

**PERANCANGAN *WEBSITE* UNTUK TOKO
DJ COLLECTION DENGAN MEMPERHATIKAN
*USABILITY FACTORS***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Natasya Hana

NPM : 2013610058



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2017**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Natasya Hana
NPM : 2013610058
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : PERANCANGAN *WEBSITE* UNTUK TOKO DJ COLLECTION
DENGAN MEMPERHATIKAN *USABILITY FACTORS*

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Juli 2017

Ketua Jurusan Teknik Industri

(Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., M.I.M)

Pembimbing

(Dr. Johanna Hariandja, S.T., M.Sc., PDEng)



Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan



Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Natasya Hana

NPM : 2013610058

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“PERANCANGAN *WEBSITE* UNTUK TOKO DJ COLLECTION DENGAN MEMPERHATIKAN *USABILITY FACTORS*”

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung,

Natasya Hana
2013610058

ABSTRAK

Di era pesatnya perkembangan teknologi ini, *e-commerce* merupakan salah satu aspek yang penting dalam mendukung transaksi perdagangan. Salah satu bentuk *e-commerce* yang umum digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah *website online* yang menjual produk *fashion* wanita. Menurut survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2014, komoditas terbesar (71,6%) yang dibeli dari belanja *online* adalah busana. Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada pemilik Toko DJ Collection yang menjual busana batik khusus wanita, diperoleh informasi bahwa terdapat kebutuhan pembuatan *website* untuk Toko DJ Collection.

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan yang diperoleh dari hasil wawancara ke-10 orang responden, diperoleh daftar kebutuhan perancangan *website* yang *usable* sebanyak 28 buah. Selanjutnya dilakukan studi literatur untuk mendukung proses perancangan *website* Toko DJ Collection yang menghasilkan 40 buah daftar kebutuhan. Berdasarkan daftar kebutuhan dari kedua sumber tersebut, selanjutnya akan dirancang konsep desain yang akan digunakan untuk pembuatan *website* Toko DJ Collection.

Website Toko DJ Collection yang telah selesai dibuat selanjutnya akan dinilai tingkat *usability*-nya dengan menggunakan metode *usability testing*. 11 orang responden akan diwawancarai untuk proses evaluasi ini. Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, diperoleh informasi bahwa hasil evaluasi konsep desain *website* Toko DJ Collection dinilai cukup baik dengan nilai *efficiency* 78%, *effectiveness* 77% dan *learnability* 87%.

ABSTRACT

In this globalization era, technology has been developed rapidly especially e-commerce aspect. E-commerce is one of the most important aspects in supporting trade system. Online website is a part of e-commerce which is used by most of women in Indonesia to shop some clothes. According to survey conducted by Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia in 2014, the biggest commodity (71.6%) which are bought from online website is clothing products. Based on the interview to the owner of DJ Collection who sells batik clothing for women, concluded that there is a need to make a online website.

Based on the result of the interview for 10 people, obtained that there are 28 list of need statement to construct an usable website. Besides, 40 list of need statements obtained from literature study. Based on that need statements from the respondents and literature study, design concept will be made and used for website DJ Collection.

DJ Collection website will be tested by using usability testing method. 11 respondents will be interviewed due to evaluation process. Based on the results, concluded that DJ Collection Website is quite good and have a good score with 78% efficiency, 77% effectiveness and 87% learnability.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi dengan judul “Perancangan *Website* untuk Toko DJ Collection dengan Memperhatikan *Usability Factors*”. Laporan ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri di Universitas Katolik Parahyangan. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang turut serta membantu penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini, yaitu:

1. Ibu Dr. Johanna Renny Octavia Hariandja, S.T., M.Sc., PDEng. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan serta saran yang berguna dalam penulisan laporan skripsi ini.
2. Ibu Dian Yuliasuti selaku pemilik Toko DJ Collection serta seluruh karyawan yang telah memberikan kesempatan sehingga penulis dapat mengolah informasi yang diperlukan dalam penulisan laporan skripsi ini.
3. Ibu Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. dan Ibu Kristiana Asih Damayanti, S.T., M.T. selaku dosen penguji proposal yang telah memberikan masukan dan arahan dalam proses pembuatan laporan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., M.I.M. selaku koordinator skripsi dan Ketua Program Studi Teknik Industri yang telah mengarahkan penulis dalam mengerjakan laporan skripsi ini.
5. Orang tua penulis yang selalu mendoakan, mendukung, memotivasi, dan memberi semangat selama proses penulisan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan dalam belajar dan bermain: Trifena Gunawan, Monica Febe, Floretta Meilianty, Dwi Sonyaruri, Nadya, Rickson Indra, Adrian Hartanto, dan Fransiskus Arnold yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam proses penulisan laporan skripsi ini.
7. Teman-teman yang memberikan dukungan dari tempat lain: Timothea Agnes, Evelyn Irawati, Melissa Stephanie, Ines Christy, dan Silviani

Kirana yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam proses penulisan laporan skripsi ini.

8. Rekan-rekan Asisten Praktikum Perancangan Produk 2016/2017: Vishnu, Samatha, Karin, Felicia, Cynthia, Farrel, Stella, Sevira, dan Eveline yang telah memberikan dukungan selama proses penulisan laporan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman TI angkatan 2013 dan teman-teman kelas A yang telah memberikan masukan, saran, semangat dan dukungan dalam proses penulisan skripsi ini.

