

# Evaluasi User Experience Dan Perancangan Ulang Interface Pada Website Thai.Com Menggunakan Metode Heuristik Dan User Experience Questionnaire (UEQ)

Ariel Ardinata<sup>#1</sup>, A.A Istri Paramitha<sup>\*2</sup>, Ni Luh Ning Septyarini Putri Astawa<sup>#3</sup>

*#Sistem Informasi, STIMIK Primakara  
Jln. Tukad Badung No. 135, Denpasar*

*[arielardnt06@gmail.com](mailto:arielardnt06@gmail.com)*

*[ita@primakara.ac.id](mailto:ita@primakara.ac.id)*

*[ningseptyarini@gmail.com](mailto:ningseptyarini@gmail.com)*

**Abstrak** — PT. BCA merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan *beachwear* sejak tahun 2002. Hingga saat ini, PT. BCA telah memiliki 22 cabang toko yang sebagian besar berada di Bali dan beberapa toko di luar Indonesia, contohnya di Thailand. Namun semenjak pandemi *Covid-19*, banyak toko yang dimiliki terpaksa tutup dan kini hanya 2 toko yang masih beroperasi, dari permasalahan tersebut, perusahaan hanya bergantung kepada penjualan *online*. Penjualan *online* pada PT. BCA hanya dilakukan melalui *website*. Permasalahan yang terjadi dan membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada *website* yang dimiliki oleh PT. BCA yaitu dikarenakan pihak perusahaan menerima beberapa keluhan dari konsumen mengenai kesulitan mereka saat menggunakan *website*. Dari permasalahan yang terjadi maka penelitian ini dilakukan guna melakukan evaluasi pada *website* yang dimiliki PT. BCA dengan tujuan untuk memberikan perbaikan rancangan antar muka sehingga dapat menambah nilai pengalaman pengguna yang baik pada *website* [thaikila.com](http://thaikila.com).

**Kata Kunci**— Baju Pantai, Penjualan, Toko Online

**Abstract** — PT. BCA is a company engaged in selling *beachwear* since 2002. Until now, PT. BCA already has 22 store branches, most of which are located in Bali and several stores outside Indonesia, for example in Thailand. However, since the covid-19 pandemic, many stores have been forced to close and now only 2 stores are still operating, from this problem, the company only relies on online sales. online sales at PT. BCA is only done through the website. The problems that occur and make researchers interested in conducting research on the website owned by PT. BCA is because the company received several complaints from consumers regarding their difficulties when using the website. From the problems that occur, this research was conducted to evaluate the website owned by PT. BCA with the aim of providing improved interface design so that it can add value to a good user experience on the [thaikila.com](http://thaikila.com) website.

**Keywords**— Beachwear, Sale, Online Shop

## I. PENDAHULUAN

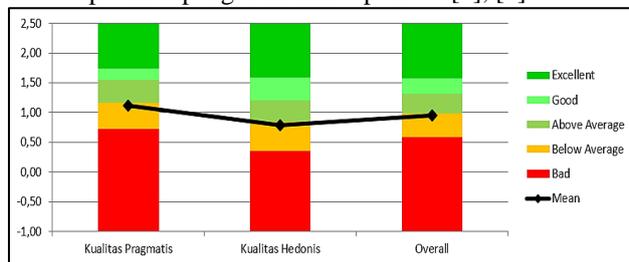
Berkembangnya aktivitas industri seperti sekarang dapat dikatakan sangat pesat, maraknya proses promosi sebuah produk atau komoditas dengan menggunakan jaringan internet merupakan hal lumrah yang wajib dilakukan para pelaku usaha saat menjalankan usaha atau bisnis mereka. Khususnya pada pemanfaatan *website* yang terbukti ampuh dalam mendorong perkembangan bisnis saat ini [1].

PT. BCA merupakan perusahaan yang menjual berbagai produk *beachwear* yang diproduksi oleh perusahaan itu sendiri, dan desain dari produk yang mereka tawarkan dirancang khusus oleh desainer asal Perancis. Perusahaan ini sudah terjual produknya hingga ke seluruh dunia atau *worldwide*. Produk yang diunggulkan dari perusahaan terkait adalah mampu membuat *beachwear*

dengan bahan ramah lingkungan yang terjamin kualitasnya[2]. Banyaknya minat dari berbagai kalangan membuat perusahaan ini terus membuat inovasi terhadap produk mereka, terlebih mendorong penjualan produk melalui internet khususnya pemanfaatan *website* dalam memasarkan produk-produknya sehingga mampu memasarkan produknya ke pasar dengan jangkauan global[3], adapun contoh strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan memberi potongan dan sejumlah produk gratis dengan minimum pembelian kepada member baru yang mendaftar pada *website*[4]. Namun banyak dari konsumen merasa kesulitan dalam menggunakan *website* Thai.com karena tampilannya yang terlalu minimalis sehingga tools yang ditampilkan dinilai kurang efektif terhadap pengalaman pengguna, hal tersebut dapat dilihat dari hasil evaluasi

menggunakan *user experience questionnaire short* (UEQ-S) yang menunjukkan pada skala kualitas *hedonis website* yang dievaluasi mendapat nilai rendah pada perbandingan menarik dan tidak menarik.

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan dengan HRD dari perusahaan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa website yang dimiliki oleh PT. BCA perlu dikaji lebih dalam sehingga jika ditemukan kekurangan maka peneliti dapat mempertimbangkan untuk melakukan perbaikan. Hal ini pun didukung oleh data yang diperoleh melalui hasil kuesioner menggunakan *User Experience Questionnaire* versi singkat kepada 36 konsumen yang pernah membeli produk secara online menggunakan website *thai.com*. dari hasil penilaian yang diperoleh, benchmark yang didapatkan oleh website *thai.com* menunjukkan kategori dibawah rata-rata pada ketiga *benchmark*, dari hal tersebut, peneliti ingin melakukan desain ulang pada *website* dan melakukan penilaian dengan target pencapaian *benchmark* yaitu pada kategori diatas rata-rata hingga *excellent*. Karena desain atau tampilan pada sebuah *website* dapat mempengaruhi minat pembeli[5], [6].



Gambar 1. Benchmark yang diperoleh situs *thai.com*

Menurut latar belakang yang peneliti susun maka akan dilakukannya kajian lebih dalam terhadap fitur-fitur serta tampilan dari website *thai.com* terhadap kenyamanan pengguna ketika menggunakan *website* tersebut dengan melakukan evaluasi serta perancangan ulang menggunakan dua metode penelitian yang mampu memberi gambaran terkait website yang diinginkan oleh *customer* dari *website* *thai.com* yaitu dengan menggunakan metode evaluasi heuristik (HE) serta metode *user experience questionnaire* (UEQ)[7]. Dengan adanya permasalahan yang timbul dalam website tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan evaluasi dan perancangan ulang website PT. BCA menggunakan metode *heuristic evaluation* dan *user experience questionnaire* (UEQ).” Dengan tujuan untuk mengetahui hasil evaluasi *user interface* pada *website* *thai.com* saat ini berdasarkan evaluasi menggunakan metode *user experience questionnaire short* (UEQ-S) dan *heuristic evaluation* (HE), melakukan tindakan berupa perancangan ulang *user interface* pada *website* *thai.com* berdasarkan evaluasi menggunakan metode *user experience questionnaire short* (UEQ-S) dan *heuristic evaluation* (HE), dan hasil evaluasi perancangan ulang *user interface* pada *website* *thai.com* berdasarkan evaluasi menggunakan metode *user experience questionnaire* (UEQ). Perbaikan yang dilakukan berdasarkan hasil evaluasi diharapkan mampu

membuat tampilan website lebih menarik sehingga mengundang lebih banyak pembeli[8][9].

