, *Run an Experiment*, and *Feedback & Research* seperti yang terlihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Metode *Lean UX*
Sumber: (Rahman & Rajanen, 2019)

Declare assumption terdiri dari *Vision*, *Framing*, dan *Outcome*. Asumsi tersebut meliputi pernyataan masalah, asumsi, hipotesis, persona, serta fitur produk. Proses selanjutnya yakni *Create an MVP*, Ini membantu menguji asumsi. MVP biasanya merupakan prototipe (seperti sketsa kertas, gambar rangka yang dapat dijalankan). Selanjutnya yakni *Run an Experiment*, Konsep kunci langkah-langkah ini adalah menjalankan eksperimen MVP

untuk mengetahui kemungkinan pasar dan apa yang diinginkan orang, bukan hanya apa yang mereka katakan. Langkah terakhir yakni *Feedback and Research*, yakni mengumpulkan umpan balik dan analisisnya adalah langkah akhir dari siklus *Lean UX*. Hasil eksperimen ditujukan untuk menginformasikan kepada tim apakah hipotesis mengenai suatu asumsi benar atau tidak (Rahman A. , 2021).

2.3. *Minimum Viable Product (MVP)*

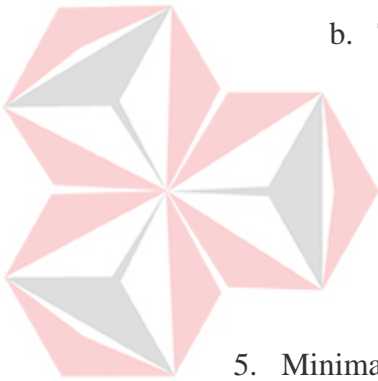
Menurut Ries (2011), *Minimum Viable Product (MVP)* versi produk baru yang memungkinkan tim mengumpulkan jumlah maksimum pembelajaran tervalidasi tentang pelanggan (memenuhi kebutuhan dasar pelanggan) dengan sedikit usaha. Dalam hal *Lean UX*, MVP adalah prototipe yang dibuat dari sketsa kertas atau gambar rangka yang dapat diklik untuk mengumpulkan data yang relevan untuk menjawab hipotesis yang diberikan (Quora, 2018). Oleh karenanya, MVP dapat dianggap sebagai email, wawancara, tombol ke manapun. Dengan kata lain, MVP mampu menjadi animasi singkat dengan penjelasan tentang apa yang dilakukan produk, dan mengapa pengguna harus membelinya.

2.4. *User Interface*

Menurut Lastiansah (2012), *usersinterface* adalah cara program dan pengguna untuk berinteraksi. Istilah *usersinterface* terkadang digunakan sebagai pengganti istilah *HumansComputer Interaction (HCI)* dimana semua aspek dari interaksi pengguna dan komputer. Dengan adanya *Usersinterface* yang baik akan memberikan beberapa keunggulan diantaranya memudahkan interaksi pengguna dengan produk, peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis, serta meningkatkan *branding quality* (Aprilia, 2020). Dari penjelasan tersebut *user interface* mempunyai peran yang penting dalam efektivitas suatu sistem informasi. *User interface* memiliki tujuan untuk menjadikan teknologi informasi mudah digunakan pengguna atau disebut dengan *user friendly*.

Untuk menghadirkan *user interface* yang mengesankan kepada pengguna menurut (Interaction Design Foundation, 2020), dibutuhkan kenyamanan dan keterbatasan kapasitas mental manusia dengan mengikuti pedoman berikut:

1. Membuat tombol dan elemen umum lainnya bekerja dengan cara yang dapat diprediksi (termasuk respons seperti cubit untuk memperbesar/memperkecil) sehingga pengguna dapat menggunakannya secara tidak sadar di mana saja . Bentuk harus mengikuti fungsi.
2. Pertahankan kemampuan untuk dapat ditemukan yang tinggi . Beri label ikon dengan jelas dan sertakan keterjangkauan yang ditunjukkan dengan baik : misalnya, bayangan untuk tombol.
3. Pertahankan antarmuka yang sederhana (hanya dengan elemen yang membantu melayani tujuan pengguna) dan ciptakan kesan "tidak terlihat" .
4. Hormati mata dan perhatian pengguna terkait tata letak. Fokus pada hierarki dan keterbacaan:
 - a. Gunakan perataan yang tepat. Biasanya memilih perataan tepi (lebih dari tengah).
 - b. Tarik perhatian ke fitur-fitur utama menggunakan :
 - i. Warna, kecerahan dan kontras. Hindari menyertakan warna atau kancing secara berlebihan.
 - ii. Teks melalui ukuran *font*, tipe tebal/pembobotan, miring, kapital dan jarak antar huruf. Pengguna harus mengambil makna hanya dengan memindai.
5. Minimalkan jumlah tindakan untuk melakukan tugas tetapi fokus pada satu fungsi utama per halaman. Pandu pengguna dengan menunjukkan tindakan yang disukai. Kemudahan tugas kompleks dengan menggunakan pengungkapan progresif.
6. Letakkan kontrol di dekat objek yang ingin dikontrol pengguna. Misalnya, tombol untuk mengirimkan formulir harus berada di dekat formulir.
7. Beri tahu pengguna tentang respons/tindakan sistem dengan umpan balik.
8. Gunakan pola desain UI yang sesuai untuk membantu memandu pengguna dan mengurangi beban (mis., formulir pra-isi). Berhati-hati dalam menggunakan pola gelap, yang mencakup kotak centang ikut serta/menyisih yang sudah diisi sebelumnya yang sulit dilihat dan memasukkan item ke keranjang pengguna.
9. Menjaga konsistensi merek.



10. Selalu berikan langkah selanjutnya yang dapat disimpulkan oleh pengguna secara alami, apapun konteksnya.

2.5. *User Experience*

Menurut definisi dari ISO 9241-210 (2009), *user experience* (UX) adalah tentang bagaimana seseorang melihat dan merespons penggunaan produk, sistem, atau layanan tertentu. Ini mencakup evaluasi terhadap tingkat kepuasan dan kenyamanan pengguna terhadap produk, sistem, atau layanan yang digunakan. Secara esensial, *user experience* mencakup pengalaman praktis suatu produk atau layanan saat digunakan sehari-hari.

User experience juga mencakup kemampuan untuk menjelaskan alasan di balik desain tersebut. Desain yang berhasil dalam konteks UX mampu menciptakan rasa kenyamanan bagi pengguna ketika mereka berhasil mencapai tujuan mereka saat menggunakan suatu produk atau aplikasi, bukan sekadar penampilan visual yang menarik. Oleh karena itu, seseorang yang memiliki pemahaman mendalam tentang berbagai aspek yang diperlukan untuk menciptakan pengalaman pengguna yang baik disebut sebagai *UX designer*. *UX designer* bekerja sama dengan berbagai departemen untuk menemukan keseimbangan terbaik antara kebutuhan pengguna, tujuan bisnis, dan kemajuan teknologi. Dengan itu, mereka mengembangkan pengalaman produk yang memiliki makna, memberi manfaat, dan memberikan kesenangan.

Prinsip *user experience* yang baik menurut (Baker, 2022) sebagai berikut:

1. Kontekstual: *user experience* mampu memandu pengguna sepanjang perjalanan mengunjungi *website* sehingga tidak tersesat atau kewalahan dalam seluruh isi *website*.
2. Menjadi Manusia: *website* yang mampu membuat pengguna nyaman dan menikmati ketika berinteraksi akan mendapatkan kepercayaan dari pengguna.
3. Dapat ditemukan: Pengguna tidak ingin membuang waktu. Dengan desain UX yang sukses, *website* akan mudah ditemukan dan dinavigasi.

4. Mudah: Bersikap konsisten dan terus terang akan bermanfaat bagi pengguna. Dalam membangun hubungan dengan pengguna, *website* harus memberi mereka pengalaman yang menyenangkan dan mudah.
5. Sederhana: Tidak ada bulu halus, garis singgung, atau deskripsi yang tidak perlu. Langsung ke intinya.

2.6. *Layout Website*

Layout website merupakan susunan elemen desain yang terkait dengan suatu media tertentu, bertujuan mendukung konsep pembuatan website (IndoCenter, 2022). Prinsip dasar penggunaan tata letak ini adalah mengintegrasikan elemen-elemen seperti gambar dan teks untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Hal ini memungkinkan pemirsa untuk mudah memahami informasi. Oleh karena itu, dalam merancang tata letak, diperlukan perhatian terhadap elemen, unsur, serta prinsip-prinsipnya agar informasi dapat disampaikan secara optimal.

Rancangan *layout* pada website bertujuan untuk memastikan bahwa informasi efektif disampaikan kepada *user*, meningkatkan keterbacaan elemen teks dan gambar, menciptakan daya tarik visual pada tampilan website, dan mempermudah audiens untuk melakukan tindakan sesuai dengan harapan (Johanna, 2023).

Dalam konteks website, *layout* perlu mengandung beberapa komponen. Berikut adalah elemen-elemen *layout* beserta penjelasannya:

1. *Header*

Bagian *header* biasanya diisi oleh desainer tata letak dengan logo situs web, menu navigasi, ikon media sosial, dan kotak pencarian.

2. *Navigation*

Navigation berfungsi sebagai panduan bagi pengguna. Di situs web, navigasi bisa berupa menu utama di bagian atas halaman dan menu tambahan di bagian bawah.

3. *Content/Body*

Unsur *content/body* biasanya memuat informasi tentang produk, fitur, dan deskripsi penjualan. Pada situs web, konten ini sering berupa artikel.

4. *Sidebar*

Elemen lainnya adalah *sidebar*, meskipun beberapa perancang *layout* mulai

menghindarinya karena dianggap dapat mengurangi daya tarik visual website. Meski begitu, *sidebar* masih digunakan pada beberapa halaman artikel untuk menampilkan informasi produk, produk paling populer, dan navigasi tambahan.

5. Footer

Elemen terakhir adalah *footer*, sering dibagi menjadi beberapa bagian. Bagian pertama berisi logo dan deskripsi singkat situs web. Bagian kedua berisi informasi kontak. Bagian ketiga mencakup ikon media sosial, sementara bagian terakhir berisi navigasi tambahan untuk situs web.

2.7. Elemen Dasar Desain Visual

Pentingnya Desain Visual dalam pengembangan produk terletak pada kenyataan bahwa pengguna pertama kali berinteraksi dengan UI Design (tampilan) sebelum memahami fungsionalitasnya. Kesuksesan produk sangat bergantung pada tampilan visualnya, karena pengguna akan membentuk kesan awal berdasarkan aspek ini. Produk yang tidak memiliki tampilan visual yang menarik dapat memberikan pengalaman awal negatif bagi pengguna, dan produk dengan desain visual yang menarik akan meninggalkan kesan positif yang berkesan pada pengguna.

Untuk menciptakan desain visual yang menarik, diperlukan elemen dasar sebelum memulai pembuatan UI Design. Elemen-elemen ini menjadi fondasi penting dalam membangun suatu desain. Dua elemen tersebut mencakup tipografi dan warna. Tipografi adalah disiplin ilmu dan teknik yang berkaitan dengan pengaturan jenis huruf untuk memastikan tulisan mudah dibaca dan menarik saat ditampilkan. Sementara warna adalah salah satu aspek kunci dalam Desain Antarmuka Pengguna (UI). Memilih warna yang sesuai dapat memiliki efek yang beragam pada pikiran, tingkah laku, dan mood pengguna, karena tiap warna memiliki dampak psikologis dan emosional yang unik. (Faizin, 2022).

2.8. Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekumpulan umum yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diselidiki dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi tidak

hanya mencakup individu, tetapi juga objek dan elemen alam lainnya. Lebih jauh lagi, populasi tidak hanya merujuk pada jumlah orang atau objek dalam penelitian, melainkan mencakup semua karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang sedang diteliti. Di sisi lain, sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika populasi sangat besar dan keterbatasan sumber daya seperti dana, tenaga, waktu, atau faktor lain mencegah peneliti untuk mempelajari seluruh populasi, penggunaan sampel menjadi solusi. Oleh karena itu, pengambilan sampel harus representatif dan mencerminkan keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini, teknik *slovin* dan *random sampling* digunakan untuk memperoleh sampel. *Random sampling* adalah pengambilan sampel secara acak sederhana, di mana metode ini dapat dilakukan melalui undian (*lotre*) atau menggunakan tabel bilangan atau angka acak. (Notoatmodjo, 2010).

2.9. A/B Testing

Menurut Gallo (2017), A/B Testing adalah metode yang digunakan untuk membandingkan dua versi dari suatu elemen dengan tujuan menilai performa yang lebih baik di antara keduanya. Pengujian A/B dilakukan dengan menampilkan dua versi yang sama-sama acak kepada pengguna yang berbeda. Penggunaan unsur acak ini sangat penting karena memastikan informasi yang diperoleh lebih akurat dan obyektif. Salah satu versi berperan sebagai kelompok "kontrol", yang telah ada sebelumnya, sementara versi kedua mengalami perubahan pada satu elemen (Patel, 2022). Keuntungan dari penerapan A/B Testing melibatkan peningkatan interaksi antara pemilik dan merek, memungkinkan penilaian terhadap metode pemasaran yang paling efektif, menghilangkan elemen yang tidak relevan atau tidak berdampak pada pengguna, serta memberikan data mengenai perilaku pelanggan (Marketo, 2015).