Penulis berterima kasih kepada pihak-pihak yang disebutkan diatas. Tanpa dukungan, semangat dan doa yang diberikan, penulis tidak dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan baik. Penulis berharap agar laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membacanya.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	I-1
I.1 Latar Belakang.....	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	I-4
I.3 Pembatasan Masalah	I-9
I.4 Tujuan Penelitian	I-9
I.5 Manfaat Penelitian	I-9
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-10
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	II-1
II.1 Pengertian dan Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i>	II-1
II.2 <i>Website Design</i>	II-1
II.3 Desain Interaksi	II-2
II.4 <i>Usability Factors</i> dan <i>Usability Criteria</i>	II-2
II.5 <i>Website Usability</i>	II-4
II.6 Pedoman Perancangan <i>Website</i> yang Efektif.....	II-5
II.7 Pedoman Perancangan <i>Website</i> yang <i>Usable</i>	II-9
II.7.1 Proses Desain dan Evaluasi	II-10
II.7.2 Optimisasi <i>User Experience</i>	II-10
II.7.3 Aksesibilitas	II-11
II.7.4 <i>Homepage</i>	II-12
II.7.5 <i>Page Layout</i>	II-13
II.7.6 Navigasi.....	II-15
II.7.7 <i>Scrolling</i> dan <i>Paging</i>	II-16

II.7.8	<i>Heading, Titles, dan Labels</i>	II-16
II.7.9	Penampilan Tulisan	II-17
II.7.10	Grafis, Gambar, dan Multimedia	II-18
II.8	Identifikasi Kebutuhan	II-18
II.9	<i>Usability Testing</i>	II-20
BAB III	DESAIN	III-1
III.1	Identifikasi Kebutuhan	III-1
III.1.1	Identifikasi Kebutuhan Konsumen.....	III-1
III.1.2	Identifikasi Kebutuhan Berdasarkan Studi Literatur.....	III-7
III.1.3	Identifikasi Kebutuhan Berdasarkan Suara Konsumen dan Studi Literatur	II-9
III.2	Perancangan Konsep Desain	III-12
III.2.1	Contoh Tampilan Aplikasi yang Digunakan untuk Panduan Perancangan Fitur <i>Custom Made</i>	III-14
III.2.2	Perancangan Konsep Desain untuk Konsep 1	III-18
III.2.3	Perancangan Konsep Desain untuk Konsep 2	III-27
III.2.4	Perancangan Konsep Desain Terpilih.....	III-35
III.3	Perancangan <i>Website</i>	III-47
III.4	Evaluasi Tampilan <i>Website</i>	III-61
III.4.1	Perancangan <i>Task List</i>	III-63
III.4.2	Evaluasi Aspek <i>Efficiency</i>	III-64
III.4.3	Evaluasi Aspek <i>Effectiveness</i>	III-65
III.4.4	Evaluasi Aspek <i>Learnability</i>	III-67
III.4.5	Evaluasi Secara Kualitatif	III-69
III.4.6	Evaluasi Secara Keseluruhan	III-73
III.4.7	Usulan Perbaikan	III-77
BAB IV	ANALISIS.....	IV-1
IV.1	Identifikasi Kebutuhan.....	IV-1
IV.2	Perancangan Konsep Desain.....	IV-2
IV.3	Perancangan <i>Website</i>	IV-5
IV.4	Evaluasi Tampilan <i>Website</i>	IV-5
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	V-1
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran	V-2

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel III.1	Daftar Pertanyaan	III-1
Tabel III.2	Biodata Responden	III-2
Tabel III.3	Contoh Interpretasi Kebutuhan Responden	III-3
Tabel III.4	Daftar Kebutuhan	III-4
Tabel III.5	Daftar Kebutuhan dari Studi Literatur	III-7
Tabel III.6	Daftar Kebutuhan dari Studi Literatur dan Konsumen	III-9
Tabel III.7	Pemenuhan Kebutuhan untuk Konsep 1 dan Konsep 2	III-35
Tabel III.8	Perbedaan dan Pemilihan Konsep	III-38
Tabel III.9	Penyesuaian Konsep Desain untuk Perancangan <i>Website</i>	III-48
Tabel III.10	Biodata Responden Evaluasi	III-61
Tabel III.11	Parameter Faktor <i>Usability</i> untuk Evaluasi Tampilan <i>Website</i>	III-62
Tabel III.12	<i>Task List</i> dan Skenario Pengguna Toko DJ Collection	III-63
Tabel III.13	Nilai Penyesuaian dan Waktu Referensi	III-64
Tabel III.14	Rekapitulasi Waktu Pengerjaan <i>Task</i> dan Penilaian <i>Efficiency</i>	III-65
Tabel III.15	Rekapitulasi Jumlah <i>Error</i> Responden	III-66
Tabel III.16	Rekapitulasi Tingkat Keberhasilan Responden	III-67
Tabel III.17	Rekapitulasi Jumlah Pertanyaan yang Diajukan Responden	III-68
Tabel III.18	Keterangan Jenis Pertanyaan	III-68
Tabel III.19	Rekapitulasi Jenis Pertanyaan yang Diajukan Responden	III-69
Tabel III.20	Jenis <i>Error</i>	III-70
Tabel III.21	Rekapitulasi <i>Error</i> Responden	III-70
Tabel III.22	Rekapitulasi Komentar dari Responden	III-71
Tabel III.23	Data SUS <i>Score</i> Responden	III-73
Tabel III.24	Nilai SUS <i>Score</i> Responden	III-74
Tabel III.25	Rekapitulasi Hasil <i>Effectiveness</i> , <i>Efficiency</i> , dan <i>Learnability</i>	III-74
Tabel III.26	<i>Usability Problem</i> dan Alasan	III-75
Tabel III.27	<i>Usability Problem</i> dan Usulan Perbaikan	III-76

