

APLIKASI E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN USER EXPERIENCE PADA PT. JAYA UTAMA BEARING

¹⁾ Jacky Setiawan, ²⁾ Ayouvi Poerna Wardhanie, ³⁾ Endra Rahmawati

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi dan Informatika, Universitas Dinamika
Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya – Jawa Timur - Indonesia

E-mail : jeallous11@gmail.com , ayouvi@dinamika.ac.id* , rahmawati@dinamika.ac.id

ABSTRAK

Salah satu kunci sukses dalam membangun e-commerce yang dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi penggunanya adalah dengan mengetahui kebutuhan pengguna itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk membuat sebuah aplikasi toko online berbasis website yang dapat meningkatkan user experience, khususnya pada perusahaan Jaya Utama Bearing yang bergerak di bidang penjualan barang industri dan sparepart automotive agar memiliki informasi produk yang detail dan jelas, konsumen mudah melakukan transaksi secara online, memiliki desain visual yang menarik, dan mempermudah perusahaan dalam mengelola dan menyimpan laporan penjualan. Berdasarkan hasil wawancara kepada 30 customer dengan menggunakan User Experience Questionnaire ditemukan bahwa pada website sebelumnya untuk faktor daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi dan kebaruan memiliki hasil below average bahkan bad sehingga menyebabkan penurunan pendapatan akibat loyalitas konsumen menghilang. Dalam merancang bangun e-commerce ini menggunakan metode System Development Life Cycle dengan model Waterfall yang terdiri atas lima tahap yakni communication, planning, modelling, construction, dan deployment. Hasil dari penelitian ini adalah adanya fitur katalog yang dapat difilter berdasarkan kategori sehingga dapat menampilkan informasi produk secara detail, fitur pembelian produk, fitur chat untuk mengakomodasi pertanyaan pelanggan sebelum membeli, fitur review atau feedback setelah transaksi pembelian, dan fitur pencatatan laporan penjualan. Peneliti juga melakukan perbandingan website sebelum dan sesudah menggunakan UEQ dengan 30 responden yang sama, dimana terlihat bahwa nilai untuk keenam faktor mengalami peningkatan yang sebelumnya below average menjadi above average dan bad menjadi good.

Kata Kunci : *e-commerce, user experience, user experience questionnaire, website, spare part automotive.*

ABSTRACT

One of the keys to success in building e-commerce that can provide convenience and comfort for its users is knowing the users' needs. This study aims to create a website-based online store application that can improve user experience, especially for Jaya Utama Bearing companies engaged in selling industrial goods and auto spare parts so that they have detailed with clear product information, consumers can easily make transactions online, have an attractive visual design, and makes it easier for companies to manage and store sales reports. Based on the results of interviews with 30 customers using the User Experience Questionnaire, it was found that on the previous website, for the factors of attractiveness, clarity, efficiency, accuracy, stimulation and novelty, the results were below average and even bad, causing a decrease in income due to lost consumer loyalty. The results of this study are a catalog feature that can be filtered by category to display detailed product information, product purchase features, chat features to accommodate customer questions before buying, review or feedback features after a purchase transaction, and a sales report recording feature. The researcher also compared websites before and after using UEQ with the same 30 respondents, where it was seen that the scores for the six factors had increased from below average to above average and bad to good.

Keyword: *e-commerce, user experience, user experience questionnaire, spare part automotive.*

PENDAHULUAN

Perusahaan Jaya Utama Bearing bergerak dalam bidang penjualan *sparepart automotive*. Proses bisnis dari PT. Jaya Utama Bearing fokus pada transaksi jual beli *online* dari pelanggan melalui telepon atau *whatsapp*. PT Jaya Utama Bearing telah memiliki website company profile sebagai media untuk melakukan proses penjualan secara online, namun fitur-fitur yang dimiliki masih

sangat sederhana yaitu fitur halaman produk, kontak email dan kontak telepon toko. Pada halaman produk tidak disediakan informasi detail mengenai produk yang dijual. Di sisi lain, jika ingin menghubungi perusahaan untuk kebutuhan transaksi, pelanggan dapat melakukan pemesanan melalui email atau kontak telepon ke bagian admin perusahaan. Namun, hal tersebut memiliki beberapa kendala diantaranya pencatatan pemesanan masih

dilakukan secara manual dengan berkas pencatatan yang menumpuk banyak dan rawan hilang, serta adanya keluhan dari beberapa pelanggan karena telepon yang diabaikan oleh admin perusahaan.

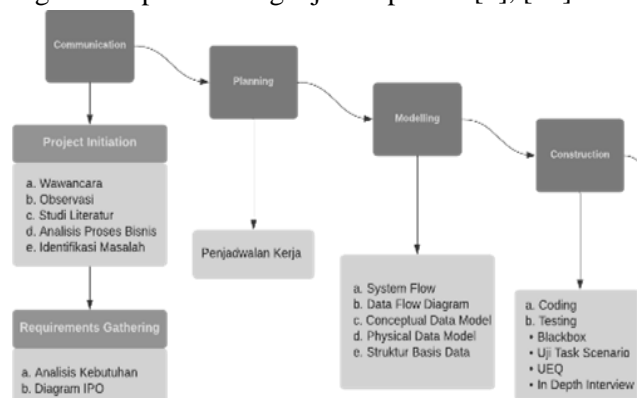
Untuk kebutuhan tersebut, perlu dilakukan analisis lebih lanjut kepada 30 orang responden untuk tahap pra survei menggunakan kuesioner UEQ (*User Experience Questionnaire*) yang dibagi menjadi 6 indikator. Dari hasil penyebaran kuisisioner didapatkan bahwa indikator daya tarik, ketepatan, efisiensi, dan stimulasi mendapatkan nilai buruk, sedangkan dua indikator lainnya masih dibawah rata-rata. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *website* Jaya Utama Bearing belum optimal. Berdasarkan hasil kuisisioner, terdapat kendala yang dialami responden saat mencoba mengakses *website* company profile yang ada yaitu respon *website* lambat, tidak ada detail katalog produk dan belum disediakan fasilitas untuk berkomunikasi dengan admin *website* seperti melalui *live chat* atau *direct message* [1][2]. Hal ini juga merupakan salah satu komponen pendukung e-commerce [1][2][3]. Kesulitan juga dirasakan saat ingin mengetahui informasi detail mengenai produk yang akan dibeli, namun pihak admin perusahaan sering memberikan respon yang lambat serta jawaban yang diberikan tidak seperti yang diharapkan pelanggan. Hal ini menyebabkan adanya ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan PT Jaya Utama Bearing secara offline. Dari hasil survei didapatkan 86,7 % *customer* ingin adanya rancang bangun ulang *website* yang lama untuk memudahkan dalam bertransaksi secara online.