## Kajian Pustaka

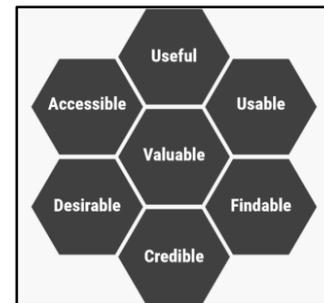
### A. Landasan Teori tentang Permasalahan terkait

Evaluasi merupakan aspek penting yang harus diperhatikan ketika menyusun sebuah desain sistem interaktif agar memastikan jika sistem dapat berjalan dan dapat digunakan sesuai dengan yang diharapkan[10]. Menurut Alan Dix, tidak hanya evaluasi kemampuan fungsionalitasnya, dalam sebuah desain sistem sangat dianjurkan untuk menilai dari aspek *user experience* serta dampaknya terhadap kepuasan pengguna [11].

*User experience* merupakan sebuah persepsi atau sudut pandang individu dan respon dari pengguna produk jasa atau sistem. *User experience* (UX) mampu melakukan penilaian terhadap kepuasan pengguna saat pengguna menggunakan sebuah jasa atau system[12].

*User Experience* (UX) merupakan aspek penting yang menjadi indikator gagal atau berhasilnya suatu produk di pasar, UX telah mengalami perkembangan dengan tujuan untuk mengakomodasi fungsionalitas suatu produk sehingga dapat sukses ketika diluncurkan ke pasar.

Dalam menggambarkan pengalaman Pengguna, terdapat 7 aspek nilai pengalaman pengguna, Menurut Peter Morville, seorang ahli pada bidang UX. Morville menyusun tujuh faktor ke dalam sebuah desain berbentuk sarang lebah yang merupakan *Tools* populer untuk memahami desain UX.



Gambar 2. *User experience honeycomb*

1)*Useful*: Sebuah produk harus memiliki Kegunaan yang dapat ber potensi untuk membantu menyelesaikan sebuah permasalahan yang terjadi. 2)*Usable*: *Usability* sangat berpengaruh terhadap keputusan pengguna untuk menggunakan jasa atau sistem hingga tahap akhir secara efisien dan efektif. 3) *Findable*: Merujuk kepada pemikiran yaitu produk harus dapat digunakan dengan mudah dengan kata lain, produk gampang dimengerti. 4)*Credible*: Kepercayaan adalah hal penting yang harus dinyatakan didalam sebuah produk, kredibilitas mengatur agar pengguna dapat percaya terhadap produk yang ditawarkan. 5)*Desirable*: Nilai estetika dari sebuah produk sangat berpengaruh terhadap ketertarikan pengguna, *desirability* dapat divisualkan ke dalam sebuah desain melalui Desain emosional, gambar, nilai estetika dan suatu identitas. 6) *Accessible*: Merupakan pemahaman terkait kemampuan

perangkat Ketika digunakan, apakah produk mampu memberikan pengalaman pada segi *audio* dan *Visual*. 7) *Valuable*: Jasa atau sistem mampu memberikan sebuah nilai atau memberikan sebuah persepsi terkait objek pada jasa atau sistem kepada seseorang yang menggunakannya.

Website merupakan kumpulan halaman-halaman yang fungsinya adalah untuk menampilkan informasi berupa gambar yang statis atau dinamis, teks, animasi suara dan ragam bentuk lainnya yang menciptakan sebuah rangkaian pola yang *sthai.com* berhubungan dengan jaringan dari halaman-halaman[13].

*Thai.com* merupakan *website* yang digunakan oleh PT. BCA yang disediakan untuk para konsumen mereka agar dapat berbelanja secara *online*. Pada *website thai.com*, fitur-fitur yang ditawarkan yaitu: menampilkan produk dengan berbagai kategori, menampilkan berbagai potongan harga, menampilkan fitur *chat*, menampilkan informasi terkait perusahaan, menampilkan *Review* dari konsumen, menampilkan penawaran produk gratis, menampilkan fitur pencarian barang, menampilkan fitur keranjang belanja.

Instrumen yang digunakan dalam mengukur *user experience* berupa kuisioner dengan tampilan indikator seperti gambar berikut.

Indonesian version		
menghalangi	o o o o o o o	mendukung
rumit	o o o o o o o	sederhana
tidak efisien	o o o o o o o	efisien
membingungkan	o o o o o o o	jelas
membosankan	o o o o o o o	mengasyikkan
tidak menarik	o o o o o o o	menarik
konvensional	o o o o o o o	berdaya cipta
lazim	o o o o o o o	terdepan

Gambar 3. Tampilan indikator pertanyaan pada UEQ short

### B. Landasan Teori Tentang Ilmu Terkait

Evaluasi heuristik merupakan jenis metode evaluasi yang terdiri dari 10 prinsip yang dicetus oleh Jacob Nielsen yang mengatur nilai terkait pengalaman pengguna Ketika menggunakan suatu produk. Disebut '*Heuristic*' karena metode ini merupakan gambaran umum pada penilaian panduan *usability*. Dimana individu yang melakukan penilaian atau seorang evaluator akan melakukan penilaian terhadap sebuah sistem untuk mengetahui jika sistem tersebut sudah memenuhi indikator penilaian. Penilaian dilakukan dengan tahapan dimana para evaluator akan mengisi angket atau kuisioner yang berisi prinsip yang dijabarkan oleh *Jacob Nielsen* yang dinilai secara individual dan akan menjabarkan hasil temuan tersebut[14]. Evaluator juga harus menjabarkan

serta melakukan pengelompokan permasalahan sesuai tingkat keparahan. Metode ini bertujuan agar permasalahan terkait *usability* didalam suatu desain dapat diatasi berdasarkan aspek yang terdapat didalam metode. Metode HE dipengaruhi oleh beberapa faktor yang diantara lain adalah keahlian yang dimiliki oleh evaluator, tingkat kesalahan *usability*, dan kegiatan yang diperlukan untuk melakukan identifikasi masalah. Metode *heuristic evaluation* juga merupakan salah satu metode yang banyak digunakan untuk mengukur tingkat kenyamanan pengguna dalam hal interaksi antara manusia dengan computer atau *human to computer interaction*. Tujuan utama dilakukannya sebuah evaluasi heuristik yaitu untuk melakukan identifikasi masalah yang berkaitan dengan rancangan antar muka.

Sepuluh aspek yang dinilai saat menggunakan metode *heuristic evaluation* menurut Jacob Nielsen dan yang penulis gunakan didalam kuisionernya adalah sebagai berikut: 1. Visibilitas status sistem: berisi pertanyaan mengenai arah navigasi pada halaman tempat user berada, notifikasi dan keunikan tombol. 2. Kecocokan antara sistem dan dunia nyata: berisi mengenai keunikan dan kejelasan ikon perintah, opsi menu, judul menu menggunakan tata bahasa dan gaya yang konsisten, penggunaan istilah yang sesuai. 3. Kontrol dan kebebasan pengguna: berisi dialog konfirmasi saat akan melakukan perintah yang tidak bisa dibatalkan, fitur membatalkan setiap Tindakan atau Undo, membatalkan Tindakan yang sedang berlangsung dan kontrol yang sederhana. 4. Standarisasi dan konsistensi: berisi mengenai konsistensi ikon, bahasa dan istilah pada website, kontrol, nama-nama opsi menu, dan kode warna. 5. Pemahaman pada ingatan: berisi pertanyaan terkait perbedaan pilihan menu antara yang aktif dan pasif, penempatan tombol menu yang konsisten, dan peletakan elemen grafis yang muncul ketika dibutuhkan. 6. Fleksibilitas dan efisiensi pengguna: berisi pertanyaan mengenai opsi lanjutan, pintasan ketika akan menjalankan perintah dan kemudahan mengakses informasi yang diinginkan. 7. Pencegahan kesalahan: berisi pertanyaan tentang notifikasi atau dialog ketika akan membuat kesalahan yang serius, website dapat mencegah kesalahan yang dilakukan oleh pengguna, dapat memberikan petunjuk mengisi data untuk mencegah kesalahan serta menu pilihan logis, unik dan dapat dibedakan. 8. Estetika dan Desain Minimalis: berisi pertanyaan mengenai kejelasan informasi dari sebuah perintah, ikon yang mewakili perintah *sthai.com* terkait, layer entry data menyertakan judul yang sederhana pendek dan jelas, serta Tindakan atau perintah utama dapat dibedakan secara visual dari alur alternatif. 9. Membantu pengguna untuk mengenali, mendiagnosa, dan memulihkan dari kesalahan (*error*): berisi pertanyaan tentang ketersediaan informasi ketika terjadi kesalahan, dengan bahasa yang

