

Analisis Dan Perancangan *User Interface* Pada *Website* Indokafire Menggunakan Metode *Heuristic Evaluation*

Citra Adjeng Triswari¹⁾ Sulistiowati²⁾ Pantjawati Sudarmaningtyas³⁾

Program Studi/Jurusan Sistem Informasi
Universitas Dinamika

Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email: 1)15410100043@dinamika.ac.id, 2)sulist@dinamika.ac.id, 3)pantja@dinamika.ac.id

Abstract: *PT. Indoka Putra Mandiri is a company located in Surabaya, and is one of the companies engaged in the manufacturing and retail of fire safety products. Based on the results of the initial questionnaire distribution with a sample of 20 respondents, it was found that more than 55% of respondents answered disagree with the variables that refer to the initial appearance of the website. Therefore, the solution offered is to design the user interface on the Indokafire website. In this study to design a user interface with the google design sprint model. To complete this research, it is divided into 3 stages, namely the initial stage, the development stage, and the final stage. The initial stage is the understand stage, which includes interviews with company owners and customers. Furthermore, benchmark data is made to compare the Indokafire website with other websites related to the sale of fire extinguishers. The diverge stage contains a record of any deficiencies on the website, after which an alternative design will be made. Furthermore, at the development stage, namely the decide stage, which is the stage to select one of the eight design alternatives that have been made. The chosen design alternative will be made a storyboard and continued at the next stage, namely the prototype stage. The last stage is the validate stage, the evaluation stage with the heuristic evaluation method. The results of the evaluation show that 20 respondents overall get a percentage of 100% agree and strongly agree with the new design.*

Keyword: *Website, User Interface, Heuristic Evaluation, Google Design Sprint.*

PT. Indoka Putra Mandiri merupakan sebuah perusahaan yang beralokasi di Surabaya, dan merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang industry manufaktur dan *retail* produk keselamatan kebakaran. Manufaktur alat pemadam yang diproduksi meliputi : *Hydrant Pillar* dan *Hydrant Box* lengkap dengan *accessories*-nya. Sebagai perusahaan *retail* diperlukan sarana untuk menunjang usaha tersebut agar semakin laku dan dikenal, salah satu nya adalah dengan promosi. Untuk saat ini sarana promosi yang dimiliki berupa *website*, *linkedin*, dan brosur. Akan tetapi PT. Indoka Putra Mandiri untuk sekarang ini lebih berfokus pada satu media sebagai sarana promosi yaitu *website*. PT. Indoka Putra Mandiri memilih *website* karena memiliki beberapa keunggulan diantara lain: biaya promosi lebih murah, jangkauan pasar lebih luas, dapat

diakses 24 jam, dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. *Website* PT. Indoka Putra Mandiri sendiri berdiri mulai tahun 2012 yang beralamatkan di www.Indokafire.com.

Dalam pengisian kuesioner pada 20 responden, yang berisi 7 indikator untuk menghasilkan data yang dibutuhkan peneliti. Pada indikator *visibility of system status* yang menunjukkan hasil 70% perolehan dari tidak setuju dan sangat tidak setuju untuk menu pada *website* mencakup semua kebutuhan informasi. Dalam indikator *match between system and the real world* yang menunjukkan hasil 60% perolehan dari tidak setuju untuk pernyataan yang digunakan pada *website* mudah dimengerti, dan hasil 75% perolehan dari tidak setuju dan sangat tidak setuju untuk adanya pilihan bahasa untuk menggunakan *website*. Dalam indikator *use*

control and freedom yang menunjukkan hasil 90% perolehan dari tidak setuju dan sangat tidak setuju untuk pernyataan menyediakan tombol *back* pada tampilan jika pengguna ingin kembali ke halaman sebelumnya atau membatalkan aksi, dan hasil 75% perolehan tidak setuju dan sangat tidak setuju untuk pernyataan ada tombol bantuan saat *system* tidak memproses apapun (misal: *error*). Dalam indikator *consistency and standars* yang menunjukkan hasil 55% perolehan dari tidak setuju untuk pernyataan standar penulisan sudah diikuti secara konsisten pada tiap-tiap halaman, dan hasil 70% perolehan dari tidak setuju dan sangat tidak setuju untuk pernyataan masing-masing skema desain pada setiap halaman sudah konsisten. Dalam indikator *recognition rather than recall* yang menunjukkan hasil 60% perolehan dari tidak setuju untuk pernyataan saya dapat mengingat kembali menu-menu dan tampilan halaman yang ada di aplikasi *website*. Dalam indikator *aesthetic and minimalist design* yang menunjukkan hasil 90% perolehan dari tidak setuju dan sangat tidak setuju untuk pernyataan seluruh warna pada *website* sudah konsisten, dan hasil 90% perolehan dari tidak setuju dan sangat tidak setuju untuk pernyataan sudah tepat dalam pemilihan warna pada *website*. Dalam indikator *help and documentation* yang menunjukkan hasil 65% perolehan tidak setuju untuk pernyataan adanya menu bantuan pada *website*, dan hasil 75% perolehan dari tidak setuju dan sangat tidak setuju untuk pernyataan saya dapat dengan mudah memberikan kritik dan saran dalam pengguna *website*.