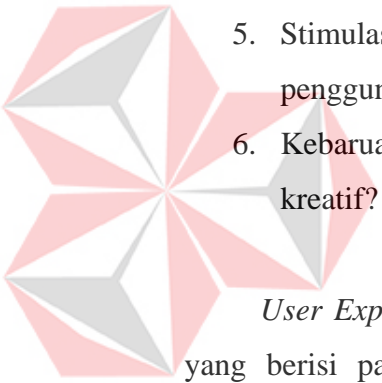
2.10. User Experience Questionnaire

User Experience Questionnaire (UEQ) adalah suatu instrumen atau kuesioner efektif serta sederhana untuk mengevaluasi *User Experience* (UX). UEQ diperkenalkan pada tahun 2005. Pendekatan analisis data diterapkan guna memastikan kegunaan praktis dari skala sudah ditentukan, di mana skala tersebut

diperoleh dari data tentang kumpulan item yang lebih detail. Masing-masing skala mencerminkan berbagai aspek kualitas dari produk interaktif. (Hinderks, Schrepp, & Thomaschewski, 2018).

Dalam *User Experience Questionnaire*, ada enam skala evaluasi yang terdiri dari 26 pertanyaan, yaitu:

1. Daya Tarik (*Attractiveness*): Apakah produk mendapat respons positif dari pengguna?
2. Kejelasan (*Perspicuity*): Seberapa mudah pengguna memahami dan mempelajari cara menggunakan produk?
3. Efisiensi (*Efficiency*): Seberapa efisien pengguna dalam menyelesaikan tugas dengan upaya minimal?
4. Ketepatan (*Dependability*): Apakah pengguna merasa memiliki kendali terhadap interaksi dengan produk?
5. Stimulasi (*Stimulation*): Seberapa menarik dan memotivasi produk bagi pengguna?
6. Kebaruan (*Novelty*): Sejauh mana produk dianggap sebagai inovatif dan kreatif? Apakah produk mampu menarik minat pengguna?



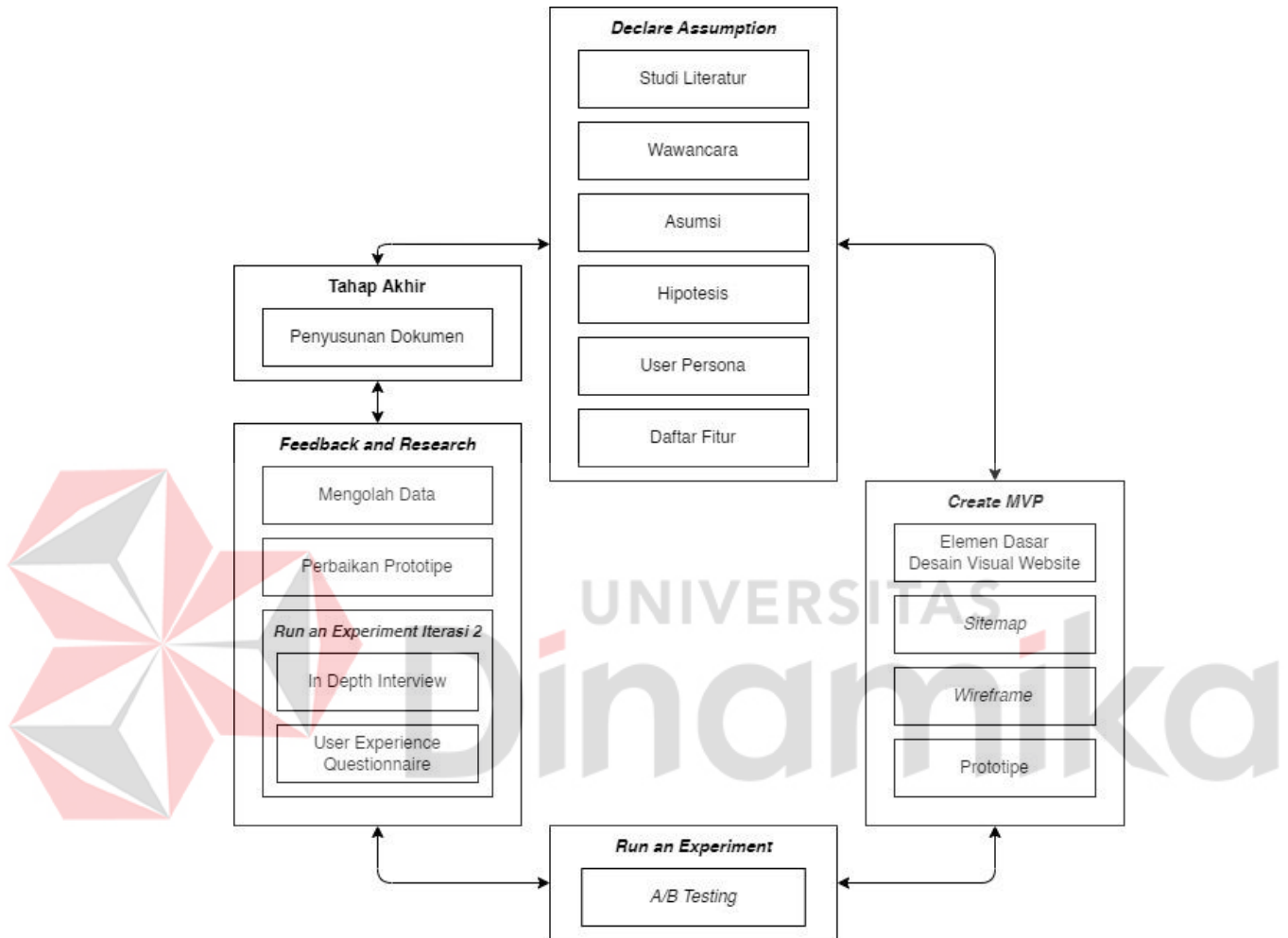
User Experience Questionnaire dilakukan dengan cara pengisian kuisioner yang berisi pasangan atribut yang memiliki makna berlawanan yang dapat merefleksikan produk. Lingkaran-linrangan yang ada di antara atribut menggambarkan tingkat gradasi antara atribut yang saling berlawanan tersebut. Responden dapat mengekspresikan tingkat persetujuan terhadap atribut dengan memilih lingkaran yang lebih dekat dengan kesan atau impresi yang mereka miliki. Daftar 26 pertanyaan *User Experience Questionnaire* dapat diakses pada Gambar 2.2.

	1	2	3	4	5	6	7		
menyusahkan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menyenangkan	1
tak dapat dipahami	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat dipahami	2
kreatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	monoton	3
mudah dipelajari	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sulit dipelajari	4
bermanfaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	kurang bermanfaat	5
membosankan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	mengasyikkan	6
tidak menarik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menarik	7
tak dapat diprediksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat diprediksi	8
cepat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	lambat	9
berdaya cipta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	konvensional	10
menghalangi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	mendukung	11
baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	buruk	12
rumit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sederhana	13
tidak disukai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menggembirakan	14
lazim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	terdepan	15
tidak nyaman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	nyaman	16
aman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak aman	17
memotivasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak memotivasi	18
memenuhi ekspektasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak memenuhi ekspektasi	19
tidak efisien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	efisien	20
tidak jelas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	membingungkan	21
tidak praktis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	praktis	22
terorganisasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	berantakan	23
atraktif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak atraktif	24
ramah pengguna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak ramah pengguna	25
konservatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	inovatif	26

Gambar 2.2 Pertanyaan *User Experience Questionnaire*

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Tahapan metode penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Alur Metodologi Penelitian

3.1. *Declare Assumption*

Proses *Declare Assumption* merupakan langkah mengidentifikasi dan merumuskan *product idea* yang akan dibangun, sehingga dapat mendukung perancangan produk yang sesuai dengan kebutuhan *user*.

3.1.1. Studi Literatur

Studi literatur digunakan untuk mempelajari materi dari metode *Lean UX*, konsep *User Interface*, *User Experience*, *Lean UX*, populasi dan sampel, MVP, *User Experience Questionnaire*, dan *A/B Testing*.

3.1.2. Wawancara

Wawancara bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mengenai tujuan dan sasaran bisnis, permasalahan yang sedang dihadapi, pesaing dalam industri serupa, serta fitur-fitur yang akan diimplementasikan pada website. Metode wawancara yang akan digunakan adalah *In Depth Interview* dengan pihak pengelola website 3 Pack Surabaya. Selain itu pembagian kuesioner dilakukan kepada 30 responden pengunjung website 3 Pack Surabaya menggunakan *User Experience Questionnaire* untuk mengetahui kekurangan yang ada pada website dengan bantuan *google form*. Data hasil survey awal dapat dilihat pada Lampiran 3 dan daftar pertanyaan dan jawaban wawancara narasumber dapat dilihat pada Lampiran 4.

3.1.3. Asumsi

Tahap asumsi terdiri dari *question* yang berupa ide, pendapat serta solusi mengenai website 3 Pack Surabaya yang didapat dari hasil wawancara yang dilakukan. Hasil yang didapatkan dari wawancara yang dilakukan diubah menjadi daftar asumsi.

3.1.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan bentuk pernyataan penelitian yang ingin dibuktikan yang akan dibuat selanjutnya data yang akan terkumpul melalui wawancara, dan analisis menggunakan metode *Lean UX*.

3.1.5. UsersPersona

User persona digunakan untuk memahami identitas pengguna produk, termasuk orang yang sudah atau berpotensi akan menggunakan produk, serta alasan di balik penggunaan produk tersebut. Dalam *user persona*, terdapat berbagai informasi terkait pengguna, termasuk kebutuhan dan masalah yang mereka hadapi saat menggunakan website, serta solusi yang mungkin untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dalam pembuatan *user persona* dibagi menjadi 2 kelompok pengguna, yakni *admin* dan pengunjung. *Admin* berfungsi mengelola data-data yang ada di dalam website untuk dapat diinformasikan kepada pengunjung website dan pengunjung yakni *user* yang mengunjungi website untuk mendapatkan informasi mengenai 3 Pack Surabaya.

3.1.6. Daftar Fitur

Langkah berikutnya adalah menentukan fitur-fitur yang akan dikembangkan berdasarkan data yang diperoleh dari proses wawancara. Fitur ini mencakup layanan-layanan yang dapat diimplementasikan pada *website* 3 Pack Surabaya.

3.2. *Create an MVP*

Tahap *Create an MVP* yakni proses untuk membuat elemen dan prototipe berdasarkan hasil identifikasi dari tahapan sebelumnya. Tahapan yang dilakukan pada *Create an MVP* sebagai berikut.

3.2.1. Desain Elemen Dasar Desain Visual *Website*

Pada tahap ini dilakukan proses mendesain logo identitas 3 Pack Surabaya, skema warna, dan tipografi atau jenis *font* (Faizin, 2022).

3.2.2. *Sitemap*

Dalam tahap *sitemap*, langkahnya adalah merancang struktur dan alur dari situs web 3 Pack Surabaya dalam bentuk prototipe yang akan diperinci pada tahap *wireframe*. Pembuatan *sitemap* dilakukan membuat diagram yang menggambarkan fitur yang ada di situs web 3 Pack Surabaya yang sedang direncanakan, dan menghubungkan mereka satu sama lain guna membentuk struktur alur prototipe.

3.2.3. *Wireframe*

Wireframe merupakan gambaran awal mengilustrasikan tampilan suatu *website*. Tahap ini akan disajikan tata letak menggunakan warna *black and white* guna memperjelas desain antarmuka pengguna beserta detail visual lainnya. Dalam proses pembuatan *wireframe* ini, akan dibuat dua versi, yaitu *wireframe* A dan *wireframe* B.

3.2.4. *Prototype*

Tahapan ini yakni membuat *interactive prototype*. Prototipe interaktif pada produk ini akan mencakup fitur-fitur yang ada di *website* 3 Pack Surabaya. Pembuatan prototipe ini akan menggunakan alat desain Figma. Dua versi prototipe akan disiapkan, yaitu prototipe A dan prototipe B, yang selanjutnya melalui proses pengujian metode A/B Testing.

3.3. *Run an Experiment*

Tahap ini merupakan tahapan untuk menguji prototipe yang telah dibuat kepada responden. Tahapan yang dilakukan pada *Run an Experiment* sebagai berikut:

3.3.1. *A/B Testing*

Dalam tahap ini, dilakukan evaluasi hasil produk untuk mencapai tujuan yakni A/B Testing dilakukan untuk menguji dan mengukur prototipe. Validasi prototipe A dan B dilakukan dengan mengamati respon secara langsung dari responden untuk memahami pengaruh desain antarmuka dan pengalaman pengguna terhadap prototipe yang digunakan. Selain itu, penyebaran kuesioner melalui Google Form dilakukan untuk membantu mengevaluasi dari prototipe yang diuji.