Untuk merancang bangun ulang *website* PT. Jaya Utama Bearing yang dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan adalah dengan mengetahui kebutuhan pengguna. Salah satu cara untuk mengetahui kebutuhan pengguna adalah dengan evaluasi *user experience* dari sisi pelanggan maupun admin perusahaan yang memiliki tugas dan tanggung jawab dalam proses bisnis penjualan produk. *User experience* juga dapat diperoleh melalui pengukuran *System Usability Scale* (SUS) atau Uji Usability [4][5]. Dalam hal ini, *user experience* memiliki peran yang sangat penting dikarenakan menjadi faktor penentu keberhasilan

sebuah aplikasi [6][7][8][9]. Setelah *website* yang baru telah jadi, maka akan diuji coba Kembali menggunakan kuisisioner yang sejenis serta melakukan *in depth interview* kepada beberapa responden pengguna *website*.

METODE

Metodologi penelitian akan dilakukan secara bertahap menggunakan Siklus Pengembangan Perangkat Lunak Waterfall [10] seperti pada Gambar 1 berikut. Metode tersebut telah banyak digunakan pada berbagai jenis aplikasi [1], [10].



Gambar 1. Metodologi Penelitian

1. Communication

Pada tahapan ini, dilakukan pengumpulan data untuk mendapatkan gambaran proses bisnis awal dan daftar analisis kebutuhan data, analisis kebutuhan pengguna, analisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional untuk aplikasi [11].

Tabel 1. Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Atribut	
Attractiveness	Menyusahkan	Menyenangkan	A01
	Baik	Buruk	A02
	Tidak Disukai	Menggembirakan	A03
	Tidak Nyaman	Nyaman	A04
	Atraktif	Tidak Atraktif	A05
	Ramah Pengguna	Tidak raman pengguna	A06
Perspicuity	Tidak dapat dipahami	Dapat dipahami	P01
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	P02
	Rumit	Sederhana	P03
	Jelas	Membingungkan	P04
Efficiency	Cepat	Lambat	E01
	Tidak efisien	Efisien	E02
	Tidak Praktis	Praktis	E03
	Terorganisasi	Berantakan	E04
Dependability	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	D01

Variabel	Indikator	Atribut	
	Menghalangi	Mendukung	D02
	Aman	Tidak aman	D03
	Memenuhi	Tidak memenuhi	D04
	Ekspektasi	ekspektasi	
Simulation	Bermanfaat	Kurang Bermanfaat	S01
	Membosankan	Mengasyikkan	S02
	Tidak menarik	Menarik	S03
	Memotivasi	Tidak memotivasi	S04
Novelty	Kreatif	Monoton	N01
	Berdaya cipta	Konvensional	N02
	Lazim	Terdepan	N03
	Konservatif	Inovatif	N04

Tahap *communication* ini memiliki beberapa detail yang harus dilalui yaitu :

a. Wawancara

Pada tahap ini peneliti akan melakukan wawancara kepada perwakilan PT. Jaya Utama *Bearings* untuk mendapatkan keterangan dan penjelasan mengenai proses bisnis dan kendala yang dihadapi agar dapat memperbaiki website sesuai dengan kebutuhan pengguna dan *user experience*.

b. Observasi

Observasi penelitian dilakukan secara langsung dengan datang ke lokasi PT Jaya Utama *Bearings* untuk mengetahui proses real mengenai pelaksanaan kegiatan jual belinya setiap harinya secara offline.

c. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk memperkuat permasalahan serta mencari dasar teori untuk mendapatkan dan menemukan solusi yang tepat untuk PT Jaya Utama *Bearing*. Berikut referensi penelitian yang digunakan oleh peneliti :

- 1) *System Development Life Cycle* dengan model *Waterfall*
- 2) *User Experience*
- 3) *User Experience Questionnaire* (UEQ)

d. Metode Analisis Data

Berdasarkan kajian teori, analisis data awal dilakukan menggunakan kuisisioner UEQ dan tools terkait yaitu *UEQ Data Analysis Tool* Versi 10. Beberapa perancangan aplikasi juga menggunakan UEQ [12][13][14]. Adapun variabel dan indikator UEQ yang digunakan dapat dilihat di Tabel 1.

e. Identifikasi Masalah

Adapun Identifikasi masalah yang didapatkan dari tahapan *Communication* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Identifikasi Masalah