Berdasarkan dari data tersebut penelitian ini bermaksud untuk memperbarui / me-redesain tampilan *user interface* pada *website* Indokafire. Untuk memperbarui tampilan *user interface* yang baru dapat dilakukan dengan beberapa tahapan. Pada tahap awal yaitu dengan cara mengevaluasi *website* Indokafire menggunakan metode *heuristic evaluation*. Selanjutnya pada tahap perancangan yaitu menggunakan model *google design sprint*.

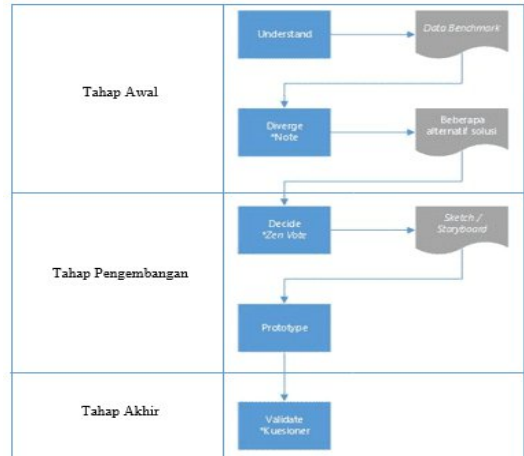
METODE

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis mengangkat penelitian sebelumnya sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian. Berikut merupakan penelitian terdahulu.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
(Pratama, 2018)	Analisis dan Perancangan <i>User Interface / User Experience</i> Dengan Metode <i>Google Design Sprint</i> dan A/B <i>Testing</i> Pada <i>Website</i> Startup QTaaruf	Ada final yang berfokus pada tampilan <i>website</i> yang dioperasikan dalam <i>device desktop</i>
(Firmansyah, 2018)	Perancangan <i>UI/UX</i> Pelayanan Otomasi Badan Perpustakaan Dan Kearsipan Jawa Timur Dengan Menggunakan Metode <i>Heuristic Webuse</i>	Rekomendasi rancangan <i>UI/UX</i> pelayanan otomasi pencarian koleksi perpustakaan untuk meningkatkan <i>usability</i> pelayanan otomasi pencarian koleksi perpustakaan
(Arum, 2018)	Pengembangan Desain <i>User Interface</i> Pada <i>Website Isoplus City Run</i>	Rekomendasi berupa desain <i>user interface</i> yang sesuai dengan kebutuhan pihak <i>isoplus city run</i> dalam menunjang kegiatan
(Saputra, 2018)	Perancangan Desain <i>User Interface/Use r Experience</i> Layanan	Rancangan <i>prototype</i> yang terdiri dari : - Skema

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	Informasi Kampus (LIK) Dengan Metode <i>Lean User Experience</i> (LEAN UX) Pada Universitas Dr. Soetomo	<p>warna yang digunakan di dominasi warna biru</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Font</i> Roboto karena <i>font</i> ini cukup populer digunakan pada tampilan <i>mobile</i> dan mudah diterapkan di berbagai elemen pada <i>prototype</i> sehingga terlihat jelas - Beberapa perbaikan dan tambahan fitur penting pada <i>prototype</i> yang konsisten dan disesuaikan dengan tampilan <i>mobile</i>



Gambar 1. 1 Metode Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Awal

Understand

Pada tahap ini dilakukan wawancara terhadap pemilik perusahaan dan *customer* untuk mengetahui kondisi saat ini atau permasalahan yang sedang dihadapi.

a. Wawancara

Point Pertanyaan	Pemilik Perusahaan	Kondisi saat ini	Customer
<i>Visibility of system status</i>	Setiap menu sudah memiliki isi yang sesuai, melainkan isi dari menu produk kurang lengkap, yaitu tidak adanya detail produk.	Sudah memiliki judul pada setiap menu dan halaman, akan tetapi ada informasi yang belum sesuai dengan kebutuhan yaitu informasi pada katalog produk yang tidak memiliki detail produk.	Sudah memiliki judul pada setiap menu dan halaman, akan tetapi <i>button search</i> tidak ada pada halaman katalog produk. Serta penempatan gambar yang kurang menarik.
<i>Match between system and the real world</i>	Nama pada setiap menu mudah dipahami dan beberapa istilah juga mudah untuk dipahami, namun tidak ada tombol <i>search</i> pada menu katalog	Nama dan bahasa pada menu <i>website</i> mudah dipahami, akan tetapi <i>button search</i> tidak ada pada halaman katalog produk.	<i>Web</i> ini kurang menyediakan konten terkait produk apa saja yang dijual
<i>Use control and freedom</i>	Saat ini konten yang ditampilkan pada produk belum lengkap, baik dari segi gambar maupun keterangan	Web ini kurang menyediakan konten terkait produk apa saja yang dijual	
<i>Consistency and standards</i>	Untuk saat ini isi dari tiap konten belum memiliki bentuk yang sesuai / masih belum konsisten pada tiap <i>page</i>	Setiap tampilan pada halaman web belum memiliki bentuk yang sesuai, tata letak setiap <i>page</i> juga tidak konsisten	
<i>Recognition rather than recall</i>	<i>Website</i> Indokafire sudah mudah untuk digunakan dan mudah untuk diingat, baik dari segi menu dan fungsi yang ada	Menu pada web ini sudah mudah diingat	
<i>Aesthetic and minimalist design</i>	Untuk saat ini warna pada web belum kontras dan tidak terstruktur dalam meletakkan konten, beserta penataan gambar yang kurang menarik	Pada tampilan web ini kurang kontras antara <i>header</i> , <i>background</i> dan <i>footer</i> . Dan penggunaan <i>font</i> yang tidak konsisten pada setiap halaman	
<i>Help and documentation</i>	Saat ini fasilitas untuk hubungi kami sudah ada pada web, akan tetapi fitur seperti <i>share</i> produk belum ada	Sudah ada fasilitas hubungi kami pada web ini melainkan ada fitur yang tidak ada pada <i>website</i> yaitu <i>share</i> produk	