3.4. *Feedback and Research*

Tahap *Feedback and Research* merupakan tahapan untuk mengevaluasi prototipe berdasarkan pengujian yang telah dilakukan pada tahapan sebelumnya. Tahapan yang dilakukan pada *Feedback and Research* sebagai berikut:

3.4.1. *Mengolah Data A/B Testing*

Proses analisis data dari hasil A/B Testing melibatkan perhitungan persentase pada masing-masing prototipe, yang kemudian disusun menjadi informasi yang dapat dipahami dan dirujuk kembali dengan mudah. Hasil validasi dan tanggapan dari kuesioner direkam dalam bentuk tabel. Selain itu, umpan balik dari pengguna, seperti kritik dan saran, juga dikumpulkan untuk perbaikan prototipe.

3.4.2. *Perbaikan Prototype*

Dalam tahap ini, dilakukan peninjauan ulang terhadap keputusan yang diambil berdasarkan hasil A/B Testing dengan menciptakan prototipe C, dan kemudian memverifikasi apakah hipotesis dan faktor-faktor yang berpengaruh telah sesuai.

3.4.3. *Run an Experiment Iterasi 2*

Pada pengujian ini, Prototipe C akan diuji menggunakan metode *in-depth interview* kepada 5 responden yang terpilih dari kuesioner sebelumnya. Dalam proses ini responden terpilih akan menjalankan prototipe C dan proses penilaian menggunakan *User Experience Questionnaire* berisi 6 skala penilaian yakni Daya

Tarik (*Attractiveness*), Kejelasan (*Perspicuity*), Efisiensi (*Efficiency*), Ketepatan (*Dependability*), Stimulasi (*Stimulation*), dan Kebaruan (*Novelty*).

3.5. Tahap Akhir

3.5.1. Penyusunan Dokumen

Pada langkah ini, dilakukan penyusunan laporan menyeluruh mengenai analisis dan desain UI/UX pada website 3 Pack Surabaya. Hasil dari tahap ini yakni dokumentasi prototipe yang telah disetujui oleh pemilik perusahaan. Dokumentasi UI/UX dapat dijadikan sebagai panduan untuk menerapkan *update website* 3 Pack Surabaya.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

HASIL PEMBAHASAN

4.1. Tahap *Declare Assumption*

4.1.1. Wawancara Narasumber

Wawancara menghasilkan informasi mengenai tujuan bisnis, permasalahan, pesaing dalam industri, dan fitur-fitur yang akan diimplementasikan pada website. Rincian mengenai tujuan bisnis 3 Pack Surabaya dapat ditemukan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Tujuan Bisnis 3 Pack Surabaya

No.	Tujuan Bisnis
1	Menjadi produsen paper packaging dan distributor lunch box terlengkap dengan berbagai macam ukuran dan bentuk
2	Selalu melakukan inovasi dengan tujuan memberikan nilai lebih dan menjadi pembeda 3 Pack Surabaya dengan bisnis pemasok box makanan sejenisnya
3	Menghadirkan kemasan makanan yang aman bagi kesehatan dengan memenuhi persyaratan kemasan makanan <i>food grade</i> dengan desain yang menarik

Dengan merujuk pada hasil wawancara yang telah dilakukan dengan pengelola dan pengunjung *website* 3 Pack Surabaya, kendala-kendala yang timbul pada website dapat dilihat pada Tabel 4.2.

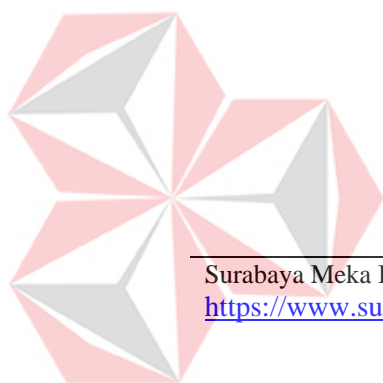
Tabel 4.2 Hasil Wawancara

No	Narasumber	Permasalahan
1	Pengelola <i>website</i> 3 Pack Surabaya	<ol style="list-style-type: none">1. <i>Website</i> yang ada kurang tidak maksimal dalam menginformasikan 3 Pack Surabaya.2. Desain dan pengalaman <i>website</i> yang kurang menarik mengakibatkan <i>traffic</i> pengunjung <i>website</i> yang menurun sehingga Search Engine Optimizer (SEO) juga ikut menurun.3. Admin membutuhkan pengelolaan <i>website back-end</i> yang mudah dalam mengelola <i>website</i> 3 Pack Surabaya.4. Pengelola <i>website</i> mengharapkan perbaikan desain pada <i>website</i> 3 Pack Surabaya agar dapat menarik pengunjung <i>website</i> dan dapat memberikan informasi dengan jelas kepada pengunjung <i>website</i>
2	Pengunjung <i>Website</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Pengunjung membutuhkan informasi tentang 3 Pack Surabaya, produk apa saja yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.2. Desain situs web terlalu biasa dan kurang informatif, sehingga pesan yang ingin disampaikan tidak terlalu jelas.3. Pemilihan warna di situs web didominasi oleh warna putih, memberikan kesan terlalu sederhana, monoton, dan kurang menarik4. Harapannya <i>website</i> 3 Pack Surabaya dapat menampilkan berbagai macam informasi tentang produk yang ditawarkan oleh perusahaan

Analisis kompetitor pada 3 Pack Surabaya dengan perusahaan *paper packaging* sejenis dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Analisis Kompetitor

Nama Kompetitor	Jenis Usaha	Hasil Analisis
Dinastindo Pratama https://www.dinastindoprutama.com/	Pabrik kardus karton dan box roti / nasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tampilan <i>website</i> polos didominasi warna putih, Tidak ada kombinasi warna 2. Menu yang ada pada <i>website</i> sedikit 3. Terdapat menu cara memesan produk dan kontak perusahaan 4. pemesanan diarahkan melalui <i>whatsapp</i> dan email 5. Pada menu produk minim informasi produk dan tidak ada harga 6. Ketika menggulir ke bawah, bilah navigasi di situs web menjadi tidak terlihat atau hilang. 7. Tidak ada fitur pemesanan pada <i>website</i> 8. Tidak ada opsi pemesanan produk melalui cara lainnya 9. Ukuran dan jenis <i>font</i> tidak konsisten serta tidak ada pembeda antara <i>heading</i>, <i>subheading</i> dan <i>content</i>. 10. Terdapat <i>menu blog</i> artikel
Surabaya Meka Box https://www.surabayamekabox.com/	<i>Paper Packaging</i> Makanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tampilan <i>website</i> modern dengan perpaduan warna putih dan biru 2. Menu yang ada pada <i>website</i> sedikit 3. Tidak terdapat menu cara memesan produk dan hanya terdapat menu kontak perusahaan 4. Pemesanan diarahkan melalui <i>whatsapp</i> dan email 5. Pada menu produk tidak terdapat detail produk dan harga 6. Ketika menggulir ke bawah, bilah navigasi di situs web menjadi tidak terlihat atau hilang. 7. Tidak ada fitur pemesanan pada <i>website</i> 8. Tidak ada opsi pemesanan produk melalui cara lainnya 9. Ukuran dan jenis <i>font</i> konsisten serta ada pembeda antara <i>heading</i>, <i>subheading</i> dan <i>content</i>. 10. Tidak ada <i>menu</i> artikel



Nama Kompetitor	Jenis Usaha	Hasil Analisis
Cmbindo https://cmbindo.co.id/	Produsen cetak kemasan makanan dan minuman	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tampilan <i>website</i> polos didominasi warna putih, Tidak ada kombinasi warna 2. Menu yang ada pada <i>website</i> beragam 3. Tidak terdapat menu cara memesan produk dan hanya terdapat menu kontak perusahaan 4. Pemesanan diarahkan melalui <i>whatsapp</i> dan email 5. Pada menu produk tidak terdapat detail produk dan harga 6. Ketika menggulir ke bawah, bilah navigasi di situs web menjadi tidak terlihat atau hilang. 7. Tidak ada fitur pemesanan pada <i>website</i> 8. Tidak ada opsi pemesanan produk melalui cara lainnya 9. Ukuran dan jenis <i>font</i> konsisten serta ada pembeda antara <i>heading</i>, <i>subheading</i> dan <i>content</i>. 10. Terdapat menu artikel

Dari hasil evaluasi pesaing, dapat disimpulkan bahwa pesaing memiliki beberapa kekurangan yang tertera sebagai berikut:

1. Tampilan *website* polos didominasi warna putih, Tidak ada kombinasi warna
2. Menu yang ada pada *website* sedikit
3. Tidak terdapat menu cara memesan produk
4. Pada menu produk tidak terdapat detail produk dan harga
5. Tidak ada opsi pemesanan produk melalui cara lainnya
6. Ukuran dan jenis *font* tidak konsisten serta tidak ada pembeda antara *heading*, *subheading* dan *content*
7. Tidak ada *menu* artikel

Selain itu berdasarkan kuesioner dengan menggunakan metode *User Experience Questionnaire* kepada 30 responden didapatkan hasil masing-masing indikator memiliki nilai rata-rata -2,66 dan berada pada kategori buruk. Hasil kuesioner masing-masing indikator dapat dilihat pada Tabel 4.4. Hasil pengolahan data kuesioner dapat dilihat pada Lampiran 3.

Tabel 4.4 Hasil Pengujian Awal *UEQ*

No.	Indikator	Nilai Mean	Kategori
1	Daya Tarik	-2,65	kategori buruk
2	Kejelasan	-2,62	kategori buruk
3	Efisiensi	-2,73	kategori buruk
4	Ketepatan	-2,59	kategori buruk
5	Stimulasi	-2,77	kategori buruk
6	Kebaruan	-2,64	kategori buruk
Rata-rata		-2,66	

Maka dari itu, 3 Pack Surabaya harus menyajikan *feature* yang dapat menjadi keunggulan. Penulis mengajukan fitur pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Daftar Fitur yang Diusulkan

No.	Permasalahan	Fitur yang diusulkan
Pengunjung Website		
1	Pengunjung membutuhkan informasi tentang 3 Pack Surabaya, produk apa saja yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut	Menu Beranda Menu Produk Menu <i>Client</i> Menu Artikel Menu Kontak Menu Cara Memesan Menu <i>Online Shop</i>
3	Desain situs web terlalu biasa dan kurang informatif, sehingga pesan yang ingin disampaikan tidak terlalu jelas.	Perbaikan desain <i>website</i> dengan penambahan informasi tentang 3 Pack Surabaya pada tiap halaman
4	Pemilihan warna di situs web didominasi oleh warna putih, memberikan kesan terlalu sederhana, monoton, dan kurang menarik	Pemilihan dan kombinasi warna pada <i>website</i> 3 Pack Surabaya
Admin Website		
1	Admin membutuhkan pengelolaan <i>website back-end</i> yang mudah dalam mengelola <i>website</i> 3 Pack Surabaya	<i>Login & Dashboard Admin</i> Kelola Beranda Kelola Produk
2	<i>Website</i> yang ada kurang tidak maksimal dalam menginformasikan 3 Pack Surabaya	Kelola <i>Client</i> Kelola Artikel Kelola Kontak Kelola Cara Memesan Kelola <i>Online Shop</i>

4.1.2. Pendeklarasian Asumsi

Hasil wawancara dengan owner dan responden diubah menjadi daftar asumsi dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Daftar Asumsi

No.	Asumsi
1	Perusahaan 3 Pack Surabaya sedang mengembangkan situs web profil perusahaan mereka.
2	Antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna situs web 3 Pack Surabaya termasuk dalam kategori yang buruk dan memerlukan perbaikan agar sesuai dengan kebutuhan pengguna dalam mengakses situs web dan memperoleh informasi tentang 3 Pack Surabaya.
3	Analisis dan perancangan UI/UX <i>website</i> 3 Pack Surabaya akan memperbaiki <i>user</i>

No. Asumsi

interface website berdasarkan pengujian A/B Testing dan *dan user experience* berdasarkan pengujian *User Experience Questionnaire* sehingga dapat diterima konsumen

4.1.3. Pernyataan Hipotesis

Asumsi tersebut diubah menjadi hipotesis yang menyatakan bahwa dengan menerapkan antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) yang baik pada situs web 3 Pack Surabaya, pengunjung akan lebih mudah dalam mengakses dan menggunakan situs web tersebut.

4.1.4. User Persona Pengguna Website

Dalam pembuatan *user persona* dibagi menjadi 2 kelompok pengguna, yakni *admin* dan pengunjung. Karakteristik pengunjung yang akan menggunakan *website* adalah seseorang yang membutuhkan informasi tentang produk packaging makanan *food grade* dengan desain yang bisa dicetak secara *custom*.