Masalah	Dampak	Solusi
Website yang dimiliki masih belum dapat membantu customer dalam bertransaksi dan memasarkan barangnya.	Customer baru kurang percaya dan kesulitan untuk bertransaksi sehingga menyebabkan kehilangan customer	Membuat website yang dapat meningkatkan branding perusahaan agar customer baru tertarik untuk melakukan transaksi.
Website yang dimiliki belum dapat memuaskan pengguna dari segi efisiensi untuk bertransaksi dengan lancar	Customer akan memilih tempat lain yang memiliki proses transaksi yang lebih cepat dan lancar	Membuat website yang memiliki transaksi online
Website yang dimiliki tidak memiliki fitur yang diinginkan customer sehingga customer jarang menggunakan website tersebut.	Customer kesulitan dan tidak puas dengan pelayanan sehingga customer untuk menghubungi admin secara langsung.	Membuat website untuk meningkatkan brand perusahaan dan meningkatkan layanan terhadap pelanggan.
Pembelian melalui WA kurang efisien karena admin tidak dapat merespon secepatnya dari pembelian customer	Karena customer harus datang langsung ke toko atau bertanya melalui WA untuk mengetahui harga atau detail produk dan kemungkinan admin tidak dapat merespon secara tepat atau kewalahan sehingga customer merasa kesusahan untuk mendapat informasi produk dan tidak tertarik lagi untuk membeli	Membuat website toko online
Katalog produk pada website hanya berisikan nama produk dan gambar	Customer akan sering bertanya kepada admin dan membuat admin penjualan tambah sibuk sehingga dapat membuat customer lain menunggu.	Membuat website toko online yang dapat menampilkan informasi produk secara detail.
Pencatatan laporan penjualan masih dicatat secara manual oleh admin	Dapat terjadi kesalahan atau kelupaan dalam pencatatan sehingga mengakibatkan salah perhitungan	Membuat bagian admin pada toko online yang memiliki fungsi pembuatan laporan.

2. *Planning*

Pada tahap ini dibuatkan tabel rencana jadwal kerja penelitian. Penjadwalan kerja ini dimulai dari pengumpulan informasi sampai dengan melakukan pengujian akhir aplikasi. Total waktu yang dibutuhkan dalam merancang bangun website ini sekitar 6 bulan.

3. *Modelling*

Tahapan *modelling* dilakukan dengan pembuatan desain terhadap sistem *website*. Tujuannya adalah membantu menyelesaikan pembuatan *website* sehingga sesuai dengan kebutuhan PT. Jaya Utama Bearings. Perancangan desain juga menghasilkan beberapa diagram penting diantaranya meliputi pembuatan *system flow diagram*, *context diagram*, diagram berjenjang, *data flow diagram*, *conceptual data model (CDM)*, *physical data model (PDM)* hingga erancangan struktur tabel.

4. *Construction*

Pada tahapan *construction* dilakukan proses pengkodean sesuai dengan alur perancangan desain perangkat lunak yang telah dihasilkan dari tahap sebelumnya. Pada tahap ini juga dilakukan uji coba akhir aplikasi [15] dan penyebaran kuisisioner sejenis [14] untuk mengetahui pendapat responden terhadap website e-commerce yang baru.

HASIL

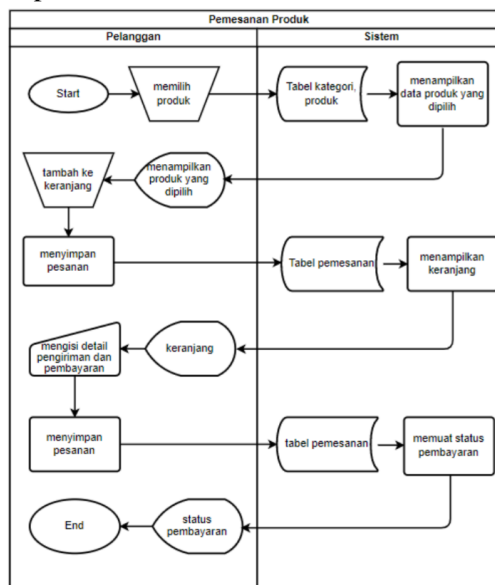
Perancangan Proses

Proses perancangan awal dilakukan dengan pembuatan Diagram Konteks. Diagram konteks dapat dilihat pada Gambar 2. Diagram ini memberikan gambaran seluruh elemen system meliputi entitas, proses, sekaligus aliran data yang terjadi pada aplikasi tersebut. Terdapat tiga entitas yang ada pada sistem ini yaitu :

- a. Pelanggan, bertugas sebagai pengguna sistem. Beberapa aliran data yang terkait dengan entitas pelanggan yaitu data pelanggan, data rekening, data kategori, produk dan data transaksi pemesanan produk.
- b. Admin, bertugas sebagai pengolah sistem. Beberapa aliran data yang berkaitan dengan entitas admin yaitu data pelanggan, data produk, data kurir, data pengiriman, dan data promo. Admin juga bertugas untuk

melakukan konfirmasi pembayaran dan pengelolaan data pengiriman.

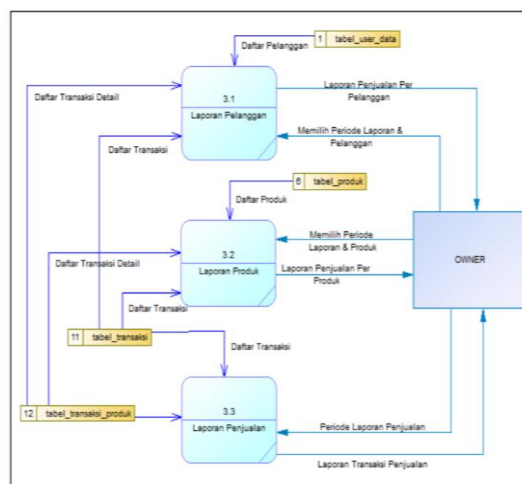
- c. Owner bertugas sebagai pengguna sistem. Beberapa aliran data yang berkaitan dengan entitas owner yaitu data karyawan, data penerimaan laporan transaksi penjualan, laporan data pelanggan dan laporan data produk.