TABEL I  
ACUAN UKURAN TEKS

<i>Several Ratings</i>	Penjelasan
0	<b>Bukan termasuk masalah usability:</b> Bukan sebuah permasalahan dan nyaman untuk digunakan.
1	<b>Cosmetic Problem:</b> Merupakan masalah yang ditemukan namun, tidak begitu berpengaruh pada kenyamanan pengguna. Masalah ini tidak perlu diperbaiki kecuali pengembang memiliki tambahan waktu untuk proyek sistem
2	<b>Minor usability problem:</b> Perlu diperbaiki dengan prioritas rendah, karena mungkin hanya beberapa kriteria pengguna yang akan mengalami kesulitan dengan permasalahan tingkat ini.
3	<b>Major usability problem:</b> Sangat penting untuk diperbaiki dengan tingkat prioritas tinggi, karena pengguna sangat membutuhkan atau kesulitan dengan permasalahan yang ditemukan pada tingkat ini.
4	<b>Usability catastrophe:</b> User tidak bisa menggunakan sistem atau fitur aplikasi. Prioritas diperbaiki dengan tingkat disegerakan.

mudah dimengerti, jelas dan ringkas, serta menyarankan sebuah solusi atau jalan keluar dari kesalahan atau masalah tersebut. 10. Bantuan dan dokumentasi: berisi tentang keakuratan bantuan dan dokumentasi, lokasi terorganisir, dokumentasi memungkinkan pengguna untuk memahami dan dapat melanjutkan Langkah perintahnya dengan benar, dapat diakses dengan mudah tanpa mengganggu aktivitas serta dapat melanjutkan aktivitas tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh I Made Sume Mertha, tahap pengujian disarankan dilakukan oleh minimal tiga orang penguji[15], keuntungan dari review yang dilakukan oleh banyak peserta adalah makin besar kemungkinan ditemukannya *error* pada permasalahan yang sama, sehingga masalah atau kesalahan yang terdapat pada usability dapat diperbaiki.

Dalam setiap kasus yang ditemukan dengan menggunakan metode *heuristic evaluation* akan dipandu dengan *several rating*. *Several ratings* merupakan nilai yang diberikan berdasarkan tingkat keparahan dari permasalahan yang ditemukan. Dalam hal ini, *severity ratings* adalah gambaran dari sebuah permasalahan yang ditemukan berdasarkan tingkat keparahannya untuk segera diperbaiki sebelum digunakan. Adapun *several ratings* dalam melakukan evaluasi heuristik menurut Nielsen adalah sebagai berikut:

*User Experience Questionnaire* (UEQ) merupakan *tools* yang sangat tidak jarang digunakan ketika melakukan sebuah evaluasi *usability* bertujuan untuk pengumpulan data berjenis kuantitatif yang menghasilkan kesan dari individu yang menjadi peserta *usability testing* terhadap suatu produk. Penggunaan metode ini memungkinkan pengguna untuk mengungkapkan perasaan dan kesan ketika menggunakan produk yang diteliti. Pernyataan terkait UEQ menurut Martin Schrepp yaitu UEQ terdiri atas 6 skala penilaian dengan 26 butir pernyataan yaitu: *Attractiveness*: ketertarikan pengguna terhadap produk, *Perspiciuity*: aspek yang menilai tingkat kemudahan pemahaman pengguna terhadap produk, *Efficiency*: aspek yang menilai ketepatan produk, yaitu produk bisa digunakan secara efisien, *Dependability*: aspek yang menilai apakah pengguna mampu menggunakan atau memiliki kendali pada produk, *Stimulation*: aspek yang menilai sebuah produk dalam membuat pengguna untuk menggunakan produk secara berkelanjutan, *Novelty*: aspek yang menilai keunikan yang terdapat di produk tersebut, yang menilai produk dengan cara melakukan perbandingan dengan produk lain.

Pembagian skala tersebut dibagi menjadi tiga kelompok, antara lain *attractiveness*, *hedonic quality*, *pragmatic quality*. pada aspek *attractiveness* merupakan komponen utama yang terdapat pada UEQ sebagai aspek yang menilai berdasarkan sudut pandang pengguna untuk daya tarik sistem. aspek *hedonic quality* berkaitan dengan dengan penilaian non-teknis yaitu keterkaitan dengan perasaan pengguna yang mengandung motivasi dan kesenangan (*stimulation dimension*) dan desain yang terbaru (*novelty dimension*). Sedangkan pada aspek *pragmatic quality* merupakan sebuah persepsi atau sudut pandang pengguna terhadap aspek teknis yang berkaitan dengan desain sistem dari suatu produk secara efisien (*efficiency dimension*), mudah dimengerti (*perspicuity dimension*), dan tidak mengekang (*dependability dimension*).

Kombinasi ketiga aspek tersebut menjadi keunggulan pada UEQ dibandingkan dengan menggunakan metode lainnya. Untuk melakukan sebuah analisis menggunakan UEQ, sebuah *tools* yang dapat membantu dalam melakukan pengukuran pengalaman pengguna[16].

*User Experience Questionnaire Short* (UEQ-S) merupakan versi pendek dari UEQ biasa yang semula berjumlah 26 butir pertanyaan, kemudian dibatasi menjadi 8 butir pertanyaan saja. Menurut panduan yang dibuat, pertanyaan yang dimuat didalam UEQ-S mampu memberikan sebuah kesimpulan terhadap kesalahan pengalaman pengguna karena pertanyaan yang dimuat telah mewakili 26 pertanyaan yang ada di UEQ full[17].

*Google* desain material adalah sebuah *tools* yang dirancang oleh *google* untuk memberikan kemudahan kepada para pengembang/*developer* dalam merancang sistem yang berbasis aplikasi *Android*, *IOS* dan *Web*. Desain material dibuat berdasarkan rancangan pada dunia nyata atau *reality* yaitu sebuah objek yang memiliki cahaya sehingga dapat menghasilkan bayangan serta memiliki tekstur. Desain material terdiri dari panduan Gambar, desain tipografi, spasi, garis, ukuran dan warna yang bertujuan untuk visualisasi hierarki, fokus dan makna dari sebuah produk sehingga memberikan sebuah pengalaman kepada pengguna saat menggunakan sebuah produk. Desain material sendiri dirancangan dengan tujuan untuk menciptakan sebuah sistem yang berkualitas dengan mengeskpresikan permukaan antar muka[18]. Rancangan desain yang dibuat berdasarkan fondasi yang merangkum keseluruhan desain dari pandangan yang luas serta terperinci.

Penelitian berupa evaluasi dengan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) Dan *Heuristic Evaluation*[18] telah dilakukan oleh Kurniawan. Hasil yang diperoleh yaitu terdapat berbagai kesalahan yang dinilai parah sehingga menghasilkan kesimpulan bahwa aplikasi

my JNE memiliki *User Experience* yang buruk, namun setelah dilakukan perbaikan antar muka, masih ditemukan kesalahan pada objek penelitian sehingga penelitian ini dinilai kurang efektif. Hartzani dalam penelitiannya mengenai *Evaluasi User Experience* pada Dompot Digital OVO Menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ)[19] memperoleh hasil bahwa dompot digital OVO, mendapatkan nilai yang bagus pada aspek efisiensi, sedangkan aspek *dependability*, *stimulasi* dan *perspicuity* meraih nilai *above average* atau diatas rata-rata. Sedangkan aspek *novelty* dan *attractiveness* mendapat penilaian dibawah rata-rata. Penelitian berupa analisis menggunakan metode *Heuristic Evaluation* juga dilakukan oleh Ramadhani Terhadap Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh[20] dengan Hasil yang diperoleh adalah hanya 2 aspek yang memenuhi kriteria kepuasan pengguna menurut 10 prinsip Nielsen, jadi harus dilakukan evaluasi lebih lanjut untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

## II. METODE PENELITIAN

Studi Literatur pada penelitian ini digunakan sebagai Teknik pengumpulan data dari berbagai referensi berupa buku atau jurnal yang memiliki topik serupa atau relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian ini menggunakan studi Pustaka sebagai instrument penelitian guna memperoleh informasi sebagai acuan dalam mengerjakan penelitian ini, jurnal yang digunakan maksimal 10 tahun sebelum penelitian ini dilakukan sehingga masih relevan digunakan.