Wawancara yang dilakukan kepada pengunjung *website* didapatkan hasil mereka membutuhkan produk apa saja yang dijual oleh 3 Pack Surabaya beserta informasi yang ada. Selain itu mereka memiliki hambatan minimnya informasi produk, harga yang tidak tercantum pada *website* dan tidak ada informasi cara untuk memesan produk. Keinginan mereka yakni *website* 3 Pack Surabaya dapat diperbaiki Kembali dengan menarik, penambahan informasi yang lebih lengkap, detail, dan mudah dipahami. *User persona* pengunjung *website* dapat dilihat pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1 *User Persona* Pengunjung *Website* 3 Pack Surabaya

Sedangkan *user persona admin* adalah karyawan yang bertindak sebagai admin *website 3 Pack Surabaya* yang bertugas dalam mengelola isi *website 3 Pack Surabaya*. Wawancara yang dilakukan kepada *admin website* didapatkan hasil mereka membutuhkan sistem yang dapat mengelola isi *website 3 Pack Surabaya*. Selain itu mereka mengeluhkan tentang pengelolaan *website 3 Pack Surabaya* yang berantakan sehingga *admin* kesulitan untuk mengelola isi dari *website* dan informasi-informasi yang ada masih sederhana. Keinginan mereka yakni adanya *back-end* pengelolaan isi *website* yang mudah dikelola dan terdapat berbagai macam fitur yang menunjang dalam mengelola *website 3 Pack Surabaya*. *User persona admin website 3 Pack Surabaya* dapat dilihat pada Gambar 4.2.





USER PERSONA

Admin Website 3 Pack Surabaya



Anindyta Fitria R.

Tempat, Tanggal Lahir
Solo, 28 Januari 1997

Umur
26th

Jabatan
Digital Marketing

Status
Belum Menikah

Kebutuhan
Butuh mengelola website 3 Pack Surabaya agar informasi tentang produk dan layanan perusahaan bisa dipahami pengunjung website

Hambatan
Pengelolaan website 3 Pack Surabaya sekarang masih berantakan, minim fitur dan informasi yang diberikan masih seadanya

Keinginan
Website 3 Pack Surabaya mudah untuk dikelola dan terdapat berbagai fitur yang menunjang untuk memberikan informasi kepada pengunjung

Gambar 4.2 *User Persona Admin Website 3 Pack Surabaya*

4.1.5. Membuat Daftar Fitur

Dengan memperhatikan kebutuhan pengguna yang telah diidentifikasi serta fitur-fitur yang diajukan dalam hasil wawancara, fitur-fitur yang akan dikembangkan akan dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama akan difokuskan pada pengembangan front-end untuk konsumen, sehingga mereka dapat dengan mudah memperoleh informasi dan berinteraksi dengan situs web. Sementara itu, bagian kedua adalah *back-end* yang akan digunakan oleh admin *website* untuk melaksanakan proses membuat, memperbarui, dan menghapus data di *website* dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Daftar Fitur

No	Fitur	Fungsi
Front-end (Pengunjung Website)		
1	Beranda	Beranda adalah halaman utama <i>website</i> 3 Pack Surabaya. Halaman ini berisi informasi perusahaan, keunggulan perusahaan, <i>client</i> , artikel, dan kontak perusahaan
2	Menu Produk	Menu produk adalah halaman yang berisi produk-produk yang dijual di 3 Pack Surabaya. halaman ini akan memuat daftar produk beserta ukuran dan harganya.
3	Menu <i>Client</i>	Menu <i>client</i> adalah halaman yang berisi daftar konsumen yang telah melakukan pembelian produk 3 Pack Surabaya
4	Menu Artikel	Menu artikel adalah halaman yang berisi artikel yang berisi seluruh hal yang berkaitan dengan <i>packing</i> makanan
5	Menu Kontak	Menu kontak adalah halaman yang berisi informasi kontak, alamat yang bisa dilihat pengunjung apabila ingin menghubungi 3 Pack Surabaya
6	Menu Cara Memesan	Menu cara memesan adalah halaman yang berisi form pemesanan produk 3 Pack Surabaya dengan jumlah yang banyak.
7	Menu <i>Online Shop</i>	Menu <i>online shop</i> adalah halaman yang berisi berbagai macam <i>online marketplace</i> 3 Pack Surabaya beserta <i>link</i> yang ada menuju <i>marketplace</i> tersebut
Back-end (Admin)		
1	<i>Login & Dashboard Admin</i>	Halaman login & dashboard admin digunakan untuk mengakses area administrasi situs web.
2	Kelola Beranda	Halaman manajemen beranda admin memungkinkan untuk mengedit konten yang ada pada halaman beranda situs web 3 Pack Surabaya.
3	Kelola Produk	Halaman manajemen produk admin memungkinkan untuk menambahkan, mengedit, dan menghapus data produk 3 Pack Surabaya.
4	Kelola <i>Client</i>	Halaman manajemen klien admin memungkinkan untuk menambah, mengedit, dan menghapus testimoni pelanggan 3 Pack Surabaya.
5	Kelola Artikel	Halaman manajemen artikel admin memungkinkan untuk menambah, mengedit, dan menghapus artikel yang ada pada situs web 3 Pack Surabaya.
6	Kelola Kontak	Halaman manajemen testimoni pelanggan klinik admin memungkinkan untuk menambah, mengedit, dan menghapus kontak pelanggan 3 Pack Surabaya.
7	Kelola Cara Memesan	Halaman manajemen cara pemesanan admin memungkinkan untuk menambah, mengedit, dan menghapus prosedur pemesanan produk 3 Pack Surabaya.
8	Kelola <i>Online Shop</i>	Halaman manajemen profil klinik admin memungkinkan untuk menambah, mengedit, dan menghapus daftar online marketplace 3 Pack Surabaya.

4.2. Tahap *Create a MVP*

4.2.1. Membuat Desain Elemen Dasar Desain Visual

Desain elemen dasar desain visual *website* pada *website* 3 Pack Surabaya terdiri dari logo, tipografi, dan warna.

1. Logo

Berdasarkan hasil wawancara dengan Alfred Tasijawa selaku *owner*

perusahaan 3 Pack Surabaya, identitas pada 3 Pack Surabaya berupa logo yang memiliki berbagai macam makna. Pada logo terdapat bangun datar yang membentuk 3 bentuk orang, mengartikan perusahaan ini dibangun oleh 3 orang. Angka 3 yang ada di logo juga menandakan 3 orang pendiri perusahaan. Kata ‘pack’ yang ada pada logo menandakan perusahaan bergerak di bidang packaging atau kemasan. 3 Pack Surabaya menggunakan warna hijau menandakan perusahaan memiliki tujuan menciptakan produk yang ramah lingkungan, sesuai dengan warna alam atau *nature* yang identik dengan warna hijau, dan kata-kata “*for a better environment*” juga menegaskan perusahaan peduli dengan lingkungan dan berusaha menciptakan produk yang dapat dipakai atau dikonsumsi masyarakat tanpa merusak alam / lingkungan. Logo 3 Pack Surabaya dapat dilihat pada Gambar 4.3.



Gambar 4.3 Logo 3 Pack Surabaya
Sumber : 3 Pack Surabaya

2. Tipografi

Font yang digunakan pada *website* adalah “*Helvetica*”. Secara teknis, *Helvetica* adalah *sans serif grotesque typeface*, yang terinspirasi dan berdasarkan pada *Akzidenz-Grotesk typeface* yang didesain oleh Berthold sekitar tahun 1898. *Helvetica* sering dipakai oleh individu hingga korporasi besar di seluruh dunia. Pemilihan jenis huruf ini didasarkan pada sifat simpel dan sangat netral dari desain *font Helvetica*, sehingga sesuai untuk digunakan pada berbagai jenis *website*. Oleh karena itu, *Helvetica* juga memberikan kenyamanan membaca yang baik bagi berbagai kalangan pengunjung *website*. *Style font Helvetica* yang dipilih telah disetujui *owner* 3 Pack Surabaya untuk digunakan pada *website* 3 Pack Surabaya. *Style font Helvetica* dapat dilihat

pada Gambar 4.4.



Gambar 4.4 Tipografi font Helvetica
Sumber : (Linotype, 2020)

3. Warna

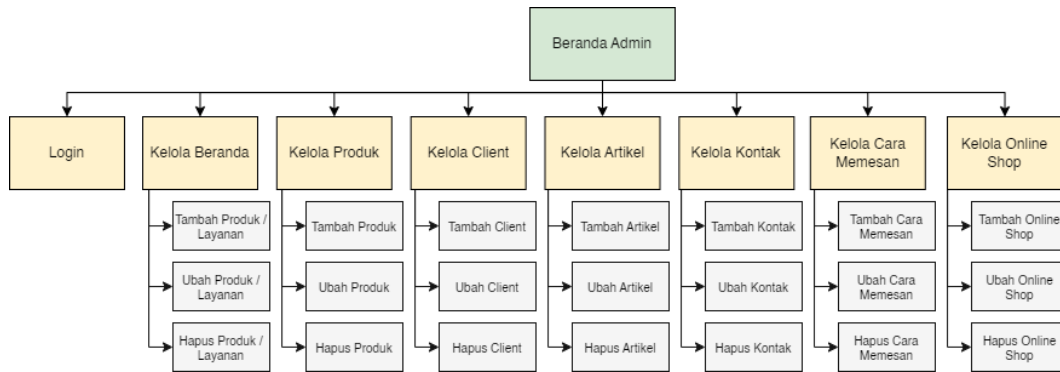
Warna yang digunakan pada *website* 3 Pack Surabaya dapat dilihat pada Gambar 4.5. Warna hijau dipilih berdasarkan warna identitas 3 Pack Surabaya yang dominan berwarna hijau. Warna hijau juga menandakan produk yang peduli dan ramah lingkungan, berusaha menciptakan produk yang dapat dipakai atau dikonsumsi masyarakat tanpa merusak alam / lingkungan.



Gambar 4.5 Skema Warna Website

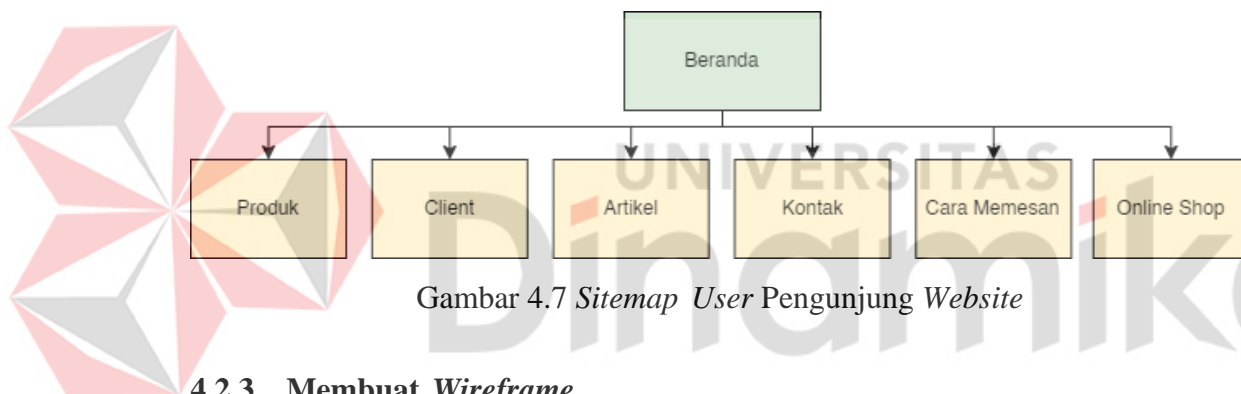
4.2.2. Membuat Sitemap

Berdasarkan hasil daftar fitur pada fase *declare assumption* sebelumnya, didapatkan hasil *website* 3 Pack Surabaya akan memiliki 8 fitur untuk *user* admin dan 7 fitur untuk *user* pengunjung. Pada *user admin* berfungsi mengelola isi di dalam *website* 3 Pack Surabaya dan memiliki fungsi menambah, mengubah, dan menghapus isi *website* tersebut. *Sitemap user admin website* terdiri dari 8 halaman yang terdiri dari *login & dashboard admin*, kelola beranda, kelola produk, kelola *client*, kelola artikel, kelola kontak, kelola cara memesan, dan kelola *online shop* didapat dari daftar fitur *back-end (admin website)* pada tahap sebelumnya. *Sitemap admin website* 3 Pack Surabaya dapat dilihat pada Gambar 4.6.



Gambar 4.6 Sitemap User Admin Website

Sitemap user pengunjung terdiri dari 7 halaman yang terdiri dari *home/beranda*, menu produk, menu *client*, menu artikel, menu kontak, menu cara memesan, dan menu *online shop* didapat dari daftar fitur *front-end (pengunjung)* pada tahap sebelumnya dapat dilihat pada Gambar 4.7.



Gambar 4.7 Sitemap User Pengunjung Website

4.2.3. Membuat Wireframe

Berdasarkan hasil wawancara pada tahap *declare assumption*, didapatkan permasalahan desain dan pengalaman website yang kurang menarik sehingga diusulkan untuk membuat desain baru pada *website 3 Pack Surabaya* yang terdiri dari desain untuk tampilan *admin* dan tampilan untuk pengunjung. *Wireframe* yang disusun untuk merencanakan tata letak, navigasi, dan organisasi konten menggunakan aplikasi Figma telah dipisahkan menjadi dua bagian. Pertama, terdapat dua versi *wireframe* untuk *front-end* yang ditujukan bagi pengunjung *website*, dan kedua, satu versi *wireframe* untuk *back-end* yang akan digunakan oleh *admin website 3 Pack Surabaya*. Kedua versi *wireframe* tersebut diciptakan untuk mendukung proses perancangan dan penilaian tampilan dengan menggunakan metode A/B Testing. Tujuannya adalah untuk menciptakan tampilan situs web 3 Pack Surabaya yang sesuai dengan preferensi pengguna dan dapat dilihat pada

Tabel 4.8.