Gambar 2. System Flow Pemesanan Produk.

DFD Level 1

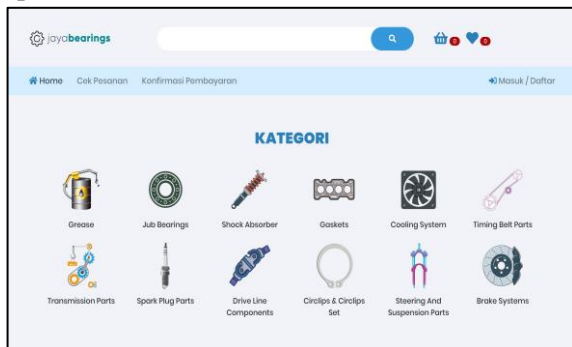
Pada *data flow diagram level 1* terdiri dari ada 3 proses besar yaitu proses pengelolaan data master, proses pengelolaan transaksi dan proses cetak laporan. Sedangkan entitas yang terkait tetap ada 3 entitas yaitu pelanggan, pemilik dan admin. Bagan detail dari *data flow diagram level 1* Laporan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. DFD Level 1 Laporan

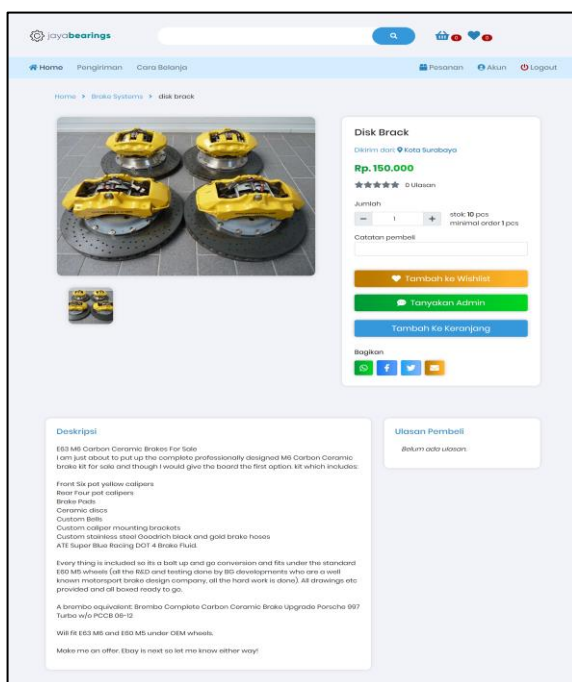
Implementasi

Pada tahap ini telah dihasilkan website e-commerce yang baru dari PT Jaya Utama Bearings. Adapun tampilan halaman utama untuk pelanggan dapat dilihat Gambar 4.



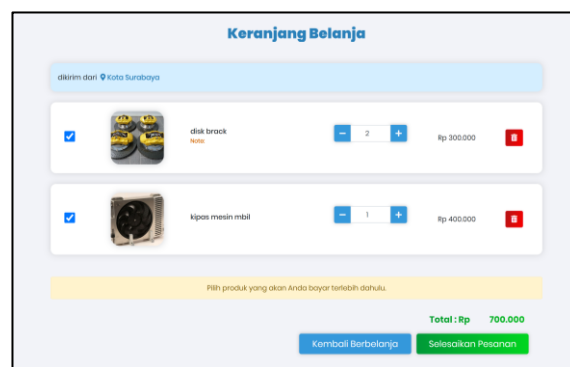
Gambar 4. Halaman Utama Website

Halaman Utama website e-commerce menampilkan ikon kategori dari sparepart yang dijual pada PT Jaya Utama Bearings. Selain itu, terdapat 3 menu pintasan yaitu cek pemesanan, proses konfirmasi pembayaran dan log in ke akun pelanggan [1]. Pada menu cek pemesanan dan konfirmasi pembayaran ini merupakan salah satu bentuk hasil implementasi dari *User Experience* dikarenakan pengguna dimudahkan untuk proses pengelolaan pembayaran melalui menu/fitur tersebut.



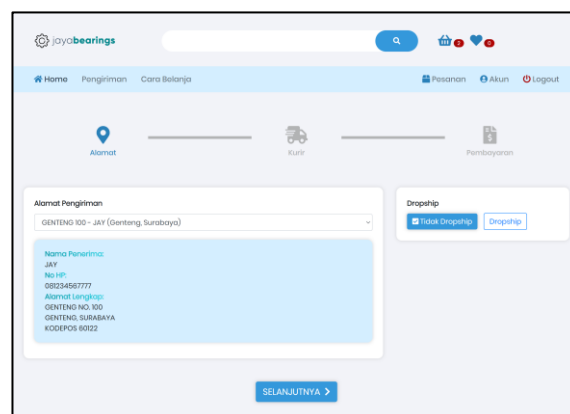
Gambar 5. Tampilan Detail Produk

Pada gambar 5 terdapat Halaman Detail Produk. Halaman ini ditampilkan saat pelanggan memilih salah satu produk yang disediakan. Halaman Detail Produk menyediakan informasi detail produk seperti deskripsi produk, keranjang, ulasan, penambahan ke dalam *wishlist* atau barang favorit. Selain itu, pelanggan dapat menambahkan produk ke dalam keranjang untuk pembelian produk. Tampilan detail produk ini dapat meningkatkan salah satu indikator dalam UEQ yaitu *Attractiveness* karena perusahaan dapat mengetahui impresi pengguna terhadap produk yang dijual.