Gambar 2. 1 Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pemilik perusahaan dan 6-7 orang *customer* yang datang ke perusahaan. Hasil dari wawancara dengan pemilik perusahaan dan *customer* dapat dilihat pada gambar 2.

fitur yang ada pada *website* Indokafire saat ini terdiri dari halaman utama, produk, profil perusahaan, news, hubungi kami, dan video pelatihan pemadam kebakaran. Selain itu *website* Indokafire bertindak sebagai media utama untuk promosi selain brosur katalog. *Website* Indokafire

Metode ini dipilih karna dapat mengevaluasi dan meredesain *website* Indokafire. *Google design sprint* memiliki tiga tahapan, yaitu:

sendiri belum pernah dilakukan evaluasi kepada pengguna sebelumnya.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut terdapat beberapa kekurangan yang terdapat pada *website* Indokafire, oleh sebab itu peneliti juga melakukan *benchmark* terhadap 7 (tujuh) *website* yang sejenis untuk mengetahui apakah *website* tersebut sudah menerapkan standar fitur untuk *website e-marketing* atau belum. Dalam merancang *interface e-marketing*, perusahaan menggunakan pedoman 7 elemen (7C). Meliputi:

7C	Fitur Website (E-marketing)
Context	
Fungsional	Menu Header, terdiri dari "Home", "Site Map", "Login", "Register", "Logout", "Cart", dan "Help/FAQ". Menu Utama User, terdiri dari "Home", "Event", "My Account", "History Pesanan", "Store Locations", "News Letter", "About Us", "Contact Us", "Testimonials", dan "Help/FAQ". Menu Utama Admin, terdiri dari "Home", "Event", "Store Locations", "Customer", "Pesanan", "Produk", "Diskon", "News Letter", "Rekening", "Contact Us", "Testimonials", "Tell Friend", dan "Help/FAQ". Menu Kategori Produk, terdiri dari "Baju", "Celana", "Rok", "Ikat Pinggang", "Tas", dan "Accessories". Menu Footer, terdiri dari "Home", "Store Locations", "About Us", "Contact Us", "Cara Belanja", "Cara Pembayaran", "Site Map", "Testimonials", dan "Help/FAQ".
Section Breakdown	
Linking Structure	Site Map.
Navigation Tools	Site Map, Help/FAQ.
Aesthetic / Estetika	Verdana, Arial, dan Sans-Serif.
Content	
Offering Mix	Menu Kategori Produk, terdiri dari "Baju", "Celana", "Rok", "Ikat Pinggang", "Tas", dan "Accessories".
Appeal Mix	Search produk, New Produk, New Discount.
Multimedia Mix	Teks, Gambar dan Animasi. Informasi untuk tiap level berbeda. Ada 3 level, yaitu : Guest, Customer dan Admin.
Content Type	Tell friend dan Testimonial.
Community	Register, My Account, Change Password, History Pesanan.
Customization	Tell friend, Contact Us, Facebook, Yahoo Pingbox.
Communication	Link untuk Bank, Yahoo Pingbox, dan Facebook.
Connection	
Commerce	Shopping Cart, History Pesanan.

Gambar 2. 2 Tujuh Elemen *Interface E-Marketing*

b. Data *Benchmark*

Menurut data *benchmark* terdapat beberapa kekurangan dalam *website*. Kekurangan tersebut akan di rekap menjadi satu pada gambar berikut :

No	Web	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7
1	PT. Indoka Putra Mandiri (indokafire.com)	-	-	-	-	-	-	-
2	PT. Amare Aqila Indonesia (amare.co.id)	+	+	-	-	+	+	-
3	PT. Bromindo Mekar Mitra (bromindo.com)	+	+	+	+	+	+	+
4	PT. Patigenj Mitra Sejati (patigenj.com)	+	+	-	-	+	+	-
5	UD. Raya Makmur Sentosa (alatpemadamapisurabaya.co.id)	+	+	+	-	-	-	-
6	PT. Berkah Mulia Tekno (berkahmuliatekno.com)	+	+	+	-	+	+	-
7	CV. Surya Artha Kencana (alatpemadamkebakaransurabaya.com)	+	+	+	-	+	+	-
8	PT. Global Mitra Proteksindo (alatpemadamapi.co.id)	+	+	+	-	+	+	-