Tabel 4.8 Daftar *Wireframe*

No	<i>Wireframe 1 Versi (Admin)</i>	<i>Nomor Gambar</i>	<i>Wireframe 2 Versi (Pengunjung)</i>	<i>Nomor Gambar</i>
1	<i>Login & Dashboard Admin</i>	4.8 & 4.9	Beranda	4.12
2	Kelola Produk	4.10 & 4.11	Menu Produk	4.13
3	Kelola <i>Client</i>	L5.1 & L5.2	Menu <i>Client</i>	L6.1
4	Kelola Artikel	L5.3 & L5.4	Menu Artikel	L6.2
5	Kelola Kontak	L5.5 & L5.6	Menu Kontak	L6.3
6	Kelola Cara Memesan	L5.7 & L5.8	Menu Cara Memesan	L6.4
7	Kelola <i>Online Shop</i>	L5.9 & L5.10	Menu <i>Online Shop</i>	L6.5
8	Kelola Beranda	L5.11 & L5.12		

1. *Wireframe Admin Website 3 Pack Surabaya*

Berdasarkan hasil wawancara pada tahap *declare assumption*, didapatkan permasalahan admin membutuhkan pengelolaan *website back-end* yang mudah dalam mengelola *website 3 Pack Surabaya*, sehingga diusulkan untuk membuat tampilan *back-end* untuk *admin* pada *website 3 Pack Surabaya*.

a. *Wireframe Halaman Login & Dashboard Admin*

Wireframe untuk halaman *login* mencakup ruang bagi admin untuk memasukkan *username* dan *password* sebagai langkah untuk masuk ke area administrasi situs web *3 Pack Surabaya* dapat dilihat pada Gambar 4.8.

Logo 3 Pack Surabaya

Login Admin

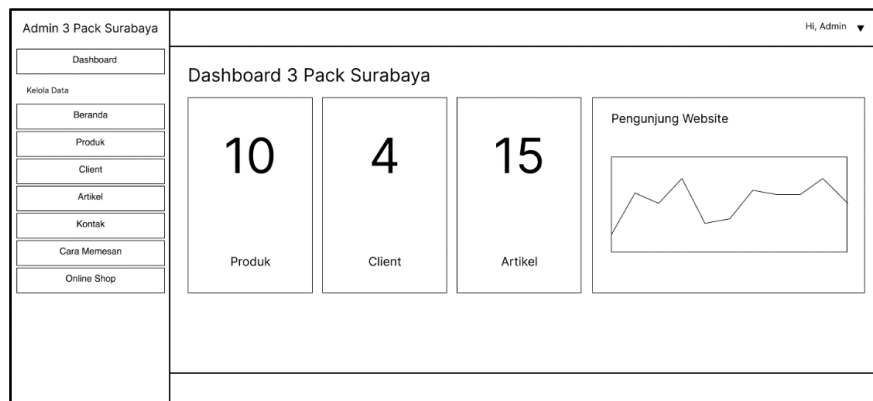
@

🔒

Gambar 4.8 *Wireframe* Halaman *Login*

Wireframe halaman *dashboard admin* berisi beranda *admin website 3 Pack Surabaya* dan terdapat jumlah produk *3 Pack Surabaya* yang ditampilkan, jumlah *client* yang telah menggunakan produk, jumlah artikel yang ditampilkan, dan grafik pengunjung untuk melihat jumlah pengunjung yang mengunjungi *website*, Pada bagian kiri terdapat *navigation bar* tombol-tombol

yang akan diarahkan ke halaman-halaman pengelolaan konten *website*. *Wireframe* halaman *dashboard admin* dapat dilihat pada Gambar 4.9.



Gambar 4.9 *Wireframe* Halaman *Dashboard*

b. *Wireframe* Halaman Kelola Produk

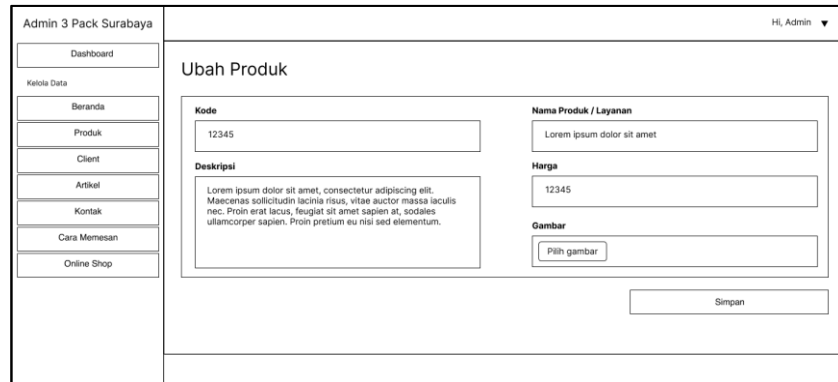
Wireframe untuk halaman kelola produk menampilkan detail tentang produk yang disediakan oleh 3 Pack Surabaya. Halaman ini menampilkan tabel yang berisi informasi produk yang telah dibuat. Terdapat juga tombol-tombol untuk menambah, mengedit, dan menghapus data produk, memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai proses terkait dengan data produk dapat dilihat pada Gambar 4.10.

The wireframe shows a 'Produk 3 Pack Surabaya' management page. It includes a sidebar on the left and a top navigation bar. The main content area has a 'Tambah' button above a table. The table has the following structure:

No	Kode	Nama	Gambar	Harga	Aksi
1	12345	Lorem ipsum		12345	Ubah Hapus
2	12345	Lorem ipsum		12345	Ubah Hapus
3	12345	Lorem ipsum		12345	Ubah Hapus
4	12345	Lorem ipsum		12345	Ubah Hapus

Gambar 4.10 *Wireframe* Halaman Kelola Produk

Pada halaman kelola produk *admin* dapat menambah, mengubah, dan menghapus data produk dan dapat dilihat pada Gambar 4.11.



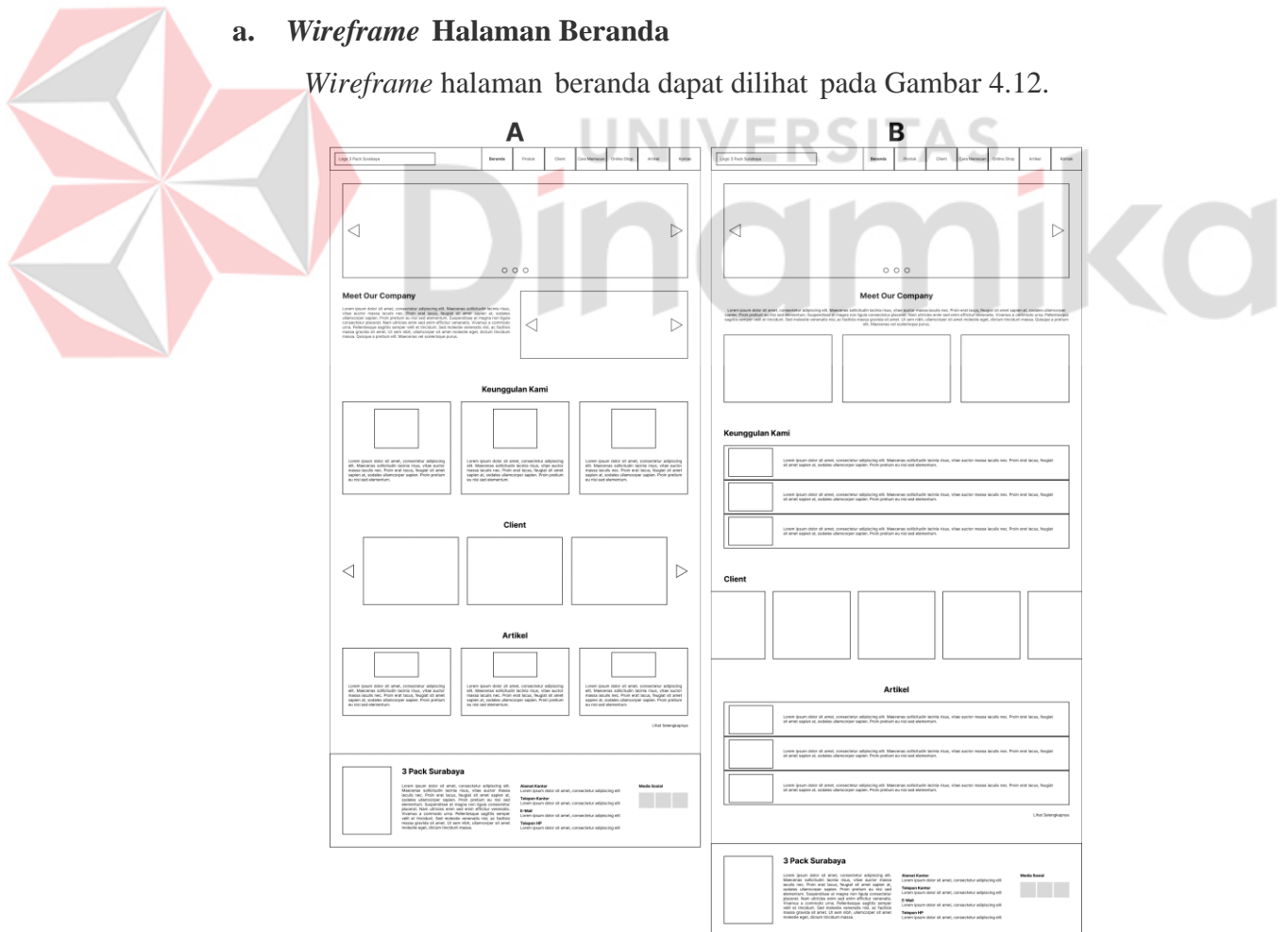
Gambar 4.11 Wireframe Halaman CRUD Produk

Wireframe halaman admin website 3 Pack Surabaya lainnya dapat dilihat pada Lampiran 5.

2. Wireframe Pengunjung Website 3 Pack Surabaya

a. Wireframe Halaman Beranda

Wireframe halaman beranda dapat dilihat pada Gambar 4.12.

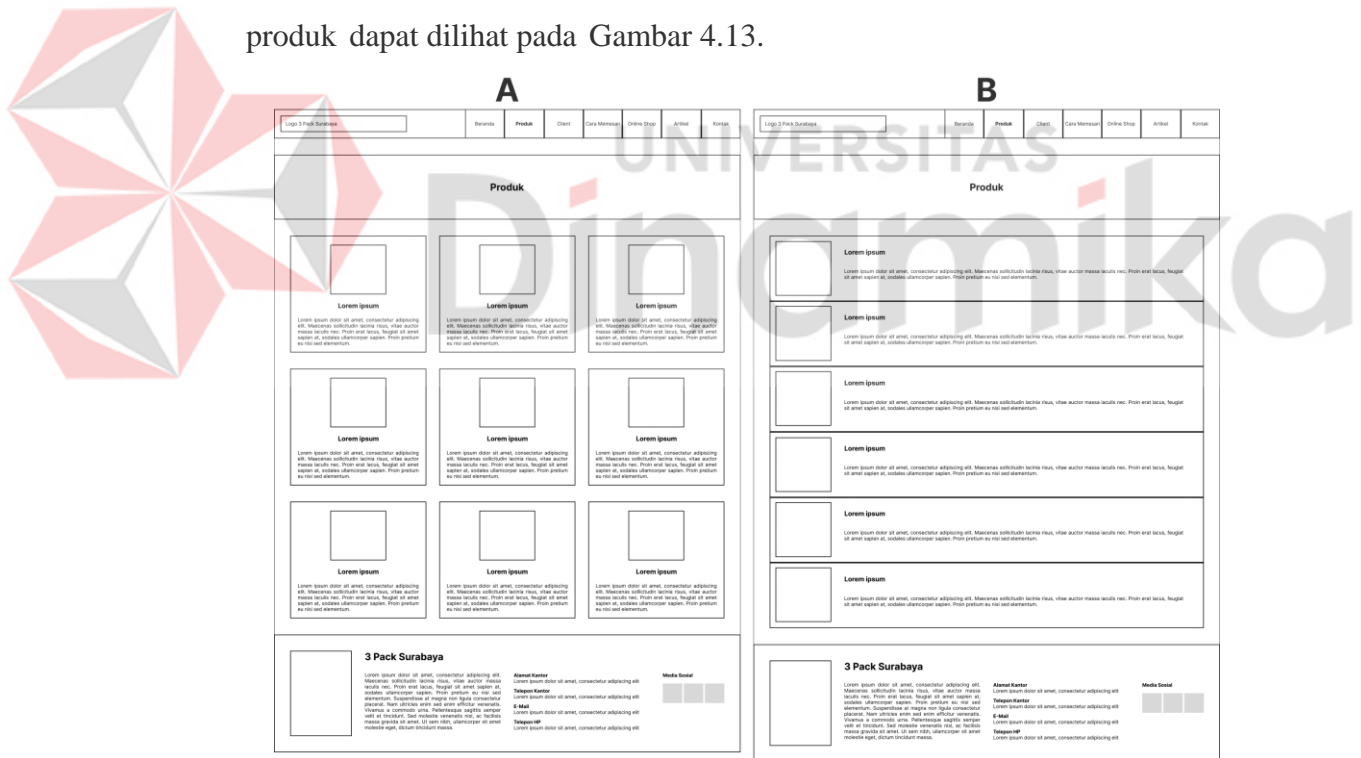


Gambar 4.12 Wireframe Halaman Beranda

Wireframe untuk halaman depan memiliki dua opsi, yaitu *Wireframe A* dan *Wireframe B*. Pada *wireframe* halaman depan, terdapat tiga bagian vertikal. Bagian pertama mencakup bagian atas yang terdiri dari logo dan bilah navigasi. Area kedua berisi informasi perusahaan, keunggulan perusahaan, client, artikel, dan kontak perusahaan, dan area ketiga merupakan *footer* yang berisi deskripsi singkat perusahaan, info kontak perusahaan dan *link* media sosial.

