

## BAB I

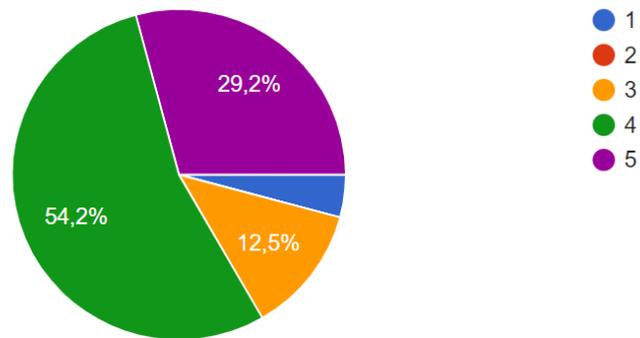
### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Saat ini, teknologi telah mengalami perkembangan pesat di berbagai industri, termasuk dalam dunia bisnis. Salah satu contohnya adalah bisnis *online*, yang dianggap lebih fleksibel dan *user-friendly* [1]. Model bisnis *online* yang banyak berkembang di Indonesia ialah *marketplace*. *Marketplace* adalah sebuah sistem informasi yang digunakan untuk bertukar barang, *service*, uang, maupun informasi antara penjual dengan pembeli melalui media internet [2]. Pertumbuhan *marketplace* di Indonesia saat ini sangat peningkatan pesat, yang mengakibatkan meningkatnya persaingan antar *marketplace* [3].

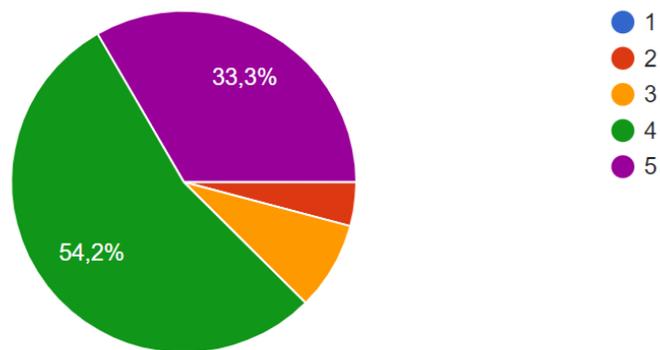
Di Indonesia terdapat 5 *marketplace* unggulan dengan jumlah situs yang paling banyak dikunjungi sepanjang kuartal IV tahun 2022. *Marketplace* yaitu Shoope, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak [4]. Lazada merupakan salah satu *marketplace* 3 teratas di Indonesia. Tetapi, Lazada masih berada dibawah 2 *marketplace competitor* lainnya yang berkembang di Indonesia, yaitu Shoope di peringkat pertama dan Tokopedia di peringkat kedua [5]. *Platform* yang digunakan Lazada terdapat 2 versi yaitu versi aplikasi *mobile* dan *website*. Saat ini sudah banyak perusahaan besar maupun berkembang yang menggunakan *website* untuk mendukung proses bisnisnya, maka dari itu Lazada juga memiliki versi *website* [3]. Berdasarkan hasil analitikal similarweb.com, Lazada.co.id berada di peringkat ketiga pada kategori *marketplace* dengan pengunjung sebanyak 82,5 juta pengunjung hingga April 2023 [6].

Berdasarkan survei perbandingan *marketplace* yang dilakukan oleh peneliti dengan jumlah 30 responden dengan kriteria sudah pernah berbelanja di *marketplace* dan pernah *login* serta mengetahui isi dari *website marketplace* didapatkan hasil yang dijelaskan melalui diagram berikut.



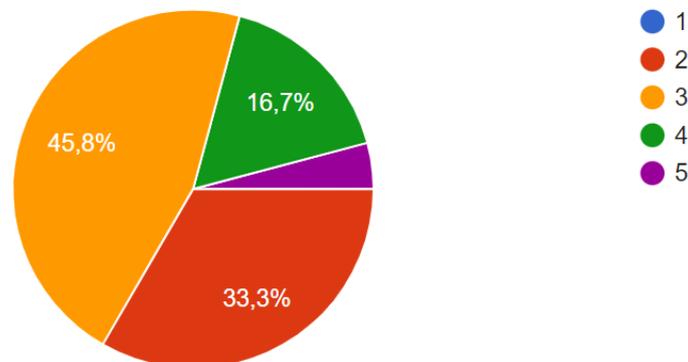
Gambar 1.1 Hasil Survei Shopee

Pada diagram Gambar 1.1 Hasil Survei Shopee, responden memberikan penilaian dengan rata-rata nilai 4.



Gambar 1.2 Hasil Survei Tokopedia

Pada diagram Gambar 1.2 Hasil Survei Tokopedia, responden memberikan penilaian dengan rata-rata nilai 4.



Gambar 1.3 Hasil Survei Lazada

Pada diagram Gambar 1.3 Hasil Survei Lazada, responden memberikan penilaian dengan rata-rata nilai 3. Hasil survei menyatakan bahwa diantara 3 *marketplace* teratas di Indonesia tampilan pada *website* Lazada memiliki nilai terendah, yaitu dengan rata-rata nilai 3. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa diperlukan adanya evaluasi untuk tampilan atau *user interface website* Lazada untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan *user* saat menggunakan *website* Lazada.