Gambar 2. 3 Rekap Data *Benchmark*

Menurut data *benchmark* diatas terdapat beberapa kekurangan dalam *website*. Kekurangan tersebut akan di rekap menjadi satu pada gambar berikut ini:

Wawancara	7C	Kekurangan
- Setiap menu sudah memiliki isi yang sesuai melainkan isi dari menu pada katalog produk masih terdapat beberapa kekurangan, contohnya tidak ada detail produk	Context	- Tidak adanya detail produk pada menu katalog - Penggunaan font yang tidak konsisten pada setiap halaman - Kurang kontras antara header, background, dan footer.
- Pada tampilan <i>website</i> kurang kontras antara header, background dan footer. Dan penggunaan font yang tidak konsisten pada setiap halaman		
- Nama dan bahasa pada menu <i>website</i> mudah dipahami, akan tetapi button search tidak ada pada halaman katalog produk. Serta penempatan gambar yang kurang menarik	Content	- Tidak ada fitur search pada katalog produk - Tata letak gambar yang kurang menarik - Kurang lengkapnya konten gambar dan keterangan tentang produk
- Saat ini konten yang ditampilkan pada produk belum lengkap, baik dari segi gambar maupun keterangan		
-	Community Customization	-
- Saat ini fasilitas untuk hubungi kami sudah ada pada web, akan tetapi fitur seperti share produk belum ada	Communication	- Tidak ada fitur share produk
-	Connection Commerce	-
-		-

Gambar 2. 4 Rekap Hasil Wawancara dan Data *Benchmark*

Diverge

Pada tahap ini dilakukan pencatatan solusi untuk *website* kedepannya dengan menggunakan teknik *note*, yaitu dengan cara mencatat point-point penting untuk membenahi *website*. Pencatatan dilakukan dengan melihat gambar dari kekurangan pada *website* sebelumnya. Dari gambar tersebut dibuat alternatif solusi dari setiap permasalahan. Berikut adalah gambar tentang beberapa kekurangan pada *website* Indokafire beserta alternatif solusinya :

Kekurangan	Alternatif Solusi
- Tidak adanya detail produk pada menu katalog	- Menambahkan detail produk pada menu katalog produk
- Penggunaan font yang tidak konsisten pada setiap halaman	- Memperbaiki font agar lebih konsisten pada setiap halaman
- Kurang kontras antara header, background, dan footer	- Memperbaiki header, background, dan footer agar lebih kontras
- Tidak ada fitur search pada katalog produk	- Menambahkan fitur search pada halaman produk
- Tata letak gambar yang kurang menarik	- Memperbaiki tata letak gambar
- Kurang lengkapnya konten gambar dan keterangan tentang produk	- Melengkapi konten dengan menambahkan gambar dan keterangan pada halaman produk
- Tidak ada fitur share produk	- Menambahkan fitur share produk

Gambar 2.5 Kekurangan dan Website Indokafire

a. Solusi

Setelah dibuat beberapa kekurangan dan alternatif solusi pada gambar sebelumnya, maka pada tahap ini akan dilakukannya implementasi pada tiap solusi, yaitu :

No.	Solusi	Implementasi Pada Laman Website
1.	Menambahkan detail produk pada menu katalog	Halaman Product
2.	Memperbaiki font agar lebih konsisten pada setiap halaman	Halaman Home, Halaman About Us, Halaman Product, Halaman Contact Us
3.	Memperbaiki header, background, dan footer agar lebih kontras	Halaman Home, Halaman About Us, Halaman Product, Halaman Contact Us
4.	Menambahkan fitur search pada halaman produk	Halaman Product
5.	Memperbaiki tata letak gambar	Halaman Home, Halaman About Us, Halaman Product, Halaman Contact Us
6.	Melengkapi konten dengan menambahkan gambar dan keterangan pada halaman produk	Halaman Product
7.	Menambahkan fitur share produk	Halaman Product

Gambar 2. 6 Solusi dan Implementasi

b. Alternatif Desain

Pada tahapan ini digambarkannya beberapa sketch untuk alternatif desain, setiap halaman memiliki beberapa alternatif desain. Berikut beberapa alternatif desain:

No.	Halaman	Alternatif Desain	Lampiran
1.	Home	8	L3.1 – L3.8
2.	About	8	L3.9 – L3.16
3.	Product	8	L3.17 – L3.24
4.	Contact Us	8	L3.25 – L3.32

Gambar 2. 7 Alternatif Desain

Tahap Pengembangan Decide

Pada tahap ini akan dilakukan pemungutan suara untuk memilih layout yang akan diterapkan pada website Indokafire. Pemungutan suara dilakukannya menggunakan teknik zen vote. Alternatif desain yang terpilih akan dijadikan acuan untuk membuat storyboard.

a. Zen Vote

Halaman Home

Pada halaman home, alternatif desain yang terpilih dapat dilihat pada Gambar 2.8. Dalam Gambar 2.8 terlihat bahwa alternatif desain keempat halaman home yang terpilih karena mendapatkan point paling besar, yakni 3 checklist.

