

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1 *User Interface*

User interface adalah bagian dari sistem yang bertugas sebagai penghubung antara pengguna dan sistem yang memfasilitasi pengguna untuk berinteraksi dengan sistem secara efisien, (Deshmukh, 2018). Tujuan dari *user interface* adalah untuk menciptakan interaksi antara sistem dengan pengguna sesederhana dan juga seefisien mungkin.

User interface membutuhkan kemampuan desain grafis untuk mendukung kegunaan suatu aplikasi, dan proses desain harus seimbang antara fungsi teknis dan elemen visual. *User interface* yang baik adalah *user interface* yang mampu memberikan penyelesaian pekerjaan dengan mudah dan tidak membuat pengguna merasa kesusahan, (Septuaginta et al., 2020). Apabila pengguna merasa *user interface* yang dibuat tidak menarik, sulit dimengerti, merasa bosan, maka bisa berakibat kegagalan pada suatu aplikasi, (Susilo et al., 2018).

User interface mempunyai peran yang penting dalam membuat suatu sistem informasi, selain aspek estetika yang tampak secara visual, *user interface* juga harus bisa menyampaikan fungsinya, beberapa elemen yang termasuk dalam *user interface* antara lain adalah *window*, *icon*, *menu*, dan *pointer*, (Rianingtyas & Wardani, 2019).

2.2 *User Experience*

User Experience (UX) adalah seluruh aspek yang berfokus dengan pengalaman seorang pengguna dalam menggunakan sebuah produk, seberapa mudah pengguna memahami cara kerja sebuah produk, bagaimana perasaan pengguna saat menggunakan produk, dan bagaimana cara pengguna mencapai tujuannya di dalam penggunaan produk tersebut, (Razi et al., 2018).

User experience berfokus pada preferensi, persepsi, emosi, tanggapan fisik dan psikologi pengguna yang terjadi sebelumnya, selama dan setelah menggunakan suatu produk, (Tristiaratri et al., 2017). *User experience* yang baik adalah dimana produk yang sedang dilihat ataupun dipakai membuat perasaan pengguna nyaman dan pengguna ingin menggunakan lagi produk tersebut.

User experience yang baik akan membantu pengguna bekerja lebih cepat, meningkatkan efisiensi dan produktivitas pengguna dan mengurangi kesalahan pengguna dalam penggunaan produk, (Nadaa Aniesiyah et al., 2018).

Untuk mendapatkan *user experience* yang baik, maka sebuah produk harus memiliki kesesuaian antara fitur produk dengan kebutuhan pengguna. Hal ini yang kemudian menentukan produk tersebut berharga atau bernilai. Berikutnya, jika produk mudah ditemukan dan mudah digunakan saat pertama kali, maka produk tersebut dapat membuat perasaan pengguna senang saat menggunakannya. Dan hal terakhir, produk haruslah mudah digunakan untuk menyelesaikan atau melakukan hal-hal yang diinginkan oleh pengguna, (Munthe et al., 2018).

2.3 Usability Testing (UT)

Usability testing adalah metode pengujian produk untuk mencari tahu kekurangan pada sebuah produk yang melibatkan langsung dengan pengguna. Tujuan dari *usability testing* adalah untuk menghilangkan masalah desain produk supaya meningkatkan *user experience* yang lebih baik dari sebelumnya, (Tristiaratri et al., 2017).

Dalam *usability testing* dapat dilakukan dengan cara wawancara atau menggunakan kuesioner. Wawancara dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden, dan pertanyaan tersebut dimulai dari pertanyaan dasar sampai pertanyaan detail yang mengacu pada produk yang sedang dirancang.