b. Wireframe Halaman Produk

Wireframe untuk halaman produk memiliki dua opsi, yakni *Wireframe A* dan *Wireframe B*. Pada *wireframe* halaman produk dan layanan, terdapat tiga sektor vertikal. Sektor pertama mencakup *header* dengan logo dan bilah navigasi. Sektor kedua memuat daftar produk yang tersedia. di 3 Pack Surabaya, dan area ketiga merupakan *footer* yang berisi deskripsi singkat perusahaan, info kontak perusahaan dan *link* media sosial. *Wireframe* halaman produk dapat dilihat pada Gambar 4.13.



Gambar 4.13 *Wireframe* Halaman Produk

Wireframe halaman pengunjung *website* 3 Pack Surabaya lainnya dapat dilihat pada Lampiran 6.

4.2.4. Membuat *Prototype*

Prototipe dibangun menggunakan Figma dan terbagi menjadi dua, yaitu prototipe dua versi untuk *front-end* yang ditujukan bagi pengunjung *website*, dan prototipe satu versi untuk *back-end* yang akan digunakan oleh admin *website* 3 Pack Surabaya dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9 Daftar *Prototype*

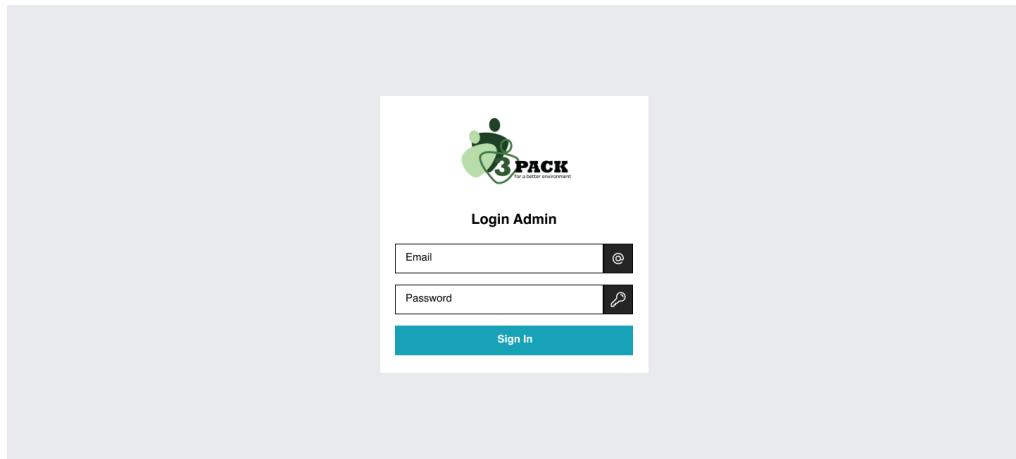
No	<i>Prototype</i> 1 Versi (Admin)	Nomor Gambar	<i>Prototype</i> 2 Versi (Pengunjung)	Nomor Gambar
1	<i>Login & Dashboard Admin</i>	4.14 & 4.15	Beranda	4.18
2	Kelola Produk	4.16 & 4.17	Menu Produk	4.19
3	Kelola <i>Client</i>	L7.1 & L7.2	Menu <i>Client</i>	L8.1
4	Kelola Artikel	L7.3 & L7.4	Menu Artikel	L8.2
5	Kelola Kontak	L7.5 & L7.6	Menu Kontak	L8.3
6	Kelola Cara Memesan	L7.7 & L7.8	Menu Cara Memesan	L8.4
7	Kelola <i>Online Shop</i>	L7.9 & L7.10	Menu <i>Online Shop</i>	L8.5
8	Kelola Beranda	L7.11 & L7.12		

1. *Prototype Admin Website* 3 Pack Surabaya

Berdasarkan hasil wawancara pada tahap *declare assumption*, didapatkan permasalahan admin membutuhkan pengelolaan *website back-end* yang mudah dalam mengelola *website* 3 Pack Surabaya, sehingga diusulkan untuk membuat tampilan *back-end* untuk admin pada *website* 3 Pack Surabaya.

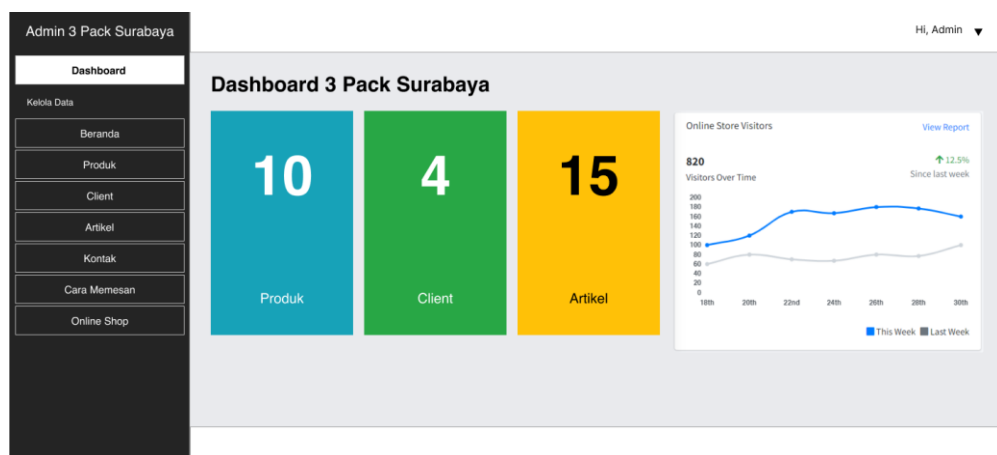
a. *Prototype Halaman Login & Dashboard Admin*

Halaman *login admin* diperlukan dalam *website* untuk membatasi akses antara pengunjung *website* dan admin *website* agar dapat menjaga file, data, dan informasi perusahaan dari orang-orang. Hal ini juga bertujuan agar admin dapat mengelola *website back-end* di *website* 3 Pack Surabaya. Halaman *login* berfungsi untuk masuk pada *website admin* untuk mengolah data dan informasi dari *website* 3 Pack Surabaya. *Prototyp* halaman *login* dapat dilihat pada Gambar 4.14.



Gambar 4.14 *Prototype Halaman Login*

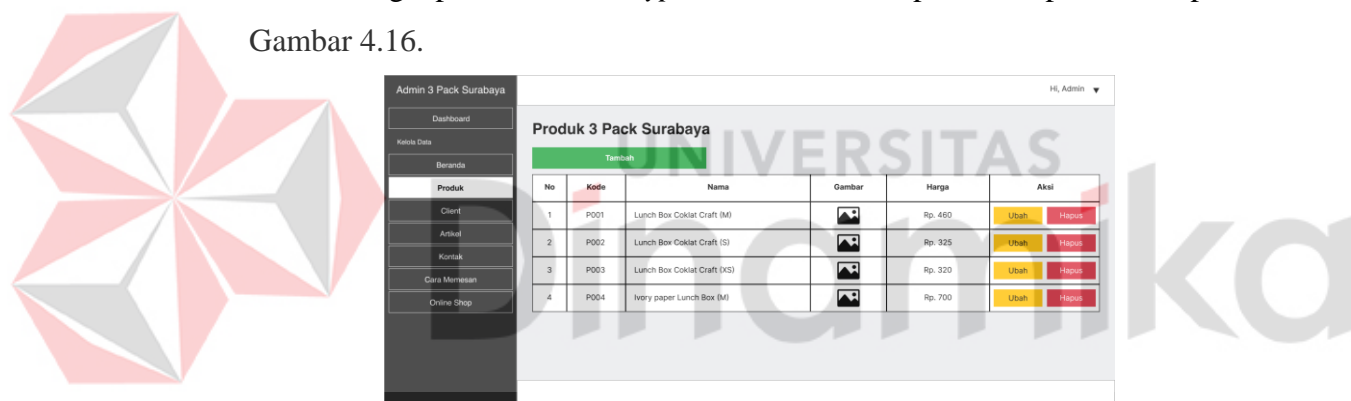
Prototype halaman *dashboard admin* bertujuan menampilkan data-data yang ada di dalam *website* untuk memberikan informasi sekilas mengenai semua data perusahaan dari *database-database* yang ditautkan. Halaman *dashboard admin* menggunakan desain AdminLTE yang sering digunakan oleh *web developer* dalam membuat halaman *back-end* karena desain yang simple dan mudah dipahami. Hal ini juga bertujuan agar *admin* dapat melakukan pengelolaan *website back-end* dengan mudah dengan melihat rangkuman informasi *website*. Bagian kiri *website* adalah navigasi untuk memudahkan *admin* dalam memilih halaman lainnya dan pada bagian tengah adalah kumpulan informasi mengenai *website 3 Pack Surabaya Prototype* halaman *dashboard admin* dapat dilihat pada Gambar 4.15.



Gambar 4.15 *Prototype Halaman Dashboard Admin*

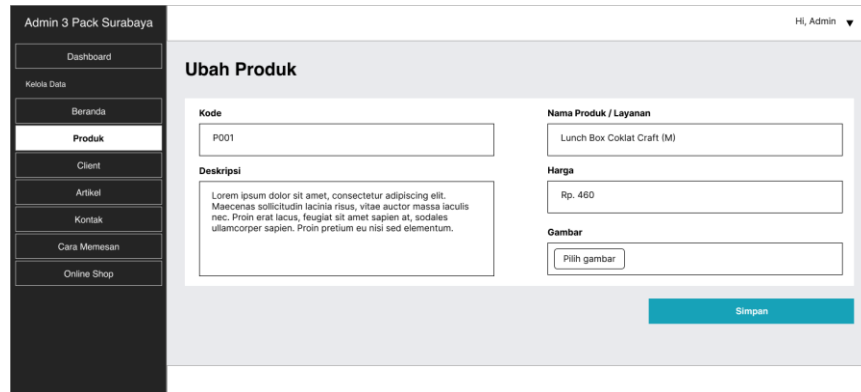
b. *Prototype* Halaman Kelola Produk

Halaman kelola produk bertujuan agar *admin* dapat mengelola halaman produk dengan mudah pada *website* 3 Pack Surabaya. Halaman kelola produk menggunakan desain AdminLTE yang sering digunakan oleh *web developer* dalam membuat halaman *back-end* karena desain yang simple dan mudah dipahami. Bagian kiri *website* adalah navigasi untuk mengarahkan *admin* menuju halaman lainnya dan pada bagian tengah adalah tabel yang berisi data-data pada *website*. *Admin* dapat menambahkan, mengubah, maupun menghapus data yang ada dengan menekan tombol-tombol pada bagian tengah yang memiliki perbedaan warna untuk memudahkan *admin* dalam mengetahui fungsi tombol. Tombol dengan warna hijau untuk menambahkan data, tombol dengan warna kuning untuk mengubah data, dan tombol merah untuk menghapus data. *Prototype* halaman kelola produk dapat dilihat pada Gambar 4.16.



Gambar 4.16 *Prototype* Halaman Kelola Produk

Di dalam halaman, *admin* memiliki kemampuan untuk menambahkan, mengedit, dan menghapus data produk. Bagian kiri *website* adalah navigasi untuk memudahkan *admin* dalam memilih halaman lainnya. Nama menu berada pada posisi tengah untuk memudahkan *admin* mengetahui tulisan pada tombol menu. Pada bagian tengah adalah tabel yang berisi data-data yang ada pada *website*. Halaman CRUD Produk terdapat beberapa *textfield* untuk *admin* mengisi data. Selain itu terdapat informasi isian *textfield* dan *textfield* diberi *outline* atau garis luar untuk memudahkan *admin* mengetahui tempat isian data yang akan dimasukkan. Pada bagian tengah *website*, isian *textfield* menggunakan penulisan dari kiri mengikuti cara membaca tulisan dari kiri ke kanan dan dapat dilihat pada Gambar 4.17.