Pihak	Alternatif Desain							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Pemilik Perusahaan	-	-	-	1	-	-	1	-
Karyawan	1	-	-	2	-	-	1	1

Gambar 2. 8 Hasil *Zen Vote* Pada Halaman *Home*

Halaman *About*

Pada halaman *about*, alternatif desain yang terpilih dapat dilihat pada Gambar 2.9. Dalam Gambar 2.9 terlihat bahwa alternatif desain keenam halaman *about* yang terpilih karena mendapatkan *point* paling besar, yakni 3 *checklist*.

Pihak	Alternatif Desain							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Pemilik Perusahaan	1	-	-	-	-	1	-	-
Karyawan	-	1	1	-	-	2	-	1

Gambar 2. 9 Hasil *Zen Vote* Pada Halaman *About*

Halaman *Product*

Pada halaman *product*, alternatif desain yang terpilih dapat dilihat pada Gambar 2.10. Dalam Gambar 2.10 terlihat bahwa alternatif desain keenam halaman *product* yang terpilih karena mendapatkan *point* paling besar, yakni 3 *checklist*.

Pihak	Alternatif Desain							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Pemilik Perusahaan	-	-	1	-	-	1	-	-
Karyawan	1	1	-	-	-	2	1	-

Gambar 2. 10 Hasil *Zen Vote* Pada Halaman *Product*

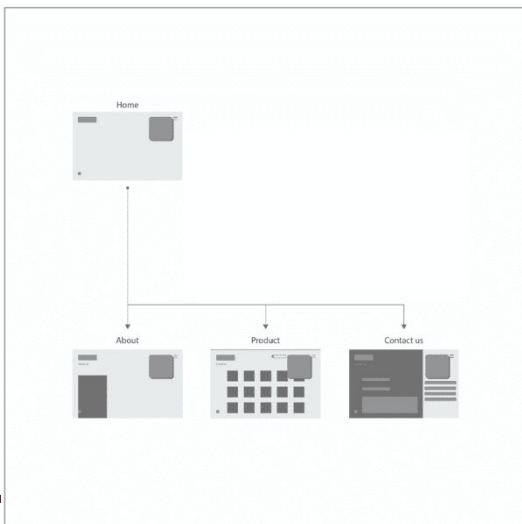
Halaman *Contact Us*

Pada halaman *contact us*, alternatif desain yang terpilih dapat dilihat pada Gambar 2.11. Dalam Gambar 2.11 terlihat bahwa alternatif desain keenam halaman *contact us* yang terpilih karena mendapatkan *point* paling besar, yakni 3 *checklist*.

Pihak	Alternatif Desain							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Pemilik Perusahaan	-	1	-	-	-	1	-	-
Karyawan	-	-	-	-	-	2	2	-

Gambar 2. 11 Hasil *Zen Vote* Pada Halaman *Contact Us*

b. *Storyboard*



Gambar 2. 12 *Storyboard*

1) Halaman *Home*

Pada bagian pojok kiri halaman home terdapat logo perusahaan, selanjutnya pada bagian pojok kiri bawah terdapat akun *social media* dari perusahaan yaitu Instagram dengan nama @ipm47. Dan pada bagian pojok kanan atas ada tombol navigasi yang bersimbolkan tiga garis berisi fitur-fitur yang ada pada *website*, yaitu halaman *About*, *Products*, dan *Contact Us*.

2) Halaman *About*

Pada halaman *about* terdapat penjelasan singkat tentang PT. Indoka Putra Mandiri. Mulai dari berdirinya perusahaan, nama pemilik perusahaan, dan sejarah singkat tentang perusahaan.

3) Halaman *Product*

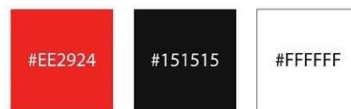
Pada halaman *product* terdapat 15 jenis produk, jika gambar di klik akan muncul halaman baru untuk detail dari produk tersebut.

4) Halaman *Contact Us*

Pada halaman ini terdapat alamat perusahaan, nomor telp, dan fax.

Prototype

Berdasarkan *storyboard* pada tahap sebelumnya maka menghasilkan *prototype website* Indokafire. *Prototype* dibuat dengan memiliki *color schemes* yang dapat dilihat pada Gambar 2.13.



Gambar 2. 13 *Color Scheme Prototype*

Color scheme berasal dari warna dasar *website* Indokafire yakni warna merah dengan *hexa color* #EE2924, warna hitam dengan *hexa color* #151515, dan warna putih dengan *hexa color* #FFFFFF. Tujuannya dipilihnya warna hitam sebagai warna utama karena mampu memberikan kesan percaya diri, elegan, ketegasan dan warna merah sebagai warna pelengkap karena mampu memberikan kesan yang berani dan kuat. Warna merah juga dapat menyimbolkan tentang pemadam kebakaran karena hal itu berkaitan dengan produk yang dijual oleh perusahaan.

