

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mengingat berkembangnya zaman dengan sangat pesat, Sekarang ini manusia tidak bisa lepas dari keberadaan teknologi. Pengaruh ini membawa perubahan yang sangat signifikan di dalam proses kehidupan manusia di mana dampak dari perubahan tersebut dapat bersifat positif dan dapat juga bersifat negatif. Salah satu dampak positif yang dapat diterima oleh pengguna adalah dengan adanya akses *internet* yang semakin mudah dan murah, maka aktivitas kehidupan sehari-hari mulai dari teknologi informasi, telekomunikasi, transportasi dan lain-lain pun menjadi semakin mudah. Tidak berhenti disitu saja, keberadaan teknologi juga sangat membantu berbagai hal dalam kehidupan, seperti membantu memperbaiki ekonomi, memudahkan mendapatkan informasi atau berita, menambah ilmu pengetahuan, memberikan hiburan secara praktis, mempercepat proses pemasaran, serta membantu mempermudah salah satu kebutuhan pokok manusia, yaitu pangan dalam meningkatkan kualitas produksi[1].

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mempengaruhi gaya hidup yang semakin mencolok. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya kebiasaan masyarakat dalam berbelanja di mana berbelanja menjadi kebutuhan primer bagi sebagian besar masyarakat. Dahulu jika konsumen ingin berbelanja konsumen harus pergi ke toko konvensional, namun dengan berkembangnya teknologi konsumen dapat langsung membeli barang yang diinginkan secara *online* menggunakan laptop atau ponsel pintar yang dimiliki. Banyak masyarakat yang lebih memilih berbelanja secara *online* dengan alasan lebih menghemat waktu, pencarian lebih mudah serta harga yang bersaing. Hal ini juga tentunya dipengaruhi oleh tingkat kesibukan orang-orang yang tidak sempat untuk pergi ke toko konvensional[1]. Menyadari meningkatnya kebiasaan masyarakat dalam berbelanja, maka mulailah berkembang situs-situs belanja *online* atau *E-Commerce* di mana masyarakat dimungkinkan untuk memesan produk yang diinginkan dengan menggunakan layanan berupa *website* maupun aplikasi. Saat melakukan proses pemesanan, pembeli akan menemukan produk yang ditawarkan dari penjual yang berbeda, sehingga dapat membandingkan produk dan

harga yang ditawarkan tanpa harus mengunjungi toko konvensional dari satu tempat ke tempat yang lain. Setiap produk juga diberikan informasi spesifik mengenai produk sehingga ketika sudah yakin, pengguna dapat segera menekan tombol beli dan segera melakukan proses pembayaran dengan metode pembayaran yang tersedia. Pembeli juga dimungkinkan untuk berkomunikasi dengan penjual melalui fitur chat yang disediakan oleh *marketplace* serta dapat sekaligus memantau keberadaan pesanan.

Dari banyaknya situs web belanja *online* yang sekarang bermunculan, menurut data yang diambil dari <https://iprice.co.id/trend/insights/report-peta-persaingan-e-commerce-q3-2021/> pada kuartal 3 tahun 2021, situs web jual-beli dengan peringkat kedua berdasarkan pengikut terbanyak adalah Tokopedia yaitu dengan total pengikut sebanyak 4 juta di mana situs web tersebut juga termasuk dalam sepuluh besar *website e-commerce* terpopuler di Indonesia. Tokopedia merupakan sebuah *marketplace* yang mempertemukan penjual dan pembeli[2]. Tetapi ada terdapat ketidaksesuaian pada tampilan transaksi di mana transaksi tidak dikelompokkan secara langsung, harus memilih *sort* terlebih dahulu, padahal jika dilihat dari tampilannya sudah ada pengelompokan, tetapi ketika berada dalam tampilan pengguna masih harus terlebih dahulu menyortir dengan tombol sortir kemudian barulah terlihat pengelompokan transaksinya. Hal ini memperlihatkan tombol kategori yang tidak berguna. Selain itu, tampilan home dan kategori pada *website* ini sangat padat, terdapat banyak gambar dan *icon* yang mungkin dapat membuat para *user* pemula bingung dengan fungsinya.