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan serta mengolah data dalam sebuah penelitian. Penelitian ini pada dasarnya melakukan pengukuran pada pengalaman pengguna dalam menggunakan situs *thai.com* yang terbagi kedalam 2 sudut pandang, 1 sudut pandang dari pengguna dengan metode UEQ-S dan UEQ serta 1 sudut pandang dari para ahli metode HE. Maka dalam penelitian ini harus menggunakan alat yang tepat dalam melakukan evaluasi.

*User experience questionnaire short version* (UEQ-S) pada metode ini menggunakan instrument penelitian yaitu menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian, responden diambil dari pengguna *website* *thai.com* yang telah mendaftar sebagai pengguna. Sebagai media bantunya, menggunakan *google form* untuk memasukan data yang diperoleh dari responden yang mengisi kuesioner.

*Heuristic evaluation* pada metode ini menggunakan instrumen penelitian, yaitu observasi dimana evaluator atau para ahli melakukan penelitian langsung menggunakan *website* *thai.com*, dimana nanti akan disiapkan *form* yang digunakan untuk diisi oleh para evaluator dengan

berlandaskan oleh prinsip Nielsen yang telah dijelaskan sebelumnya.

*User experience questionnaire (UEQ)* pada metode ini menggunakan instrumen penelitian yaitu, menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian, responden diambil dari pengguna *website thai.com* yang telah mengisi data pada kuesioner sebelumnya. Sebagai media bantuannya, akan menggunakan *google form* untuk memasukan data yang diperoleh dari responden yang mengisi kuesioner.

Untuk memenuhi semua tujuan penelitian, maka perlu menentukan secara tepat jenis data atau informasi yang dibutuhkan karena dapat membantu menciptakan pertanyaan-pertanyaan dengan kategori respon yang sesuai[21]. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif yang digunakan oleh para evaluator berjumlah 3 orang dimana mereka akan meneliti *website thai.com* dan hasil penelitiannya di catat di sebuah *form* yang telah disiapkan.

Dalam penelitian ini, digunakan teknik *purposive sampling*, dimana penentuan sampel pada populasi juga didasarkan pada judgement tertentu, dimana sumber data yaitu responden dianggap *thai.com* tahu mengenai apa saja yang diharapkan. Maksudnya disini ialah Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi kriteria tertentu. Dimana untuk memperoleh data mengenai persepsi pengguna terhadap produk yang sedang diteliti, maka diperlukan individu yang pernah menggunakan *website*, sedangkan untuk evaluator yaitu memiliki pengalaman dalam bidang UI/UX, pernah melakukan penelitian dengan topik serupa guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Adapun dalam penentuan sampel, peneliti tidak mengetahui jumlah populasi dari responden dikarenakan tidak terdapat data atau sumber data yang mendukung dalam penentuan jumlah populasi, yang pada akhirnya dengan melakukan perkiraan proporsi atau rata-rata.

Adapun alur dari pelaksanaan penelitian meliputi: Peneliti merumuskan masalah berdasarkan laporan perusahaan mengenai keluhan konsumen terhadap penggunaan *website*. Melakukan studi literatur dengan mengumpulkan informasi atau data terkait penelitian berupa buku, artikel, jurnal, skripsi serta sumber informasi lainnya guna menunjang berhasilnya penelitian yang sedang dilakukan. Mengumpulkan data dengan kuesioner pendek berisi 8 pertanyaan sesuai *standart* yang digunakan UEQ-S. Kuesioner akan disebar ke 36 konsumen yang pernah melakukan pembelian menggunakan *website*. Tidak seperti UEQ *full*, UEQ-S hanya memaparkan 8 pertanyaan yang mewakili tiap aspek sehingga waktu dalam menjawab kuesioner cenderung lebih cepat daripada kuesioner UEQ lengkap. Data yang telah diperoleh kemudian diolah menggunakan UEQ-S *data analysisist tools* pada *excel*. Jika *benchmark* menunjukkan bahwa hasil akhir dari evaluasi

adalah dibawah rata-rata, maka peneliti akan menyimpulkan bahwa perlu dilakukan tindakan perbaikan terhadap *user experience* yang terdapat pada *website thai.com*. Hasil dari evaluasi menggunakan UEQ-S kemudian menjadi bahan rujukan kepada evaluator HE bahwa *website thai.com* perlu dilakukan evaluasi menggunakan metode *heuristic evaluation* dengan harapan mendapat saran terhadap usulan perbaikan antar muka *website thai.com*. Pengumpulan data *heuristic evaluation* dilakukan dengan beberapa orang evaluator yang berkompeten dibidang pengembangan antarmuka.

Setelah data telah dikumpulkan kemudian akan dilakukan diskusi bersama para evaluator untuk menemukan permasalahan yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan. Diskusi akan membahas permasalahan apa saja yang dapat dilakukan perbaikan antar muka atau hanya diberikan saran perbaikan. Dengan hasil diskusi yang telah dilakukan, maka peneliti dapat membuat perbaikan antar muka berdasarkan usulan yang telah diperoleh melalui evaluasi bersama para evaluator.

Penggolongan permasalahan dilakukan dengan melakukan *Focus Group Discussion (FGD)* guna memilah kesalahan berdasarkan tingkat keparahan menggunakan indikator *severity rating* yang menggolongkan permasalahan dengan 5 skala dimulai dari 0 (tidak ada permasalahan) hingga 4 (perlu dilakukan perbaikan segera). Kemudian dari permasalahan yang sudah dipilah menggunakan *severity rating*, peneliti akan memilih permasalahan yang terdapat pada tingkat ke 4 (paling parah) dengan memilih permasalahan dengan tingkat keparahan *thai.com* tinggi.

Selanjutnya peneliti melakukan usulan rancangan antar muka. Pada tahap ini, peneliti dapat memulai proses perbaikan antar muka berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan. Rancangan desain perbaikan *website* akan menghasilkan *output* berupa *prototype* interaktif yang dibuat dengan *software figma* berdasarkan panduan yang tersedia pada *google material design*. Tahap berikutnya adalah Pengumpulan data UEQ. Pada proses ini, peneliti akan menguji apakah rancangan desain yang telah dibuat telah berhasil memenuhi nilai pada kenyamanan pengguna. Maka dilakukan evaluasi menggunakan metode UEQ berupa kuesioner yang terdiri 26 butir pertanyaan terkait *user experience* ketika mencoba *prototype* yang telah dibuat. kuesioner akan disebar ke responden awal yang telah melakukan evaluasi sebelumnya menggunakan UEQ-S. Tahap terakhir yang dilakukan adalah Analisa Data UEQ. Setelah dilakukan pengumpulan data, kemudian data akan diolah menggunakan UEQ *data analysisist tools* yang disediakan pada [User Experience Questionnaire \(UEQ\) \(ueq-online.org\)](http://ueq-online.org). Jika *benchmark* menunjukkan pada indikator diatas rata-rata, maka evaluasi yang dilakukan telah selesai. Dengan demikian, peneliti dapat memberikan rancangan perbaikan kepada PT. BCA agar dapat digunakan pada *website* mereka.

### III. PEMBAHASAN

#### A. Proses User Experience Questionnaire Short (UEQ-S)

Evaluasi situs *Thai.com* dilakukan pada *pre-research* menggunakan UEQ-S, berupa kuesioner dengan 8 pertanyaan impresi atas produk yang diberikan kepada konsumen. *User* diminta untuk menjawab secara spontan, dalam waktu 5 hingga 10 menit. Jumlah responden yang mengisi kuesioner adalah 35 orang. masing-masing pertanyaan dengan skala 1 sampai 7. Proses pengisian kuesioner menggunakan *google form* dan penyebaran kuesioner menggunakan media sosial *whatsapp*. dari total responden sebanyak 36 orang dengan jawaban masing-masing sebanyak 8 jawaban. Nilai jawaban masih menunjukkan skala pada 1 hingga 7. Dari setiap jawaban yang menunjukkan skala penilaian, kemudian dilakukan transformasi data menjadi bobot nilai jawaban.