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Klasifikasi Produk yang Dibeli Secara <i>Online</i> pada Tahun 2015..	I-2
Gambar I.2	Penggolongan UMKM.....	I-4
Gambar I.3	Contoh Produk 1 di Toko DJ Collection.....	I-5
Gambar I.4	Contoh Produk 2 di Toko DJ Collection.....	I-6
Gambar I.5	Metodologi Penelitian	I-12
Gambar II.1	Contoh Tampilan Halaman yang Kusut.....	II-13
Gambar II.2	SUS Score.....	II-24
Gambar II.3	Penilaian SUS Score.....	II-24
Gambar III.1	Perbandingan Jenis Pekerjaan Responden	III-2
Gambar III.2	Identifikasi Kebutuhan	III-4
Gambar III.3	<i>Website</i> yang Digunakan Sebagai <i>Benchmark</i>	III-7
Gambar III.4	Tampilan Aplikasi Kostoom 1: (a) Pemilihan Jenis Pakaian (b) Penentuan Kuantitas Pakaian dan Estimasi Harga	III-15
Gambar III.5	Tampilan Aplikasi Kostoom 2: (a) <i>Upload</i> Desain Pakaian dan (b) Tampilan <i>Input</i> Jumlah per Ukuran Pakaian.....	III-16
Gambar III.6	Tampilan Aplikasi Kostoom 3: (a) <i>Input</i> Ukuran Pakaian dan (b) Pemilihan Aksesoris	III-17
Gambar III.7	Tampilan Aplikasi Kostoom 4: (a) Rangkuman Order dan (b) Menu Keranjang	III-18
Gambar III.8	Tampilan <i>Home</i> Konsep 1	III-19
Gambar III.9	Tampilan <i>Menu Filter</i> dan <i>New Arrival</i> Konsep 1	III-19
Gambar III.10	Tampilan Produk Kategori Pakaian saat Dibuka oleh Pengguna Konsep 1	III-20
Gambar III.11	Tampilan Produk Kategori Bahan untuk <i>Custom Made</i> Konsep 1	III-21
Gambar III.12	Tampilan Produk Kategori Model untuk <i>Custom Made</i> Konsep 1	III-21
Gambar III.13	Tampilan <i>Input</i> Ukuran untuk <i>Custom Made</i> Konsep 1	III-22
Gambar III.14	Tampilan Cek Detail Pesanan untuk <i>Custom Made</i>	III-22
Gambar III.15	Tampilan Produk Kategori Bahan saat Dibuka oleh	

Pengguna Konsep 1	III-23
Gambar III.16 Tampilan Tentang Kami Konsep 1	III-23
Gambar III.17 Tampilan Keranjang Belanja Konsep 1	III-24
Gambar III.18 Tampilan Pembayaran dan Pengiriman Konsep 1	III-24
Gambar III.19 Tampilan Masuk ke Akun Saya Konsep 1	III-25
Gambar III.20 Tampilan Buat Akun Konsep 1	III-25
Gambar III.21 Tampilan Konfirmasi Transfer Konsep 1	III-26
Gambar III.22 Tampilan FAQ Konsep 1	III-26
Gambar III.23 Tampilan Cara Memesan Baju Konsep 1.....	III-27
Gambar III.24 Tampilan <i>Home</i> dan <i>Filter</i> Konsep 2	III-28
Gambar III.25 Tampilan <i>Menu</i> Pakaian Saat Dibuka oleh Pengguna Konsep 2	III-28
Gambar III.26 Tampilan Ukuran Produk Konsep 2.....	III-29
Gambar III.27 Tampilan Produk Kategori Bahan Konsep 2	III-29
Gambar III.28 Tampilan Pilih Jenis Bahan untuk Fitur <i>Custom Made</i> Konsep 2	III-30
Gambar III.29 Tampilan Pemilihan Model Baju untuk <i>Custom Made</i> Konsep 2	III-31
Gambar III.30 <i>Input</i> Ukuran dan <i>Review Order Custom Made</i> Konsep 2.....	III-31
Gambar III.31 Tampilan Tentang Kami Konsep 2	III-32
Gambar III.32 Tampilan Keranjang Belanja Konsep 2	III-32
Gambar III.33 Tampilan Akun Saya Konsep 2	III-33
Gambar III.34 Tampilan Pembayaran dan Pengiriman Konsep 2	III-33
Gambar III.35 Tampilan Metode Pilihan Pembayaran Konsep 2	III-34
Gambar III.36 Tampilan FAQ Konsep 2	III-34
Gambar III.37 Tampilan Cara Order Konsep 2.....	III-35
Gambar III.38 Tampilan <i>Home</i> Konsep Terpilih	III-39
Gambar III.39 Tampilan Produk Kategori Pakaian saat Dibuka oleh Pengguna Konsep Terpilih	III-40
Gambar III.40 Tabel Ukuran Konsep Produk Terpilih	III-40
Gambar III.41 Tampilan Produk Kategori Bahan Konsep Terpilih	III-41
Gambar III.42 Tampilan Pemilihan Bahan untuk <i>Menu Custom Made</i> Konsep Terpilih	III-42
Gambar III.43 Tampilan Pemilihan Model Baju untuk <i>Menu Custome Made</i>	

Konsep Terpilih	III-43
Gambar III.44 <i>Input Ukuran dan Review Order Custom Made</i> Konsep Terpilih	III-43
Gambar III.45 Tampilan Tentang Kami Konsep Terpilih	III-44
Gambar III.46 Tampilan Keranjang Belanja untuk Konsep Terpilih	III-44
Gambar III.47 Tampilan Masuk ke Akun Saya Konsep Terpilih	III-45
Gambar III.48 Tampilan Akun Saya Sebagai Pengunjung	III-45
Gambar III.49 Tampilan Pilihan Metode Pengiriman	III-46
Gambar III.50 Tampilan Metode Pembayaran	III-46
Gambar III.51 Tampilan FAQ Konsep Terpilih	III-47
Gambar III.52 Tampilan Cara Memesan Baju Konsep Terpilih	III-47
Gambar III.53 Tampilan 1 <i>Home Website</i>	III-49
Gambar III.54 Tampilan 2 <i>Home Website</i>	III-50
Gambar III.55 Tampilan 3 <i>Home Website</i>	III-50
Gambar III.56 Tampilan <i>My Account Log In</i> dan Registrasi	III-50
Gambar III.57 Tampilan <i>My Account</i> Pengisian Biodata	III-51
Gambar III.58 Tampilan Foto Produk dan <i>Menu Filter 1</i>	III-51
Gambar III.59 Tampilan Foto Produk dan <i>Menu Filter 2</i>	III-52
Gambar III.60 Tampilan Detail Produk	III-52
Gambar III.61 Tampilan <i>Menu Custom Made 1</i>	III-53
Gambar III.62 Keterangan Harga Jenis Pakaian yang Dipesan	III-53
Gambar III.63 Tampilan <i>Menu Custom Made 1</i>	III-54
Gambar III.64 Tampilan <i>Menu Custom Made 2</i>	III-54
Gambar III.65 Tampilan Keranjang Belanja	III-55
Gambar III.66 Tampilan Pengisian Biodata dan Konfirmasi Pembayaran 1	III-56
Gambar III.67 Tampilan Pengisian Biodata dan Konfirmasi Pembayaran 2	III-56
Gambar III.68 Detail Pemesanan 1	III-57
Gambar III.69 Detail Pemesanan 2	III-57
Gambar III.70 Tampilan <i>Menu Contact Us</i>	III-58
Gambar III.71 Tampilan <i>Menu Lacak Pesanan</i>	III-59
Gambar III.72 Langkah Pemesanan <i>Custom Made</i>	III-59
Gambar III.73 Langkah Pemesanan Pakaian Jadi	III-60
Gambar III.74 Tampilan FAQ	III-60
Gambar III.75 Grafik Responden untuk Evaluasi <i>Website</i> Toko DJ	