Gambar 6. Tampilan Halaman Keranjang

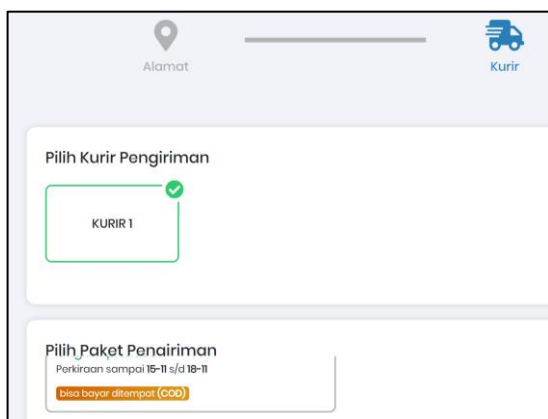
Untuk halaman Keranjang belanja akan tampil dengan 2 pilihan yaitu kembali berbelanja atau menyelesaikan pesanan. Apabila pelanggan memilih pesanan selesai maka akan muncul tampilan untuk menginputkan alamat pengiriman.



Gambar 7. Tampilan Pilih Alamat Pengiriman

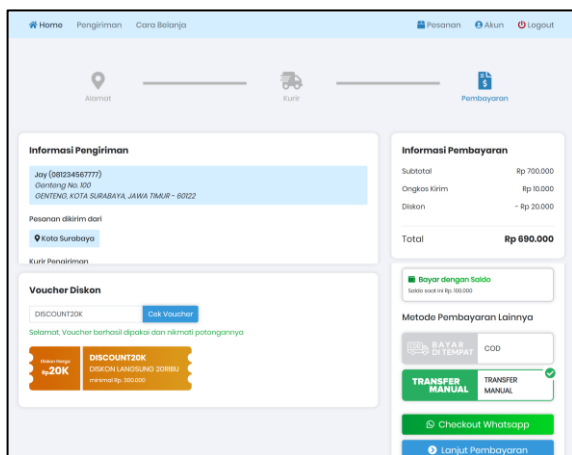
Sedangkan pada Gambar 7, merupakan tampilan untuk melanjutkan pengisian dengan

melengkapi data pesanan, kemudian klik pada tombol selanjutnya. Tampilan fitur ini merupakan implementasi dari faktor *dependability* pada UEQ yaitu pengguna memiliki kendali dalam melakukan interaksi dengan produk. Pada Gambar 8, user dapat memilih jenis kurir sesuai yang diinginkan. Pengiriman ini juga dapat disesuaikan dengan alamat tujuan pengiriman atau kurir yang tersedia pada website. Tampilan pada fitur ini juga merupakan implementasi dari faktor *dependability* karena pengguna memiliki kendali dalam melakukan interaksi dengan produk.



Gambar 8. Tampilan Pemilihan Kurir Transaksi Pemesanan

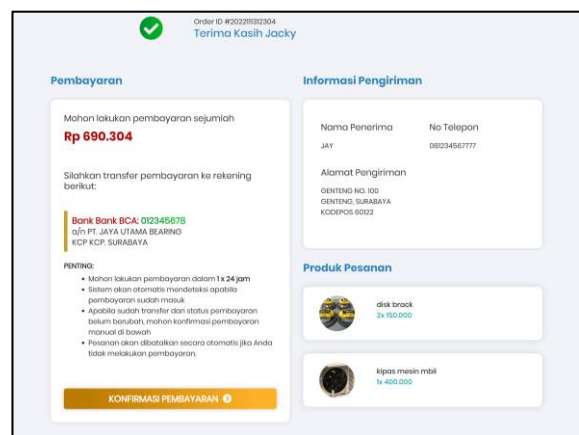
Di sisi lain, pelanggan dapat melakukan penukaran *voucher promo* untuk mendapatkan diskon dan memilih jenis metode pembayaran. Metode pembayaran yang disediakan terdapat 2 jenis yaitu bayar ditempat (COD) atau transfer bank.



Gambar 9. Tampilan Penukaran Voucher Diskon Pada Transaksi Pemesanan

Dengan adanya penukaran *voucher promo* ini dapat meningkatkan indikator *Stimulation* pada UEQ dikarenakan dapat menambah ketertarikan pelanggan dalam memilih dan membeli produk. Halaman penukaran *voucher promo* dan pemilihan metode pembayaran dapat dilihat pada gambar 9.

Setelah proses transaksi penjualan selesai, di akhir proses, pelanggan akan menerima *invoice* atau tagihan pembayaran sesuai dengan jumlah nominal dan informasi produk yang dibeli, serta proses pembayaran yang harus diselesaikan. Halaman invoice dapat dilihat pada gambar 10.



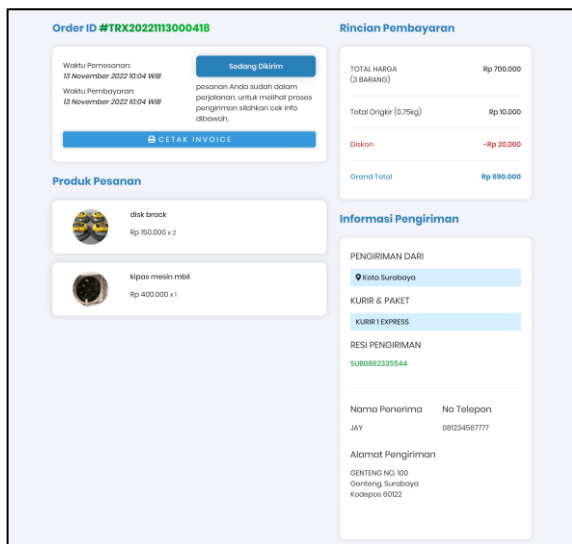
Gambar 10. Tampilan Invoice Tagihan Pembayaran

Pada menu konfirmasi pembayaran ini merupakan hasil implementasi dari indikator *Perspicuity* pada UEQ. Hal ini dikarenakan pengguna mendapatkan kemudahan saat melakukan proses pemesanan dan proses pembayaran saat bertransaksi pada website e-commerce PT Jaya Utama Bearing. Pelanggan dapat melakukan proses konfirmasi pembayaran dengan menginputkan nomor invoice dan unggah bukti pembayaran seperti pada Gambar 11.