Dari 36 jawaban responden untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan *mean*, *varian* dan simpangan baku. Pertanyaan dibagi menjadi dua bagian berdasarkan skala menggunakan kualitas pragmatis dan juga hedonis dan dilambangkan dengan warna yang berbeda. Hasil nilai skala pada kualitas pragmatis tergolong impresi positif. Sedangkan skala pada kualitas Hedonis tergolong normal. Maka, skala yang tergolong pada kualitas hedonis perlu ditingkatkan dari segi pengalaman penggunaannya agar nilai rata-rata dapat mengimbangi nilai pada skala kualitas pragmatis.

Nilai rata-rata impresi antara -0.8 dan 0.8 merupakan nilai evaluasi normal, nilai  $>0.8$  merupakan evaluasi positif dan nilai jika  $<-0.8$  merupakan evaluasi negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa situs *Thai.com* memiliki impresi positif pada kualitas pragmatis karena rata-rata yang didapatkan adalah  $>0.8$  dan impresi normal pada kualitas hedonis karena rata-rata yang didapatkan berada pada impresi antara -0.8 dan 0.8. Pada skala kualitas pragmatis, hasil dari situs *Thai.com* mencapai nilai rata-rata 1.11. sedangkan pada skala kualitas hedonis, situs *Thai.com* mendapat nilai rata-rata 0.79. hasil rata-rata yang dapat membantu analisa selanjutnya adalah menentukan *set data benchmark* sebagai perbandingan produk situs *Thai.com* dengan 468 produk kumpulan dari *set data benchmark*. Hal ini menunjukkan bahwa situs *Thai.com* memiliki kekurangan pada kualitas hedonis, maka dari itu nilai pada kualitas tersebut perlu ditingkatkan dari segi *user experience*-nya.

#### B. Proses Heuristic Evaluation

Setelah mendapatkan hasil dari dilakukannya kuesioner menggunakan UEQ-S, maka hasil yang telah diolah kemudian diberikan kepada evaluator guna mempertimbangkan melakukan evaluasi terhadap situs

*thai.com* terutama fokus permasalahan pada pengalaman pengguna atau *user experience* (UX). Pada metode *heuristic evaluation* (HE) berfokus kepada evaluator yang merupakan ahli dibidangnya yang telah dipilih sesuai kriteria yang ditetapkan pada awal penelitian.

Dalam melakukan evaluasi dengan *heuristic evaluation* evaluator yang dipilih akan diberikan pedoman yang berisi 10 poin yang terdapat pada metode terkait, serta penjelasan dan contoh permasalahan yang bersangkutan dengan prinsip yang dikemukakan oleh *Jacob Nielsen*. dengan rentan waktu beberapa hari, maka evaluasi akan dilakukan dengan teknik *focus group discussion* dimana semua evaluator dipertemukan di tempat yang sama dan melakukan evaluasi bersama sehingga dapat menghasilkan evaluasi yang lebih berkualitas karena adanya interaksi antar sesama evaluator yang paham dengan permasalahan yang terdapat di situs yang menjadi studi kasus dalam penelitian ini. Adapun langkah-langkah *heuristic evaluation* yang diterapkan dalam penelitian ini adalah:

1. *Briefing Session* atau pengarahan, pada tahap ini evaluator akan diperkenalkan serta diberikan penjelasan pada objek penelitian yaitu situs *thai.com*, dimana sebelumnya penulis telah melakukan penilaian pada situs tersebut dan memperoleh nilai yang perlu ditingkatkan dari segi pengalaman pengguna sehingga evaluator dapat melakukan evaluasi apakah benar bahwa permasalahan yang ditemukan memang dari segi pengalaman penggunaannya. Evaluator akan diberikan sebuah pedoman terkait metode yang akan digunakan pada evaluasi sehingga evaluator dapat dengan teliti menilai permasalahan pada objek yang diteliti.
2. *Evaluation Period*, yaitu tahap evaluasi dengan melakukan observasi pada objek penelitian untuk menemukan masalah atau penyimpangan pada tampilan atau pengalaman pengguna ketika menggunakan situs *thai.com*. pengumpulan data pada tahap ini diperoleh dari evaluasi yang dilakukan oleh para evaluator dan hasil evaluasi yang diperoleh akan dirangkum sehingga penulis dapat menyimpulkan masalah apa saja yang diprioritaskan untuk diperbaiki dan dibuatkan rekomendasinya.
3. *Debriefing session*, atau tahap akhir pada proses evaluasi, para evaluator akan *sthai.com*

berkomunikasi dan memberikan saran serta rekomendasi perbaikan terhadap permasalahan yang ditemukan saat dilakukan evaluasi, seluruh permasalahan akan dirangkul kemudian menjadi 10 permasalahan utama yang akan diberikan rekomendasi serta saran.

Pada metode *heuristic evaluation*, seorang evaluator berperan penting dalam mengumpulkan informasi untuk digunakan sebagai rekomendasi atas permasalahan yang ditemukan. Evaluator adalah para responden yang berperan untuk menilai atau melakukan evaluasi *website* berdasarkan 10 prinsip *heuristic evaluation* yang dikemukakan oleh *Jacob Nielsen*.

Pada tahap evaluasi, para evaluator akan menilai kondisi *website* saat ini berdasarkan tampilan dan juga pengalaman pengguna yang dimiliki. Untuk memastikan evaluator adalah individu yang kompeten, maka berikut adalah latar belakang dari setiap evaluator yang berpartisipasi dalam evaluasi yang dilakukan.

Ketika evaluator telah selesai melakukan evaluasi, maka temuan permasalahan akan dicatat pada formulir yang berisikan nama evaluator, profesi, Isu atau permasalahan, tipe permasalahan terkait prinsip heuristik, tingkat *severity ratings* serta rekomendasi atau saran.

Evaluator 1 menemukan 4 permasalahan yang meliputi aspek “*Match between system and real world*”, “*Efficiency of use*”, “*User control freedom*”, “*Visibility of system status*”. Dengan *severity ratings* yang diperoleh mulai dari skala satu (1) hingga tiga (3).

Evaluator 2 menemukan 4 permasalahan yang meliputi aspek “*Consistency and standard*”, “*User control and freedom*”, “*Recognition rather than recall*”, “*Aesthetic & minimalist design*”. Dengan *severity ratings* yang diperoleh mulai dari skala satu (1) hingga tiga (3).

Evaluator 3 menemukan 10 permasalahan yang meliputi aspek “*Consistency and standard*”, “*Aesthetic & minimalist design*”, “*Match between system and real world*”, “*Error prevention*” dan “*Visibility of system status*”. Dengan *severity ratings* yang diperoleh mulai dari skala satu (1) hingga tiga (3).

*Heuristic evaluation* memiliki tahapan *debriefing session*, tahapan tersebut merupakan proses akhir dalam evaluasi yang dilakukan dengan memberikan solusi atau rekomendasi perbaikan atas masalah antar muka atau pengalaman pengguna yang terkandung pada *website*.

Tahap *debriefing session* dilakukan bersama para evaluator dengan 2 sesi yaitu luring (Luar Jaringan) dan daring (Dalam Jaringan), evaluator akan memilih kesimpulan yang akan dijadikan 8 permasalahan utama berdasarkan skor *several*

*ratings* yang diperoleh serta jika ditemukan permasalahan yang sama. Semakin tinggi *several ratings* yang diperoleh maka permasalahan tersebut akan diprioritaskan untuk dilakukan rekomendasi. Proses *debriefing session* dilakukan berbentuk *Focus Group Discussion* (FGD) yang bertempat di Gedung Balai Diklat Kementerian Perindustrian Denpasar.

Setelah dilakukan proses *debriefing session*, maka evaluator akan berdiskusi untuk menentukan permasalahan mana saja yang dijadikan prioritas untuk diperbaiki atau diberikan rujukan berdasarkan bobot *severity ratings* yang diperoleh beserta permasalahan yang sama yang ditemukan oleh seluruh evaluator.