Collection.....	III-62
Gambar III.76 Usulan Tampilan <i>My Account</i>	III-77
Gambar III.77 Usulan Tampilan <i>Check Box “I’ve read & accept the terms and conditions”</i>	III-78
Gambar III.78 Usulan Tampilan <i>Menu Custom Made</i>	III-78
Gambar III.79 Usulan Peletakkan Tombol <i>Upload Foto</i>	III-79
Gambar III.80 Usulan Tampilan <i>Shopping Cart</i>	III-79
Gambar III.81 Usulan Tampilan <i>Menu Search</i>	III-79
Gambar III.82 Usulan Tampilan Acuan Ukuran Badan	III-80

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A IDENTIFIKASI KEBUTUHAN KONSUMEN	A-1
LAMPIRAN B SKETSA GAMBAR KONSEP 1.....	B-1
LAMPIRAN C SKETSA GAMBAR KONSEP 2.....	C-1
LAMPIRAN D SKETSA GAMBAR KONSEP TERPILIH	D-1
LAMPIRAN E TAMPILAN SELURUH <i>MENU WEBSITE</i> DJ COLLECTION	E-1

BAB I

PENDAHULUAN

Teknologi informasi, khususnya di bidang *e-commerce* merupakan aspek yang penting untuk membantu manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Bab ini akan membahas mengenai permasalahan yang terjadi pada sebuah toko melalui latar belakang dan identifikasi masalah. Berdasarkan hal tersebut, selanjutnya akan dilakukan perumusan masalah.

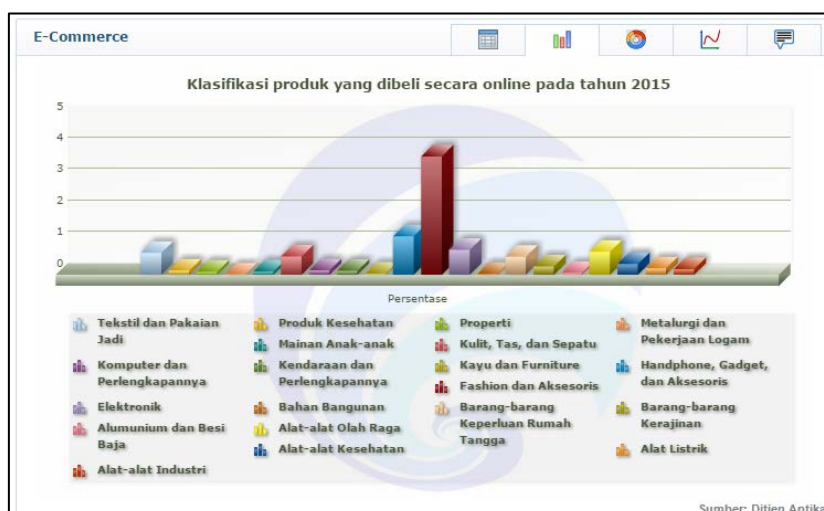
I.1 Latar Belakang

Teknologi informasi merupakan salah satu aspek yang penting di era modern ini. Dengan memanfaatkan teknologi tersebut, informasi dapat disebarkan dengan cepat ke seluruh dunia. Menurut Haag dan Keen (1996), teknologi informasi merupakan sekumpulan alat yang digunakan untuk membantu pekerjaan manusia dengan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi. Menurut Raymond, Croteau, dan Bergeron (2011), teknologi informasi pada masa ini berperan penting untuk meningkatkan kinerja dan kemampuan perusahaan dalam mengikuti perubahan kebutuhan pasar secara efektif.

Internet merupakan salah satu bentuk teknologi informasi yang seiring digunakan oleh banyak orang untuk mencari informasi. Seiring dengan perkembangan jaman, jumlah pengguna internet semakin meningkat dari tahun ke tahun. Menurut survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2014, pengguna internet di Indonesia mencapai 88 juta orang (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2015), mayoritas pengguna internet berdomisili di wilayah urban dan berusia 18-25 tahun. Dalam survei ini juga disebutkan bahwa pengguna internet berprofesi sebagai pekerja/wiraswasta, mahasiswa, dan ibu rumah tangga. Mereka memanfaatkan internet untuk aktivitas perdagangan dan jasa. Survei tersebut juga menginformasikan bahwa komoditas terbesar (71,6%) yang dibeli dari belanja online adalah busana.

Website merupakan salah satu bentuk dari teknologi informasi yang umum digunakan masyarakat saat ini. Menurut *Oxford Dictionary*, *website* adalah sebuah lokasi yang terhubung dengan internet yang memuat informasi. *Website* digunakan oleh berbagai kalangan untuk menyebarkan informasi, melakukan bisnis secara daring, dan sebagai identitas dari sebuah lembaga atau perusahaan. *Website* sudah menjadi kebutuhan manusia di era globalisasi ini. Semua orang mengakses internet dan *website* untuk mencari informasi dengan alasan praktis dan cepat.