Tabel 2. 1 Daftar Pertanyaan Wawancara

No	Pertanyaan
1	Berapakah umur anda?
2	Apa pekerjaan anda?
3	Pernahkah menggunakan aplikasi <i>marketplace</i> sebelumnya?
4	Jika pernah, anda menggunakan aplikasi <i>marketplace</i> apa?
5	Aplikasi tersebut anda pakai karena apa?
6	Apakah prosedur dalam penjualan <i>marketplace</i> tersebut sudah baik?
7	Jika tidak, menurut anda harus seperti apa?
8	Apakah ada kesulitan dalam memakai aplikasi tersebut?

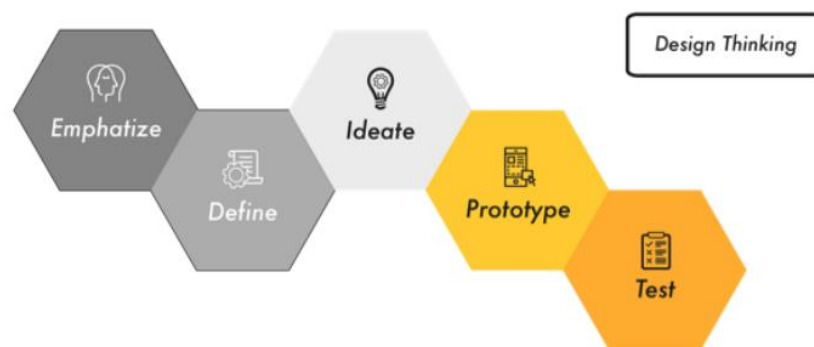
9	Jika ada kesulitan, kendala apa yang pernah anda rasakan?
---	---

Menurut (Hadi et al., 2018), manfaat dari *usability testing* adalah sebagai berikut:

1. Lebih objektif dan valid daripada pendapat sendiri.
2. Membandingkan tingkat *usability* dari dua produk atau lebih.
3. Mengetahui permasalahan yang ada.
4. Memberi gambaran penggunaan produk.

2.4 *Design Thinking*

Design thinking adalah metode untuk memahami pengguna dan mengkaji ulang permasalahan yang ada untuk mencari strategi alternatif dan mendapatkan solusi yang terbaik, (Azmi et al., 2019). Keunggulan metode *design thinking* ini adalah memacu untuk mendapatkan suatu ide-ide yang inovatif dan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari pengguna, (Wibowo & Setiaji, 2020). Ditunjukkan pada Gambar 2. 1.



Gambar 2. 1 Diagram tahapan dalam metode *design thinking* (Razi et al., 2018)

Terdapat 5 tahapan dalam metode *design thinking*, yaitu:

1. *Empathize* (berempati)

Tahap ini dapat dilakukan dengan cara wawancara ataupun observasi kehidupan pengguna yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman atau permasalahan yang lebih valid.

2. *Define* (mendefinisikan)

Setelah mendapatkan pemahaman atau permasalahan yang valid, langkah selanjutnya adalah memahami dan menetapkan berbagai permasalahan yang telah diperoleh untuk menjadi perhatian utama agar diselesaikan dengan baik, (Razi et al., 2018).

3. *Ideate* (menggali ide)

Setelah menetapkan permasalahan-permasalahan yang dihadapi pengguna, selanjutnya adalah proses menyelesaikan masalah melalui ide atau gagasan sebagai landasan dan membuat desain solusi yang akan dibuat.

4. *Prototype*

Setelah membuat desain solusi, langkah selanjutnya adalah mengimplementasikan ide yang sudah didapat menjadi sebuah produk uji coba atau aplikasi jadi.

5. *Test* (menguji)

Setelah membuat produk uji coba, selanjutnya adalah menguji untuk memastikan apakah produk uji coba ini sudah sesuai dan mudah digunakan oleh pengguna, (Vinet & Zhedanov, 2011). Dalam pengujian ini kita akan mendapatkan *feedback* berupa hal yang positif maupun negatif yang memungkinkan desain produk tersebut mengalami perubahan dan penyempurnaan agar memenuhi kebutuhan pengguna.