Berdasarkan evaluasi *User Experience Questionnaire Short (UEQ-S)* dan *Heuristic Evaluation* keadaan *website* sebelum dilakukan proses perbaikan mengalami beberapa kendala yang menyulitkan penggunaan dalam menggunakan *website* tersebut berupa saat input No. telp, zip code dan alfabet dapat dimasukan. Pada opsi pencarian tidak terdapat fitur filter sehingga menyulitkan pengguna dalam mencari barang yang belum diketahui namanya atau hanya mengetahui detail produk sebagian. Ukuran font navigasi pada navigation tidak konsisten. Cara produk ditampilkan dirasa kurang intuitif. Pada saat cursor melakukan hovering ke pilihan pada kategori “shop”, tidak ada tampilan yang berubah. Pada saat cursor melakukan hovering ke pilihan pada kategori “shop”, tidak ada tampilan yang berubah. Fitur search tidak ada rekomendasi produk. Pada bagian customer review, ukuran foto tidak ada yang konsisten, sehingga halaman menjadi tidak rapi. Sulit untuk mengurutkan review.

### C. Proses Pembuatan Rekomendasi

Evaluasi telah dilakukan pada *website* *thai.com* dengan metode *user experience questionnaire short* (UEQ-S) serta validasi permasalahan dengan *heuristic evaluation* (HE) yang menghasilkan data hasil evaluasi yang kemudian dapat dijadikan sebagai acuan dalam melakukan perbaikan rancangan antar muka dan pengalaman pengguna yang dirasa kurang pada *website* *thai.com*. Rekomendasi yang dilaksanakan dengan membuat rancangan perbaikan berupa *prototype* yang menampilkan hasil dari rekomendasi atau saran yang diberikan oleh para evaluator dari hasil evaluasi menggunakan *heuristic evaluation* dengan studi literatur menggunakan *google* desain material.

Dalam melakukan rancangan desain perbaikan, peneliti menggunakan skema warna abu-abu, khaki serta didominasi oleh warna putih sesuai dengan tema yang digunakan oleh *thai.com* serta menggunakan standarisasi jenis *font* dengan nama “Inter”.

Pada permasalahan pertama yang diulas oleh para evaluator yaitu pada halaman *check out* ketika pengguna mengisi data

terkait alamat pengiriman, pengguna dapat mengisi kolom dengan huruf pada bagian kode pos dan nomor telepon. Menurut evaluator 1 dan evaluator 3 hal tersebut seharusnya tidak dapat dilakukan mengingat kode pos dan nomor telepon menghasilkan *output* berupa angka, apabila pengguna mengisi kolom tersebut dengan huruf, tidak ada notifikasi yang mencegah kesalahan tersebut sehingga dapat menghasilkan data yang tidak sesuai. Berdasarkan permasalahan yang terjadi, maka direkomendasikan agar ketika pengguna menekan klik pada kolom *postal code* dan *phone* seketika muncul notif yang memberitahukan untuk mengisi kolom dengan kode pos yang valid dan juga hanya mengisi dengan angka. Tampilan perbaikan dalam mengatasi masalah pertama ditunjukkan pada gambar berikut.

The image shows a form with three input fields: 'Province' (set to 'Bali'), 'Postal code', and 'Phone'. The 'Postal code' field has a red border and a message below it: 'Enter a valid ZIP / postal code for Indonesia'. The 'Phone' field also has a red border and a message below it: '\*Enter a Number only'.

Gambar 4. Tampilan halaman informasi pengirim setelah diperbaiki

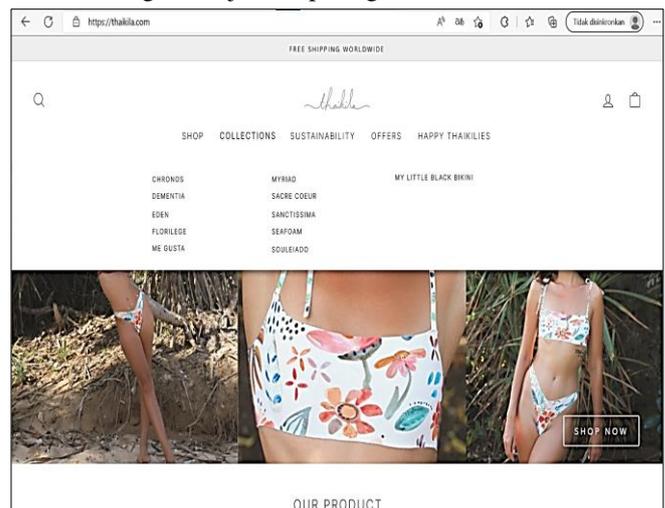
Website *thai.com* memiliki 128 produk yang terbagi menjadi 11 model atau tema, banyaknya produk yang dimiliki tentunya memiliki konsumen dengan selera dan daya tarik yang berbeda pada setiap produk. Evaluator 1 dan evaluator 2 menemukan kendala ketika melakukan eksplorasi terhadap produk-produk yang ditampilkan pada *website*, produk-produk tersebut dinilai tidak terorganisir, tidak ada fitur yang mengatur produk berdasarkan kriteria tertentu.

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan, maka dibuatkan rekomendasi berupa fitur *filter* pada halaman produk yang berfungsi untuk mengorganisir produk berdasarkan kriteria harga (tinggi ke rendah atau sebaliknya), warna (hitam, merah, coklat, merah muda dan lain-lain) dan jenis (bikini, swimwear, beachwear, one piece dan lain-lain). Dengan adanya fitur *filter* yang direkomendasikan, pengguna dapat terbantu dalam melakukan eksplorasi sesuai selera yang dimiliki ketimbang tidak menggunakan fitur tersebut atau melakukan eksplorasi secara manual. Tampilan perbaikan dalam mengatasi masalah kedua ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 5. Tampilan filter berdasarkan jenis produk setelah diperbaiki

Pada permasalahan selanjutnya, salah satu evaluator menemukan kejanggalan pada navigasi koleksi dimana 3 sub kategori produk terdapat *font* yang tidak sama dengan lainnya. Setelah dilakukan analisa terhadap 3 sub kategori terkait, tidak ditemukan perbedaan terhadap sub kategori lainnya sehingga evaluator menyatakan kejanggalan tersebut melanggar prinsip "*Consistency and Standards*" yang mengatur tentang segala hal yang konsisten baik dari segi ukuran, bentuk dan warna. Maka rekomendasi yang dapat ditawarkan adalah dengan menyetarakan ukuran dan jenis *font* yang digunakan, serta mengurutkan sub kategori berdasarkan alfabet. Tampilan perbaikan dalam mengatasi masalah ketiga ditunjukkan pada gambar berikut.

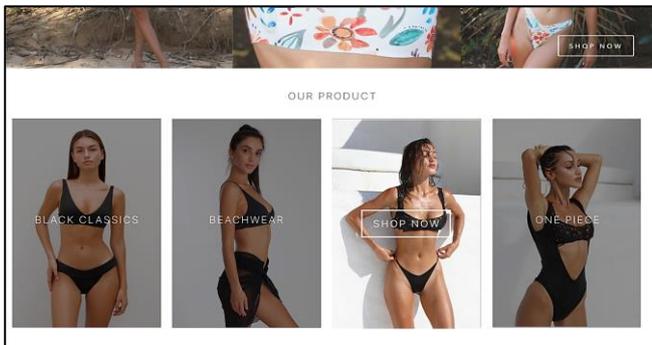


Gambar 6. Tampilan navigasi koleksi setelah diperbaiki

Ketika pengguna pertama kali mengakses website *thai.com*, *landing page* atau halaman utama dari *website* berperan penting dalam menampilkan *first impression* terhadap pengguna, baik dari segi tampilan atau kemudahan dalam pengenalan produk, evaluator 1 berpendapat bahwa produk yang ditampilkan dirasa kurang intuitif.