Sebelum ditemukannya internet, pedagang melakukan kegiatan jual beli dengan bertatap muka langsung dengan calon pembeli. Namun, seiring dengan perkembangan jaman, orang-orang mulai beralih berjualan dengan menggunakan media internet sebagai tempat berjualan. Hal tersebut disebabkan oleh tingginya mobilitas masyarakat di area urban, menghemat waktu, biaya, dan praktis. Selain itu, pedagang juga dapat memasarkan produknya ke seluruh Indonesia tanpa mengeluarkan biaya yang besar. Menurut Widiartanto (2016), 132,7 juta orang Indonesia terhubung ke internet dengan komposisi 67,2 juta orang atau 50,7% mengakses melalui perangkat genggam dan komputer, 63,1 juta orang atau 47,6% mengakses dari *smartphone*, dan 2,2 juta orang atau 1,7% mengakses hanya dari komputer. Berdasarkan data hasil survei tersebut, disimpulkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia mengakses internet dengan menggunakan perangkat genggam atau *handphone* dan komputer.



Gambar I.1 Klasifikasi Produk yang Dibeli Secara *Online* pada Tahun 2015
(Sumber: http://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=430&iddoc=1457&data-data_page=2)

Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika RI yang dapat dilihat pada Gambar I.1, klasifikasi produk yang paling banyak dibeli secara *online* pada tahun 2015 adalah *fashion* dan aksesoris. Berdasarkan hal tersebut, disimpulkan bahwa kategori produk yang paling diminati konsumen adalah *fashion* dan aksesoris.

Menurut Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (2015), UKM digolongkan menjadi tiga jenis yaitu, usaha mikro (jumlah karyawan 10 orang), usaha kecil (jumlah karyawan 30 orang), dan usaha menengah (jumlah karyawan hingga 300 orang). Selain itu, penggolongan UKM dapat dilihat berdasarkan jumlah aset dan omzet yang dapat dilihat pada Gambar I.2. Menurut Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (2015), bisnis UKM perlu dikembangkan untuk meningkatkan stabilitas ekonomi makro dan memperkuat fondasi perekonomian nasional. Hal ini disebabkan UKM mampu menyerap tenaga kerja baru, tidak bergantung pada impor, dan memiliki potensi untuk ekspor sehingga akan membantu menstabilkan kurs rupiah dan tingkat inflasi. Selain itu, UKM masih mengandalkan cara sederhana melalui pemasaran dari mulut ke mulut dan belum menjadikan jaringan internet sebagai media pemasaran.

Toko DJ Collection yang tergolong sebagai bisnis UKM terletak di Pertokoan Sunan Giri, Rawamangun, Jakarta Timur. Toko DJ Collection menjual pakaian jadi untuk wanita. Saat ini pemilik Toko DJ Collection ingin melakukan ekspansi usaha dengan memperkenalkan produknya ke media internet dalam bentuk *website* untuk menjaring konsumen baru. Pemilik toko ingin melakukan ekspansi bisnis melalui media internet karena pengguna internet di Indonesia semakin banyak setiap tahunnya dan tingginya permintaan pasar akan kebutuhan produk *fashion* khususnya pakaian jadi untuk wanita.

Menurut artikel yang dimuat pada surat kabar Kompas (Koran Kompas 8 Desember, 2016, h.17), metode pemesanan secara daring dinilai lebih efektif dan efisien. Selain itu, artikel lain dari surat kabar Kompas (Koran Kompas 8 November, 2016, h.18) menyatakan bahwa terobosan pemasaran media digital membuat usaha mikro, kecil dan menengah mampu menembus pasar dunia. Hal tersebut disebabkan rantai distribusi produk yang semakin pendek sehingga harga jual bisa ditekan dan meningkatkan daya saing.

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset	Omset
Usaha Mikro	Maksimal Rp 50 juta	Maksimal Rp 300 juta
Usaha Kecil	> Rp50 juta – Rp500 juta	>Rp300 juta –Rp2,5 miliar
Usaha Menengah	>Rp500 juta – Rp10 miliar	>Rp2,5 miliar– Rp50 miliar
Usaha Besar	>Rp10 miliar	>Rp50 miliar

Gambar I.2 Penggolongan UKM

(Sumber:

<http://www.bi.go.id/id/UKM/penelitian/nasional/kajian/Documents/Profil%20Bisnis%20UKM.pdf>)

Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008, UKM digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omzet yang dimiliki oleh sebuah usaha. Berdasarkan Gambar 2, Toko DJ Collection tergolong dalam kategori usaha mikro karena omzet per bulannya kurang lebih 20-25 juta per bulan. Dengan demikian, Toko DJ Collection dikategorikan sebagai UKM.

Dalam merancang sebuah *website*, perlu diperhatikan desain tampilan agar pengguna mudah mempelajari dan menggunakan *website* dengan nyaman. Menurut Preece et al. (2002), desain *website* harus dirancang sedemikian rupa agar pengguna dapat mengakses *website* secara efektif, efisien, nyaman, dan mudah digunakan di kemudian hari. Perancangan *website* harus dibuat sedemikian rupa agar pengguna dapat menggunakan *website* tanpa mengalami kebingungan.

Berdasarkan hal-hal yang telah disebutkan mengenai tingginya pengguna internet di Indonesia, komoditas *fashion* sebagai produk yang paling banyak dibeli masyarakat, dan pengembangan UKM melalui media internet, maka diperlukan penelitian untuk memenuhi keinginan Toko DJ Collection. Penelitian yang dilakukan adalah merancang tampilan *website* Toko DJ Collection yang memperhatikan *usability factors* agar kebutuhan pengguna dapat dipenuhi.

I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Saat ini perdagangan elektronik (*e-commerce*) yang memasarkan produk di internet merupakan hal yang umum dilakukan. Seiring dengan perkembangan jaman, tren berbelanja secara *online* semakin meningkat dari tahun ke tahun. Menurut data statistik yang diperoleh dari lembaga survei Nielsen (Lubis, 2014), konsumen menggunakan sarana *online* dan semakin

mencari media *online* untuk meneliti dan membeli produk dan jasa yang mereka butuhkan dan inginkan.