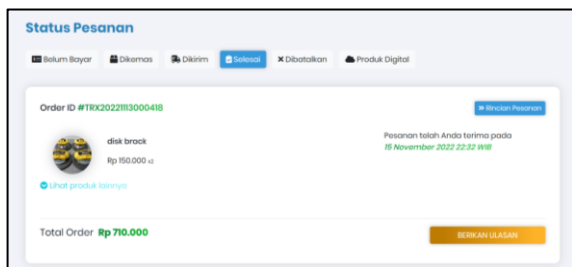
Gambar 11. Tampilan Pembayaran Transaksi Pesanan

Pada Halaman Status Pemesanan terdapat 5 status yaitu belum bayar, dikemas, dikirim, selesai dan dibatalkan. Tampilan status pesanan ini merupakan bentuk implementasi dari indikator *Dependability* pada *UEQ* karena pelanggan dapat berinteraksi dengan admin yaitu saat admin memberikan konfirmasi status transaksi pemesanan. Untuk detail informasi rincian pemesanan dapat dipilih tombol rincian pesanan.

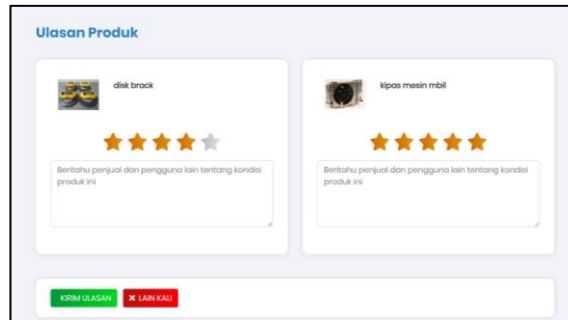


Gambar 12 Tampilan Informasi Detail Pesanan

Setelah produk dikirim dan diterima oleh pelanggan, maka pelanggan dapat memberikan *review* atau *feedback* pada halaman ulasan produk yang telah disediakan. Proses tersebut dapat dilihat pada Gambar 13 dan Gambar 14. Tampilan dalam fitur ini merupakan implementasi dari faktor *Efficiency* dan *Perspiciuity* karena pengguna dapat menggunakan aplikasi untuk membeli produk dengan cepat dan mudah dalam melakukannya.

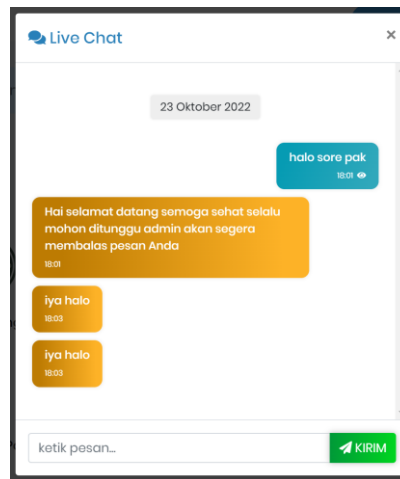


Gambar 13. Tampilan Transaksi Pesanan Selesai



Gambar 14. Tampilan Pemberian Ulasan

Fitur yang tidak kalah pentingnya yaitu Fitur Live Chat. Menu ini dapat dijadikan sebagai jembatan komunikasi antara pelanggan dan admin website apabila diperlukan saat bertransaksi secara online melalui website e-commerce. Untuk tampilan *chat* dengan admin dapat dilihat pada gambar 15. Tampilan fitur ini merupakan implementasi dari faktor *Dependability* karena pengguna memiliki kendali dalam melakukan interaksi dengan produk atau aplikasi.



Gambar 15 Tampilan Chat Dengan Admin

Tampilan laporan transaksi penjualan untuk pemilik atau owner dapat dilihat pada gambar 16. Untuk menampilkan laporan transaksi penjualan terdapat filter untuk periode awal dan periode akhir yang ingin ditampilkan. Informasi yang ditampilkan yaitu tanggal transaksi, nomor transaksi, nama pelanggan, metode pembayaran, total dan status. Tampilan pada fitur ini merupakan implementasi dari faktor *Efficiency* karena dapat memudahkan pengguna dalam mengelola laporan yang dibuat dengan waktu yang cepat pula.

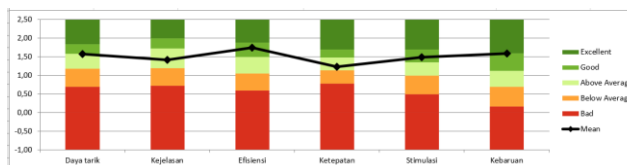
Gambar 16. Tampilan Laporan Transaksi Penjualan

Hasil Pengujian *User Experience Questionnaire*

Tahapan Pengujian akhir dari website ini dilakukan menggunakan penyebaran kuisisioner sejenis yang sama saat proses analisis awal. Kuisisioner UEQ ini diisi oleh minimal 30 responden [13] [16]. Kuisisioner UEQ terdiri dari 26 pertanyaan dengan 6 indikator. Setiap pertanyaan dari indikator telah diacak untuk mendapatkan jawaban yang konsisten. Data tersebut akan diolah dan dihitung menggunakan file excel yang telah disediakan oleh UEQ untuk mendapatkan hasil benchmark dan grafik benchmark.