Pada survei tersebut pengguna memberikan keluhan saat menggunakan Lazada seperti fitur akun yang terdapat pada beranda berupa tulisan sehingga membuat *user* kesulitan mencari fitur akun tersebut sebaiknya menggunakan ikon agar memudahkan *user* mencarinya, fitur kategori hanya menggunakan teks yang kurang terlihat oleh *user* sebaiknya bisa menggunakan ikon, saat akan melakukan pembelian barang terdapat *button* “Beli Sekarang” dan “Tambah ke Troli” dengan warna yang mirip sehingga membingungkan *user* sebaiknya kedua *button* tersebut lebih dibedakan warnanya, untuk pemilihan varian barang terlalu kecil sebaiknya lebih dibesarkan sedikit agar *user* dapat dengan mudah untuk memilih model serta warna yang diinginkan, *button* “Kunjungi Toko” kurang terlihat sebaiknya *button* terletak pada area yang dapat dengan mudah ditemukan oleh *user*, dan terdapat beberapa ikon yang belum konsisten serta *font* yang belum sama satu sama lain terdapat *font* yang terlalu besar dan *font* yang terlalu kecil hal tersebut cukup mengganggu tampilan yang kurang enak dilihat oleh *user* sebaiknya ikon

dan *font* yang digunakan disamakan jenisnya satu sama lain. Terdapat pula penelitian terdahulu yang membahas mengenai evaluasi *user interface website* Lazada, hasil dari beberapa penelitian tersebut ialah bahwa *website* Lazada memerlukan adanya evaluasi. Seperti pada penelitian [3] memberikan saran kepada perusahaan untuk meningkatkan kualitas *website* Lazada pada kemudahan akses, pengoperasian, serta tampilan.

Dengan permasalahan tersebut maka diperlukan evaluasi terhadap tampilan *website* Lazada untuk menghasilkan *User Interface* (UI) yang lebih baik. *User Interface* merupakan hal yang penting dalam sebuah *website* untuk menentukan banyaknya pengunjung pada suatu *website* [7]. Metode yang banyak digunakan untuk evaluasi *user interface* antara lain *heuristics evaluation*, *cognitive walkthrough*, *usability testing*, dan beberapa jenis metode lainnya [1]. Pada penelitian kali ini untuk melakukan evaluasi *user interface*, penulis menggunakan metode *Heuristics Evaluation*. *Heuristics Evaluation* adalah metode yang digunakan untuk membantu mengidentifikasi masalah dalam *user interface*, dan dapat menjadi bagian dari proses perancangan ulang [1][8][9]. Metode ini melibatkan penerapan sepuluh prinsip *heuristics* dalam evaluasi *user interface* untuk mengidentifikasi potensi masalah yang ada. [1], [8], [9]. Dipilihnya metode *heuristics* karena pada metode ini melibatkan sekelompok kecil pengujian yang merupakan seorang *expert UI/UX* (evaluator) sehingga dapat menganalisa dan menilai serta menghasilkan desain solusi yang baik sesuai dengan prinsip *heuristics* yang dapat meningkatkan potensi nilai pada tampilan *website* Lazada [1][9]. Berdasarkan studi literatur mengenai penelitian evaluasi *website* Lazada bahwa *website* Lazada masih memerlukan untuk dilakukannya evaluasi agar pengguna tetap melakukan transaksi melalui *website* Lazada [3]. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti mengangkat judul” **Evaluasi User Interface pada Website Lazada Menggunakan Metode Heuristics Evaluation**”. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi terhadap *website* Lazada.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh peneliti bahwa terdapat permasalahan pada usability *user interface* (UI) *website* Lazada yang masih rendah. Kendala yang dialami oleh pengguna saat menggunakan *website* Lazada terdapat pada

fitur akun yang tidak memiliki ikon sehingga pengguna kesulitan untuk menemukan fitur akun saat akan melakukan edit profil, fitur kategori yang hanya berupa *list* teks tanpa adanya ikon yang akan menambah beban kognitif pengguna untuk mengolah informasi tersebut, *button* “Beli Sekarang” dan “Tambah ke Troli” memiliki warna yang mirip dan kedua *button* berupa *primary button* yang dapat menurunkan efektivitas pengguna dalam memilih *button*, penempatan *button* “Kunjungi Toko” tidak tepat karena berada pada bagian kiri bawah sehingga pengguna harus mengeluarkan usaha berlebih untuk menemukan *button* tersebut, serta tidak konsistennya beberapa ikon dan *font* yang dapat menurunkan *engagement* pengguna.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka terdapat pertanyaan yang diajukan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana melakukan evaluasi *user interface* (UI) *website* Lazada untuk mengetahui tingkat kelemahan *usability*?
2. Bagaimana mengembangkan *prototype website* Lazada yang mudah digunakan oleh pengguna?

### 1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan diatas, sehingga batasan masalah penelitian yang digunakan yaitu sebagai berikut :

1. Melakukan evaluasi terhadap *website* Lazada menggunakan metode *Heuristic Evaluation*.
2. Evaluasi UI dilakukan oleh 3 orang evaluator.
3. Responden yang terlibat pada pra penelitian dan uji coba *prototype website* Lazada hasil evaluasi yaitu 30 pengguna *marketplace*.

### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian berdasarkan permasalahan yang diuraikan diatas, ialah:

1. Melakukan pengujian *usability website* Lazada menggunakan metode *heuristics evaluation*.
2. Mengembangkan *prototype website* Lazada yang diuji menggunakan *user experience questionnaire* (UEQ).

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini terdiri dari beberapa bagian, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi pihak Lazada, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk melakukan pembaharuan desain *website* Lazada yang dapat meningkatkan kepercayaan pengguna.
2. Bagi ilmu pengetahuan, sebagai acuan ataupun informasi serta rujukan dalam melakukan pembaharuan penelitian mengenai evaluasi *website*.
3. Bagi peneliti, sebagai penambahan wawasan dan pengetahuan dalam menyelesaikan permasalahan dengan mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang dimiliki.