Seiring dengan perkembangan jaman dan padatnya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat di kota-kota besar Indonesia, belanja *online* menjadi solusi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Masyarakat ingin berbelanja secara *online* dengan alasan menghemat waktu, tidak perlu keluar rumah, barang langsung diantar ke rumah, dapat membandingkan produk sejenis, dan mendapatkan harga yang lebih murah.

Toko DJ Collection merupakan toko yang bergerak dibidang *fashion* wanita yang menjual pakaian jadi dan pakaian yang dapat dibuat secara kustomisasi untuk ukuran, model, dan jenis kain yang diinginkan konsumen. Mayoritas produknya dijual ke perempuan berusia 35 tahun keatas. Hal tersebut dikarenakan pengunjung Toko DJ Collection mayoritas merupakan wanita karir. Saat ini pemilik toko memiliki keinginan untuk melakukan ekspansi bisnis dengan menjual produknya ke media internet melalui *website*. Pemilik toko ingin menjual produknya di internet untuk menjaring konsumen baru, menambah omset penjualan dan memasarkan produknya untuk wanita berusia 20-30 tahun yang gemar memakai batik.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan ke pemilik toko, diperoleh informasi bahwa pelanggan Toko DJ Collection mencapai 100 orang, jumlah pakaian yang dijual diperkirakan sebanyak 10 buah setiap harinya dan memiliki omset kurang lebih 1 juta perhari. Gambar I.3 dan Gambar I.4 adalah contoh produk yang dijual di Toko DJ Collection.



Gambar I.3 Contoh Produk 1 di Toko DJ Collection



Gambar I.4 Contoh Produk 2 di Toko DJ Collection

Pemilik toko memiliki keinginan untuk melakukan ekspansi bisnis untuk memasarkan produknya untuk menjangkau konsumen baru khususnya wanita dewasa muda yang berusia 20-28 tahun. Selama ini produk yang ditujukan untuk wanita dewasa muda kurang laku di Toko DJ Collection karena pengunjung Toko DJ Collection mayoritas berusia 35 tahun ke atas. Maka dari itu, pemilik toko ingin memasarkan produk khusus wanita dewasa muda melalui media internet

agar produknya dapat terjual di pasar. Bentuk ekspansi bisnis yang diinginkan oleh pemilik Toko DJ Collection adalah dengan membuat toko *online* di internet.

Pemilik toko mengungkapkan bahwa beliau ingin membuat *website* untuk menjual produknya di internet. Namun, beliau mengeluhkan tidak memiliki kemampuan untuk merancang tampilan *website* yang menarik dan nyaman untuk digunakan. Pemilik toko ingin membuat *website* Toko DJ Collection dan memasarkan produknya di internet. Pemilik toko menuturkan alasan ingin mendirikan *website* sendiri karena lebih eksklusif dan bisa berkomunikasi dengan konsumen secara langsung. Toko DJ Collection umumnya menjual pakaian jadi wanita dengan rentang harga Rp 250.000 hingga Rp 1.500.000. Pemilik toko enggan memasarkan produknya di *website* toko *online* besar seperti tokopedia atau bukalapak karena produk yang dijual di *website* tersebut memiliki harga yang jauh lebih murah dibanding produk Toko DJ Collection, sehingga pemilik toko khawatir produk tidak laku dan tidak sesuai dengan pangsa pasar di toko *online* besar.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan ke pemilik Toko DJ Collection, diperoleh informasi bahwa beliau membutuhkan tampilan desain *website* yang memiliki arahan dan tampilan yang jelas agar pengguna dapat menggunakan *website* dengan baik dan memiliki fitur *custom made* atau pemesanan pakaian sesuai desain dan ukuran yang ditentukan oleh konsumen. *Custom made* merupakan ciri khas dari Toko DJ Collection sehingga pemilik menginginkan fitur tersebut ditampilkan di *website*. Fitur *custom made* ini tidak dapat dipenuhi jika pemilik toko memasarkan produknya di toko *online* massal seperti tokopedia atau zalora. Sehingga pembuatan *website* merupakan pilihan utama untuk memasarkan produk Toko DJ Collection di internet. Pemilik toko menganjurkan perancang untuk melihat tampilan muka dari aplikasi kostoom. Menurut beliau, aplikasi kostoom sudah cukup menggambarkan tahap-tahap pemesanan *custom made* yang benar. Selain itu, beliau juga menginginkan fitur filter atau pengelompokan produk berdasarkan harga dan usia konsumen.

Selanjutnya dilakukan wawancara ke 8 orang responden wanita yang berusia 20-60 tahun, sering menggunakan *website* untuk berbelanja, berprofesi sebagai pelajar, ibu rumah tangga dan pekerja kantoran. Survei dilakukan untuk wanita berusia 20-60 tahun karena produk akan dijual untuk wanita berusia 20-60 tahun. Berdasarkan hasil wawancara terhadap kedelapan responden

tersebut, diperoleh informasi bahwa mereka membutuhkan *website* yang memiliki tampilan yang sederhana, mudah dimengerti dan digunakan, serta memiliki fitur yang lengkap. Fitur yang dimaksud adalah metode pembayaran dan pengiriman yang bervariasi, instruksi pembayaran yang jelas, serta terdapat pengelompokan atau filter produk berdasarkan harga, jenis produk, dan penggolongan usia. Selain itu responden juga menginginkan deskripsi produk yang lengkap, meliputi warna, ketersediaan barang, dan ukuran produk. Kebutuhan tersebut diutarakan oleh pengguna *website* karena tidak semua *website* menyediakan fitur-fitur yang lengkap. Hal tersebut menyulitkan konsumen dalam proses bertransaksi. Misalnya, metode pembayaran yang hanya menyediakan 1 jenis bank, sedangkan tidak semua konsumen memiliki rekening di bank tersebut.