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan oleh evaluator, maka rekomendasi perbaikan yang dapat ditawarkan dengan melakukan modifikasi terhadap *flow* ketika pengguna mengakses *landing page*, dimana pengguna bisa langsung melihat kategori produk, dibandingkan dengan *flow* sebelumnya yang membuat pengguna harus melakukan

eksplorasi singkat untuk mengenali kategori produk, tata letak kategori produk direkomendasikan berada di bawah *jumbotron* sehingga saat pengguna mengakses *website*, hal pertama yang terlihat selain *jumbotron* adalah kategori dari produk itu sendiri. Tampilan perbaikan dalam mengatasi masalah keempat ditunjukkan pada gambar berikut.

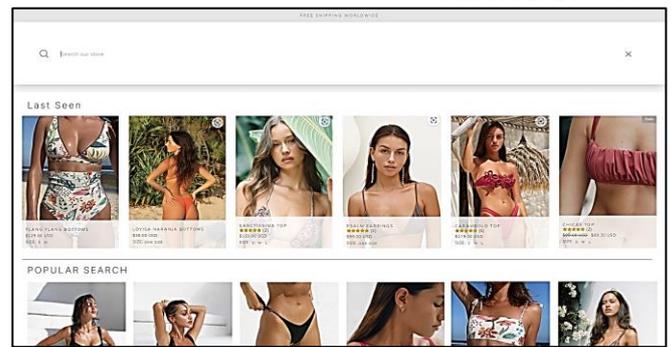


Gambar 7. Tampilan halaman pertama setelah diperbaiki  
Kemudian untuk permasalahan kelima, evaluator 2 berpendapat ketika *cursor hovering* pada menu *shop* atau *collection* yang memuat banyak kategori, tidak ada tampilan yang mengalami perubahan, perubahan yang dimaksud adalah *font* yang semula tipis jika *cursor enter* maka *font* tersebut berubah menjadi *regular size* atau *bold*, atau dapat ditambahkan dengan efek bayangan pada *font* yang menandakan pengguna akan mengklik *button* tersebut.

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan, maka rekomendasi yang dapat ditawarkan adalah dengan memberikan efek *shadow* atau bayangan ketika *mouse entering* pada *button* di panel navigasi *shop* dan *collection*. Tampilan perbaikan dalam mengatasi masalah kelima ditunjukkan pada gambar berikut.

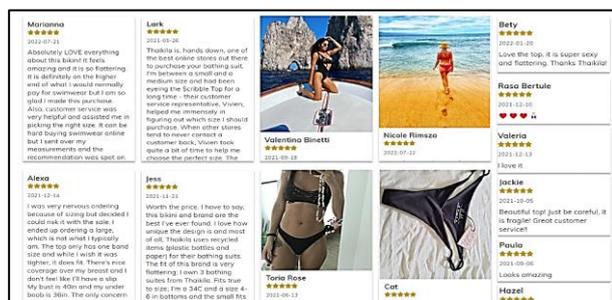


Gambar 8. Tampilan panel navigasi setelah diperbaiki  
Selain ditemukan kekurangan pada tidak adanya fitur yang mengorganisir produk, fitur cari produk atau *search* juga dirasa kurang fungsionalis. Pada permasalahan ini, fitur rekomendasi disarankan sebagai tambahan panel pada fitur cari produk, seperti produk yang baru saja dilihat oleh pengguna, dan juga produk yang sedang populer, sehingga ketika pengguna mencari sebuah produk, ada referensi yang dapat membantu pengguna. Tampilan perbaikan dalam mengatasi masalah keenam ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 9. Tampilan panel cari produk setelah diperbaiki  
Salah satu cara menarik minat dan kepercayaan konsumen atas produk adalah dengan menampilkan ulasan yang baik dan juga jelas. Pada *website thai.com* terdapat halaman “Happy Thaikillies” yang berisi ulasan dari konsumen yang telah melakukan pembelian pada produk. Pengguna dapat mengunggah foto testimoni produk ketika digunakan, memberi pendapat terhadap produk serta melakukan penilaian produk dengan menggunakan skala bintang dari bintang 1 hingga bintang 5.

Berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan, halaman ulasan produk merupakan halaman yang memiliki tingkat kerapihan yang buruk, hal ini dikarenakan tidak ada *layout* atau ukuran pasti dari ulasan yang diberikan oleh konsumen, foto yang diunggah oleh konsumen memiliki ukuran yang berbeda-beda dan hal ini menyebabkan halaman ulasan produk menjadi tidak terorganisir. Selain ulasan media, ulasan kata juga memiliki ukuran tinggi yang berbeda dan menyebabkan ulasan yang lainnya bertumpu satu sama lain. Dari permasalahan yang terjadi, rekomendasi yang dapat ditawarkan adalah dengan menetapkan ukuran foto ketika ingin diunggah oleh konsumen, ukuran yang direkomendasikan yaitu 3x4. Sehingga tidak ada foto ulasan yang lebih besar atau lebih kecil yang menyebabkan tampilan menjadi tidak konsisten. Kemudian pada ulasan kata disarankan untuk ulasan dengan kalimat yang panjang, untuk menyetarakan ukuran dengan ulasan foto sehingga ruang pada halaman ulasan menjadi lebih proporsional atau tidak ada ukuran yang lebih besar atau lebih kecil, pengecualian terhadap ulasan yang hanya berupa respon singkat berupa hanya bintang saja atau satu hingga dua kata ulasan, ukuran dari ulasan singkat hanya 1/3 dari ulasan foto atau ulasan dengan kalimat yang panjang sehingga ukuran dari ulasan singkat tetap proporsional mengikuti ulasan yang lebih besar ukurannya. Tampilan perbaikan dalam mengatasi masalah ketujuh ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 10. Tampilan halaman ulasan setelah diperbaiki

Pada permasalahan delapan, masih dalam lingkup pada halaman ulasan produk, banyaknya ulasan produk yang diunggah oleh konsumen tentu saja menambah tingkat kepercayaan konsumen baru terhadap produk yang ditampilkan pada halaman ulasan. Produk yang diulas terbagi atas tiga pembagian yaitu ulasan dengan kata atau *comment*, ulasan dengan media berupa gambar, dan ulasan berupa penilaian dengan skala bintang (bintang 1 hingga bintang 5). Berdasarkan permasalahan yang ditemukan, maka rekomendasi yang dapat diberikan adalah dengan menambah fitur *filter* pada halaman ulasan produk sehingga konsumen dengan mudah mengorganisir ulasan berdasarkan kriteria tertentu seperti *comment*, foto dan juga bintang yang diulas. Tampilan perbaikan dalam mengatasi masalah kedelapan ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 11. Fitur filter bila diterapkan pada kategori foto

Hasil yang diperoleh setelah dilakukan perbaikan pada *website* *thai.com* yaitu ketika user input alfabet, sehingga muncul notif “hanya masukan angka”, terdapat fitur filter by price/ by colour/ by category/ discounted item, font pada section konsisten satu sama lain, berkurangnya tahapan proses ketika konsumen ingin melakukan pemesanan produk, terdapat perubahan tampilan pada tahap pembelian, terdapat rekomendasi produk untuk *user*, media yang diperlukan dapat terload dan terdapat tempat untuk menyiapkan placeholder sebagai antisipasi, terdapat fitur untuk mengurutkan *reiew* dari pengguna lain.

### C. Proses User Experience Questionnaire (UEQ)

Setelah perancangan rekomendasi perbaikan dilakukan, maka desain *prototype* tersebut akan diuji menggunakan kuesioner yang membandingkan *prototype* dengan *website*

*thai.com*. Responden yang mengisi kuesioner pada UEQ merupakan responden yang sama saat mengisi kuesioner dengan metode *UEQ-S* pada tahap *pre-research* yaitu berjumlah 36 orang dengan latar belakang sebagai konsumen dari produk *Thaikila*. Pada kuesioner dengan UEQ, responden diminta untuk melakukan interaksi dengan *website* *thai.com* kemudian mengakses *prototype* dan membandingkan kedua objek tersebut berdasarkan 26 butir pertanyaan pada kuesioner, penilaian baik dan buruk pada sebuah kriteria UEQ disusun secara acak, jika normalnya kriteria buruk berada pada bagian kiri dan kriteria baik pada bagian kanan, namun pada kuesioner UEQ kriteria tersebut diacak sehingga meminimalisir responden mengisi kuesioner dengan data yang kurang valid. Dari total responden sebanyak 35 orang dengan jawaban masing-masing sebanyak 26 jawaban. Nilai jawaban masih menunjukkan skala pada 1 hingga 7.