Scale	Mean	Comparison to benchmark	Interpretation
Daya tarik	1,58	Above average	25% of results better, 50% of results worse
Kejelasan	1,42	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Efisiensi	1,75	Good	10% of results better, 75% of results worse
Ketepatan	1,23	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Stimulasi	1,49	Good	10% of results better, 75% of results worse
Kebaruan	1,58	Good	10% of results better, 75% of results worse

Gambar 17. Hasil *Benchmark*



Gambar 18. Grafik *Benchmark*

Pada benchmark Gambar 18 menunjukkan bahwa keenam indikator telah berada diatas rata – rata, berbeda dengan hasil analisis awal yang telah

dilakukan sebelumnya. Untuk mengetahui hasil perbandingan benchmark sebelum dan sesudah dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Perbandingan *Benchmark*

Scale	Sebelum		Sesudah		Selisih
	Mean	Comparison	Mean	Comparison	
Daya Tarik	0,50	Bad	1,58	Above Average	1,08
Kejelasan	0,85	Below Average	1,42	Above Average	0,57
Efisiensi	-0,08	Bad	1,75	Good	1,67
Ketepatan	0,53	Bad	1,23	Above Average	0,7
Stimulasi	0,31	Bad	1,49	Good	1,18
Kebaruan	0,19	Below Average	1,58	Good	1,39

Hasil Wawancara *In-depth Interview*

Selain berdasarkan kuisisioner UEQ, pengujian juga dilakukan dengan proses wawancara yang mendalam dengan beberapa responden. Hasil wawancara menunjukkan bahwa menu dan fitur yang ada dalam website e-commerce PT Jaya Utama Bearing telah sesuai dengan indikator-indikator UEQ dalam meningkatkan *user experience*. Bahkan pelanggan dapat bertransaksi secara online, tidak ada proses mengantri lama seperti saat ke toko offline dan dapat berkonsultasi dengan admin perusahaan terlebih dahulu jika dibutuhkan untuk berkirim pesan atau *chatting* mengenai informasi detail produk dan stok. Selain itu, dalam sistem website e-commerce, pelanggan dimudahkan untuk mencari produk yang diinginkan.

Pada indikator *attractiveness* atau daya Tarik, pelanggan dapat memiliki ketertarikan ketika pertama kali melihat halaman utama website. Hal ini dibuktikan dengan kemudahan mendapatkan informasi katalog produk dan memfilter produk sesuai kategori sparepart kendaraan. Untuk proses transaksi jual beli, pelanggan dapat menambahkan produk pada keranjang dengan tombol beli produk. Terdapat satu fitur yang sangat disukai oleh pengguna adalah adanya halaman hasil review atau feedback, dimana pada halaman ini pelanggan dapat memberikan ulasan pemesanan produk. Ulasan dapat bernilai positif atau negative sesuai dengan pendapat pelanggan. Hal ini dapat digunakan sebagai acuan bagi pelanggan lain untuk membeli produk tersebut dan tidak perlu merasa ragu dalam memutuskan untuk melakukan pembelian produk.

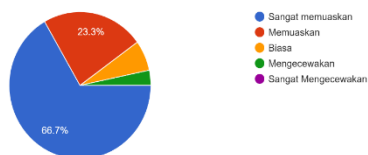
Di sisi lain, pada website e-commerce yang baru ini juga disediakan fitur entry promo code atau voucher diskon. Apabila pelanggan memiliki kode promo tertentu dapat langsung diinputkan saat proses bertransaksi, kemudian diskon akan langsung dipotong saat proses pembayaran. Cukup mudah untuk dilakukan dan sangat membantu pelanggan.

Hasil Survei Setelah Adanya Website

Adanya pembuatan *website* e-commerce PT Jaya Utama Bearing yang baru, perlu dilakukan survey akhir kepada 30 responden pada tanggal 30 November 2022 – 4 Desember 2022 dengan jumlah responden sama dengan pra survey sebelumnya. Hasil dari survey akhir, antara lain:

1. Setelah adanya website toko online Jaya Utama Bearing bahwa 66,7% pengguna merasa sangat puas, 23,3% pengguna merasa puas, 3,3% merasa kecewa dan 6,7% pengguna merasa biasa saja. Data diagram kepuasan pengguna dapat dilihat pada gambar 17.

Jika adanya pembaruan website yang baru, Apakah anda akan puas dengan pelayanan di Jaya Utama Bearing ?
30 responses



Gambar 17. Diagram Kepuasan Pengguna Setelah Adanya Website Baru.

2. Dengan adanya fitur cek pemesanan, 86,7% pelanggan mendapatkan informasi detail mengenai produk pemesanan dan proses pembayarannya. Fitur ini juga dapat disebut sebagai History Pemesanan.
3. Dengan adanya fitur kategori produk, 86,7% pelanggan sangat terbantu saat mencari informasi detail produk yang bisa didapatkan dari halaman katalog produk.
4. Sebanyak 83,3% pelanggan tertarik membeli produk dengan berdasarkan fitur *review* atau ulasan produk untuk memastikan kualitas produk yang akan dibeli. Sedangkan 16,7% pelanggan tidak tertarik membeli produk, dikarenakan belum terbiasa menggunakan

aplikasi transaksi jual beli secara online dan belum memahami seluruh fitur yang disediakan.