Responden menginformasikan bahwa mereka akan membeli pakaian jika *website* mencantumkan informasi yang lengkap tentang produk yang dijual dan terdapat fitur yang memperlihatkan produk dari sisi depan dan samping. Selain itu, responden berani membeli produk di internet apabila sudah pernah mengunjungi toko fisik dari *website* yang dikunjungi. Responden cenderung lebih berani membeli produk di internet meskipun mereka belum pernah mengunjungi toko fisik dari *website* yang dikunjungi.

Menurut Prayoga dan Sensuse (2010), banyak *website* yang mengecewakan pengguna yang mengaksesnya dikarenakan pengguna tidak dapat menemukan informasi yang ingin didapatnya pada *website* tersebut. Berdasarkan hal tersebut, *website* itu akan ditinggalkan oleh banyak penggunanya. Dengan merancang *website* yang memperhatikan aspek *usability*, pengguna akan mendapatkan informasi yang tepat dan menyelesaikan tugas yang diinginkan secara efektif. Menurut Jamalludin (2016), *usability* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam sebuah *website* yang ditelitinya, yang berarti semakin baik tingkat *usability* suatu *website* semakin meningkat kepuasan pengguna.

Berdasarkan wawancara oleh pemilik toko dan pengguna *website* yang sering berbelanja online, *Website* yang dibuat untuk Toko DJ Collection akan dirancang dengan memperhatikan *usability factors* dan melakukan *benchmarking* ke toko sejenis. Dalam merancang *website* yang baik, harus diperhatikan faktor *usability*. Menurut Preece et al. (2002), faktor *usability* adalah aspek-aspek yang harus terdapat dalam sebuah proses desain. Faktor-faktor tersebut meliputi

rancangan nyaman untuk digunakan, efektif, dan menyediakan pengalaman yang menyenangkan bagi penggunanya.

Setelah melakukan perancangan *website*, akan dilakukan evaluasi dengan menggunakan *usability testing*. Hal tersebut digunakan untuk mengetahui apakah *website* yang dirancang sudah memenuhi aspek *usability*. Berdasarkan identifikasi masalah diatas, diperoleh rumusan masalah yaitu:

1. Kebutuhan apa saja yang perlu dipenuhi untuk rancangan *website* Toko DJ Collection dengan memperhatikan *usability factors*?
2. Bagaimana konsep rancangan *website* Toko DJ Collection dengan memperhatikan *usability factors*?
3. Bagaimana rancangan *website* Toko DJ Collection dengan memperhatikan *usability factors*?
4. Bagaimana hasil evaluasi rancangan *website* Toko DJ Collection dengan memperhatikan *usability factors*?

I.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah akan dilakukan pada penelitian ini. Hal tersebut bertujuan agar penelitian dilakukan secara terfokus dari masalah yang diteliti. Berikut adalah pembatasan masalah yang telah ditentukan.

1. *Usability* yang diperhatikan adalah *efficiency*, *effectiveness*, dan *learnability*.
2. Penelitian tidak memperhitungkan biaya.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, berikut tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Mengidentifikasi kebutuhan konsumen untuk rancangan *website* Toko DJ Collection dengan memperhatikan *usability factors*.
2. Merancang konsep desain *website* Toko DJ Collection dengan memperhatikan *usability factors*.
3. Membuat *website* Toko DJ Collection dengan memperhatikan *usability factors*.
4. Mengevaluasi konsep desain *website* Toko DJ Collection dengan memperhatikan *usability factors*.

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat untuk pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini yaitu, mengetahui rancangan *website* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, mengetahui kebutuhan konsumen dalam merancang sebuah *website*, dapat menghasilkan rancangan *website* yang memerhatikan *usability factors*, dan penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam penelitian serupa. Selain itu, pembaca dapat mengetahui bagaimana mengidentifikasi kebutuhan pengguna dalam merancang proses desain, dan mengetahui proses perancangan *website* yang memerhatikan *usability factors*.

I.6 Metodologi Penelitian

Metode Penelitian yang dilakukan terdiri dari beberapa tahapan. *Flowchart* tahapan penelitian dapat dilihat pada Gambar I.5. Berikut penjabaran dari masing-masing metode yang digunakan dalam penelitian.

1. Penentuan Topik Penelitian
Penentuan topik merupakan tahap pertama yang dilakukan pada penelitian ini. Topik yang dibahas dalam penelitian ini adalah perancangan *website* untuk Toko DJ Collection dengan memperhatikan *usability factors*.
2. Identifikasi dan Perumusan Masalah
Identifikasi masalah diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik Toko DJ Collection yang menyatakan bahwa beliau membutuhkan sebuah *website* untuk memasarkan produknya di internet. Selanjutnya akan dilakukan studi pustaka untuk mengetahui tahap-tahap yang harus dilakukan dalam merancang sebuah *website*.
3. Studi Literatur
Studi literatur dilakukan dengan membaca dan mempelajari teori-teori yang akan digunakan dalam penelitian ini. Studi literatur digunakan untuk memperoleh informasi yang tepat berkaitan dengan proses perancangan desain *website*. Teori yang diperoleh dari studi pustaka berupa pengertian desain interaksi, *usability factors*, proses desain

interaksi, identifikasi kebutuhan, perancangan konsep desain, perancangan *website*, dan evaluasi hasil tampilan *website*.