Sedangkan untuk *font* yang digunakan pada *prototype* ada tiga jenis, yaitu "Palaquin

(*Bold*), *Open Sans (Regular)*, *DIN Alternate (Bold)*". Font ini dipilih karena mudah terbaca dalam segala elemen, seperti berada pada *navigation*, *button*, hingga *content*. Font juga terbagi menjadi beberapa macam *style* yakni *Extra-Light*, *Light*, *Regular*, *Medium*, *Semi-Bold*, *Bold* yang digunakan di beberapa kondisi sesuai dengan kebutuhan, dapat dilihat tampilan *style font* pada gambar berikut.



Gambar 2. 14 Font Palaquin (*Bold*)



Gambar 2. 15 Font Open Sans (*Regular*)



Gambar 2. 16 Font DIN Alternate (*Bold*)

1) Halaman *Home*

Pada hasil *prototype page home* terdapat tombol *navigasi* yang bersimbolkan tiga garis. Hampir semua halaman memiliki *navigasi* tersebut. Pada bagian kiri atas terdapat logo dari perusahaan dan pada bagian kanan atas terdapat *navigasi* berisi *about us*, *products*, *contact us*, *sign in*, dan *sign up*.



Gambar 2. 17 Halaman *Home*

Jika *user* mengklik tombol yang terdapat pada *navigasi*, tulisan tersebut akan berubah warna. Yang menunjukkan jika halaman tersebut akan di klik oleh *user*.

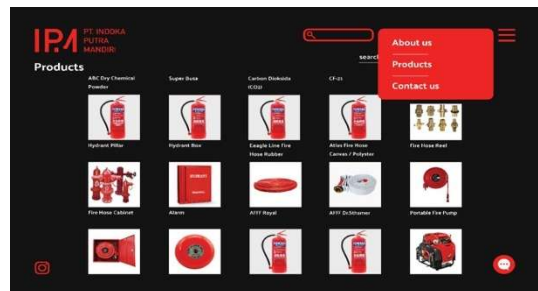
2) Halaman *About us*



Gambar 2. 18 Halaman *About us*

Pada halaman ini hanya menjelaskan secara singkat tentang sejarah dari perusahaan PT. Indoka Putra Mandiri, mulai dari awal berdirinya sampai dengan saat ini.

3) Halaman *Product*



Gambar 2. 19 Halaman *Product*

Pada halaman *product* menampilkan semua produk yang di jual oleh perusahaan. Ada beberapa produk yang serupa, yang membedakan hanya komposisi dari produk tersebut. Saat salah satu gambar di klik maka akan beralih pada

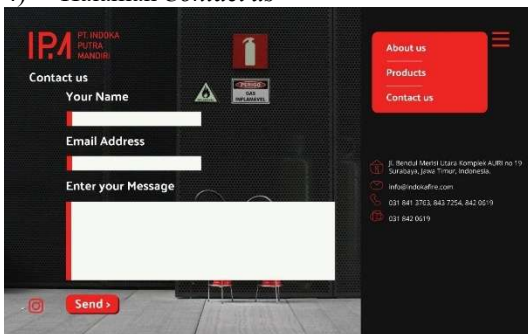
halaman lain, untuk menampilkan detail keterangan dari produk tersebut. Pada halaman ini juga tidak terdapat harga dari setiap produknya, agar para *customer* yang ingin membeli bisa langsung menghubungi pihak perusahaan untuk tawar-menawar harga. Karena harga dapat berubah mengikuti harga pasar.



Gambar 2. 20 Halaman *Detail Product*

Pada halaman detail produk ini menampilkan keterangan dan komposisi dari produk yang dijual, akan tetapi terdapat produk yang tidak ada komposisinya. Pada halaman ini juga terdapat fitur *share* produk, sebagai sarana mempromosikan produk yang *customer* lihat dan dapat membagikannya pada *customer* yang lain.

4) Halaman *Contact us*



Gambar 2. 21 Halaman *Contact us*

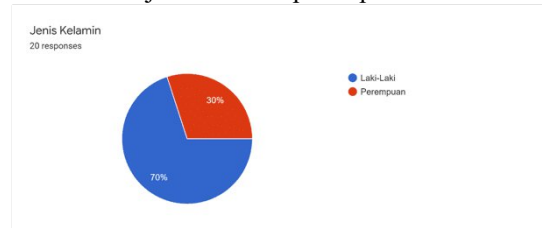
Pada halaman ini *user* dapat menghubungi pihak dari perusahaan yaitu berupa via *email* atau menghubungi langsung via telepon dengan nomor

yang tertera pada bagian kanan, dan bisa jika mau dating langsung ke kantor.