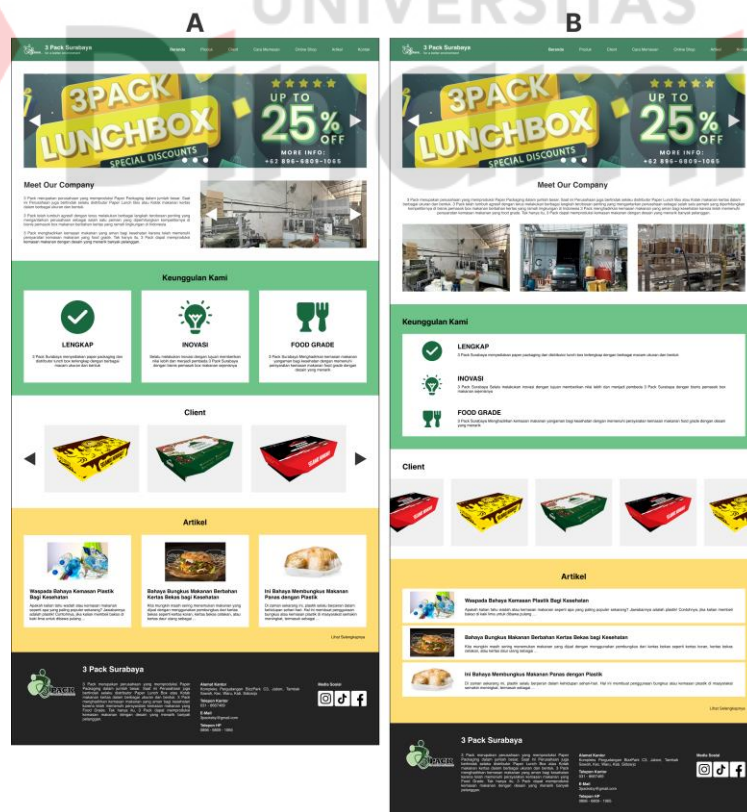
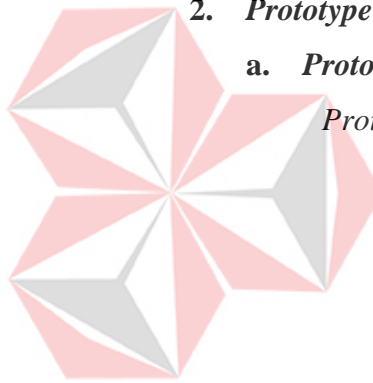
Gambar 4.17 *Prototype* Halaman CRUD Produk

Prototype halaman *admin website* 3 Pack Surabaya lainnya dapat dilihat pada Lampiran 7.

2. *Prototype* Pengunjung *Website* 3 Pack Surabaya

a. *Prototype* Halaman Beranda

Prototype Halaman Beranda dapat dilihat pada Gambar 4.18.

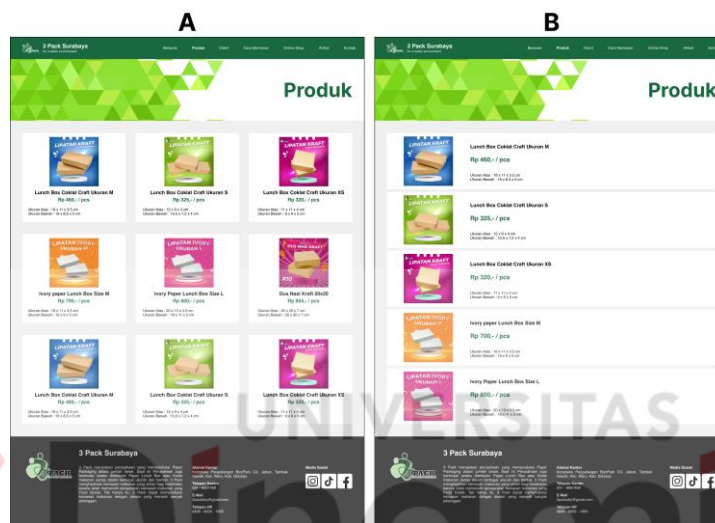


Gambar 4.18 *Prototype* Halaman Beranda

Prototipe beranda yakni tampilan awal situs web 3 Pack Surabaya, yang diakses dengan mudah oleh pengunjung dan memuat informasi krusial mengenai seluruh konten yang ada di dalam *website*. Beranda ini terdiri dari *company profile*, keunggulan, *client*, dan artikel.

b. *Prototype* Halaman Produk

Prototipe halaman produk mencakup beragam produk yang ditawarkan oleh 3 Pack Surabaya. Pada halaman ini akan memuat daftar produk beserta harga produk dapat dilihat pada Gambar 4.19.



Gambar 4.19 *Prototype* Halaman Produk

Prototipe halaman pengunjung *website* 3 Pack Surabaya lainnya dapat dilihat pada Lampiran 8.

4.3. Tahap *Run an Experiment*

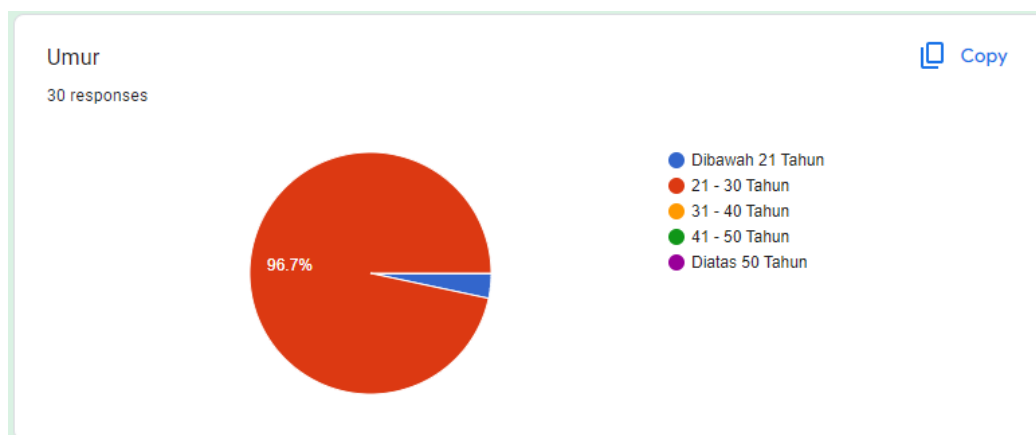
Langkah selanjutnya adalah *A/B Testing*, dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form kepada responden untuk membantu mengevaluasi antarmuka pengguna dari kedua prototipe tersebut. Formulir pengujian prototipe dapat diakses pada Lampiran 9.

4.4. Tahap *Feedback and Research*

4.4.1. Melakukan Pengolahan Data

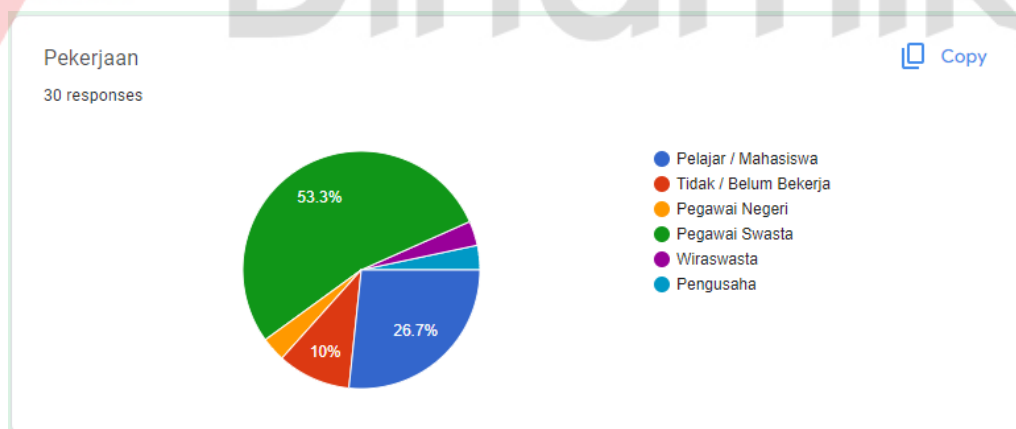
Output dari pelaksanaan eksperimen dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form menggunakan metode *random sampling* menunjukkan partisipasi dari

30 responden. Karakteristik usia berkisar rentang usia 21-30 tahun dengan persentase mencapai 96,7%, sedangkan responden yang berusia di bawah 21 tahun menyumbang persentase sebesar 3,3% dapat dilihat pada Gambar 4.20.



Gambar 4.20 Diagram Umur Responden

Sebagian besar responden memiliki berbagai latar belakang pekerjaan, dengan 26,7% dari mereka adalah pelajar/mahasiswa, 3,3% adalah pengusaha, 53,3% bekerja sebagai pegawai swasta, 3,3% bekerja sebagai pegawai negeri, 3,3% adalah wiraswasta, dan 10% tidak atau belum bekerja dapat dilihat pada Gambar 4.21.



Gambar 4.21 Diagram Pekerjaan Responden

Hasil pengukuran *A/B testing* melalui perbandingan 2 versi *prototype website* 3 Pack Surabaya dan responden memilih salah satu dari dua versi tersebut untuk mengetahui mana yang memiliki desain lebih baik ditabulasi ke dalam tabel yang dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10 Hasil Pengujian *A/B Testing Front-end Website*

No	Halaman	Desain A	Desain B	Terpilih
1	Halaman Beranda	100%	0%	A
2	Halaman Produk	80%	20%	A
3	Halaman <i>Client</i>	40%	60%	B
4	Halaman Artikel	76,7%	23,3%	A
5	Halaman Kontak	60%	40%	A
6	Halaman Cara Memesan	66,7%	33,3%	A
7	Halaman Profil <i>Online Shop</i>	13,3%	86,7%	B

Terdapat *feedback* berupa masukan dan saran responden dalam pengembangan prototipe akhir, dengan tujuan membuat tampilan yang lebih menarik dan mudah digunakan. Beberapa diantaranya adalah::

1. Tampilan lebih minimalis
2. Kotak dibuat lebih *rounded*
3. Gambar dan huruf jangan terlalu mepet
4. Ukuran kolom dan baris disesuaikan kembali

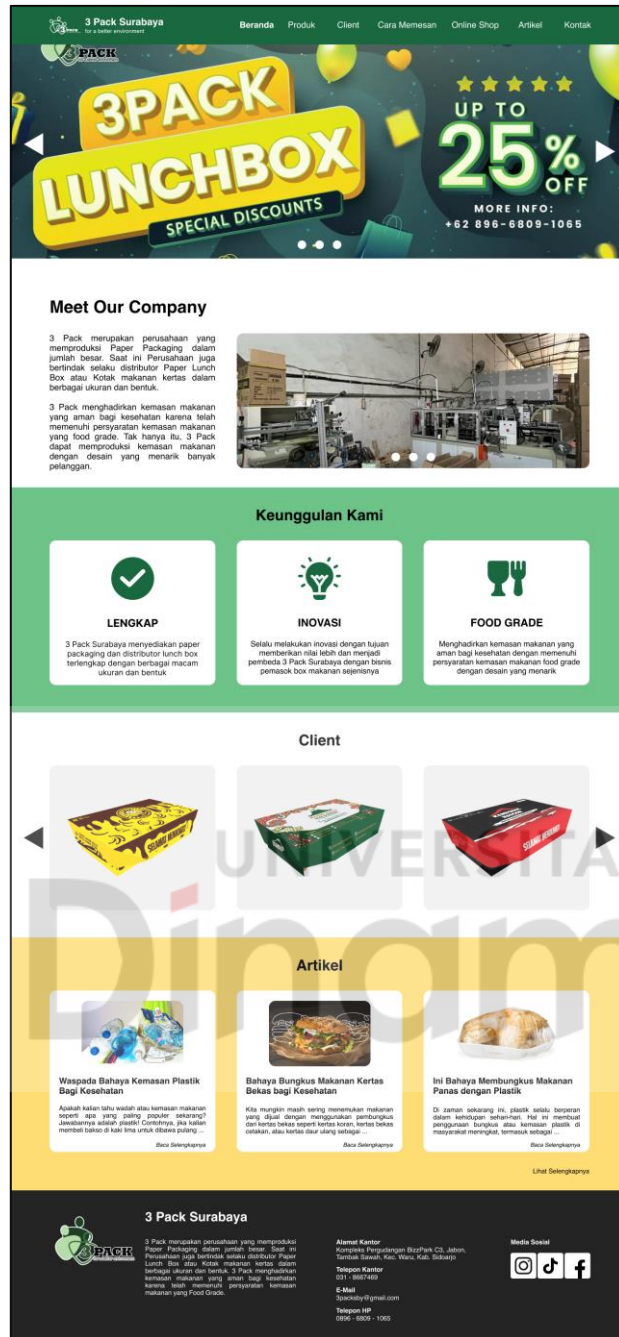
Data hasil kuesioner responden dapat dilihat pada Lampiran 10.