Dari setiap jawaban yang menunjukkan skala penilaian, kemudian dilakukan transformasi data menjadi bobot nilai jawaban. Secara berpasangan berikut adalah pasangan skala dan bobotnya: (1, -3), (2, -2), (3, -1), (4, 0), (5, 1), (6, 2) dan (7, 3). Dari 35 jawaban responden untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan *mean*, *varian* dan simpangan baku. Pertanyaan dibagi menjadi 26 pertanyaan berdasarkan 6 skala yang digunakan yaitu: *attractiveness*, *perspicuity*, *novelty*, *stimulation*, *dependability* dan *efficiency* serta dilambangkan dengan warna yang berbeda.

Nilai rata-rata keseluruhan pertanyaan dilihat dari skalanya. Hasil nilai pada skala *attractiveness* menunjukkan nilai yang positif, hasil nilai pada skala *perspicuity* menunjukkan nilai yang positif, hasil nilai pada skala *efficiency* menunjukkan nilai yang positif, hasil nilai pada skala *dependability* menunjukkan nilai yang positif, hasil nilai pada skala *stimulation* dan hasil nilai pada skala *novelty* menunjukkan nilai yang positif. Dengan demikian, setelah dilakukan pengolahan data maka dapat disimpulkan keseluruhan skala pada penilaian menunjukkan nilai yang positif dengan perolehan rata-rata melebihi dari kriteria normal (-0,8 hingga 0,8).

Kemudian untuk mengimbangi nilai yang diperoleh pada metode sebelumnya yaitu *user experience questionnaire short* pada awal penelitian, maka rata-rata dikonversikan menjadi berdasarkan kualitas *attractiveness*, *pragmatic* dan *hedonic*. Pada skala *attractiveness*, hasil yang diperoleh mencapai nilai rata-rata 1,71, skala *perspicuity* mencapai rata-rata 1,70, skala *efficiency* mencapai rata-rata 1,40, skala *dependability* mencapai rata-rata 1,48, skala *stimulation* mencapai rata-rata 1,88, dan skala *novelty* mencapai nilai rata-rata 1,73. Hasil rata-rata yang dapat membantu analisa selanjutnya adalah menentukan *set data benchmark* sebagai

perbandingan produk situs *Thai.com* dengan 468 produk kumpulan dari *set data benchmark*. Berdasarkan hasil set data *benchmark* keseluruhan skala memperoleh nilai rata-rata yang positif berkisar kategori *above average*, *good* serta *excellent*.

Berdasarkan evaluasi yang telah ditemukan menggunakan kuesioner *user experience questionnaire short* (UEQ-S), hasil penilaian yang dilakukan oleh 36 responden memperoleh nilai yang positif pada skala pragmatis, dan memperoleh nilai normal pada skala hedonis.

Untuk mengimbangi kedua skala pada penilaian menggunakan UEQ-S, maka dilakukannya evaluasi dengan metode *heuristic evaluation* (HE) yang didasari oleh 10 prinsip *heuristic* yang dikemukakan oleh *Jacob Nielsen* yang mengatur teknik dalam membangun sebuah desain antar muka dan juga pengalaman pengguna. Evaluasi dilakukan bersama 3 evaluator yang akan melakukan analisis terhadap objek penelitian untuk mengetahui permasalahan atau kekurangan yang dimiliki oleh *website thai.com*.

Setelah melakukan evaluasi, kemudian pada tahap *briefing session*, para evaluator akan melakukan diskusi bersama guna menentukan permasalahan utama berdasarkan *severity ratings* yang diperoleh serta memberikan rekomendasi perbaikan berupa saran yang akan digunakan dalam tahap membuat rancangan *prototype* perbaikan *website* [22].

Rekomendasi perbaikan yang diperoleh melalui evaluasi HE kemudian digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan perbaikan antar muka dan pengalaman pengguna pada *website thai.com* dengan menggunakan *software* figma yang didesain semirip mungkin dengan *website* yang digunakan oleh PT. BCA. Perbaikan yang dilakukan menggunakan panduan yang diperoleh melalui *google* desain material yang memuat hakikat dalam merancang dan membangun sebuah situs web yang baik dan benar yang didasari oleh saran perbaikan oleh evaluator pada evaluasi dengan metode HE.

Desain perbaikan yang telah dirancang kemudian akan dievaluasi kembali oleh responden yang telah melakukan evaluasi dengan metode UEQ-S, evaluasi tahap selanjutnya menggunakan *User Experience Questionnaire* versi lengkap yang memuat 26 butir pertanyaan berdasarkan 6 skala.

Berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan menggunakan UEQ, penilaian dengan 6 skala UEQ yaitu *attractiveness*, *perspicuity*, *dependability*, *stimulation*, *efficiency* dan *novelty*, secara keseluruhan memperoleh nilai yang positif dengan set data *benchmark* yang menunjukkan kategori yang diperoleh mulai dari di atas rata-rata (*above average*), baik (*Good*), serta unggul (*excellent*).

Evaluasi dengan UEQ merupakan tahap yang menentukan berhasil atau tidaknya rancangan perbaikan yang telah dibuat untuk meningkatkan nilai antar muka dan pengalaman pengguna pada *website thai.com* yang pada sebelumnya memperoleh nilai yang perlu ditingkatkan yang diperoleh melalui evaluasi UEQ-S. Sehingga dari kedua evaluasi menggunakan UEQ-S dan UEQ kemudian dilakukan perbandingan nilai rata-rata yang diperoleh berdasarkan kualitas pragmatis dan kualitas hedonis, pada UEQ-S kualitas pragmatis memperoleh hasil rata-rata dengan nilai 1,11 dan kualitas hedonis memperoleh hasil rata-rata dengan nilai 0,79. Sedangkan pada UEQ kualitas pragmatis memperoleh hasil rata-rata dengan nilai 1,52 dan kualitas hedonis memperoleh hasil rata-rata dengan nilai 1,82. dengan demikian dapat disimpulkan pada kualitas pragmatis mengalami peningkatan sebesar 0,41 atau dari kategori *below average* menjadi *above average* dan kualitas hedonis mengalami peningkatan sebesar 1,79 atau dari kategori *below average* menjadi *excellent*.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya mengenai "Evaluasi *user experience* dan perancangan ulang *interface* pada *website thai.com* menggunakan metode *heuristic evaluation* dan *user experience questionnaire*" yaitu:

Berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan menggunakan kuesioner UEQ-S, didapatkan hasil penilaian berupa kualitas pragmatis dan kualitas hedonis yang masing-masing kualitas tersebut menunjukkan nilai yang berada pada kategori dibawah rata-rata. Penilaian dengan UEQ-S kemudian menjadi pertimbangan dasar dilakukannya penelitian ini, hasil dari evaluasi UEQ-S merupakan data kuantitatif dimana permasalahan yang ditemukan masih berupa gambaran umum, sehingga perlunya ditemukan permasalahan spesifik yang dapat menjadi acuan dalam melakukan perbaikan. Sehingga dilakukannya evaluasi dengan metode *heuristic evaluation* dimana pada evaluasi tersebut para evaluator yang berpartisipasi menemukan 8 permasalahan utama yang telah dianalisa dengan tingkat permasalahan *severity ratings*.

Rekomendasi perbaikan yang dirancang merupakan hasil dari evaluasi *heuristic evaluation* yaitu setiap permasalahan yang ditemukan oleh evaluator kemudian diberikan saran atas permasalahan tersebut sehingga menjadi acuan dalam melakukan perbaikan. Dalam merancang perbaikan, digunakannya sebuah sistem yang membantu dalam menentukan ukuran, warna, jenis bentuk dan pemahaman lainnya terkait proses mendesain sebuah sistem yang bernama *material.io*. Rancangan perbaikan dibuat menggunakan *software* yang bernama *Figma* dengan hasil berupa desain yang interaktif.

Setelah melakukan rancangan perbaikan desain, desain tersebut kemudian diuji atau dievaluasi menggunakan