5. Sebanyak 93,3% pelanggan dapat dimudahkan dalam bertransaksi jual beli online tanpa harus datang langsung ke tempat dan mengantri lama secara offline.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian antara lain :

1. Hasil wawancara menunjukkan bahwa menu dan fitur yang ada dalam website e-commerce PT Jaya Utama Bearing telah sesuai dengan indikator-indikator UEQ dalam meningkatkan *user experience*. Bahkan pelanggan dapat bertransaksi secara online, tidak ada proses mengantri lama seperti saat ke toko offline dan dapat berkonsultasi dengan admin perusahaan terlebih dahulu jika dibutuhkan untuk berkirim pesan atau *chatting* mengenai informasi detail produk dan stok. Selain itu, dalam sistem website e-commerce, pelanggan dimudahkan untuk mencari produk yang diinginkan.
2. Setelah adanya website e-commerce PT Jaya Utama Bearing menunjukkan bahwa 66,7% pengguna merasa sangat puas, 23,3% pengguna merasa puas, 3,3% merasa kecewa dan 6,7 % pengguna merasa biasa saja dengan adanya proses rancang bangun website e-commerce yang baru dari PT Jaya Utama Bearing.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. R.Rerung, *E-Commerce*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- [2] S. Handayani, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta," *ILKOM Jurnal Ilmiah*, vol. 10, no. 2, pp. 182–189, Aug. 2018.
- [3] Basiroh, D. Asmarajati, and W. Fatmafury, "Pengaruh User Interface Toko Online Terhadap Kenyamanan Pengguna Studi Kasus Pada E-Commerce Wonosobo Mall," *JURNAL*

- [4] *DEVICE*, vol. 10, no. 1, pp. 33–37, 2020.
- [4] R. A. Negoro, A. Triayudi, and A. Iskandar, “Implementasi E-Commerce Clothing Line Menggunakan Metode Design Thinking dan System Usability Scale,” *Jurnal Riset Komputer*, vol. 10, no. 1, pp. 2407–389, 2023, doi: 10.30865/jurikom.v10i1.5634.
- [5] A. Muqoddas, A. Farantika Yogananti, and H. Bastian, “Usability User Interface Desain pada Aplikasi Ecommerce (Studi Komparasi Terhadap Pengalaman Pengguna Shopee, Lazada, dan Tokopedia),” *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, vol. 6, no. 1, pp. 73–82, 2020, [Online]. Available: <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa>
- [6] D. A. Saputra, “Pengaruh Customer Experience dan Complaint Handling Terhadap Customer Satisfaction pada Nasabah Pembiayaan Murabahah di BMT La Tahzan Indonesia Lampung Selatan,” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020.
- [7] P. Zukhruf Dinata, M. Ainul Urwah, M. Reza Rahmawan, E. Junaeti, and P. Korespondensi, “Perancangan UI/UX pada web e-commerce ‘Hallo Coffee’ menggunakan metode user-centered design,” *Jambura Journal of Informatics*, vol. 5, no. 1, pp. 45–58, 2023, doi: 10.37905/jji.v4i2.17511.
- [8] K. Angelina, E. Sutomo, and V. Nurcahyawati, “Desain UI UX Aplikasi Penjualan dengan Menyelaraskan Kebutuhan Bisnis menggunakan Pendekatan Design Thinking,” *TEMATIK*, vol. 9, no. 1, pp. 70–78, Jun. 2022, doi: 10.38204/tematik.v9i1.915.
- [9] I. A. Insani and R. Adhitama, “Analisis dan Perancangan UI/UX Aplikasi Penjualan Online Berbasis Web Menggunakan Metode User Centered Design (UCD) Studi Kasus Lapak Jajan Pwt,” *LEDGER : Journal Informatic and Information Technology*, vol. 1, no. 3, pp. 1–9, Oct. 2022, doi: 10.20895/ledger.v1i3.736.
- [10] R. S. Pressman, *Rekayasa Perangkat Lunak: Pendekatan Praktisi Buku 1*, 1st ed. Yogyakarta: ANDI, 2015.
- [11] R. Y. Endra and D. S. Aprilita, “E-report Berbasis Web Menggunakan Metode Model View Controller Untuk Mengetahui Peningkatan Perkembangan Prestasi Anak Didik,” *Explore - Jurnal Sistem Informasi dan Telematika*, vol. 9, no. 1, pp. 15–22, 2018.
- [12] A. N. Aniesiyah, H. Tolle, and H. Muslimah Az-Zahra, “Perancangan User Experience Aplikasi Pelaporan Keluhan Masyarakat Menggunakan Metode Human-Centered Design,” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 2, no. 11, pp. 5503–5511, Nov. 2018, [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [13] A. G. Hartzani, “Evaluasi User Experience pada Dompot Digital OVO Menggunakan User Experience Questionnaire UEQ,” UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, 2021.
- [14] M. A. Kushendriawan, H. B. Santoso, P. O. H. Putra, and M. Schrepp, “Evaluating User Experience of a Mobile Health Application Halodoc using User Experience Questionnaire and Usability Testing,” *Journal of Information System*, vol. 17, no. 1, pp. 58–71, 2021.
- [15] I. A. Aziz, B. Setiawan, R. Khanh, G. Nurdiyansyah, and Y. Yulianti, “Penguujian Black Box pada Aplikasi Sistem Kasir Berbasis Website Menggunakan Teknik Equivalence Partitions,” *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*, vol. 3, no. 2, pp. 82–89, 2020.
- [16] S. Arifiani, “Pembentukan Data Uji Menggunakan Algoritma Optimisasi Koloni Semut dan Pendekatan Teknik Penguujian Kotak Abu-Abu,” Doctoral Dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, 2016.