Masalah-masalah tersebut termasuk di dalam masalah *user interface* dan *user User Interface* adalah perantara pengguna dengan sistem berupa tampilan grafis, sementara *User Experience* adalah pengalaman dari pengguna dalam menggunakan *User Interface*. Dalam penelitian ini akan digunakan metode *GOMS Analysis* dengan teknik *KLM (Keystroke Level Metode)* untuk menentukan langkah dalam proses pembelian. *GOMS Analysis* merupakan metode untuk menentukan langkah-langkah yang dilakukan untuk memperoleh suatu tujuan[3], sementara *KLM* adalah suatu teknik sederhana dari metode *GOMS* untuk menghitung durasi dari langkah-langkah yang diidentifikasi[4]. Oleh sebab itu, dari masalah yang ada penulis bertujuan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai masalah tersebut dengan judul “**Analisis**

User Interface dan User Experience pada Website Tokopedia dengan Menggunakan Metode GOMS

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Seberapa baik tingkat *usability website* Tokopedia dengan menggunakan analisis *usability*?
2. Bagaimana perkiraan waktu yang dibutuhkan pengguna untuk berinteraksi didalam *website* Tokopedia dengan menggunakan *Keystroke Level Model (KLM) - GOMS*.

1.3 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup dalam masalah yang ada pada penelitian ini antara lain:

1. Proses yang di analisis pada penelitian ini adalah proses pembelian di *website tokopedia* dari awal memasuki web hingga pembayaran selesai.
2. Pengujian menggunakan metode analisis *usability* dan teknik *KLM-GOMS*.
3. Penentuan responden dalam penelitian ini adalah pengguna yang sudah pernah melakukan kegiatan jual-beli *online* di *website Tokopedia*.
4. Hasil analisis didapat dari survei yang dilakukan terhadap responden tersebut untuk dapat dilakukan analisis dan perhitungan.
5. Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini menggunakan Kuesioner *USE* untuk mengukur *usability website* tokopedia.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa baik *usability website Tokopedia* serta dapat mengetahui perkiraan waktu yang dibutuhkan pengguna untuk berinteraksi di dalam *website* Tokopedia dengan menggunakan *Keystroke Level Model (KLM) - GOMS*.

1.4.2 Manfaat

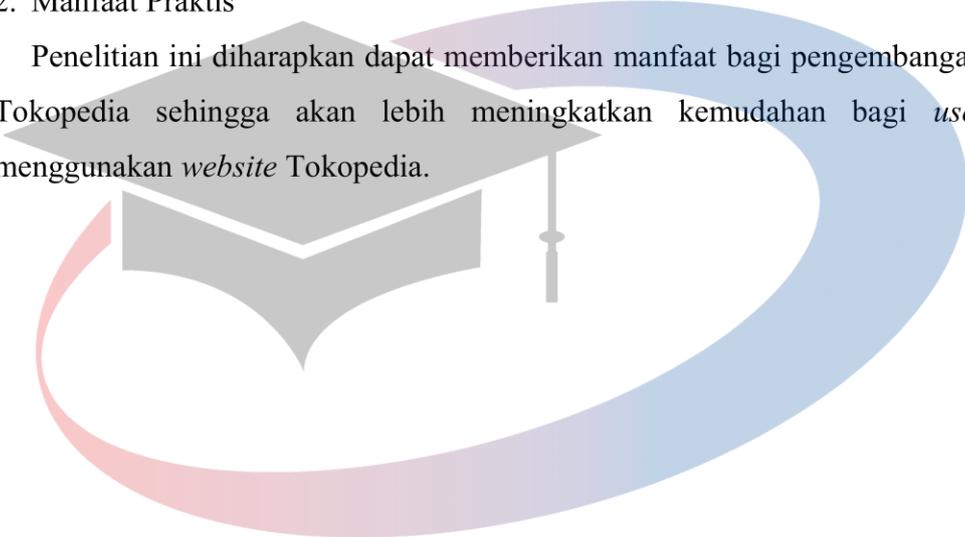
Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam bidang ilmu pengetahuan terkait analisis *UI/UX* dengan menggunakan metode *GOMS*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan *website* Tokopedia sehingga akan lebih meningkatkan kemudahan bagi *user* dalam menggunakan *website* Tokopedia.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL