

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan tahapan yang telah dikerjakan dengan menggunakan metode *heuristic evaluation* dalam melakukan evaluasi dan *redesign* terhadap *website* agoda yang menggunakan *usability testing* dengan *metric system usability scale (SUS)* dan metode *prototyping* untuk pengembangan *website* agoda.

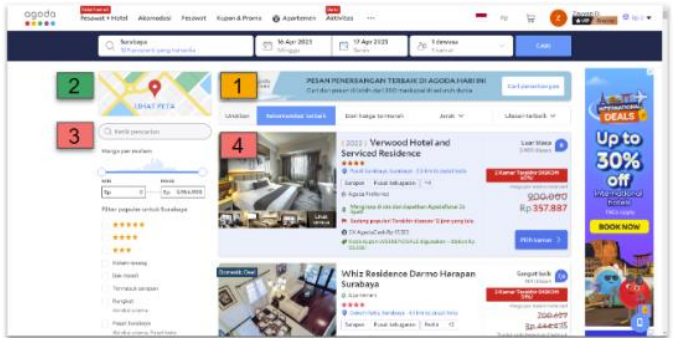
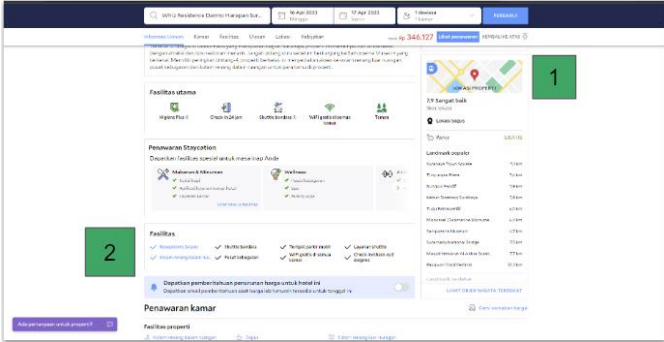
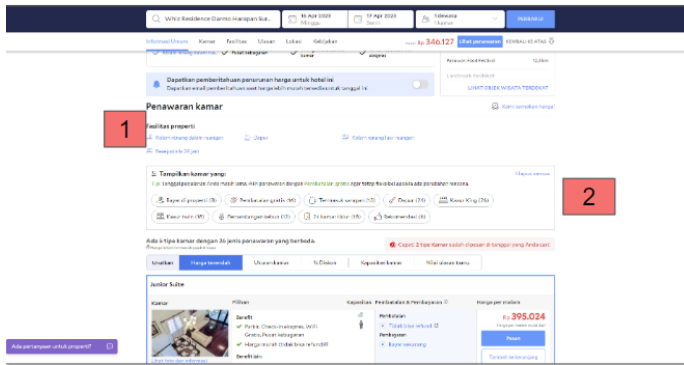
##### 4.1.1. Identifikasi Masalah

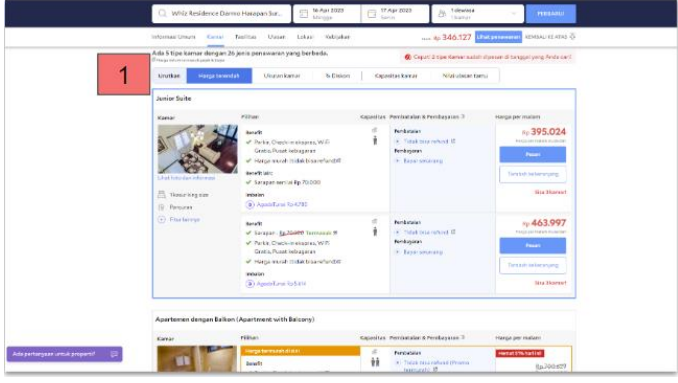
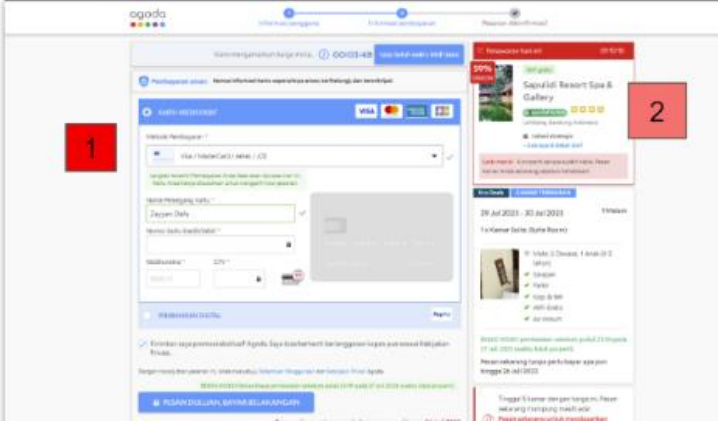
Pada tahap identifikasi masalah ini, *evaluator* mencari permasalahan pada *website* agoda dengan menggunakan *heuristic evaluation*. Berdasarkan permasalahan yang telah ditemukan oleh *evaluator*, *website* agoda ini memiliki permasalahan di beberapa fitur, yaitu pada fitur halaman utama, halaman pilih hotel, halaman pilih detail hotel dan halaman pembayaran. Dari permasalahan yang telah ditemukan oleh *evaluator*. Maka, *evaluator* akan menentukan level *severity ratings*, aspek *heuristic* dan rekomendasi yang diberikan untuk perbaikan terhadap *website* agoda. Berikut dibawah ini adalah tabel permasalahan yang telah ditemukan oleh *evaluator*.

Tabel 4. 1 Permasalahan yang ditemukan *evaluator*

Fitur	Kode Gambar	Gambar
Halaman Utama	G.1	

Fitur	Kode Gambar	Gambar
	G.2	
	G.3	
	G.4	

Fitur	Kode Gambar	Gambar
Halaman Pilih Hotel	G.1	
Halaman Detail Hotel	G.1	
	G.2	

Fitur	Kode Gambar	Gambar
	G.3	
Halaman Pembayaran	G.1	

Pada Tabel 4.1 merupakan tabel permasalahan pada *website* agoda yang telah ditemukan oleh evaluator. Pada *website* agoda ditemukan permasalahan pada fitur halaman utama, halaman pilih hotel, halaman detail hotel dan halaman pembayaran.

Berikut dibawah ini rincian kesalahan pada fitur halaman utama yang ditemukan oleh evaluator.

- 1) Pada gambar G.1 ditemukan 3 *issue* dengan warna merah muda yang yang berarti level *severity ratings* nya *major* yang artinya perbaikan dengan prioritas tingkat tinggi dan membuat ketidak nyamanan pengguna saat menggunakannya. Tetapi, jika berusaha cukup keras pengguna dapat menemukan cara untuk mengatasinya.

- 2) Pada gambar G.2 ditemukan 1 *issue* dengan warna kuning yang berarti level *severity ratings cosmetic* yang artinya *Website* masih dapat digunakan tapi bisa mengganggu pengguna yang memperhatikan detail.
- 3) Pada gambar G.3 ditemukan 1 *issue* dengan warna kuning yang berarti level *severity ratings cosmetic* yang artinya *Website* masih dapat digunakan tapi bisa mengganggu pengguna yang memperhatikan detail.
- 4) Pada gambar G.4 ditemukan 1 *issue* dengan warna kuning yang berarti level *severity ratings cosmetic* yang artinya *Website* masih dapat digunakan tapi bisa mengganggu pengguna yang memperhatikan detail.

Berikut dibawah ini rincian kesalahan pada fitur halaman pilih hotel yang ditemukan oleh evaluator.

- 1) Pada gambar G.4 ditemukan 1 *issue* dengan warna kuning yang berarti level *severity ratings cosmetic* yang artinya *Website* masih dapat digunakan tapi bisa mengganggu pengguna yang memperhatikan detail.

Berikut dibawah ini rincian kesalahan pada fitur halaman pilih hotel yang ditemukan oleh evaluator.

- 1) Pada gambar G.1 ditemukan 4 *issue* dengan ditemukan 1 warna kuning yang berarti level *severity ratings cosmetic*, 1 warna hijau yang berarti level *severity ratingsnya minor*, dan 2 warna merah muda yang berarti level *severity ratingsnya major*.

Berikut dibawah ini rincian kesalahan pada fitur halaman detail hotel yang ditemukan oleh evaluator.

- 1) Pada gambar G.1 ditemukan 2 *issue* dengan warna hijau yang berarti level *severity ratingsnya minor* yang artinya prioritas rendah.
- 2) Pada gambar G.2 ditemukan 2 *issue* dengan warna merah muda yang berarti level *severity ratings major*.
- 3) Pada gambar G.3 ditemukan 2 *issue* dengan warna merah muda yang berarti level *severity ratingsnya major*.

Berikut dibawah ini rincian kesalahan pada fitur halaman pembayaran yang ditemukan oleh evaluator.

- 1) Pada gambar G.1 ditemukan 2 *issue* dengan warna dan level *severity ratings* yang berbeda yaitu, ditemukan 1 *issue* dengan warna merah yang berarti level *severity ratings*nya *catastrophe* yang artinya prioritas tinggi (Segera harus diperbaiki) dan 1 *issue* dengan warna merah muda yang berarti level *severity ratings*nya *major*.

Berikut tabel dibawah ini merupakan hasil uraian terhadap permasalahan yang ditemukan, kemudian evaluator menentukan aspek *heuristic* dan rekomendasi serta menentukan tingkat *severity ratings*.

Tabel 4. 2 *Problem*, Aspek *heuristic*, rekomendasi, dan *severity ratings*

Fitur	Kode Gambar	Kode Rekomendasi	Severity Ratings	Aspek	Problem	Rekomendasi
Halaman Utama	G.1	RK.01	Major	H1, H2 dan H4	Kalimat "Apartemen", kalimat tersebut akan membuat <i>User</i> berfikir bahwa fitur itu adalah fitur sewa apartemen. Namun, yang ada di fitur apartemen itu ialah fitur pemesanan kamar hotel.	<i>User</i> akan memilih hotel untuk penginapannya, untuk itu kata penginapan pribadi yang bersifat seperti villa dan kata "apartemen" yg terkesan premium akan membuat <i>User</i> tidak jadi untuk memesan hotel di agoda. Untuk itu penamaannya dirubah menjadi "Hotel" disemua halaman agar <i>User</i> tidak merasa kebingungan dengan kalimat "Apartemen".
		RK.02	Major	H1 dan H4	- Terdapat redundansi pada fitur yang ditampilkan sehingga dapat membuat <i>User</i> merasa bingung fitur mana yang	Fitur tersebut penamaannya diubah menjadi "Hotel" disemua halaman agar <i>User</i> tidak merasa kebingungan dengan kalimat

Fitur	Kode Gambar	Kode Rekomendasi	Severity Ratings	Aspek	Problem	Rekomendasi
					<p>harus mereka gunakan, apakah fitur pada bagian header atau section pencarian</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Terdapat perbedaan dengan header dan section. Pada header terdapat kata "Apartemen" namun pada section pencarian diberi kata "Penginapan Pribadi"</li> </ul>	"Penginapan Pribadi". Issue ini memiliki keluhan sama seperti issue nomor 1
		RK.03	Minor	H1 dan H2	<p>Terlihat seperti keterangan saldo yang dimiliki <i>User</i>. Namun, nyatanya ini bukanlah informasi mengenai saldo <i>User</i>. jika anak panah tersebut diklik maka akan menampilkan informasi<sup>2</sup> yang tidak berkaitan dengan icon "Rp"</p>	pada fitur ini jangan menampilkan icon Rp, lebih baik icon tersebut diganti dengan foto profile <i>User</i> atau menggunakan icon burger menu. agar <i>User</i> tidak berfikir bahwa itu fitur saldo.
	G.2	RK.01	Cosmetic	H10	<p>Peletakan banner promosi kurang besar dan kurang cocok. Karena, pada umumnya pola desain yang digunakan dengan urutan "Header, Section Search dan Banner promo"</p>	<i>Design pattern</i> yang cocok untuk banner promo diletakkan dibawah <i>section search</i> atau jaraknya tidak jauh pada <i>section search</i>
	G.3	RK.01	Cosmetic	H8	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak ada pembatas atau penanda dari <i>card</i> 1 ke <i>card</i> lainnya</li> <li>• Judul yang terlalu panjang tidak enak dipandang akan mengurangi nilai estetika.</li> </ul>	<i>Card</i> nya lebih keliatan lagi dengan cara diberikan <i>shadow</i> agar <i>User</i> mengerti bahwa gambar 1 dan gambar lainnya memiliki batas dan memiliki <i>card</i> sendiri – sendiri. Pada judul cukup mencantumkan nama hotel/villa

Fitur	Kode Gambar	Kode Rekomendasi	Severity Ratings	Aspek	Problem	Rekomendasi
						dan informasi lainnya seperti ukuran kamar dan kamar mandi dicantumkan pada deskripsi. Agar tetap enak dilihat dan kesannya jadi tidak terlalu padat.
	G.4	RK.01	<i>Cosmetic</i>	H1 dan H8	Mengganggu <i>aesthetic</i> dan pandangan pada tampilan di <i>Website</i> . Karena, informasi yang diberikan pada bagian ini terlalu panjang dan banyak. Selain itu, tidak semua <i>User</i> paham dan membaca informasi tersebut.	Pada <i>section</i> ini akan lebih bagus lagi jika diletakkan dan disatukan pada bagian <i>footer</i> dan dibuat dengan tampilan yang lebih bagus.
Halaman Pilih Hotel	G.1	RK.01	<i>Cosmetic</i>	H1, H7 dan H8	Banner ini tidak perlu ditampilkan pada halaman ini apalagi dengan banner yang ukurannya panjang dan <i>User</i> akan merasa terganggu.	Hapus bannernya, karena fitur pemesanan tiket penerbangan sudah ada pada <i>section</i> search fitur.
		RK.02	<i>Minor</i>	H1, H7 dan H8	Map cukup membantu <i>User</i> untuk mencari hotel di berbagai tempat atau lokasi, namun tampilan map tersebut tidak menunjukkan fungsionalitasnya. Sehingga <i>User</i> harus klik "Lihat Peta" pada map untuk mengetahui fungsinya.	Letakkan posisi map disisi sebelah kanan dengan ukuran yang besar. Agar <i>User</i> dapat mengetahui fungsi dari maps tersebut digunakan untuk apa
		RK.03	<i>Minor</i>	H1 dan H8	Place holder teks pada search bar tidak berupa intruksi, sehingga dapat membingungkan <i>User</i> atau ambigu.	Teks pada place holder diubah menjadi kalimat perintah atau instruksi apa saja yang bisa <i>User</i> cari pada search bar tersebut.



Fitur	Kode Gambar	Kode Rekomendasi	Severity Ratings	Aspek	Problem	Rekomendasi
		RK.04	Major	H1, H7 dan H8	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pada <i>card</i> ini terlalu banyak informasi tidak terlalu penting yang dicantumkan pada <i>card</i>, Seperti; kalimat promosi dan status terakhir dipesan dll. Jadi informasi pada <i>card</i> ini terkesan sangat padat.</li> <li>• Terlalu banyak warna yang contrast sehingga <i>User</i> merasa bingung untuk membedakan mana saja informasi penting yang harus <i>User</i> perhatikan</li> <li>• Warna merah pada teks “2 kamar terakhir diskon 60%” seperti menandakan pesan kesalahan pada <i>User</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jangan terlalu banyak warna contrast yang digunakan. Warna contrast hanya digunakan untuk satu jenis promo atau informasi yang bersifat sangat penting bagi <i>User</i></li> <li>• Di filter lagi informasi yang harus dicantumkan pada <i>card</i> ini.</li> </ul>
Halaman Detail Hotel	G.1	RK.01	Minor	H1, H2 dan H8	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peletakkan posisi ini kurang cocok, karena <i>User</i> jarang ngenotice pesan atau informasi yang berada disamping seperti ini</li> <li>• Ukuran gambar maps terlalu kecil dan didalam maps tersebut tidak spesifik destinasi terdekat dari hotel</li> <li>• Tampilan Landmark populer terlalu banyak yang dicantumkan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ukuran gambar maps seharusnya lebih besar agar lokasi destinasi terdekat dari hotel lebih terlihat.</li> <li>• Jarak destinasi wisata terdekat dari hotel harus di highlight</li> <li>• Penamaan landmark dirubah menjadi “wisata terdekat” atau “lokasi terdekat”</li> </ul>
		RK.02	Minor		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terlalu boros tempat jika fitur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fasilitas dan fasilitas utama</li> </ul>

Fitur	Kode Gambar	Kode Rekomendasi	Severity Ratings	Aspek	Problem	Rekomendasi
				H6, H7, dan H8	fasilitas memiliki fungsi yang sama dengan fasilitas utama.	seharusnya dijadikan 1 saja supaya tidak terlalu banyak informasi
	G.2	RK.01	Major	H1, H2, H4 dan H8	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fitur fasilitas properti ini tidak perlu dicantumkan dan dipisahkan dengan fitur fasilitas yang ada diatas. Karena, terlalu banyak informasi juga tidak akan membuat <i>User</i> itu merasa nyaman. <i>User</i> hanya akan membaca point point pentingnya saja.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jadikan satu dengan fitur fasilitas yang ada diatas, agar tampilan pada halaman ini lebih <i>clean</i>.</li> </ul>
		RK.02	Major	H2, H7, dan H8	<ul style="list-style-type: none"> <li>Terdapat 2 kali fitur filter. Seharusnya 1 fitur filter saja yang ditampilkan pada <i>Website</i> ini. agar <i>User</i> merasa lebih nyaman ketika melihat tampilan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dijadikan satu saja agar fitur ini berfungsi dengan baik.</li> </ul>
		RK.03	Major	H2, H7 dan H8	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fitur ini juga tidak terlalu digunakan secara signifikan, hal ini merupakan suatu hal yang dinamakan fitur berlebih atau tidak memiliki kegunaan yang berpengaruh pada <i>User</i></li> <li>Fitur ini terlihat padat yang disini tampilannya terlalu rumit, dan akan membuat <i>User</i> kebingungan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hapus fitur tersebut agar <i>Website</i> terlihat lebih <i>clean</i>.</li> </ul>
	G.3	RK.01	Major	H1, H2, H4 dan H8	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dalam 1 frame besar ini terdapat 2 harga yang berbeda dengan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lebih baik frame pembedanya dipisahkan</li> </ul>

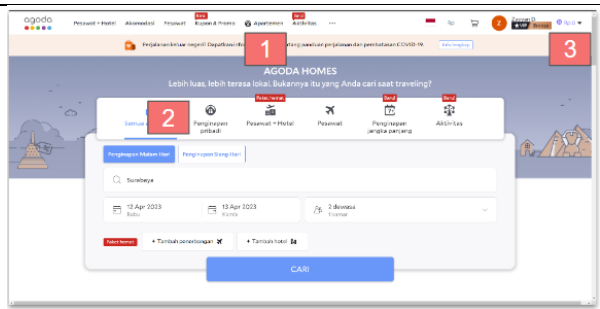

Fitur	Kode Gambar	Kode Rekomendasi	Severity Ratings	Aspek	Problem	Rekomendasi
					<p>fasilitas yang berbeda juga. namun, informasi yang terlalu padat ini akan ngebuat <i>User</i> merasa bingung ketika ingin memesan dan apa pembeda fasilitas dari harga yg murah dan harga yg mahal.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tampilan <i>frame</i> pembeda dari harga yang murah dan yang mahal ini peletakkan harga dan deskripsi tidak cocok ketika dilihat, karena akan terkesan informasi yang dicantumkan itu sangat banyak, sehingga terlihat seperti padat dan sulit untuk dibaca oleh <i>User</i>.</li> </ul>	<p>dengan memiliki pembatas <i>card</i> seperti menambahkan <i>shadow</i> pada <i>card</i> atau menggunakan model tumpuk atas bawah dengan <i>frame</i> yang berbeda.</p>
Halaman Pembayaran	G.1	RK.01	Catastrophe	H1, H2, H5, dan H8	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>User</i> tidak dapat melanjutkan ketahap pembayaran, karena <i>payment</i> yang available hanya Visa / MasterCard / Amex / JCB.</li> <li>• Tidak adanya fitur <i>payment</i> yang mendukung pembayaran di Indonesia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tambahkan fitur <i>payment</i> yang mendukung negara indonesia</li> <li>• Sediakan pembayaran <i>Virtual Account</i> untuk lebih memudahkan <i>User</i>.</li> </ul>
		RK.02	Major	H1 dan H8	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pada tampilan sisi sebelah kanan itu tidak jelas berfungsi untuk apa. Jika itu adalah tampilan kamar pesanan <i>User</i> tapi pada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berikan keterangan bahwa itu adalah kamar yang <i>User</i> pesan, agar <i>User</i> pun mengerti</li> </ul>

Fitur	Kode Gambar	Kode Rekomendasi	Severity Ratings	Aspek	Problem	Rekomendasi
					tampilan tidak ada keterangan bahwa itu adalah kamar pesanan <i>User</i>	bahwa kotakan itu merupakan informasi kamar yang dipesan <i>User</i> .

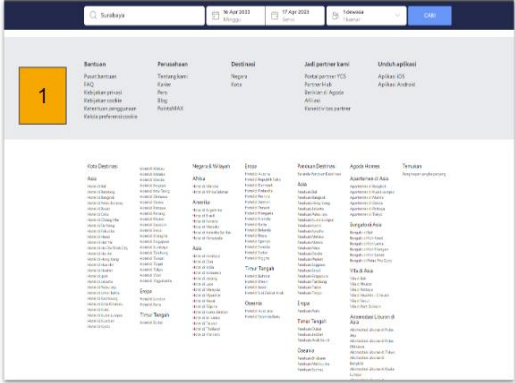
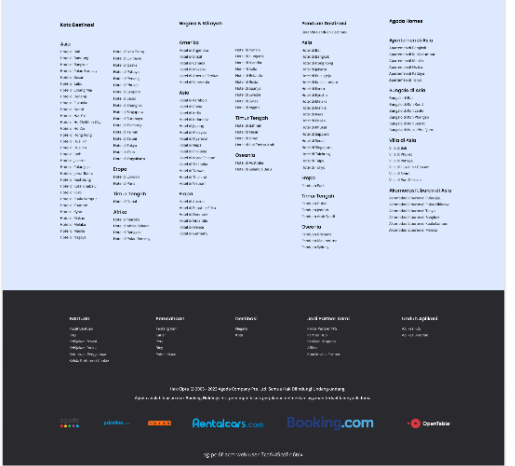
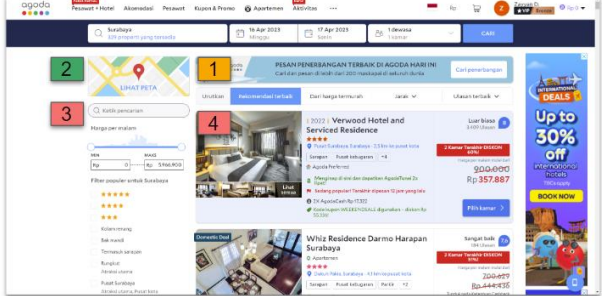
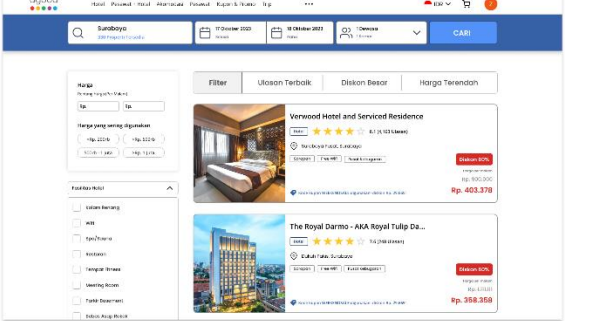
Dari 10 prinsip *heuristic evaluation*, ditemukan 6 aspek *heuristic* pada permasalahan-permasalahan di *Website* agoda yaitu pada fitur halaman utama, halaman pilih hotel, halaman detail hotel dan halaman pembayaran. Berikut 6 aspek *heuristic* yang ditemukan, Yaitu ***Visibility of System Status, Match between system and the real world, Consistency and Standards, Error Prevention, Flexibility and efficiency of User, dan Aesthetic and minimalist design***

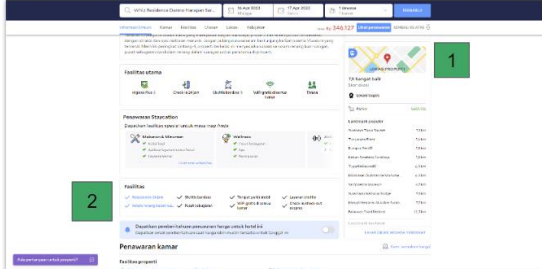
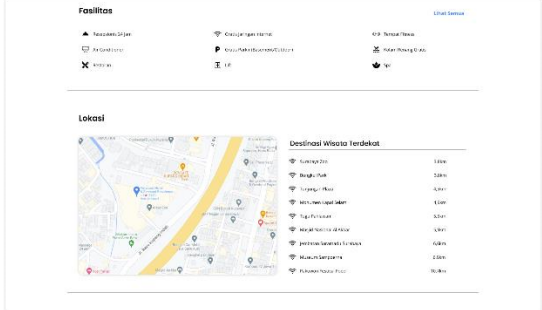
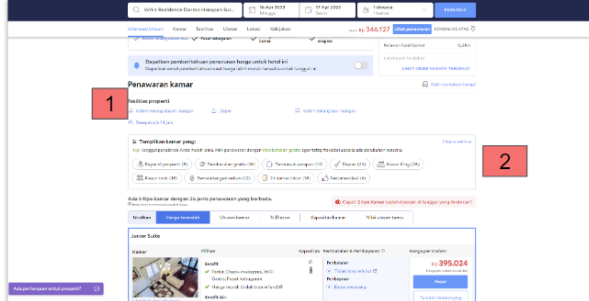
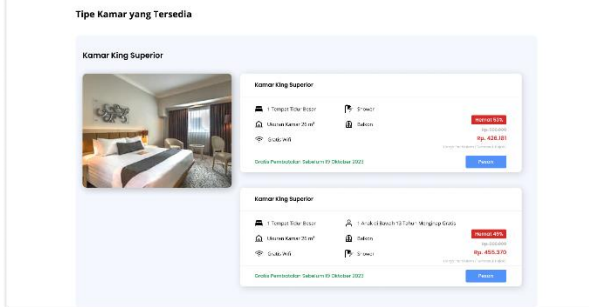
Setelah mendapatkan hasil dari proses *heuristic evaluation*. Tahap selanjutnya adalah melakukan *redesign* sesuai dengan *problem* yang telah ditemukan. Berikut dibawah ini tabel 4. 3 yang merupakan perbandingan tampilan *website* agoda sebelum di *redesign* dan setelah di *redesign*.

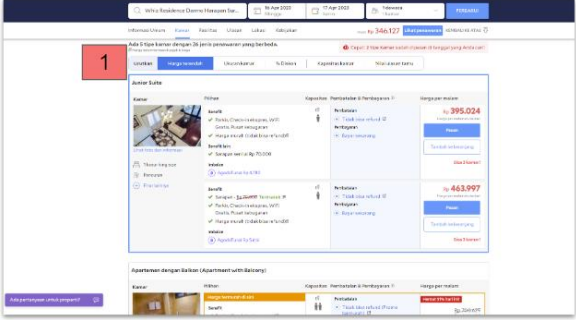
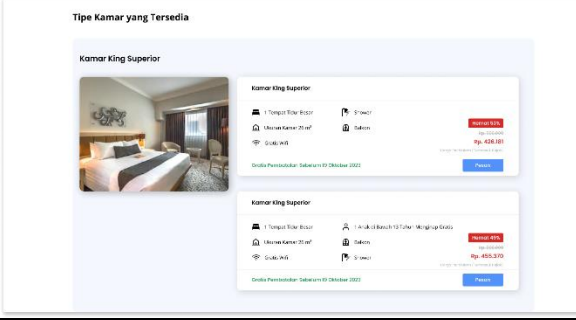
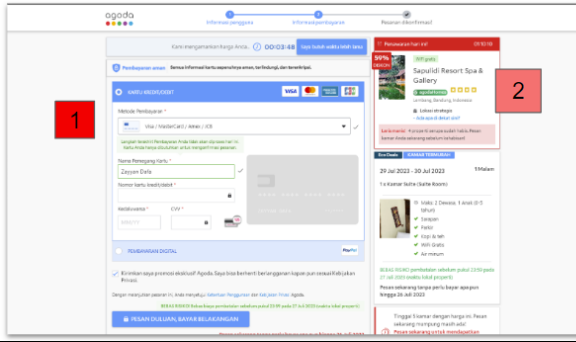
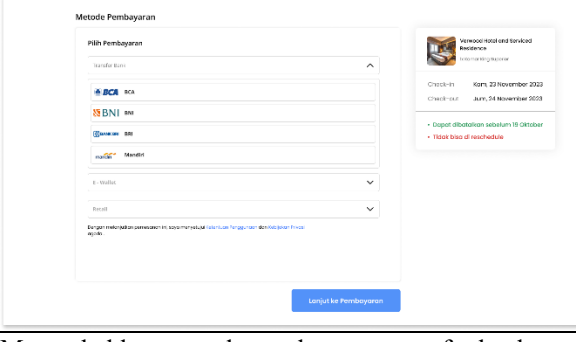
Tabel 4. 3 Tampilan *Website* agoda sebelum dan sesudah di *Redesign*

Nama Fitur	Kode Gambar	Gambar	
Halaman Utama	G.1	Before	
		After	
		Deskripsi	<p>Telah dilakukan redesign dengan menggantikan nama fitur dari “apartemen” menjadi “hotel”, dari “penginapan pribadi” jadi “hotel”</p>

Nama Fitur	Kode Gambar	Gambar	
	G.2	Before	
		After	
		Deskripsi	Peletekkan banner ditaruh dibagian atas dan fitur ucapan selamat datang dihapus.
	G.3	Before	
		After	
		Deskripsi	Membuat card baru dengan outline dan informasi yang lebih rapih serta mengatur space nya agar ada jarak antar card lainnya

Nama Fitur	Kode Gambar	Gambar	
		Before	
	G.4	After	
		Deskripsi	<p>Permasalahan diatas dijadikan <i>footer</i> agar lebih indah dan enak dilihat. Selain itu, menukar posisi antara <i>section</i> negara dan <i>footer</i></p>
Halaman Pilih Hotel	G.1	Before	
		After	

Nama Fitur	Kode Gambar	Gambar	
		Deskripsi	Pada halaman ini menghapus map, fitur pemesanan penerbangan serta merubah fitur filter pada bagian sisi sebelah kiri dan merubah card pilihan hotel supaya terlihat rapih dan tidak mencantumkan banyak informasi
Halaman Detail Hotel	G.1	Before	
	G.1	After	
		Deskripsi	Merubah letak posisi dari diatas jadi di bawah serta di redesign agar terlihat lebih rapih dan nyaman digunakan
Halaman Detail Hotel	G.2	Before	
		After	
		Deskripsi	Pada fitur penawaran kamar dihapus dan dijadikan satu dengan fitur fasilitas

Nama Fitur	Kode Gambar	Gambar	
	G.3	Before	
After			
Deskripsi		<p>Pada <i>card</i> pilihan kamar dilakukan redesign dengan tujuan untuk memperbarui tampilan agar terlihat rapih dan nyaman ketika digunakan</p>	
Halaman Pembayaran	G.1	Before	
		After	
		Deskripsi	<p>Menambahkan metode pembayaran transfer bank, e-wallet dan juga retail. Hal ini tentu saja akan lebih memudahkan <i>user</i> ketika melakukan pemesanan kamar hotel</p>



#### 4.1.2. Hasil Pengumpulan Data

Pengumpulan data ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui kendala dan keluhan yang dialami oleh *user* ketika menggunakan *website* agoda. Pada pengumpulan data ini, penyebaran kuesioner kepada *user website* agoda melalui *platform* google formulir yang disebarakan melalui sosial media yang dilakukan pada bulan Mei 2023 dan mendapatkan 32 responden dengan kriteria respondennya adalah *travellers*. Peneliti juga melakukan *in depth interview* terhadap 5 *user* yang dilaksanakan pada bulan Juni 2023. Berdasarkan hasil *in depth interview* dengan *user*, didapatkan kesimpulan bahwa dari sisi tampilan *website* agoda masih belum *user friendly*, pada umumnya *user* mengomentari mengenai metode pembayaran yang terbatas serta terdapat kesalahan yang tidak sesuai dengan fungsionalitas. Hasil dari *in depth interview* dapat dilihat pada lampiran 11.

#### 4.1.3. Hasil Pengolahan Data

Pada pengolahan data ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data hasil dari kuesioner dan juga *in depth interview*. Berikut dibawah ini merupakan gambar hasil pengolahan data dari kuesioner dan *in depth interview* dengan menggunakan *affinity mapping* yang dikelompokkan berdasarkan permasalahan pada fitur halaman yang ditemukan oleh evaluator yang telah diuraikan dibawah ini.



Gambar 4. 1 Pengolahan data Kuesioner dan *In Depth Interview*

Pada gambar 4. 1 merupakan gambar hasil pengolahan data dari kuesioner dan *in depth interview* dengan menggunakan *affinity mapping* yang dikelompokkan berdasarkan permasalahan pada fitur halaman yang ditemukan oleh evaluator.

## 4.2. Pembahasan

### 4.2.1. *Redesign Interface*

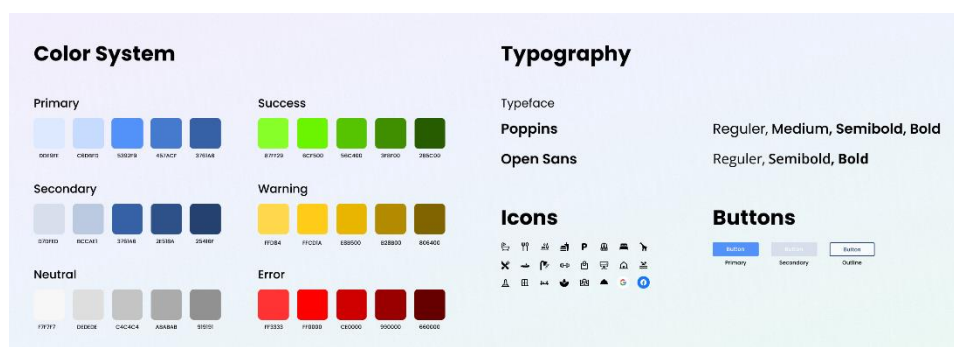
Pada tahap ini peneliti mulai membuat rancangan design sesuai dengan kesalahan yang telah ditemukan oleh evaluator. Pada tahap rancangan ini memiliki 3 tingkatan yaitu *wireframe*, *low fidelity* dan *high fidelity*. Adapun hasil dari *redesign interface* yang diuraikan dibawah ini

#### 4.2.1.1. *Wireframe*

*Wireframe* merupakan tahapan pembuatan kerangka *website* dalam melakukan penempatan suatu tombol dan penempatan gambar serta teks. Berikut gambar dibawah ini merupakan gambar *wireframe website* agoda. *wireframe* lengkapnya dapat dilihat pada lampiran 12.

#### 4.2.1.2. *Low Fidelity*

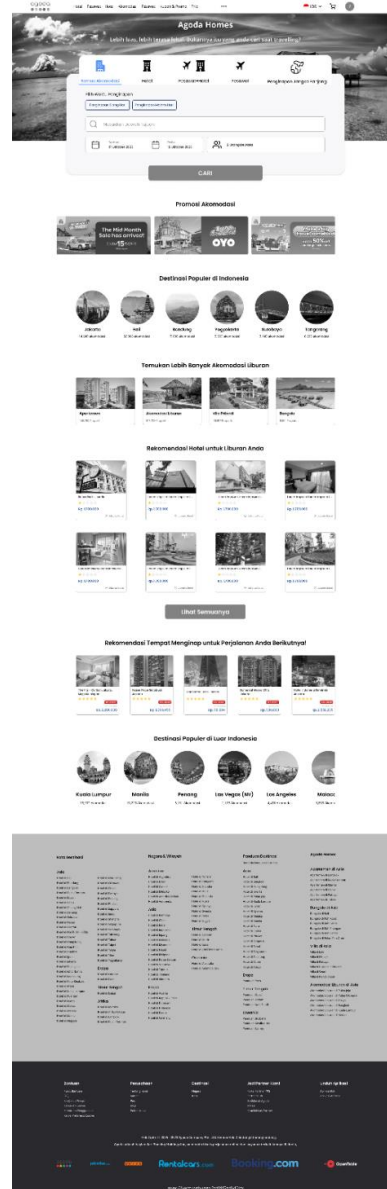
*Low fidelity* merupakan tahapan tingkat sedang yang telah menghasilkan konsep desain. Akan tetapi, pada tahapan ini isi konten masih hitam putih dan belum dapat digunakan dalam uji *testing*. Dalam proses *low fidelity* ini terdapat *design system* yang berisi komponen-komponen seperti *color system*, *typography*, dan *icon*. *design system* ini memiliki tujuan untuk dijadikan acuan *designer* dalam melaksanakan proses *design*. Berikut dibawah ini merupakan gambar *design system* yang telah diuraikan pada gambar 4.3. *low fidelity* dapat dilihat pada lampiran 13.



Gambar 4. 2 *Design System*

Pada gambar 4. 2 merupakan gambar kumpulan *design system*. Proses pembuatan *design interface* membutuhkan *color system*, *typography*, *icon*, *component* serta *button* atau biasa disebut sebagai *design system*. *Design system* merupakan kumpulan panduan yang sering digunakan para designer sebelum melakukan proses *design*, hal tersebut akan lebih memudahkan para designer ketika melakukan design dan akan menghemat waktu pengerjaan.

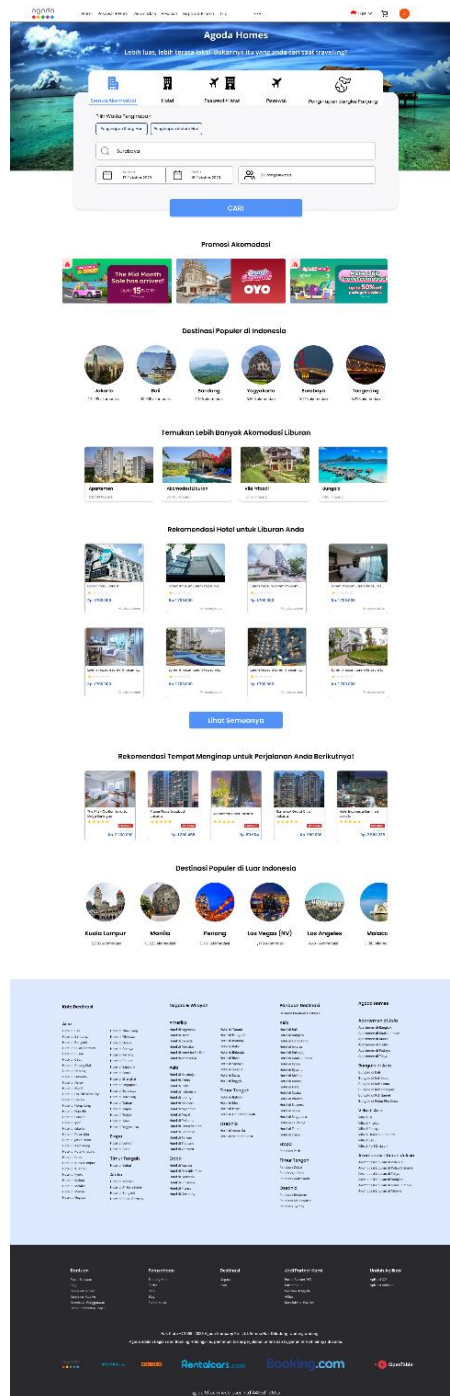
Berikut dibawah ini gambar *low fidelity halaman utama* yang telah dicantumkan pada gambar 4. 3.



Gambar 4. 3 *Low Fidelity* Halaman Utama Website Agoda

4.2.1.3. High Fidelity

Pada tahap ini, *design* dapat berinteraksi dengan pengguna serta siap untuk dilakukan uji *testing*. Berikut dibawah ini merupakan gambar *high fidelity* yang telah dicantumkan pada gambar 4. 4 *high fidelity* lengkapnya dapat dilihat pada lampiran 14.



Gambar 4. 4 High Fidelity Halaman Utama Website Agoda

Pada gambar 4. 4 merupakan tampilan halaman utama pada *website* agoda. *login* digunakan untuk *user* ketika ingin menggunakan fitur-fitur yang ada pada *website* agoda. *Login* hanya menginputkan email dan kata sandi.

Halaman utama ini berisi informasi mengenai fitur-fitur yang tersedia di agoda, informasi *voucher* diskon, informasi destinasi yang populer di Indonesia dan destinasi diluar indonesia serta informasi mengenai rekomendasi hotel untuk liburan.

Halaman pilih hotel menampilkan informasi hotel sesuai hasil dari pencarian disuatu daerah atau kota dengan menampilkan berbagai hotel ternama dari harga yang termahal hinggal termurah. Pada halaman ini juga terdapat fitur filter yang dapat digunakan untuk memudahkan dan mempercepat *user* untuk mencari hotel sesuai dengan keinginannya.

Halaman detail hotel berisi informasi mengenai suatu hotel yang telah dipilih. Informasi tersebut meliputi deskripsi hotel, deskripsi indonesia *care*, pilihan kamar dengan berbagai tipe kamar yang berbeda, ulasan mengenai kamar hotel, informasi lokasi destinasi wisata terdekat dari hotel yang dipilih, dan informasi mengenai kebijakan properti. Pada halaman ini dapat mengetahui perbedaan harga dan fasilitas yang diberikan antara harga yang mahal dengan harga yang murah.

Halaman pembayaran berisi informasi mengenai data pemesan kamar hotel, catatan permintaan khusus untuk pemesan, metode pembayaran dan informasi mengenai instruksi pembayaran.

#### 4.2.1.4. *Prototyping*

Pengembangan *website* agoda ini dilakukan dengan menggunakan metode *prototyping*, dalam metode *prototyping* ini terdapat 4 tahap, yaitu Analisis Kebutuhan, *Quick Design Process*, *Building Prototype* Serta Evaluasi dan Perbaikan.

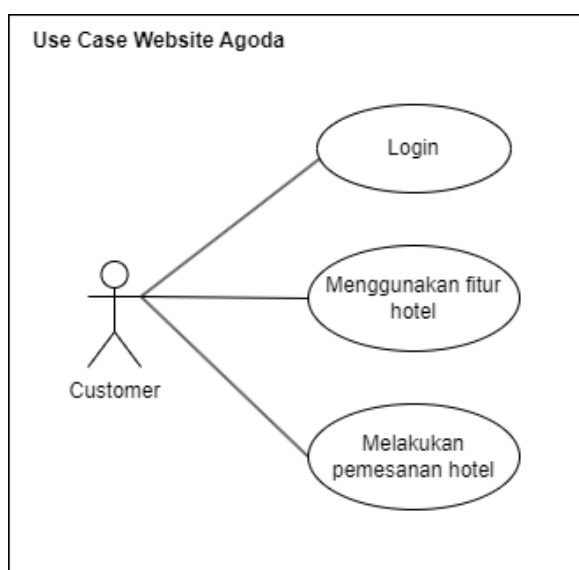
### 1) Analisis Kebutuhan

Pada tahap ini, peneliti melakukan analisa kebutuhan yang diperlukan oleh sistem agar sesuai dengan keinginan. Tahap pengumpulan kebutuhan dalam sistem pemesanan kamar hotel atau yang bisa disebut sebagai *user*. *User* berinteraksi untuk melakukan *login*. Kebutuhan *user* dalam *login* seperti, memasukkan email dan *user* memasukkan kata sandi. Selain itu, *user* berinteraksi dalam memesan kamar hotel yang diinginkan. Kebutuhan *user* dalam memesan kamar hotel seperti, melakukan penginputan nama kota yang ingin dituju, memilih tanggal *checkin* dan *checkout*, memasukkan jumlah tamu, memilih hotel sesuai yang diinginkan, memilih tipe kamar hotel dan melakukan pembayaran.

### 2) Quick Design Process

Setelah melakukan analisis kebutuhan, selanjutnya adalah membuat *use case diagram*, *use case scenario* dan *activity diagram*.

#### a) Use Case Diagram



Gambar 4. 5 Use Case Website Agoda

Pada gambar 4. 6 merupakan *use case website agoda* dengan interaksi antara *actor* atau *customer* dan sistem. Dalam *use case* ini bertujuan untuk menggambarkan interaksi antara *actor* dengan fungsionalitas sistem.

b) *Use Case Scenario*

Berikut tabel 4. 4 merupakan tabel *use case scenario* pada *website* agoda.

Tabel 4. 4 *Use Case* Melakukan *Login* pada *Website* Agoda

<i>Use Case Scenario</i>	<b>Melakukan <i>Login</i></b>	
<b>Skenario Normal : <i>Login</i></b>		
Aktor yang terlibat	<i>Customer</i>	
Kondisi Awal	Menampilkan halaman utama	
<i>Normal Course</i>	<i>Customer</i>	Sistem
	1. Klik <i>Login</i>	2. Menampilkan halaman <i>Login</i>
	3. Menginputkan email dan kata sandi 4. Klik Masuk	4. Melakukan pengecekan kevalidan kata sandi.
		5. Kata sandi benar
		6. Menampilkan pop up berhasil <i>Login</i>
<b>Skenario Alternatif : Kata sandi salah</b>		
<i>Alternatif Course</i>	1. Menginputkan email dan kata sandi	2. Kata sandi salah. Muncul pesan kesalahan pada form <i>input</i>
	3. Memperbaiki kata sandi yang typo 4. Klik Masuk	5. Menampilkan halaman utama
Akhir Kondisi	Masuk ke halaman utama	

Tabel 4. 5 *Use Case Scenario* Menggunakan fitur Hotel

<i>Use Case Scenario</i>	<b>Menggunakan Fitur Hotel</b>	
<b>Skenario Normal : Menggunakan fitur Hotel</b>		
Aktor yang terlibat	<i>Customer</i>	
Kondisi Awal	Menampilkan halaman utama	
<i>Normal Course</i>	<i>Customer</i>	Sistem
	1. Klik fitur hotel	2. Menampilkan halaman utama input kota dan lain lain

<i>Use Case Scenario</i>	<b>Menggunakan Fitur Hotel</b>	
<b>Skenario Normal : Menggunakan fitur Hotel</b>		
	3. Menginputkan nama kota yang ingin dituju, tanggal checkin dan checkout serta menginputkan jumlah tamu yang dipesan. 4. Klik Cari	5. Menampilkan halaman pilih hotel dengan kota yang dituju.
	6. Memilih hotel	7. Menampilkan detail hotel
<b>Skenario Alternatif : Membatalkan Hotel yang telah dipilih</b>		
<i>Alternatif Course</i>	1. Memilih hotel	2. Membatalkan pilihan hotel
	3. Memilih hotel yang lain	4. Menampilkan detail hotel
Akhir Kondisi	Masuk ke halaman detail hotel	

Tabel 4. 6 *Use Case Scenario* Melakukan Pembayaran Pada *Website* Agoda

<i>Use Case Scenario</i>	<b>Melakukan Pembayaran</b>	
<b>Skenario Normal : Melakukan Pembayaran</b>		
Aktor yang terlibat	Customer	
Kondisi Awal	Menampilkan Detail Hotel	
<i>Normal Course</i>	Customer	Sistem
	1. Setelah menentukan kamar, selanjutnya klik pesan	2. Menampilkan halaman isi data pemesanan, permintaan khusus dan memilih metode pembayaran
	3. Menginputkan data pemesanan, menginputkan permintaan khusus dan memilih bank BRI sebagai metode pembayaran 4. Klik lanjut ke pembayaran	5. Menampilkan halaman instruksi pembayaran

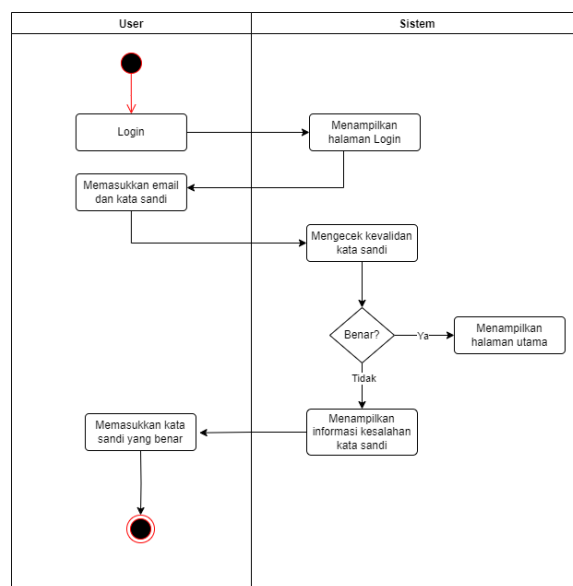


<i>Use Case Scenario</i>	<b>Melakukan Pembayaran</b>	
<b>Skenario Normal : Melakukan Pembayaran</b>		
	6. Menyalin virtual account	
	7. Melakukan pembayaran	
	8. Klik Bayar	9. Menampilkan pop up berhasil dibayarkan
<b>Skenario Alternatif : Mengganti metode pembayaran</b>		
<i>Alternatif Course</i>	1. Klik halaman sebelumnya	2. Memilih metode pembayaran bank BNI
	3. Menyalin virtual account	
	5. Melakukan Pembayaran 6. Klik Bayar	7. Menampilkan pop up berhasil dibayarkan
Akhir Kondisi	Masuk ke halaman utama	

c) *Activity Diagram*

Berikut gambar dibawah ini merupakan gambar *activity diagram* pada *Website agoda*.

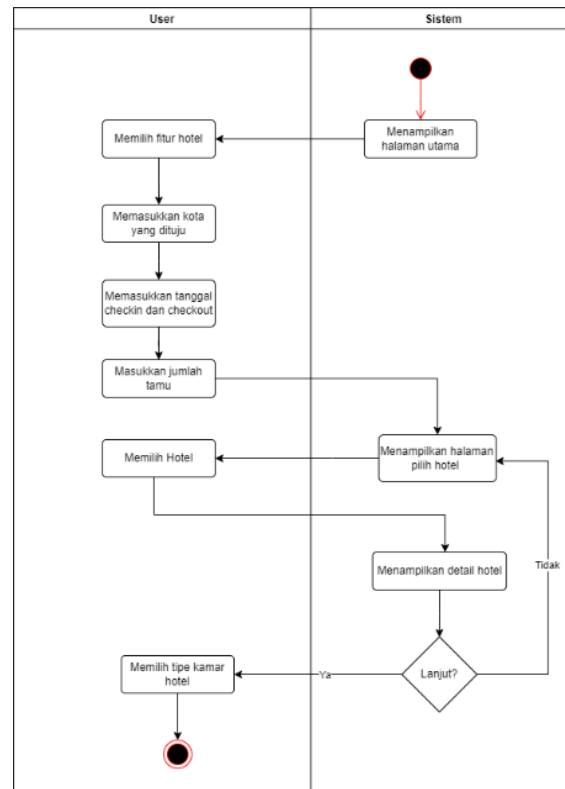
a) *Login*



Gambar 4. 6 *Activity Diagram Login* pada *Website Agoda*

Pada gambar 4. 7 merupakan gambar *activity diagram* fitur *login* pada *website* agoda ketika *user* berada di halaman *login*. *User* menginputkan email dan kata sandi, kemudian klik masuk maka sistem akan menampilkan halaman utama.

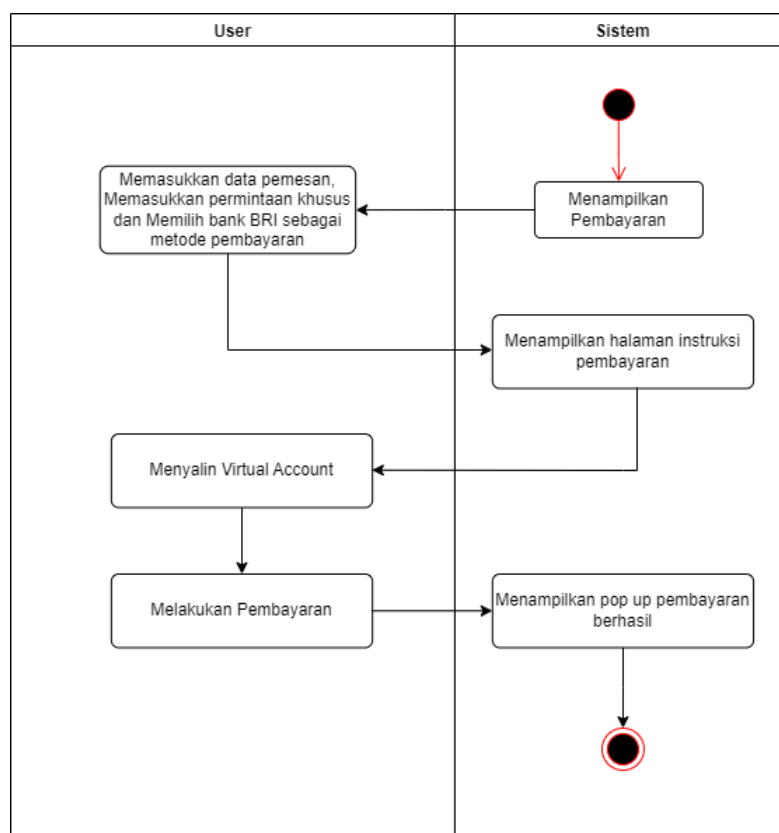
b) Menggunakan fitur hotel



Gambar 4. 7 *Activity Diagram* Fitur Hotel pada *Website* Agoda

Pada gambar 4. 8 merupakan gambar *activity diagram* pada saat menggunakan fitur hotel di *website* agoda. Ketika *user* memilih fitur hotel, maka sistem akan menampilkan inputan seperti nama kota, tanggal *checkin* dan *checkout* serta jumlah tamu. Ketika *user* klik cari, maka sistem akan menampilkan halaman detail hotel.

## c) Melakukan Pembayaran

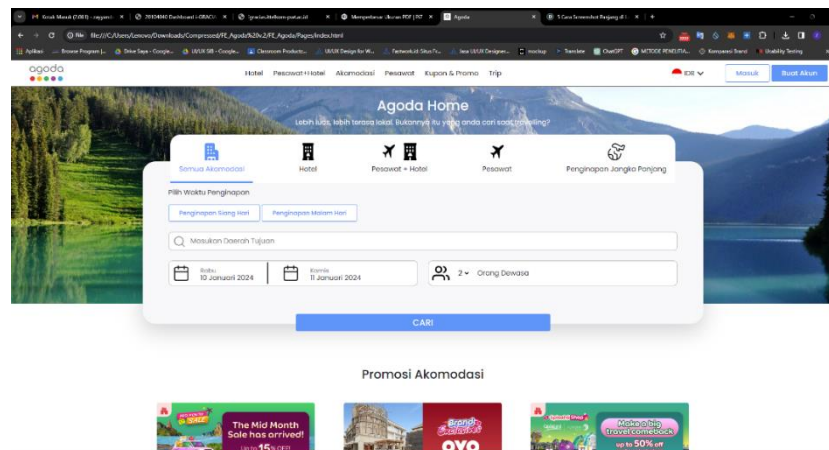


Gambar 4. 8 *Activity Diagram* melakukan Pembayaran pada *Website Agoda*

Pada gambar 4. 9 merupakan gambar *activity diagram* melakukan pembayaran pada *website agoda*. Setelah *user* memilih kamar hotel, maka tahap selanjutnya adalah *user* melakukan pembayaran. Untuk itu sistem akan menampilkan halaman pembayaran. Kemudian *user* memasukkan data pesanan, memasukkan permintaan khusus dan memilih metode pembayaran. Setelah itu, *user* juga menyalin *virtual account* yang telah disediakan pada halaman instruksi pembayaran

## 2) *Building Prototype*

Tahap *building prototype* merupakan tahapan pengembangan kode setelah dilakukan pembuatan tampilan *user interface* dan setelah melewati tahapan *quick design process*. Dalam tahap ini akan menghasilkan rancangan antarmuka pada *website agoda* yang telah dilakukan *redesign*. Mengenai tampilan full nya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 4. 9 Tampilan Halaman Utama pada *Website Agoda* yang di *Redesign*

### 3) Evaluasi dan Perbaikan

Setelah selesai melakukan tahap *design* dan *building prototype*. Peneliti melakukan uji *testing* kepada *user*. Tujuan dilakukan uji *Testing* ini agar peneliti mendapatkan *feedback* perbaikan dari *user* mengenai rancangan *Website* yang telah selesai dirancang. Tahap *testing* ini dilakukan dengan 30 responden dan mendapatkan hasil skor rata-rata SUS 72,67% dengan *index* yang diperoleh adalah *good*. Berikut dibawah ini merupakan tabel *task testing* yang dilakukan oleh *user*.

Tabel 5. 1 *Task Testing User*

No	Task
1.	Melakukan <i>Login</i> dengan menginputkan email dan kata sandi
2.	Menggunakan fitur hotel dan menginputkan kota yang ingin dituju
3.	Memilih hotel yang diinginkan
4.	Memilih tipe kamar dan melakukan pemesanan
5.	Melakukan pembayaran dengan menginputkan data pemesan, menginputkan permintaan khusus dan memilih metode pembayaran

Pada tabel diatas terdapat 5 *task testing* yang diberikan ke *user* ketika melakukan *testing* pada *website* agoda yang telah di *redesign*. Dalam melakukan *testing*, *user* tidak diberikan batasan waktu.

Berikut dibawah ini merupakan tabel hasil penilaian skor rata-rata dengan menggunakan *system usability scale (SUS)*.

Tabel 5. 2 Hasil Pengukuran skor rata-rata SUS *After Design*

No	R	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Jumlah	Nilai
1	R1	4	3	3	4	2	3	2	4	2	3	30	75
2	R2	3	2	3	3	2	4	3	2	2	1	25	62,5
3	R3	4	4	4	4	4	3	2	3	4	2	34	85
4	R4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	30	75
5	R5	3	2	3	3	4	2	4	4	3	2	30	75
6	R6	3	3	2	4	4	1	3	4	2	3	29	72,5
7	R7	3	1	4	4	3	4	3	4	4	4	34	85
8	R8	4	2	4	4	3	3	2	1	3	2	28	70
9	R9	2	3	2	3	2	2	2	3	2	0	21	52,5
10	R10	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	22	55
11	R11	3	2	2	1	3	1	3	2	3	3	23	57,5
12	R12	4	3	3	2	3	2	2	2	3	2	26	65
13	R13	4	2	2	3	1	3	2	3	3	2	25	62,5
14	R14	1	3	2	3	3	2	2	2	4	2	24	60
15	R15	4	3	4	3	2	3	3	3	2	3	30	75
16	R16	3	4	2	4	4	2	3	3	3	3	31	77,5
17	R17	3	2	4	2	4	3	4	3	4	2	31	77,5
18	R18	2	4	4	2	4	4	4	3	4	0	31	77,5
19	R19	0	2	3	2	4	1	4	4	3	1	24	60
20	R20	3	2	3	4	2	2	3	3	2	3	27	67,5
21	R21	2	3	2	3	4	3	3	2	4	2	28	70
22	R22	4	4	3	3	2	3	4	3	3	2	31	77,5
23	R23	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	34	85
24	R24	4	3	4	4	3	1	4	4	3	3	33	82,5
25	R25	3	2	3	2	4	3	2	4	4	2	29	72,5
26	R26	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	33	82,5

No	R	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Jumlah	Nilai
27	R27	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	34	85
28	R28	3	3	4	4	3	2	4	3	2	3	31	77,5
29	R29	4	3	3	3	4	4	3	3	4	2	33	82,5
30	R30	4	2	3	4	4	2	4	3	3	2	31	77,5
<b>Jumlah Nilai</b>												2180	
<b>Nilai SUS</b>												72,67%	

Berdasarkan hasil perhitungan tabel pengujian dengan metode SUS terhadap *website* yang telah dilakukan *redesign* mendapatkan hasil rata-rata *score* 72,67% dengan *adjective rating* yang diperoleh adalah *good*.