4. Penentuan Batasan Masalah

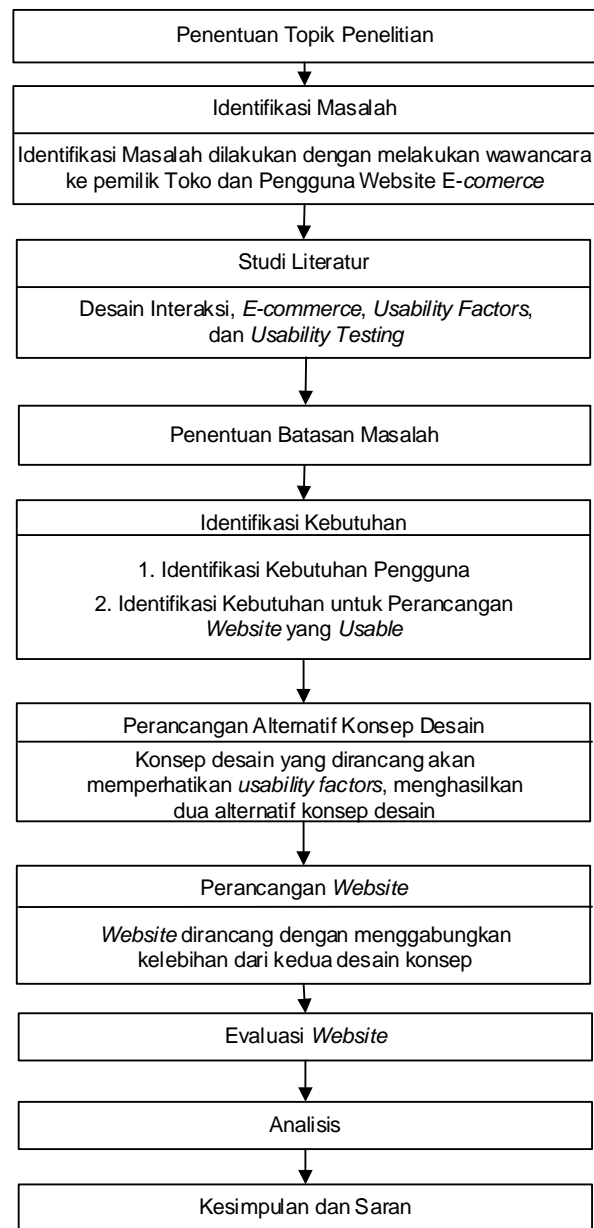
Batasan penelitian dilakukan dengan tujuan penelitian dilakukan secara terfokus pada permasalahan dan tidak menyimpang dari topik. Selain itu asumsi penelitian dilakukan untuk mewakili keadaan yang sebenarnya.

5. Identifikasi Kebutuhan Pengguna

Identifikasi kebutuhan pengguna dilakukan dengan cara mewawancarai pengguna. Pengguna terdiri dari pemilik Toko DJ Collection, pelanggan Toko DJ Collection, dan orang yang sering melakukan transaksi berbelanja secara *online*. Selanjutnya, dari hasil wawancara tersebut akan diinterpretasikan menjadi daftar kebutuhan pengguna.

6. Perancangan Konsep Desain

Perancangan konsep desain dilakukan berdasarkan hasil interpretasi identifikasi kebutuhan yang telah dilakukan sebelumnya. Perancangan konsep dilakukan dengan melakukan studi pustaka terlebih dahulu. Perancangan konsep desain akan memperhatikan *usability factors*. Konsep desain akan dibuat menjadi dua alternatif, dan pemilik *website* akan menilai konsep tersebut. Kelebihan dari masing-masing konsep akan digabungkan dan digunakan untuk perancangan *website*.



Gambar I.5 Metodologi Penelitian

7. Perancangan Website

Berdasarkan penilaian dari kedua konsep desain dari tahapan sebelumnya, selanjutnya akan dibuat perancangan website dengan memperhatikan identifikasi kebutuhan dan *usability factors*. Setelah itu, website akan digunakan oleh pengguna untuk melihat apakah konsep yang dirancang sudah memenuhi keinginan pengguna dan memenuhi aspek *usability*.

8. Evaluasi Tampilan Website

Evaluasi akan dilakukan setelah pengguna menggunakan *website* yang telah dibuat. Pengguna akan memberikan kritik dan saran setelah menggunakan *website*. Kritik dan saran yang diterima akan digunakan untuk memperbaiki konsep desain yang telah dibuat.

9. Analisis

Analisis akan dilakukan terhadap hasil identifikasi kebutuhan, proses penelitian, rancangan konsep desain, perancangan *website* dan hasil evaluasi *website*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah kebutuhan pengguna untuk tampilan *website* untuk Toko DJ Collection sudah terpenuhi.

10. Kesimpulan dan Saran

Tahap kesimpulan dan saran merupakan tahap terakhir dalam penelitian yang dilakukan. Selain itu, saran akan diberikan untuk pengembangan lebih lanjut mengenai tampilan *website* Toko DJ Collection.

I.7 Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini akan dibagi ke dalam lima bab. Berikut adalah sistematika penulisan yang dilakukan.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menjabarkan latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, metodologi penulisan, dan sistematika penulisan. Latar belakang masalah dan identifikasi masalah menjadi dasar perumusan masalah. Setelah itu akan ditentukan batasan masalah dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menjabarkan tinjauan pustaka yang dilakukan untuk mencari informasi tentang perancangan *website* yang *usable*. Tinjauan pustaka dilakukan dengan mempelajari buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan topik penelitian. Teori-teori tersebut selanjutnya akan digunakan untuk perancangan desain *website* yang akan dilakukan pada bab selanjutnya. Selain itu, teori-teori tersebut juga akan digunakan sebagai pedoman untuk mengevaluasi hasil desain yang telah dirancang.

BAB III DESAIN

Bab ini akan menjabarkan proses-proses desain yang dilakukan berdasarkan identifikasi kebutuhan konsumen dan teori dari studi literatur. Berdasarkan identifikasi kebutuhan tersebut akan dilakukan perancangan *website* Toko DJ Collection dan evaluasi hasil perancangan *website*.

BAB IV ANALISIS

Bab ini akan menjelaskan analisis dari identifikasi kebutuhan konsumen yang diperoleh dari hasil wawancara, proses desain yang dilakukan, perancangan *website*, evaluasi hasil perancangan yang dilakukan, hasil *usability problem* dan usulan untuk *website* Toko Dj Collection. Selain itu akan dijabarkan alasan penggunaan metode dan pemilihan konsep desain yang dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menjabarkan kesimpulan yang berupa jawaban dari rumusan masalah. Selain itu akan diberikan saran untuk pemilik toko untuk penelitian selanjutnya.