4.4.2. Melakukan Perbaikan *Prototype*

Setelah mengevaluasi prototipe yang dipilih berdasarkan kritik dan saran dari uji A/B Testing, sebuah prototipe final dibuat yang sesuai dengan desain terpilih dan perbaikan yang dihasilkan dari masukan responden. Berikut beberapa hasil dari prototipe final.

1. *Prototype Final Halaman Beranda*

Prototipe akhir halaman home/beranda telah disempurnakan berdasarkan hasil dari A/B Testing, yang mencakup beberapa perbaikan berdasarkan masukan dan saran dari responden yang dapat dilihat pada Gambar 4.22.



Gambar 4.22 *Prototype Final* Halaman Beranda

2. *Prototype Final* Halaman Produk

Prototipe akhir untuk halaman produk merupakan hasil *A/B Testing* yang telah disesuaikan berdasarkan umpan balik dan saran yang diberikan oleh responden yang dapat dilihat pada Gambar 4.23.



Gambar 4.23 *Prototype Final* Halaman Produk

Prototipe halaman pengunjung *website* 3 Pack Surabaya lainnya dapat dilihat pada Lampiran 11.

4.4.3. Melakukan *Run an Experiment Iterasi Kedua*

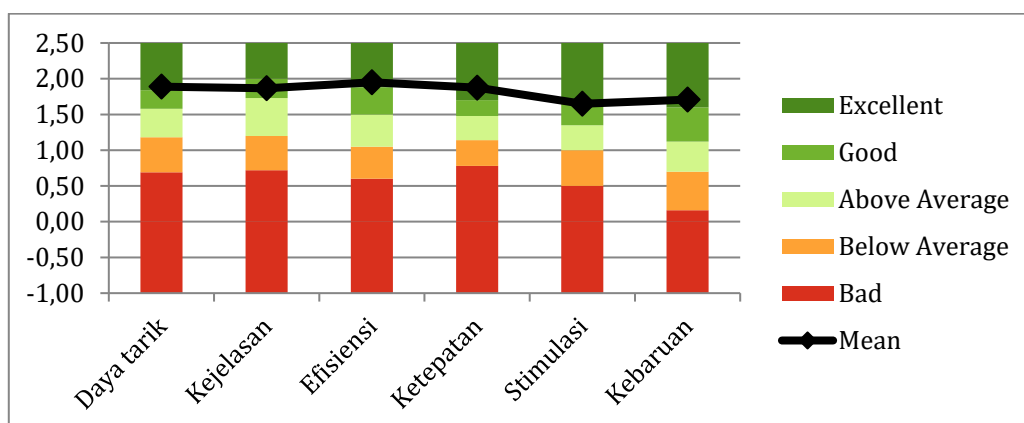
Prototipe final diuji menggunakan *User Experience Questionnaire*. Pengujian ini dilakukan dengan meminta responden untuk menjalankan prototipe akhir dari *website* 3 Pack Surabaya. Dalam proses pengujian, aplikasi *Google Form* digunakan untuk *support* mengevaluasi prototipe melalui indikator-indikator yang tercantum dalam *User Experience Questionnaire*. *Form* pengujian *prototype final* dapat dilihat pada Lampiran 12.

Hasil pengujian *prototype final* kepada 30 responden, hasil rata-rata indikator daya tarik sebesar 1,89; indikator kejelasan sebesar 1,87; indikator efisiensi sebesar 1,95; indikator ketepatan sebesar 1,88; indikator stimulasi sebesar 1,65; dan indikator kebaruan sebesar 1,71. Berdasarkan penilaian metode *User Experience Questionnaire*, Hasil dari masing-masing indikator rata-rata berada pada kategori *good* dan *excellence* yang berarti *user interface & user experience Website 3 Pack Surabaya* dirancang sesuai dengan kebutuhan pengguna untuk memberikan akses yang mudah dan menyediakan informasi terkait 3 Pack Surabaya. Hasil penilaian dapat dilihat pada Tabel 4.11. Data hasil pengujian *prototype final* dapat dilihat pada Lampiran 14.

Tabel 4.11 Hasil penilaian UEQ

Indikator	Nilai Rata-rata	Kategori	Interpretasi
Daya tarik	1,89	Excellent	In the range of the 10% best results
Kejelasan	1,87	Good	10% of results better, 75% of results worse
Efisiensi	1,95	Excellent	In the range of the 10% best results
Ketepatan	1,88	Excellent	In the range of the 10% best results
Stimulasi	1,65	Good	10% of results better, 75% of results worse
Kebaruan	1,71	Excellent	In the range of the 10% best results
Rata-rata	1,82		

Berdasarkan gambar tersebut diketahui nilai rata-rata seluruh indikator 1,82 dan berada pada kategori *good* dan *excellence* yang menandakan UI/UX *website 3 Pack Surabaya* mengalami kenaikan seluruh nilai indikator pada grafik skala UEQ dan dapat dilihat di Gambar 4.24.



Gambar 4.24 Hasil Skala UEQ (*Mean dan Varians*)

4.5. Tahap Akhir

4.5.1. Penyusunan Dokumen UI/UX *Website* 3 Pack Surabaya

Berdasarkan serangkaian langkah yang telah dilaksanakan, penelitian memberikan dokumen perencanaan *user interface* dan *user experience* untuk situs web 3 Pack Surabaya. Analisis dan perancangan UI/UX menggunakan metode Lean UX menghasilkan antarmuka pengguna yang terstruktur dengan baik, penggunaan warna dan tipografi yang optimal, yang dapat menarik minat pengguna untuk berinteraksi dengan situs. UX yang dihasilkan sesuai kebutuhan pengguna dalam mendapatkan informasi tentang 3 Pack Surabaya, memberikan kemudahan, dan menciptakan pengalaman yang menyenangkan. Dokumen ini dapat dijadikan sebagai panduan bagi pengembang untuk membangun *website* 3 Pack Surabaya.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Analisis dan perancangan UI/UX pada *website* 3 Pack Surabaya menggunakan metode *Lean UX* menghasilkan kesimpulan berikut:

1. Analisis dan perancangan UI/UX pada *website* 3 Pack Surabaya berhasil menciptakan antarmuka pengguna yang menarik perhatian dengan tata letak, warna, dan tipografi yang baik. Pengalaman pengguna yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan pengguna dalam mendapatkan informasi mengenai 3 Pack Surabaya, memberikan kemudahan, dan menciptakan pengalaman yang menyenangkan dalam penggunaan situs.
2. *Prototype final*, yang merupakan hasil gabungan dari *prototype* A dan *prototype* B, terpilih untuk 5 halaman utama seperti beranda, produk, artikel, kontak, dan cara memesan. *Prototype* B terpilih untuk halaman *client* dan Online Shop. Proses seleksi ini dilakukan dengan mempertimbangkan kritik dan saran dari responden, yang menjadi panduan untuk penyusunan *prototype final*.
3. Hasil pengujian *prototype final* dengan menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) kepada 30 responden menunjukkan indikator daya tarik sebesar 1,89; kejelasan sebesar 1,87; efisiensi sebesar 1,95; ketepatan sebesar 1,88; stimulasi sebesar 1,65; dan kebaruan sebesar 1,71. Berdasarkan penilaian metode *User Experience Questionnaire*, rata-rata dari setiap indikator berada dalam kategori baik dan sangat baik. Ini menandakan bahwa antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna pada *website* 3 Pack Surabaya sesuai dengan kebutuhan pengguna dalam mengakses situs dan memperoleh informasi tentang 3 Pack Surabaya.

5.2. Saran

Hasil penelitian menyarankan untuk lebih memfokuskan prototipe yang dihasilkan pada penggunaan perangkat desktop. Oleh karena itu, disarankan untuk pengembangan selanjutnya dapat melibatkan pembuatan tampilan *prototype* untuk

berbagai ukuran perangkat, termasuk tablet dan smartphone. Dengan demikian, dapat dihasilkan prototype yang lebih optimal dan dapat digunakan secara efektif di berbagai jenis perangkat.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, P. (2020, April 23). *Mengenal User Interface: Pengertian, Kegunaan, dan Contohnya*. Diambil kembali dari Niagahoster Blog: https://www.niagahoster.co.id/blog/user-interface/#Pentingnya_UI_bagi_Sebuah_Produk
- Aprilia, P. (2020). *Mengenal User Interface: Pengertian, Kegunaan, dan Contohnya*. Dipetik September 28, 2022, dari Niagahoster Blog: https://www.niagahoster.co.id/blog/user-interface/#Pentingnya_UI_bagi_Sebuah_Produk
- Ayesha. (2022, January 30). *Font Poppins*. Dipetik November 15, 2022, dari Twitter: <https://twitter.com/mirai4k/status/1487766555853209600?>
- Baker, K. (2022, November 1). *The Ultimate Guide to Designing for the User Experience*. Diambil kembali dari HubSpot: <https://blog.hubspot.com/marketing/ux-user-experience#ux-design-principles>
- Faizin, A. A. (2022). *3 Elemen Dasar Desain Visual pada UI Design yang Wajib Diketahui*. Dipetik September 28, 2022, dari dicoding: <https://www.dicoding.com/blog/3-elemen-dasar-desain-visual-pada-ui-design-yang-wajib-diketahui/>
- Gallo, A. (2017). *A Refresher on A/B Testing*. Dipetik September 28, 2022, dari Harvard Business Review: <https://hbr.org/2017/06/a-refresher-on-ab-testing>
- Gothelf, J. (2013). *Lean UX : Applying lean principles to improve user experience*. O'Reilly Media, Inc.
- Hartono, H. (2014). *Pengertian Website dan Fungsinya*. Ilmu teknologi.
- Hendryadi, & Suryani. (2015). *Metode Riset Kuantitatif : Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi IIsam*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Hinderks, A., Schrepp, M., & Thomaschewski, J. (2018). *UEQ (User Experience Questionnaire)*. Diambil kembali dari UEQ (User Experience Questionnaire): <https://www.ueq-online.org/>

- IndoCenter. (2022, January 13). *Apa Itu Layout Website? Ini Fungsi dan Contohnya!* Diambil kembali dari IndoCenter: <https://indocenter.co.id/tips-hosting/layout-website/>
- Interaction Design Foundation. (2020). *User Interface (UI) Design*. Diambil kembali dari Interaction Design Foundation: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/ui-design>
- ISO 9241-210. (2009). *Ergonomics of human system interaction - Part 210: Human-centered design for interactive (formerly known as 13407)*.
- Johanna. (2023, April 12). *Layout: Tata Letak dalam Desain, Ini Elemen dan Contohnya*. Diambil kembali dari Dewaweb: <https://www.dewaweb.com/blog/apa-itu-layout/>
- Klein, L. (2013). *UX for Lean Startups*. United States of America: O'Reilly Media.
- Lastiansah, S. (2012). *Pengertian User Interface*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Lastiansah, S. (2012). *Pengertian User Interface*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Linotype. (2020). *fonts.com*. Diambil kembali dari Helvetica®: <https://www.fonts.com/font/linotype/helvetica/story>
- Marketo. (2015). *The Power Of A/B Testing*. San Mateo: Marketo.
- Moustakis, V. S. (2004). Website Quality Assessment Criteria. Chania: Proceedings of the Ninth International Conference on Information Quality.
- Nielsen, J. (1994). Enhancing the Explanatory Power of Usability Heuristics. *CHI*, 152-158.
- Notoatmodjo. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Patel, N. (2022). *A/B Testing: Definition, How it Works, Examples, & Tools*. Diambil kembali dari Neilpatel: <https://neilpatel.com/blog/ab-testing-introduction/>
- Quora. (2018). *What Is A Minimum Viable Product, And Why Do Companies Need Them?* Dipetik September 28, 2022, dari Forbes: <https://www.forbes.com/sites/quora/2018/02/27/what-is-a-minimum-viable-product-and-why-do-companies-need-them/>
- Rahmalia, N. (2021). *Lean UX, Konsep yang Mampu Tingkatkan Efektivitas Proses*

Desain. Dipetik October 22, 2022, dari Glints:
<https://glints.com/id/lowongan/lean-ux-adalah/#.Y1XZEnZBzIU>

Rahman, A. (2021). *What is Lean UX Design Process and how to create MVP for startup products?* Dipetik September 28, 2022, dari Bootcamp Medium:
<https://bootcamp.uxdesign.cc/lean-ux-design-process-how-to-create-mvp-for-startup-products-8949648c5291>

Rahman, N., & Rajanen. (2019). *Early Phase of user Involvement to Validate the Minimum Viable Product : An Approach of Lean UX*. Finland: University of Oulu.

Riadi, M. (2020, November 2). *Pengertian dan Jenis Skala Pengukuran dalam Penelitian*. Dipetik November 17, 2022, dari kajianpustaka.com:
<https://www.kajianpustaka.com/2020/11/pengertian-dan-jenis-skala-pengukuran.html>

Ries, E. (2011). *The Lean Startup*. New York: Crown.

Rozaq, B. K. (2020, October 4). *UX Development #4 : Memahami Lean UX*.
Diambil kembali dari SEO Anak Sholeh:
<https://seoanaksholeh.com/memahami-lean-ux/>

Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.