Tahap Akhir

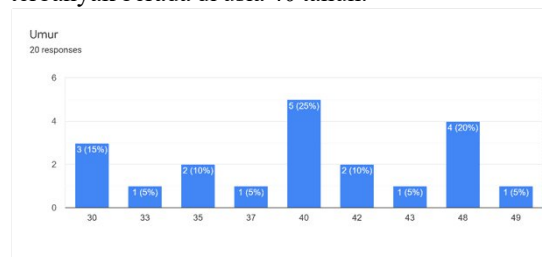
Validate

Validasi dilakukan kepada *customer* yang berusia diatas >30 tahun, sebanyak jumlah sampel sebesar 20 orang. Dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form* untuk membantu menilai *user interface* dari *prototype* yang divalidasi. Untuk memahami lebih dalam lagi karakteristik dari 20 sampel yang melakukan validasi terhadap *prototype* dapat dilihat pada Gambar 2.21. Berdasarkan sampel, *customer* berjenis kelamin laki-laki lebih banyak daripada *customer* berjenis kelamin perempuan.



Gambar 2. 22 Grafik Persentase Jenis Kelamin *Customer*

Selanjutnya untuk karakteristik usia *customer* dapat dilihat pada Gambar 2.23. Usia *customer* rata-rata >30 tahun keatas. Responden terbanyak berada di usia 40 tahun.



Gambar 2. 23 Histogram Usia *Customer*

Hasil dari kuesioner yang telah penulis lakukan dengan menggunakan *google form* sebagai medianya, dan ditabulasi kedalam tabel yang dapat dilihat pada Gambar 2.24.

Indikator	Skala			
	SS (%)	S (%)	TS (%)	STS (%)
Visibility of system status (H1)				
Setiap menu dan halaman memiliki judul yang sudah sesuai dengan isi halaman (H1.1)	45	55	0	0
Informasi yang ditampilkan pada setiap halaman sesuai kebutuhan informasi pengguna (H1.2)	60	40	0	0
Menu pada website mencakup semua kebutuhan informasi (H1.3)	45	55	0	0
Match between system and the real world (H2)				
Nama pada menu website mudah dipahami oleh pengguna (H2.1)	45	55	0	0
Bahasa yang digunakan pada website mudah dimengerti (H2.2)	75	25	0	0
Istilah yang digunakan pada website mudah dimengerti (H2.3)	70	30	0	0
Adanya pilihan bahasa untuk menggunakan website (H2.4)	65	35	0	0
Symbol/ikon yang digunakan pada website mudah dimengerti fungsi dan tujuannya (H2.5)	75	25	0	0
User control and freedom (H3)				
Menyediakan tombol back pada tampilan jika pengguna ingin kembali kehalaman sebelumnya atau membatalkan aksi (H3.1)	35	65	0	0
Ada tombol bantuan saat system tidak memproses apapun (misal: error) (H3.2)	80	20	0	0
Jumlah konten atau informasi yang ditampilkan mempengaruhi penggunaan dalam mengakses website (H3.3)	85	15	0	0
Consistency and standards (H4)				
Tampilan website pada setiap halaman memiliki bentuk dan isi yang sesuai (H4.1)	80	20	0	0
Judul pada katalog ditampilkan dengan konsisten (H4.2)	65	35	0	0
Standar penulisan sudah diikuti secara konsisten pada tiap-tiap halaman (H4.3)	75	25	0	0
Masing-masing symbol/ikon pada setiap halaman sudah konsisten (H4.4)	70	30	0	0
Masing-masing skema desain pada setiap halaman sudah konsisten (H4.5)	75	25	0	0
Error Prevention (H5)				
Adanya koneksi saat internet terputus (H5.1)	75	25	0	0
Recognition rather than recall (H6)				
Saya dapat mengingat kembali menu – menu dan tampilan halaman yang ada di aplikasi website (H6.1)	65	35	0	0
Saat saya melihat website ini kembali, saya dapat dengan mudah mengenali tampilan, menu, dan fungsi yang ada pada website (H6.2)	75	25	0	0
Flexibility and efficiency of use (H7)				
Menu dan informasi dikelompokkan dengan baik (H7.1)	75	25	0	0
Dapat mengakses fitur dengan cepat (H7.2)	80	20	0	0

Indikator	Skala			
	SS (%)	S (%)	TS (%)	STS (%)
Waktu respon pada website sudah sesuai dengan yang diharapkan (H7.3)	90	10	0	0
Aesthetic and minimalist design (H8)				
Semua informasi yang ditampilkan pada detail katalog merupakan hal yang penting (H8.1)	80	20	0	0
Seluruh warna pada website sudah konsisten (H8.2)	70	30	0	0
Tata letak menu sudah dikenal (<i>familiar</i>) dan mudah diakses oleh pengguna (H8.3)	60	40	0	0
Sudah tepat dalam pemilihan font type pada website (H8.4)	80	20	0	0
Sudah tepat dalam pemilihan font size pada website (H8.5)	65	35	0	0
Sudah tepat dalam pemilihan warna pada website (H8.6)	90	10	0	0
Help user recognize, diagnose, and recover from errors (H9)				
Pengguna dapat mengenali kesalahannya yang terjadi, berdasarkan informasi yang diberikan (H9.1)	65	35	0	0
Pengguna dapat kembali ke kondisi yang benar dari kesalahan yang terjadi, melalui informasi yang diberikan (H9.2)	80	20	0	0
Help and documentation (H10)				
Adanya fasilitas hubungi kami pada website (H10.1)	75	25	0	0
Adanya menu bantuan pada website (H10.2)	65	35	0	0
Saya dapat dengan mudah memberikan kritik dan saran dalam penggunaan website (XH0.3)	75	25	0	0

Gambar 2. 24 Hasil Kuesioner

Berdasarkan tabel 4.12 hasil validasi berdasarkan penyebaran kuesioner kepada 20 responden, diperoleh bahwa keseluruhan responden menjawab setuju dan sangat setuju yang artinya redesign dengan model *google design sprint* sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pada indikator *visibility of system status* pada kuesioner awal memperoleh hasil 70% yang menjawab tidak setuju pada variabel H1.3, setelah di desain ulang menjadi 100% yang menjawab setuju dan sangat setuju. Indikator *match between system and the real world* pada

kuesioner awal memperoleh hasil 60% & 100% yang menjawab tidak setuju pada variabel H2.3 dan H2.4, setelah di desain ulang menjadi 100% yang menjawab setuju dan sangat setuju. Indikator *use control and freedom* memperoleh hasil 90% & 75% yang menjawab tidak setuju pada variabel H3.1 dan H3.2, setelah di desain ulang menjadi 100% yang menjawab setuju dan sangat setuju. Indikator *consistency and standards* memperoleh hasil 55% & 70% yang menjawab tidak setuju pada variabel H4.3 dan H4.5, setelah di desain ulang menjadi 100% yang menjawab setuju dan sangat setuju. Indikator *recognition rather than recall* memperoleh hasil 60% yang menjawab tidak setuju pada variabel H6.1, setelah di desain ulang menjadi 100% yang menjawab setuju dan sangat setuju. Indikator *aesthetic and minimalist design* memperoleh hasil 90% yang menjawab tidak setuju pada variabel H8.2 dan H8.6, setelah di desain ulang menjadi 100% yang menjawab setuju dan sangat setuju. Indikator *help and documentation* memperoleh hasil 65% & 75% yang menjawab tidak setuju pada variabel H10.2 dan H10.3, setelah di desain ulang menjadi 100% yang menjawab setuju dan sangat setuju.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari analisis dan perancangan *user interface* pada website Indokafire dengan metode *Heuristic Evaluation* yang telah dilakukan dalam penelitian ini menghasilkan rancangan *prototype* yang terdiri dari:

1. Indikator *visibility of system status* pada kuesioner awal memperoleh hasil 70% yang menjawab tidak setuju pada variabel H1.3, setelah di desain ulang menjadi 100% yang menjawab setuju dan sangat setuju.
2. Indikator *match between system and the real world* pada kuesioner awal memperoleh hasil 60% & 100% yang menjawab tidak setuju pada variabel H2.3 dan H2.4, setelah di desain ulang menjadi 100% yang menjawab setuju dan sangat setuju.
3. Indikator *use control and freedom* memperoleh hasil 90% & 75% yang menjawab tidak setuju pada variabel H3.1 dan H3.2, setelah di desain ulang menjadi 100% yang menjawab setuju dan sangat setuju.
4. Indikator *consistency and standards* memperoleh hasil 55% & 70% yang menjawab tidak setuju pada variabel H4.3

- dan H4.5, setelah di desain ulang menjadi 100% yang menjawab setuju dan sangat setuju.
5. Indikator *recognition rather than recall* memperoleh hasil 60% yang menjawab tidak setuju pada variabel H6.1, setelah di desain ulang menjadi 100% yang menjawab setuju dan sangat setuju.
 6. Indikator *aesthetic and minimalist design* memperoleh hasil 90% yang menjawab tidak setuju pada variabel H8.2 dan H8.6, setelah di desain ulang menjadi 100% yang menjawab setuju dan sangat setuju.
 7. Indikator *help and documentation* memperoleh hasil 65% & 75% yang menjawab tidak setuju pada variabel H10.2 dan H10.3, setelah di desain ulang menjadi 100% yang menjawab setuju dan sangat setuju.

RUJUKAN

- Arum. (2018). Pengembangan Desain User Interface Pada Website Isoplus City Run. *Arum. 2018*, 1-146.
- Firmansyah, H. P. (2018). *Perancangan UI/UX Pelayanan Otomasi Badan Perpustakaan dan Kearsipan Jawa Timur Dengan Menggunakan Metode Heuristik Webuse*.
- Pratama. (2018). Analisis dan Perancangan User Interface/User Experience Dengan Metode Google Design Sprint dan A/B Testing Pada Website Startup QTaaruf. *Pratama, 2018*, 1-289.
- Saputra. (2018). Perancangan Desain User Interface/User Experience Layanan Informasi Kampus (LIK) Dengan Metode Lean User Experience (LEAN UX) Pada Universitas Dr.Soetomo. *Saputra, 2018*, 1-144.